



MAY
2019
No. 3 (41)

SCIENTIFIC PUBLISHING «PROBLEMS OF SCIENCE»

[HTTPS://ECONOMIC-THEORY.COM](https://ECONOMIC-THEORY.COM)



**THE WAYS TO STRENGTHEN
THE STABILITY OF DEPOSIT
BASE IN COMMERCIAL BANKS
(Karimkulov J.I.,
Khasanboeva M.V.) p.8**

ISSN 2410-289X



9 772410 289009

Economics

№ 3 (41), 2019

EDITOR IN CHIEF

Valtsev S.

EDITORIAL BOARD JOURNAL

Abdullaev K. (PhD in Economics, Azerbaijan), *Akbulaev N.* (D.Sc. in Economics, Azerbaijan), *Volkov A.* (D.Sc. in Economics, Russian Federation), *Meimanov B.* (D.Sc. in Economics, Republic of Kyrgyzstan), *Sibircev V.* (D.Sc. in Economics, Russian Federation), *Tregub I.* (D.Sc. in Economics, PhD in Engineering, Russian Federation), *Demchuk N.* (PhD in Economics, Ukraine), *Kovaljov M.* (PhD in Economics, Belarus), *Kurpajanidi K.* (PhD in Economics, Republic of Uzbekistan), *Skipko T.* (D.Sc. in Economics, Ukraine), *Fedos'kina L.* (PhD in Economics, Russian Federation), *Cuculjan S.* (PhD in Economics, Republic of Armenia).

EDITORIAL BOARD PUBLISHING HOUSE

Abdullaev K. (PhD in Economics, Azerbaijan), *Alieva V.* (PhD in Philosophy, Republic of Uzbekistan), *Akbulaev N.* (D.Sc. in Economics, Azerbaijan), *Alikulov S.* (D.Sc. in Engineering, Republic of Uzbekistan), *Anan'eva E.* (D.Sc. in Philosophy, Ukraine), *Asaturova A.* (PhD in Medicine, Russian Federation), *Askarhodzhaev N.* (PhD in Biological Sc., Republic of Uzbekistan), *Bajtasov R.* (PhD in Agricultural Sc., Belarus), *Bakiko I.* (PhD in Physical Education and Sport, Ukraine), *Bahor T.* (PhD in Philology, Russian Federation), *Baulina M.* (PhD in Pedagogic Sc., Russian Federation), *Blejh N.* (D.Sc. in Historical Sc., PhD in Pedagogic Sc., Russian Federation), *Bobrova N.A.* (Doctor of Laws, Russian Federation), *Bogomolov A.* (PhD in Engineering, Russian Federation), *Borodaj V.* (Doctor of Social Sciences, Russian Federation), *Volkov A.* (D.Sc. in Economics, Russian Federation), *Gavrilchenkova I.* (PhD in Pedagogic Sc., Russian Federation), *Garagovich V.* (D.Sc. in Historical Sc., Ukraine), *Glushhenko A.* (D.Sc. in Physical and Mathematical Sciences, Russian Federation), *Grinchenko V.* (PhD in Engineering, Russian Federation), *Gubareva T.* (PhD in Laws, Russian Federation), *Gutnikova A.* (PhD in Philology, Ukraine), *Datij A.* (Doctor of Medicine, Russian Federation), *Demchuk N.* (PhD in Economics, Ukraine), *Divnenko O.* (PhD in Pedagogic Sc., Russian Federation), *Dmitrieva O.A.* (D.Sc. in Philology, Russian Federation), *Dolenko G.* (D.Sc. in Chemistry, Russian Federation), *Esenova K.* (D.Sc. in Philology, Kazakhstan), *Zhamuldinov V.* (PhD in Laws, Kazakhstan), *Zholdoshev S.* (Doctor of Medicine, Republic of Kyrgyzstan), *Zelenkov M.YU.* (D.Sc. in Political Sc., PhD in Military Sc., Russian Federation), *Ibadov R.* (D.Sc. in Physical and Mathematical Sciences, Republic of Uzbekistan), *Il'inskih N.* (D.Sc. Biological, Russian Federation), *Kajrakbaev A.* (PhD in Physical and Mathematical Sciences, Kazakhstan), *Kaftaeva M.* (D.Sc. in Engineering, Russian Federation), *Klinkov G.T.* (PhD in Pedagogic Sc., Bulgaria), *Koblanov Zh.* (PhD in Philology, Kazakhstan), *Kovaljov M.* (PhD in Economics, Belarus), *Kravcova T.* (PhD in Psychology, Kazakhstan), *Kuz'min S.* (D.Sc. in Geography, Russian Federation), *Kulikova E.* (D.Sc. in Philology, Russian Federation), *Kurmanbaeva M.* (D.Sc. Biological, Kazakhstan), *Kurpajanidi K.* (PhD in Economics, Republic of Uzbekistan), *Linkova-Daniels N.* (PhD in Pedagogic Sc., Australia), *Lukienko L.* (D.Sc. in Engineering, Russian Federation), *Makarov A.* (D.Sc. in Philology, Russian Federation), *Macarenko T.* (PhD in Pedagogic Sc., Russian Federation), *Meimanov B.* (D.Sc. in Economics, Republic of Kyrgyzstan), *Muradov Sh.* (D.Sc. in Engineering, Republic of Uzbekistan), *Musae F.* (D.Sc. in Philosophy, Republic of Uzbekistan), *Nabiev A.* (D.Sc. in Geoinformatics, Azerbaijan), *Nazarov R.* (PhD in Philosophy, Republic of Uzbekistan), *Naumov V.* (D.Sc. in Engineering, Russian Federation), *Ovchinnikov Ju.* (PhD in Engineering, Russian Federation), *Petrov V.* (D.Arts, Russian Federation), *Radkevich M.* (D.Sc. in Engineering, Republic of Uzbekistan), *Rakhimbekov S.* (D.Sc. in Engineering, Kazakhstan), *Rozyhodzhaeva G.* (Doctor of Medicine, Republic of Uzbekistan), *Romanenkova Yu.* (D.Arts, Ukraine), *Rubcova M.* (Doctor of Social Sciences, Russian Federation), *Rumyantsev D.* (D.Sc. in Biological Sc., Russian Federation), *Samkov A.* (D.Sc. in Engineering, Russian Federation), *San'kov P.* (PhD in Engineering, Ukraine), *Selitrenikova T.* (D.Sc. in Pedagogic Sc., Russian Federation), *Sibircev V.* (D.Sc. in Economics, Russian Federation), *Skipko T.* (D.Sc. in Economics, Ukraine), *Sopov A.* (D.Sc. in Historical Sc., Russian Federation), *Strekalov V.* (D.Sc. in Physical and Mathematical Sciences, Russian Federation), *Sukalenko N.M.* (D.Sc. in Pedagogic Sc., Kazakhstan), *Subachev Ju.* (PhD in Engineering, Russian Federation), *Sulejmanov S.* (PhD in Medicine, Republic of Uzbekistan), *Tregub I.* (D.Sc. in Economics, PhD in Engineering, Russian Federation), *Uporov I.* (PhD in Laws, D.Sc. in Historical Sc., Russian Federation), *Fedos'kina L.* (PhD in Economics, Russian Federation), *Khiltukhina E.* (D.Sc. in Philosophy, Russian Federation), *Cuculjan S.* (PhD in Economics, Republic of Armenia), *Chiladze G.* (Doctor of Laws, Georgia), *Shamshina I.* (PhD in Pedagogic Sc., Russian Federation), *Sharipov M.* (PhD in Engineering, Republic of Uzbekistan), *Shevko D.* (PhD in Engineering, Russian Federation).

© «ECONOMICS»

© PUBLISHING HOUSE «PROBLEMS OF SCIENCE»

ISSN 2410-289X (Print)

ISSN 2541-7797 (Online)

Economics

№ 3 (41), 2019

Российский импакт-фактор: 0,21

ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР: Вальцев С.В.

Заместитель главного редактора: Ефимова А.В.

Издается с 2014 года

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ:

Подписано в печать:
17.05.2019

Дата выхода в свет:
21.05.2019

Абдуллаев К.Н. (д-р филос. по экон., Азербайджанская Республика), *Абдулаев Н.Н.* (д-р экон. наук, Азербайджанская Республика), *Волков А.Ю.* (д-р экон. наук, Россия), *Мейманов Б.К.* (д-р экон. наук, Кыргызская Республика), *Сибирцев В.А.* (д-р экон. наук, Россия), *Трезуб И.В.* (д-р экон. наук, канд. техн. наук, Россия), *Демчук Н.И.* (канд. экон. наук, Украина), *Ковалёв М.Н.* (канд. экон. наук, Белоруссия), *Курпаяниди К.И.* (канд. экон. наук, Узбекистан), *Скрипко Т.А.* (д-р экон. наук, Украина), *Федоськина Л.А.* (канд. экон. наук, Россия), *Цицулян С.В.* (канд. экон. наук, Республика Армения).

РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ:

Формат 70х100/16.

Бумага офсетная.

Гарнитура «Таймс».

Печать офсетная.

Усл. печ. л. 5,85

Тираж 1 000 экз.

Заказ № 2435

Абдуллаев К.Н. (д-р филос. по экон., Азербайджанская Республика), *Алиева В.Р.* (канд. филос. наук, Узбекистан), *Абдулаев Н.Н.* (д-р экон. наук, Азербайджанская Республика), *Аликулов С.Р.* (д-р техн. наук, Узбекистан), *Ананьева Е.П.* (д-р филос. наук, Украина), *Асатурова А.В.* (канд. мед. наук, Россия), *Аскарходжаев Н.А.* (канд. биол. наук, Узбекистан), *Байтасов Р.Р.* (канд. с.-х. наук, Белоруссия), *Бакико И.В.* (канд. наук по физ. воспитанию и спорту, Украина), *Бахор Т.А.* (канд. филос. наук, Россия), *Баулина М.В.* (канд. пед. наук, Россия), *Блейх Н.О.* (д-р ист. наук, канд. пед. наук, Россия), *Боброва Н.А.* (д-р юрид. наук, Россия), *Богомолов А.В.* (канд. техн. наук, Россия), *Бородай В.А.* (д-р социол. наук, Россия), *Волков А.Ю.* (д-р экон. наук, Россия), *Гавриленкова И.В.* (канд. пед. наук, Россия), *Гарагонич В.В.* (д-р ист. наук, Украина), *Глуценко А.Г.* (д-р физ.-мат. наук, Россия), *Гринченко В.А.* (канд. техн. наук, Россия), *Губарева Т.И.* (канд. юрид. наук, Россия), *Гутникова А.В.* (канд. филол. наук, Украина), *Датий А.В.* (д-р мед. наук, Россия), *Демчук Н.И.* (канд. экон. наук, Украина), *Дивненко О.В.* (канд. пед. наук, Россия), *Дмитриева О.А.* (д-р филол. наук, Россия), *Доленко Г.Н.* (д-р хим. наук, Россия), *Есенова К.У.* (д-р филол. наук, Казахстан), *Жамулинов В.Н.* (канд. юрид. наук, Казахстан), *Жолдошев С.Т.* (д-р мед. наук, Кыргызская Республика), *Зеленков М.Ю.* (д-р полит. наук, канд. воен. наук, Россия), *Ибадов Р.М.* (д-р физ.-мат. наук, Узбекистан), *Ильинских Н.Н.* (д-р биол. наук, Россия), *Кайрабаев А.К.* (канд. физ.-мат. наук, Казахстан), *Кафтаева М.В.* (д-р техн. наук, Россия), *Киквидзе И.Д.* (д-р филол. наук, Грузия), *Клинов Г.Т.* (PhD in Pedagogic Sc., Болгария), *Кобланов Ж.Т.* (канд. филол. наук, Казахстан), *Ковалёв М.Н.* (канд. экон. наук, Белоруссия), *Кравцова Т.М.* (канд. психол. наук, Казахстан), *Кузьмин С.Б.* (д-р геогр. наук, Россия), *Куликова Э.Г.* (д-р филол. наук, Россия), *Курманбаева М.С.* (д-р биол. наук, Казахстан), *Курпаяниди К.И.* (канд. экон. наук, Узбекистан), *Линькова-Даниэльс Н.А.* (канд. пед. наук, Австралия), *Лукиченко Л.В.* (д-р техн. наук, Россия), *Макаров А. Н.* (д-р филол. наук, Россия), *Мацаренко Т.Н.* (канд. пед. наук, Россия), *Мейманов Б.К.* (д-р экон. наук, Кыргызская Республика), *Мурадов Ш.О.* (д-р техн. наук, Узбекистан), *Мусаев Ф.А.* (д-р филос. наук, Узбекистан), *Набиев А.А.* (д-р наук по геонформ., Азербайджанская Республика), *Назаров Р.Р.* (канд. филос. наук, Узбекистан), *Наумов В. А.* (д-р техн. наук, Россия), *Овчинников Ю.Д.* (канд. техн. наук, Россия), *Петров В.О.* (д-р искусствоведения, Россия), *Радкевич М.В.* (д-р техн. наук, Узбекистан), *Рахимбеков С.М.* (д-р техн. наук, Казахстан), *Розыходжаева Г.А.* (д-р мед. наук, Узбекистан), *Романенкова Ю.В.* (д-р искусствоведения, Украина), *Рубцова М.В.* (д-р социол. наук, Россия), *Румянцев Д.Е.* (д-р биол. наук, Россия), *Самков А. В.* (д-р техн. наук, Россия), *Саньков П.Н.* (канд. техн. наук, Украина), *Селитреникова Т.А.* (д-р пед. наук, Россия), *Сибирцев В.А.* (д-р экон. наук, Россия), *Скрипко Т.А.* (д-р экон. наук, Украина), *Сопов А.В.* (д-р ист. наук, Россия), *Стрекалов В.Н.* (д-р физ.-мат. наук, Россия), *Стукаленко Н.М.* (д-р пед. наук, Казахстан), *Субачев Ю.В.* (канд. техн. наук, Россия), *Сулейманов С.Ф.* (канд. мед. наук, Узбекистан), *Трезуб И.В.* (д-р экон. наук, канд. техн. наук, Россия), *Упоров И.В.* (канд. юрид. наук, д-р ист. наук, Россия), *Федоськина Л.А.* (канд. экон. наук, Россия), *Хилтухина Е.Г.* (д-р филос. наук, Россия), *Цицулян С.В.* (канд. экон. наук, Республика Армения), *Чилдадзе Г.Б.* (д-р юрид. наук, Грузия), *Шамшина И.Г.* (канд. пед. наук, Россия), *Шарипов М.С.* (канд. техн. наук, Узбекистан), *Шевко Д.Г.* (канд. техн. наук, Россия).

ИЗДАТЕЛЬСТВО
«ПРОБЛЕМЫ
НАУКИ»

Территория
распространения:
зарубежные
страны, Российская
Федерация

Журнал
зарегистрирован
Федеральной
службой по надзору
в сфере связи,
информационных
технологий и
массовых
коммуникаций
(Роскомнадзор)
Свидетельство ПИ №
ФС 77 - 60216

Свободная цена

© ЖУРНАЛ «ECONOMICS»

© ИЗДАТЕЛЬСТВО «ПРОБЛЕМЫ НАУКИ»

Содержание

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ НАРОДНЫМ ХОЗЯЙСТВОМ.....	5
<i>Sleptsova L.A., Tolstykh G.V. (Russian Federation) STATE OF LABOR PROTECTION IN THE REPUBLIC OF SAHA (YAKUTIA) / Слепцова Л.А., Толстых Г.В. (Российская Федерация) СОСТОЯНИЕ ОХРАНЫ ТРУДА В РЕСПУБЛИКЕ САХА (ЯКУТИЯ).....</i>	5
<i>Karimkulov J.I., Khasanboeva M.V. (Republic of Uzbekistan) THE WAYS TO STRENGTHEN THE STABILITY OF DEPOSIT BASE IN COMMERCIAL BANKS / Каримкулов Ж.И., Хасанбоева М.В. (Республика Узбекистан) СПОСОБЫ УКРЕПЛЕНИЯ УСТОЙЧИВОСТИ ДЕПОЗИТНОЙ БАЗЫ В КОММЕРЧЕСКИХ БАНКАХ.....</i>	8
<i>Norkulova D.Z., Gadoeva M.Kh., Suyarov A.Sh. (Republic of Uzbekistan) BOUTIQUE-HOTELS AND THEIR EFFECTS TO THE HOSPITALITY INDUSTRY OF UZBEKISTAN / Норкулова Д.З., Гадоева М.Х., Суяров А.Ш. (Республика Узбекистан) БУТИК-ОТЕЛИ И ИХ ЭФФЕКТ В ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ УЗБЕКИСТАНА</i>	12
<i>Dyudyun T.Yu., Shishkin A.V. (Russian Federation) METHODOLOGICAL TOOLS FOR THE FORMATION OF STRATEGY OF DEVELOPMENT OF THE ORGANIZATION / Дюдюн Т.Ю., Шишкин А.В. (Российская Федерация) МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ ФОРМИРОВАНИЯ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ОРГАНИЗАЦИИ</i>	15
<i>Ashurova Z.O. (Republic of Uzbekistan) SPECIFIC FEATURES OF THE MANAGEMENT IN CONSTRUCTION INDUSTRY / Ашурова З.О. (Республика Узбекистан) СПЕЦИФИЧЕСКИЕ ЧЕРТЫ МЕНЕДЖМЕНТА СТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ</i>	20
<i>Allayarov S.F. (Republic of Uzbekistan) SMALL BUSINESS AND PRIVATE ENTREPRENEURSHIP IN THE SERVICE SECTOR OF UZBEKISTAN / Аллаяров С.Ф. (Республика Узбекистан) МАЛЫЙ БИЗНЕС И ЧАСТНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В СФЕРЕ УСЛУГ УЗБЕКИСТАНА</i>	22
<i>Abazeva M.P. (Russian Federation) E-BUSINESS: IMPACT AND OPPORTUNITIES / Абазьева М.П. (Российская Федерация) Е-БИЗНЕС: ВЛИЯНИЕ И ВОЗМОЖНОСТИ</i>	25
<i>Zolotov A.V. (Russian Federation) THE ANALYSIS OF THE FORMATION OF THE GOLD MINING INDUSTRY IN RUSSIA / Золотов А.В. (Российская Федерация) АНАЛИЗ СТАНОВЛЕНИЯ ЗОЛОТОДОБЫВАЮЩЕЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В РОССИИ</i>	28
<i>Potapov A.A. (Russian Federation) AUTOMATION OF TAX CONTROL / Потанов А.А. (Российская Федерация) АВТОМАТИЗАЦИЯ НАЛОГОВОГО КОНТРОЛЯ</i>	31
<i>Mokryakova A.V. (Russian Federation) COMPARATIVE ANALYSIS OF METHODS FOR MONITORING AND EVALUATING SMALL BUSINESS IN THE REGION / Мокрякова А.В. (Российская Федерация) СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ МЕТОДИК МОНИТОРИНГА И ОЦЕНКИ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА РЕГИОНА</i>	34

<i>Mkrtumyan A.A.</i> (Russian Federation) FUNCTIONS OF THE MANAGEMENT OF TOURIST DESTINATIONS / <i>Мкртумян А.А.</i> (Российская Федерация) ФУНКЦИИ МЕНЕДЖМЕНТА ТУРИСТСКИХ ДЕСТИНАЦИЙ	37
<i>Vorobyova Yu.O.</i> (Russian Federation) COMPARATIVE ANALYSIS OF METHODOLOGICAL APPROACHES TO ASSESSING THE QUALITY OF LIFE OF THE POPULATION OF THE REGIONS / <i>Воробьева Ю.О.</i> (Российская Федерация) КОМПАРАТИВНЫЙ АНАЛИЗ МЕТОДИЧЕСКИХ ПОДХОДОВ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ РЕГИОНОВ	41
<i>Kalmykova V.V.</i> (Russian Federation) THE ECONOMIC SECURITY OF SCIENCE-INTENSIVE ENTERPRISES / <i>Калмыкова В.В.</i> (Российская Федерация) ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ НАУКОЁМКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ	47
<i>Zvereva P.A.</i> (Russian Federation) ANALYSIS OF THE COMPETITIVENESS OF FAMILY AND NON-FAMILY BUSINESSES / <i>Зверева П.А.</i> (Российская Федерация) АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СЕМЕЙНОГО И НЕСЕМЕЙНОГО БИЗНЕСОВ	49
<i>Tumasyan A.V.</i> (Russian Federation) LEGAL REGULATION OF ECONOMIC RELATIONS IN RUSSIA / <i>Тумасян А.В.</i> (Российская Федерация) ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ В РОССИИ	60
БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЁТ, СТАТИСТИКА	63
<i>Bogdanova N.A.</i> (Russian Federation) DEVELOPMENT OF TRANSPORT INFRASTRUCTURE AS A BASIS SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE NORTHERN REGIONS OF RUSSIA / <i>Богданова Н.А.</i> (Российская Федерация) РАЗВИТИЕ ТРАНСПОРТНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ КАК ОСНОВА СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ СЕВЕРНЫХ РЕГИОНОВ РОССИИ	63
МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА	67
<i>Khomutova K.V.</i> (Russian Federation) DEMOSCOPIC ASSESSMENT RANGE COSMETIC AND HYGIENIC CLEANERS FOR SKIN CARE / <i>Хомутова К.В.</i> (Российская Федерация) ДЕМОСКОПИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА АССОРТИМЕНТА КОСМЕТИКО-ГИГИЕНИЧЕСКИХ МОЮЩИХ СРЕДСТВ ДЛЯ УХОДА ЗА КОЖЕЙ	67

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ НАРОДНЫМ ХОЗЯЙСТВОМ

STATE OF LABOR PROTECTION IN THE REPUBLIC OF SAHA (YAKUTIA)

Sleptsova L.A.¹, Tolstykh G.V.² (Russian Federation)

Email: Sleptsova241@scientifictext.ru

¹Sleptsova Lyudmila Aleksandrovna – Undergraduate,

FINANCIAL AND ECONOMIC INSTITUTE

NORTH-EASTERN FEDERAL UNIVERSITY NAMED AFTER M.K. AMMOSOV;

²Tolstykh Gennady Vladimirovich - Doctor of Historical Sciences,

HEAD OF DEPARTMENT,

SOCIAL AND LABOR DEVELOPMENT DEPARTMENT,

ARCTIC RESEARCH CENTER OF THE ACADEMY OF SCIENCES OF THE RS (Ya),

YAKUTSK

Abstract: this article examines the current state of labor protection in the Republic of Sakha (Yakutia). Namely, it determined the importance and relevance of studying the state of the organization of labor protection in the republic, considered the situation with harmful and hazardous working conditions, analyzed occupational accidents, including fatal cases from 2000 to 2017. The diagram shows the correlation total number of fatal accidents by year. At the end of the work, the state of labor protection in the republic was summed up.

Keywords: industrial injuries, injuries, accidents, production, working conditions, labor protection.

СОСТОЯНИЕ ОХРАНЫ ТРУДА В РЕСПУБЛИКЕ САХА (ЯКУТИЯ)

Слепцова Л.А.¹, Толстых Г.В.² (Российская Федерация)

¹Слепцова Людмила Александровна – магистрант,

финансово-экономический институт

Северо-Восточный федеральный университет им. М.К. Аммосова;

²Толстых Геннадий Владимирович - доктор исторических наук, руководитель отдела,
отдел развития социально-трудовой сферы,

Арктический научно-исследовательский центр Академии наук РС (Я),

г. Якутск

Аннотация: в данной статье рассматривается современное состояние охраны труда в Республике Саха (Якутия). А именно, определена важность и актуальность изучения состояния организации охраны труда в республике, рассмотрена ситуация с вредными и опасными условиями труда, проведен анализ несчастных случаев на производстве, включая случаи со смертельным исходом в период с 2000 г. по 2017 г. С помощью диаграммы показано соотношение общего количества несчастных случаев к несчастным случаям со смертельным исходом по годам. В конце работы подведены итоги по состоянию охраны труда в республике.

Ключевые слова: производственный травматизм, травматизм, несчастные случаи, производство, условия труда, охрана труда.

Как известно, в Республике Саха (Якутия) наблюдается увеличение количества работников, занятых на работах с вредными и опасными условиями труда. К ним относятся такие производства как добыча полезных ископаемых, производство

электроэнергии, газа и воды, строительство, сельское хозяйство. Это определяет важность и актуальность изучения состояния организации охраны труда в республике.

Республика Саха (Якутия) входит в состав субъектов Российской Федерации, где наиболее высок показатель удельного веса численности занятых на работах с вредными и (или) опасными условиями труда. По итогам 2017 года этот показатель составил 49,7%, в то время как по Российской Федерации он составил 37,9% [1].

Главной проблемой на производственных предприятиях, особенно на опасных выступает производственный травматизм. Нередко в процессе трудовой деятельности встречаются случаи, когда работодатели, да и сами работники пренебрегают требованиям безопасности, ненадлежаще исполняют свои должностные обязанности, не соблюдают правил охраны труда. Все выше перечисленные моменты образуют предпосылки для появления травмоопасных ситуаций, что нередко приводят к несчастным случаям на производстве.

В табл. 1 представлены данные по количеству пострадавших при несчастных случаях на производстве за период 2000 - 2017 гг., согласно обследованиям территориального органа федеральной службы государственной статистики по Республике Саха (Якутия) [3].

Таблица 1. Численность пострадавших в результате несчастных случаев на производстве за 2000-2017 гг., (человек)

Годы	2000	2005	2010	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Численность пострадавших при несчастных случаях на производстве	1134	465	351	320	272	229	252	231	275
Из них со смертельным исходом	54	41	35	31	23	23	17	21	25

Исходя из данных табл. 1 - численность пострадавших за рассматриваемый период в результате несчастных случаев на производстве в республике существенно уменьшилось. Если в 2000 году было зафиксировано 1134 несчастных случаев, то в 2017 году оно составило 275 случаев, из них случаи со смертельным исходом также уменьшились.

На рис.1 в виде кривой показано соотношение общего количества несчастных случаев к несчастным случаям со смертельным исходом по годам. Анализируя динамику соотношения показателей можно увидеть, что из года в год напротив наблюдается увеличение смертельных случаев, даже несмотря на то, что происходит снижение общей и смертельной численности несчастных случаев на производстве. Если в 2000 году в республике каждый 21 случай был со смертельным исходом, то в 2005 году только 11,3 случая, в 2010 году каждый 10 случай, в 2015 каждый 14,8 году, в 2017 – каждый 11 случай имел смертельный исход [2].

Наибольший сбой в организации охраны труда республики за рассматриваемый период мы наблюдаем в 2010 и 2014 годах, где каждый 10 несчастный случай на производстве оказался для работников смертельным.



Рисунок 1. Численность пострадавших при результате несчастных случаев на производстве в Республике Саха (Якутия) за 2000-2017 гг. (чел.)

Таким образом, подводя итоги мы можем делать некоторые выводы по ситуации с охраной труда в Республике Саха (Якутия). За 2017 год численность пострадавших в результате несчастных случаев на производстве увеличилось по сравнению с 2016 годом на 16%, как и случаи со смертельным исходом.

По анализу соотношения мы выяснили, что в среднем каждый 11 несчастный случай в процессе трудовой деятельности за последние годы оказывался смертельным.

Для снижения производственного травматизма Правительством Республики Саха (Якутия) был утвержден «Комплекс мер, направленных на снижение производственного травматизма в Республике Саха (Якутия) в 2018 году». Она включает мероприятия по анализу производственного травматизма, совершенствованию нормативно правовых актов, обеспечению кадрового потенциала и повышения компетенций ответственных лиц, мероприятия по информированию работодателей и работников пропаганде безопасности труда. На уровне организации, также разрабатываются планы мероприятий.

И не стоит забывать, что нарушения требований охраны труда влекут за собой не только административную ответственность, но и уголовную.

Список литературы / References

1. Федеральная служба государственной статистики Российской Федерации. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.gks.ru/> (дата обращения: 02.12.18).
2. Официальный сайт Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Республике Саха (Якутия). [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://sakha.gks.ru/> (дата обращения: 02.12.2018).

THE WAYS TO STRENGTHEN THE STABILITY OF DEPOSIT BASE IN COMMERCIAL BANKS

Karimkulov J.I.¹, Khasanboeva M.V.² (Republic of Uzbekistan)

Email: Karimkulov241@scientifictext.ru

¹Karimkulov Jasur Imomboevich - PhD in Economics, Docent,

FINANCIAL MANAGEMENT DEPARTMENT;

²Khasanboeva Malikakhon Valijon kizi – Student,

BANKING FACULTY,

TASHKENT INSTITUTE OF FINANCE,

TASHKENT, REPUBLIC OF UZBEKISTAN

Abstract: in recent years, strengthening the resource base of commercial banks has been an important issue banking and financial system as a whole paying attention to. The article is devoted to the issues related to increase deposit base of commercial banks and some problems and solutions regarding the adequacy of deposit base in commercial banks. In the article, experiences of foreign countries regarding the issue of attracting free funds and increasing deposit base are demonstrated and analyzes of the structure of deposit base in the example of Uzbekistan are provided as well.

Keywords: deposit, time deposit, saving deposit, demand deposit, deposit base, resource base, market deposits.

СПОСОБЫ УКРЕПЛЕНИЯ УСТОЙЧИВОСТИ ДЕПОЗИТНОЙ БАЗЫ В КОММЕРЧЕСКИХ БАНКАХ

Каримкулов Ж.И.¹, Хасанбоева М.В.² (Республика Узбекистан)

¹Каримкулов Жасур Имомбоевич - кандидат экономических наук, доцент,
департамент финансового управления;

²Хасанбоева Маликахон Валижон кизи – студент,
факультет банковского дела,

Ташкентский финансовый институт,
Ташкент, Республика Узбекистан

Аннотация: в последние годы укрепление ресурсной базы коммерческих банков стало важной проблемой банковской и финансовой системы в целом, на которую следует обратить внимание. Статья посвящена вопросам, связанным с увеличением депозитной базы коммерческих банков, а также некоторым проблемам и решениям относительно адекватности депозитной базы в коммерческих банках. В статье демонстрируется опыт зарубежных стран по вопросу привлечения свободных средств и увеличения депозитной базы, а также приводится анализ структуры депозитной базы на примере Узбекистана.

Ключевые слова: депозит, срочный депозит, сберегательный депозит, депозит до востребования, депозитная база, ресурсная база, рыночные депозиты.

Bank deposits consist of money placed into banking institutions for safekeeping. Services regarding the types of deposits are one of traditional services carried in banks. Thus, deposits are main component of resource base of banks.

The main goal of the banking and financial system is to strengthen the resource base of commercial banks. From the international practice, strengthening resource base of banks cannot be achieved without the stability of deposit base, as deposits are the main in the formation of resource base. In this turn, the adequacy of deposit is essential in the stabilization of the deposit base in commercial banks.

According to the methodology made by experts in International Bank for Reconstruction and Development, the ratio of demand deposits in the volume of brutto deposits should not exceed more than 30 percent in order to provide stability of deposit base of resources in commercial banks [1]. In developed countries, such as in United States of America, Germany, France the deposit base of commercial banks is enough adequate.

However, in Uzbekistan we have some problems regarding the adequacy of deposit base. Most banks are self-funded because of the fact that the amount of credit they are offering cannot be not covered by the amount of deposits they have (the capital adequacy ratio of our banking system is almost 24% which is 3 times higher than generally accepted international standards). While in the USA, over 90% of households have their own account to save deposits and the amount of them is ever increasing. (Even Bank of America alone had 46,31 million customers out of 126,22 million households, nearly 37% of whole population and value of client deposits was 262, 53 billion) [2]. Total bank deposits rose 6,6% in 2017 to \$10,7 trillion and measured as a percentage of bank assets over 77,6% (Figure 1).

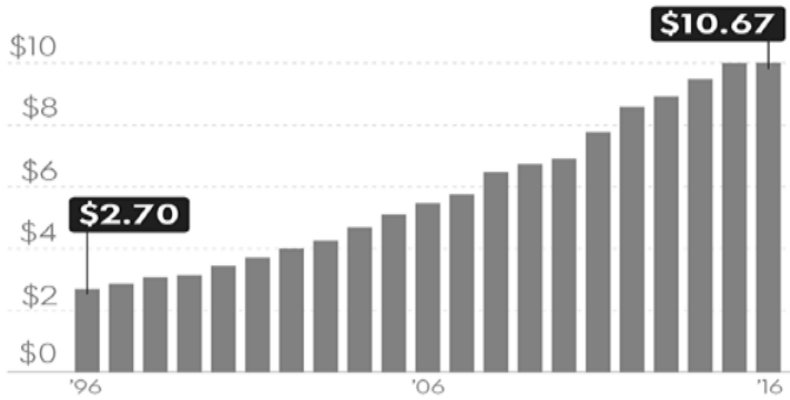


Fig. 1. Total amount of bank deposits in USA

Source: FDIC. USA TODAY (usatoday.com).

Official data shows that deposits are growing year by year in commercial banks of Uzbekistan. At the end of 2016, this figure reached 44600 billion sums and increased by 2.5 times compared to 2011 and reached to 58668 billion sums at the end of 2017 (Figure 2) [3].

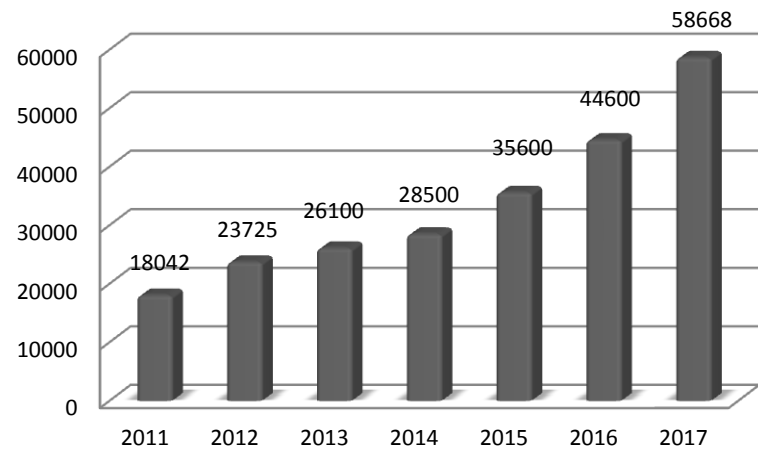


Fig. 2. The amount of deposits attracted to commercial banks in Uzbekistan (billion sum)

Source: Central bank of Uzbekistan.

However, majority prefers keeping their savings at home or buying real estate rather than putting in banks as deposit in our country. It has several reasons such as purchasing real estate can bring more benefits than depositing it as we have high inflation rate in the country and low interest rates to deposits (Of the commercial banks, the highest interest rate is 21 % in O'zsanoatqurilishbank). In addition, people have lack of trust to banks and avoid many problems they may face when returning their money back: it takes a lot of time and paperwork.

Moreover, in accordance to the information stated in the Decree of the president of Uzbekistan, Sh. M. Mirziyoev "On additional measures of improving availability of banking services" of March 23, 2018 some other problems in banking system are making banks less liable. For example, entering into conditions that provide for the unilateral change of tariffs for services, unilaterally changing interest rates on loans and attracted deposits, as well as the provision of services with the use of additional services is violating the right of consumers of banking services. The lack of modern approaches to the retail banking services market and the establishment of partnerships with customers is creating a basis for excessive bureaucracy and sanity.

In addition, almost all banks in Uzbekistan provide major three type of deposits: demand deposits, saving deposit and term deposits. Based in international practice, new type of deposits should be adopted. For example, market deposits that pays an interest rate higher than a regular savings account and it brings opportunity for attracting additional funds in to banking sector.

Another problem to provide the stability of deposit base is that saving deposits (for more than one year) are relatively too low in the account of all deposits (Table1) [4].

Table 1. Analysis of the structure of deposits in commercial banks of Uzbekistan (in percentage)

№	Types of deposit	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
1	Demand deposits	63.79	66.72	63.07	59.45	58.51	57.18	66.02
2	Saving deposits	8.23	9.24	9.70	10.62	11.34	12.15	12.60
3	Time deposits	27.99	24.04	27.24	29.93	30.15	30.66	21.38
All deposits		100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Source: "AHBOR-REYTING" in 2011-2017.

Table shows that the share of demand deposits in all deposits are relatively high, however as we mentioned above it should not exceed 30 percent. Time and saving deposits in the international banking practice, the major part of the resources of commercial banks. For example, in USA and Western European countries time deposits exceeds 60 percent share of the whole volume of deposits [5].

For the increase the share of deposits in the resource base of commercial banks and to rise the stability of deposit base the followings might be highly effective:

- ❖ To increase the interest rates on the rest stable amount of demand deposits, so that attract depositors to put their money for a longer time;

- ❖ Via implementing financial privileges, increase the investment attractiveness of long-term securities.

To conclude, we are improving the quality of bank services and increasing the priority of banks gradually. Attracting more time, saving deposits, and providing the stability of deposit base of commercial banks results strengthening the resource base of banking system in Uzbekistan. In this turn, this helps to achieve economic growth and financial stability in the country to some extent. Were mentioned things carried, banks would be the place most people come and use their services, money circulation would be more active and money mass that could be skipped while saved at home or busy with real estates may be managed better. Like famous American businessperson, financial

broadcaster and author of several best sellers, Dave Ramsey said, “You have got to tell your money what to do or it will leave”.

References / Список литературы

1. World Accelerator, Publication. [Electronic resource]. URL: www.world.com/ (date of acces: 10.04.2019).
 2. The Statistical Portal. Statista. USA. [Electronic resource]. URL: www.statista.com /(date of acces: 10.04.2019).
 3. Created by author according to the statistics of Central Bank of Uzbekistan. [Electronic resource]. URL: <http://www.cbu.uz/>(date of acces: 10.04.2019).
 4. Created by author based on the information in “AHBOR-REYTING” in 2011-2016. [Electronic resource]. URL: <http://ahbor-reyting.uz/> (date of acces: 10.04.2019).
 5. Банковское дело. Под ред. Лаврушина. О.И. М.: Финансы и статистика, 2004. С. 88.
-

BOUTIQUE-HOTELS AND THEIR EFFECTS TO THE HOSPITALITY INDUSTRY OF UZBEKISTAN

Norkulova D.Z.¹, Gadoeva M.Kh.², Suyarov A.Sh.³

(Republic of Uzbekistan) Email: Norkulova241@scientifictext.ru

¹Norkulova Dilfuza Zohitovna – PhD, Senior Teacher;

²Gadoeva Muborakkhon Khayriddin kizi – Student;

³Suyarov Abdulaziz Shokirjon ugli – Student,

FACULTY OF SERVICE AND TOURISM,

SAMARKAND INSTITUTE OF ECONOMICS AND SERVICE,

SAMARKAND, REPUBLIC OF UZBEKISTAN

Abstract: the hospitality industry is much broader than most other industries. As you know, each type of lodging has its own function. During their evolution, hotels are also changing and becoming more luxury. Boutique hotel gives opportunity of living in unique life. It has both modern and cultural styles. There are data of appearing boutique type of hotels, and reasons of it, development and tendency of theirs, advantage and disadvantage sides. Moreover, it is given some points of creating boutique hotels in Uzbekistan.

Keywords: boutique hotel, unusual design, SWOT analyzes, modern style, top brands, lifestyle hotel, eastern culture and architecture.

БУТИК-ОТЕЛИ И ИХ ЭФФЕКТ В ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ УЗБЕКИСТАНА

Норкулова Д.З.¹, Гадоева М.Х.², Суяров А.Ш.³

(Республика Узбекистан)

¹Норкулова Дилфуза Зохитовна – PhD, старший преподаватель;

²Гадоева Муборакхон Хайридин кизи – студент;

³Суяров Абдулазиз Шокиржон угли – студент,

факультет сервиса и туризма,

Самаркандский институт экономики и сервиса,

г. Самарканд, Республика Узбекистан

Аннотация: индустрия гостеприимства намного шире, чем большинство других отраслей. Как известно, у каждого типа жилья есть своя функция. За время своего развития отели также меняются и становятся все более роскошными. Бутик-отель дает возможность жить в уникальной жизни. Он имеет как современные, так и культурные стили. Имеются данные о появлении бутик-типа гостиниц, его причинах, развитии и тенденции, их преимуществах и недостатках. Кроме того, им даются некоторые моменты создания бутик-отелей в Узбекистане.

Ключевые слова: бутик-отель, необычный дизайн, SWOT-анализ, современный стиль, топ бренды, гостиница стиля жизни, восточная культура и архитектура.

UDC 728.5

Nowadays, it is developing tourism and business sphere of hospitality industry. Today, this industry became one of the main parts of economics in developed countries. The hospitality industry is much broader than most other industries. The majority of business niches are composed of only a handful of different businesses, but this industry applies to nearly any company that is focused on customer satisfaction and meeting leisurely needs rather than basic ones. It includes all types of lodging which has hotels, hostels, motels and others like them. As you know, each type of lodging has its own function. During their evolution, hotels are also changing and becoming more luxury.

Today, a traveler needs a place to work comfortably and get a good night's sleep. As a result, hotels are becoming domestic, and the more historic a property is, the better suited it is to become intimate and cozy. Besides, travelers nowadays expect more than simply comfort and convenience. An increasing number of travelers prefer to be positively "surprised". When planning trips, they seek properties that are noticeably different in look and feel like branded hotels. That's why boutique hotels are becoming more and more popular all over the world.

The "boutique" style was created in New York in 1984, when the entrepreneur Ian Schrager and Steve Rubell opened Morgans on Madison Avenue. It was quirky and individual, unlike the big brand-name hotels that were dominant at the time. The term "boutique hotel" was coined by Rubell, who described their new venture as being like a boutique as opposed to a department store [1].

Two of the first boutique hotels in the world opened their doors to the public in 1981: The Blakes Hotel in South Kensington, London (designed by celebrity stylist Anouska Hempel) and the Bedford Hotel in San Francisco. In 1983 the hotel with a theme – „Hotel Vintage Court” in San Francisco establishes wine-related focus.

The first boutique hotel in England was '42 The Calls', which was situated in Leeds, London. It was made from the building that was an old corn mill previously, but still retained the machines which were used, and still has some features of its history, such as the handmade beds.

However, strangeness and uniqueness aren't always the main features of boutique hotels nowadays. All around the world, the term 'boutique hotels' is used for hotels which come in various sizes and looks: small luxury hotels which have a more modern style and really good service; accommodation with unique looks; and hotels which call themselves 'lifestyle' hotels, which mainly emphasize on a type of elegance which doesn't seem to be too obvious.

Guests of boutique hotels are those who are seeking for unique experience instead of standard hotel room. Nevertheless, smart boutique hotels must continue to adapt to the incessantly changing needs, tastes, preferences, and fashions in order to remain competitive in the flourishing boutique hotel market.

Boutique hotels are generally associated with being design oriented hotels that have no more than 100 rooms and provide a very trendy and unique experience at an upscale level. The term "Lifestyle" has emerged in association with boutique hotels as they have evolved. Lifestyle hotels also provide a unique experience within a trendy and cool environment while the product itself is on a larger scale with over 100 rooms. The term has become more commonly used with the entrance of chains into the sector, with brands such as W by Starwood, Edition by Marriot, and Hotel Indigo from InterContinental Hotels Group falling into this category. Lifestyle hotels may be small and intimate but they may also have around 200 rooms, if not more, such as the W Barcelona (473 rooms) and the Andaz in London's Liverpool street (267 rooms) [1].

As customer expectations have evolved into a desire for more authenticity, adaptation and experience of the local culture, so has the concept of lifestyle hotels. By entering the boutique hotel segment, however, chains have been adapting to the sector offering similar product facilities to those offered by independent boutique hotels which aim to be different and individuality. The hotel chains have also been able to tap into this segment and differentiate by creating joint ventures with renowned fashion houses and designer brands such as Bulgari, Missoni and Armani, adding the luxury factor along with design and individuality according to the location of the property and its facilities.

With entrance of the international chains into the boutique hotel market in addition to the already well-established independent boutique hotels and operators, the sector has started to become a more competitive market with future potential for development. With this in mind, the whole boutique experience is becoming an increasingly important factor in order for hotels to be able to differentiate themselves in the market and stand out from the crowd. Although the uniqueness of a property and its facilities, in addition to the exclusivity and

individuality of the hotel are key combinations, quality and personalized service have and will continue to become very significant factors in creating the distinctive overall experience of a boutique hotel [2].

The boutique hotels segment has become main part and is developing nowadays in international tourism. That's why; it gives some properties to take place in world market for Uzbekistan to organize boutique type of hotels. This kind of hotel gives opportunity to take attention of VIP customers. There are several numbers of boutique hotels in Uzbekistan, but not enough. For Uzbekistan's condition, following SWOT analyzes can give general data on creating boutique hotel:

Tourism activities are seasonal in Uzbekistan, especially in spring and autumn. Furthermore, number of travelers is not so many. These factors require that it have to be created boutique hotels in touristic centers. Because, modern boutique hotels have effective features for seasonal tourism. According to the tourism condition in Uzbekistan, during the organizing of boutique hotels followings are important [3]:

- To get more income the tourist centers are suitable place for boutique hotels;
- The architectural style and design of rooms and courtyard of boutique hotels should be unique, cultural and also modern;
- Boutique hotels' architectural style has to be both simple and compulsory oriented. For example, the construction itself maybe some simple, but design and decoration must be styled from oriental elements;
- In Uzbekistan it is enough to construct 10-25 numbers of rooms in boutique hotels;
- It also gives more properties to attract tourists to build small and cozy water pool and garden in boutique hotel;
- Guests of boutique hotel must communicate and talk with each other freely. Due to this, it have to be constructed some facilities;
- It is important for being active to give normal price for each room of boutique hotel.

To summarize, we can say that there developing small and unusual beautiful type of hotels in modern hospitality. Because, today's guests require unique lifestyle. They are choosing cozy and boutique hotels rather than "Life in boxes". Moreover, tourism and hospitality are also developing in Uzbekistan. According to this, it should be created and organized additional and new kind of infrastructure. International experience shows that boutique hotels can be important and effective lodging for future of tourism in Uzbekistan.

References / Список литературы

1. "Tourism essentials" course book. Tukhliev I.S., Amriddinova R.S., Tursunova G.R., Hayitboev R. Tashkent, 2016.
2. Hotel History 101: Boutique Hotels. Official site of HotelChatter. [Electronic resource]. URL: <http://www.hotelchatter.com/story/2006/3/13/115839/107/hotels/> (date of acces: 16.04.2019).
3. Migle Polikeviciute. Boutique hotels evolution. [Electronic resource]. URL: <https://ojs.kauko.lt/> (date of acces: 16.04.2019).
4. The History of Boutique Hotels. – Official site of Bizymoms. [Electronic resource]. URL: <http://www.bizymoms.com/besthotels/boutique-hotel.html/> (date of acces: 16.04.2019).
5. [Electronic resource]. URL: www.uzbektourism.uz – the official web-site of the State Committee of developing the tourism in Uzbekistan/ (date of acces: 16.04.2019).

METHODOLOGICAL TOOLS FOR THE FORMATION OF STRATEGY OF DEVELOPMENT OF THE ORGANIZATION

Dyudyun T.Yu.¹, Shishkin A.V.² (Russian Federation)

Email: Dyudyun241@scientifictext.ru

¹Dyudyun Tatyana Yuryevna - Candidate of Economic Sciences, Associate Professor;

²Shishkin Alexey Vladimirovich – Master's Student,

DEPARTMENT OF STATE CONTROL AND LAW IN THE FIELD OF NATURE,

LAND AND PROPERTY,

MOSCOW UNIVERSITY OF FINANCE AND LAW MFUA

STUPINSKIY BRANCH,

MOSCOW

Abstract: the strategy of the organization is one of the most important tools for its management and development. This article deals with the formation of the strategy of development of the organization, the tools of analysis of the external and internal environment of the organization. The main stages of the process of developing the development strategy of the organization are analyzed. The main problems existing today are designated, and the main ways of their decision through introduction of the new mechanism of formation of strategy of development of the organization are planned.

Keywords: strategy, strategic management, development strategy, strategy formation, marketing analysis, analysis tools, management, organization.

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ ФОРМИРОВАНИЯ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ОРГАНИЗАЦИИ

Дюдюн Т.Ю.¹, Шишкин А.В.² (Российская Федерация)

¹Дюдюн Татьяна Юрьевна – кандидат экономических наук, доцент;

²Шишкин Алексей Владимирович – магистрант,

кафедра государственного контроля и права в сфере природопользования, земли и имущества,

Московский финансово-юридический университет

Ступинский филиал,

г. Москва

Аннотация: стратегия организации является одним из важнейших инструментов для ее управления и развития. В данной статье рассмотрены вопросы формирования стратегии развития организации, представлен инструментарий анализа внешней и внутренней среды организации. Проанализированы основные этапы процесса разработки стратегии развития организации. Обозначены основные проблемы, существующие на сегодняшний день, и намечены основные пути их решения через внедрение нового механизма формирования стратегии развития организации.

Ключевые слова: стратегия, стратегический менеджмент, стратегия развития, формирование стратегии, маркетинговый анализ, инструменты анализа, управление, организация.

УДК 338.1

Стратегия организации – это один из важнейших инструментов для ее управления и развития. Однако развитие современной экономики требует от системы стратегического управления смены приоритетов, необходима их концентрация на факторах внешней среды, с учетом все возрастающей роли государства и влияния единой сети экономических отношений, охватывающих весь мир и предполагающих высшую степень интернационализации.

Условия экономической ситуации в России можно охарактеризовать высокой динамичностью и неопределенностью, а внешние условия, в которых развивается российской экономике, нельзя признать благоприятными. В данной ситуации к организациям предъявляются все более жесткие требования, особенно в части управления. В таких условиях гармоничное развитие компании без наличия четкой стратегии развития становится нереально. При этом, от руководителей требуется разработка стратегии развития с корректировками сложившейся ситуации, и вероятность прогнозов, на которых основываются стратегические решения, должна расти.

К сожалению, в отечественной литературе недостаточно публикаций, посвященных проблемам формирования стратегий развития организаций. И прежде всего это касается организаций, осуществляющих производственную деятельность. Следует подчеркнуть, что практически все методы формирования стратегии организации основываются на анализе ее внутренней и внешней среды. Что неудивительно, так как именно потенциал организации и рыночные условия экономики, в которых она находится, определяет возможные пути развития. Соответственно, такое положение требует совершенствования методологического инструментария формирования стратегии развития организации.

Для успешной деятельности организации, в условиях неопределенного окружения, как показывает мировая практика, целесообразным является проведение маркетингового анализа, позволяющего сделать верный выбор стратегии развития организации.

Маркетинговый анализ – является одним из основных методологических основ принятия стратегических и оперативных маркетинговых управленческих решений в деятельности организации; причем, он один из самых сложных видов маркетинговой деятельности, поскольку всегда содержит в себе элемент предвидения непростого и противоречивого социально-экономического объекта – рынка. Из этого следует, что содержание и формы маркетингового анализа деятельности организации зависят прежде всего от вида рынка, на котором она работает, а также от внешних и внутренних условий, в которых предприятие развивается и которые могут существенно отличаться.

Основным методологическим принципом в организации процессов принятия решений является системный подход к анализу ситуации в маркетинговом менеджменте. Специфика системного подхода предполагает объективную возможность относить ту или иную задачу к компетенции соответствующего уровня управления [1].

Таким образом, системный подход, рациональная последовательность операций при анализе конкретной рыночной ситуации позволят руководству предприятия принять эффективное управленческое решение с минимальной степенью риска.

Стратегическое развитие любой организации предполагает решения определенного ряда проблем, к которым следует отнести:

- формулирование миссий и стратегических целей организации;
- анализ внешней и внутренней среды организации;
- внедрение передовых тенденций в инновационном развитии организации;
- взвешенная и грамотная инвестиционная политика организации, с учетом ее инновационных и инвестиционных рисков;
- разработка стратегий и стратегических планов организации;
- мониторинг и контроль исполнения реализации стратегии организации;
- корректировка стратегии в соответствии с изменениями рыночной среды и т. д.

Решение данных проблем предполагает необходимость прохождения определенных стадий (рис. 1), при этом следует отметить, что для решения проблем применяют различные методологии, инструменты и программные средства.

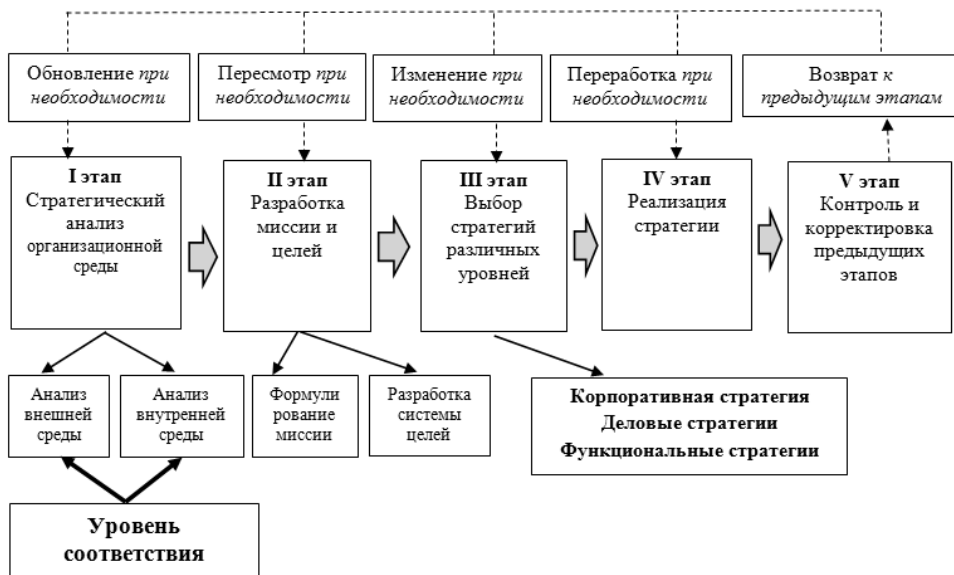


Рис. 1. Основные этапы стратегического развития

Как можно увидеть, каждый из этапов имеет свою смысловую нагрузку. Прежде всего, проводится анализ организационной среды, изучается внутренний потенциал организации и ее внешнее окружение. Данный этап обеспечивает базу для определения миссии и видения бизнеса, а также постановки целей его развития в долго-, средне- и краткосрочной перспективах.

На сегодняшний день, существует множество различных методик и инструментов анализа внешней и внутренней среды организации. Обозначим основные инструменты анализа микросреды: конкурентная матрица М. Портера; матрица товары-рынки И. Ансоффа; матрица БКГ (BCG), SWOT-анализ; при этом, SWOT-анализ по праву считается наиболее широко распространенным, известным и популярным матричным способом изучения внешней и внутренней среды маркетинга. Он предполагает аналитическую проработку сильных и слабых сторон, возможностей и угроз маркетинговой среды [2].

Значимость SWOT-анализа заключается в том, что он является основой для генерирования альтернативных стратегий развития организации. Посредством построения проблемных полей данный вид анализа позволяет сформировать наиболее целесообразную модель рыночного поведения, в наивысшей степени отвечающую как внутреннему потенциалу, так и условиям внешней среды.

Анализ пяти конкурентных сил М. Портера, направлен на выявление и оценку таких внешних факторов, как рыночная власть потребителей и поставщиков, внутриотраслевая конкуренция, угроза появления новых товаров-заменителей и новых рыночных игроков.

Матрица Ансоффа позволяет разделять продукцию и рынки в зависимости от степени неопределенности перспектив продаж товаров или возможностей проникновения данной продукции на конкретный рынок. В качестве базы сравнения она принимает новизну производимых товаров и рынков их сбыта. Матрица Ансоффа «Товар-Рынок» – это наглядное представление деятельности на рынках и четкий выбор маркетинговых стратегий (интенсивного и диверсификационного роста).

Матрица «Рост-доля рынка», разработанная Бостонской консалтинговой группы (штат Массачусетс, США), позволяет организации разделять каждый товар по доле на рынке относительно конкурирующих аналогов и темпов роста продаж.

Анализ внешней (макросреды) осуществляется для оценки внешних факторов, оказывающих влияние на деятельность компании для выявления возможностей и прогнозирования потенциальных угроз. Причем, внешние факторы, в отличие от внутренних, не поддаются контролю со стороны предприятия и принимаются такими как есть. Оценка макросреды позволяет разработать стратегии, которые помогут организации превратить потенциальные угрозы в выгодные возможности.

Основные инструменты анализа внешней среды организации: SWOT-анализ; PEST или STEP анализ. Как было указано ранее, метод SWOT-анализа используется для оценки и внутренних, и внешних факторов окружающей среды. Он позволяет выделить сильные и слабые стороны компании, определить возможности и спрогнозировать угрозы, которые идут из внешней среды.

PEST-анализ внешней среды компании проводится для исследования внешних факторов косвенного влияния [3]. Это такие факторы, как политика, экономика, социум и технологии. Выделяют две вариации этого вида анализа: STEP- и PEST – анализ. Первый вариант используется в странах со стабильной политической системой и развитой экономикой. Поэтому основной упор делается на оценку социальных и технологических факторов. Для стран со слаборазвитой экономикой или с переходной экономикой применяется PEST-анализ. В этом случае особое внимание уделяется оценке экономики и политики.

Следующий этап (определение миссии и целей), состоит из нескольких подпроцессов (процедур):

- определение миссии бизнеса, которая в концентрированной форме представляет собой его основное предназначение, смысл существования;
- установление долгосрочных общих целей на плановый период, согласованных с миссией;
- определение конкретных целей (задач).

Далее, в процессе разработки и выбора стратегии принимается решение по поводу того, как и какими средствами компания будет добиваться достижения поставленных целей. Непосредственно здесь происходит формирование стратегий различного уровня иерархии.

Затем предполагается осуществление всех необходимых организационных процедур и непосредственную реализацию стратегии. Здесь стратегия находит свое воплощение в реальных действиях и процедурах.

Логически завершающим процессом управления стратегического развития выступает стратегический контроль. Он ориентирован на определение степени достижения поставленных целей стратегического развития и оценку его эффективности.

Таким образом, рассмотренный процесс стратегического развития организации, очень трудоемкий и длительный, однако полученные положительные результаты во много раз превзойдут понесенные затраты, т. к. стратегия развития организации будет способствовать более эффективному использованию имеющихся у нее ресурсов и возможностей, а процесс разработки и анализа различных вариантов функционирования организации в различных условиях повысит системность и обоснованность принимаемых управленческих решений.

Сегодня любая стратегия развития организации направлена на изменение состояния одного или нескольких элементов, характеризующих данную компанию:

- продукт (основные параметры продукции/ услуг),
- управление (параметры системы управления организацией, структуры функционирования),
- рынок (внешние условия функционирования организации, место на рынке),
- финансы (финансового и инвестиционное состояние организации).

С точки зрения систем, организация, находящаяся в определенной ситуации, будет характеризоваться значениями показателей данных элементов. Реализация стратегии

развития организации приведет к тому, что она будет переходить из начальной ситуации в новую, которая, в свою очередь, будет характеризоваться новыми значениями данных показателей, по одному либо нескольким элементам.

Таким образом, автор предлагает выделить несколько видов стратегий:

- инновационную (направленную на улучшение продукта),
- внутрифирменную (направленную на повышение эффективности управления),
- рыночную (направленную на изменение положения организации на рынке),
- инвестиционную (направленную на улучшение финансового и инвестиционного состояния) (рис. 2).

Этап	Инновационная	Внутрифирменная	Рыночная	Инвестиционная
1 этап	★			
2 этап		★	★	
...				
n этап				★

Рис. 2. Матрица направлений стратегического развития организации

Графически направления стратегического развития организации представлены в виде матрицы: по горизонтали отмечены 4 основных вида стратегий, по вертикали наименования этапов реализации стратегии, а на пересечении отмечается, какой вид стратегии реализуется на конкретном этапе [4].

Автор добавляет, что стратегию развития необходимо направлять на улучшение сразу нескольких элементов, однако, даже изменение одного элемента приведет к изменению значений показателей и других элементов.

Предполагается, что такой подход позволит упростить и алгоритмизировать процесс стратегического планирования и стратегического выбора организации.

На наш взгляд, данный подход позволит более оперативно вносить изменения в стратегию развития организации с учетом возникших в ходе ее реализации изменений. Разделение на небольшие этапы позволит внести изменения в выходные параметры предыдущего этапа и рассчитать дальнейшие направления развития с учетом этих изменений, одновременно выбрав из них оптимальные.

Подводя итог, можно отметить, что успешное функционирование организации напрямую зависит от формирования и реализации адекватной современным условиям стратегии развития. Применение руководством новаторства в составлении стратегии развития, позволит сформировать уникальный путь движения организации, для максимально эффективного достижения поставленных задач.

Список литературы / References

1. Александрова А.В., Курашова С.А. Стратегический менеджмент: Учебник. М.: Издательство Инфра-М., 2018. 320 с.
2. Купцова Е.В. Бизнес-планирование: Учебник и практикум. М.: Издательство Юрайт, 2019. 435 с.
3. Родионова В.Н. Стратегический менеджмент: Учебное пособие. М.: Издательство РИОР, 2018. 106 с.
4. Хрусталева Б.Б. Теоретические и методические основы формирования стратегии развития предприятия / Хрусталева Б.Б., Демьянова В.С. // Известия Казанского государственного архитектурно-строительного университета, 2012. № 2. С. 261-266.

SPECIFIC FEATURES OF THE MANAGEMENT IN CONSTRUCTION INDUSTRY

Ashurova Z.O. (Republic of Uzbekistan)

Email: Ashurova241@scientifictext.ru

Ashurova Zarina Olimjonovna - Senior Lecturer,
DEPARTMENT OF ECONOMY AND REAL ESTATE MANAGEMENT,
TASHKENT INSTITUTE OF ARCHITECTURE AND ENGINEERING,
TASHKENT, REPUBLIC OF UZBEKISTAN

Abstract: in article is considered the relevance of studying of the management theory, which allows independently to make analytics of external and domestic environments and the following the results of that, to draw up a plan of actions for the development as well as individual enterprise and the State as a whole. Also, here disclosed the characteristic features of the management of manufacturing construction industry, which consist in: higher non - recurrent costs for manufacturing and capital intensity; diversity of manufacturing processes, material consumption and long manufacturing cycle, as well as the uniqueness of the methods of performance, so geolocation of each construction object.

Keywords: construction sector of economy, construction, management in construction, theory of management.

СПЕЦИФИЧЕСКИЕ ЧЕРТЫ МЕНЕДЖМЕНТА СТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ

Ашурова З.О. (Республика Узбекистан)

Ашурова Зарина Олимжоновна – старший преподаватель,
кафедра экономики и управления недвижимостью,
Ташкентский архитектурно-строительный институт, г. Ташкент, Республика Узбекистан

Аннотация: в статье рассмотрена актуальность изучения теории менеджмента, который позволяет самостоятельно вести аналитику внешней и внутренней среды и по итогу составлять план действий для развития как отдельного предприятия, так и государства в целом. Раскрыты характерные особенности менеджмента строительной сферы производства, заключающиеся в: высоких разовых затратах на производство и капиталоемкость; разноплановости производственных процессов, материалоемкости и долгом цикле производства; уникальности каждого строительного объекта как по способу исполнения, так и по геолокации.

Ключевые слова: строительный сектор экономики, строительство, менеджмент в строительстве, теория менеджмента.

УДК 332.012.23

Теория менеджмента в Узбекистане становится все более актуальной отраслью знания, чему послужил ряд факторов. На высокую значимость менеджмента в инвестиционно-строительных комплексах предприятий влияет его непосредственное участие в основных фондах, что является немаловажной частью национального богатства. В государстве в целом менеджмент фигурирует в социально-экономической сфере: валовом внутреннем продукте (ВВП), привлечении инвестиций, трудоустройстве жителей, предоставлении жилья и прочем. Как отдельному предприятию, так и всему государству, функционирующему в среде рыночной экономики, для поддержания конкурентоспособности надлежит самостоятельно вести аналитику внешней и внутренней среды и по итогу составлять план действий для развития.

Теория менеджмента является динамически развивающейся наукой, которая в во многом зависит от изменений в рыночной экономике, макроэкономических процессах, а также от специфики конкретного объекта управления. В определении специфических особенностей менеджмента в строительном секторе экономики, можно выделить следующие аспекты:

1. Строительная продукция в готовом виде отличительна высокими разовыми затратами на её производство и капиталоемкостью. Другими словами, строительная продукция всегда требует внешних инвестиций и её создание невозможно исключительно за счёт капитала предприятия, тогда как в других сферах экономической деятельности (в первичном, вторичном и третичном секторах экономики) полное самообеспечение денежными средствами имеет место быть. Есть на пути привлечения инвестиций несколько вариантов – компания самостоятельно берёт заём или инвестором (заказчиком) становится сторонняя компания иной сферы деятельности (целью здесь является функционирование собственных основных производственных фондов), либо коллективным инвестором (заказчиком) становятся частные лица (как правило, их деньги аккумулируются в одной компании для долевого строительства). В вышеперечисленных случаях, безусловно, на уровень дохода будет влиять добросовестность заказчика, рынок капитала, его устойчивость и прочее [1]. Здесь ярко выражена нестабильность, которая связана с внешними составляющими предприятия.

2. Строительная продукция характерна сложной разноплановостью производственных процессов, материалоемкостью и долгим циклом производства. Вследствие указанного стоимость исходной продукции не является основополагающей, напротив, базовая стоимость обусловлена конструкциями, материалами, и сложным технологическим процессом. Здесь очевидна прямая взаимозависимость внешней экономики и поставщиков и, как итог, возникает высокая степень риска. Многооперационность производственных циклов, объёмные габариты и тяжёлая масса готовой строительной продукции подразумевают эксплуатацию дорогостоящей сложной техники на производстве, отсюда появляется потребность в привлечении этой техники со стороны, а именно с помощью лизинга или договоров аренды. В следующем пункте аргументируется использование именно такого метода, а не приобретение в собственное владение.

3. Как упоминалось выше, изделия весьма массивны, объёмны и поэтому они эксплуатируются на месте, где их установили. Следовательно, у строительного предприятия практически не бывает много объектов. Каждый имеет уникальные свойства по способу исполнения и нахождения на разных локациях. Значит, основополагающие факторы компании должны быть гибкими – по трудовым критериям, средствам производства и предметам труда. Привязка средств производства полным правом владения малоэффективна и неоправданно дорогостояща, в силу специфичности практически всей строительной техники и её редком применении в течение длительного производственного цикла строительной продукции.

Из вышеизложенного можно заключить, что стабильный технологический процесс и устойчивые факторы производства строительного предприятия, имеющего «плавающую структуру», являются взаимообусловленными факторами успеха в бизнесе, как в настоящем, так и в будущем, а обеспечить его могут только эффективные управленческие решения и глубокое знание специфики отрасли.

Список литературы / References

1. Травкина В.А. Управление затратами на предприятиях строительной сферы // Вестник науки и образования, 2018. Т. 1. № 2 (38). С. 52-54.

SMALL BUSINESS AND PRIVATE ENTREPRENEURSHIP IN THE SERVICE SECTOR OF UZBEKISTAN

Allayarov S.F. (Republic of Uzbekistan)

Email: Allayarov241@scientifictext.ru

Allayarov Sardor Frunzeyevich - Researcher,
TOURISM AND ECONOMICS FACULTY,
URGENCH STATE UNIVERSITY, KHOREZM, REPUBLIC OF UZBEKISTAN

Abstract: this article gives information about the importance and the recent development of small business and private entrepreneurship in the service sector of Uzbekistan. Small business and private entrepreneurship play essential role in the GDP (Gross domestic product) and socio-economic development of the countries due to the fact that it is flexible to every one of market conditions or processes. In addition to this, article analyzes current state of small business and private entrepreneurship and opportunities which have been created to enhance service sector efficiently as well as increase its share in the GDP of the country.

Keywords: service sector, small business, private entrepreneurship, economic growth, business entity, credit, program.

МАЛЫЙ БИЗНЕС И ЧАСТНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В СФЕРЕ УСЛУГ УЗБЕКИСТАНА

Аллаяров С.Ф. (Республика Узбекистан)

Аллаяров Сардор Фрунзеевич - научный сотрудник,
факультет туризма и экономики,
Ургенчский государственный университет, г. Хорезм, Республика Узбекистан

Аннотация: эта статья даёт информацию о важности и недавнем развитии малого бизнеса и частного предпринимательства в сфере услуг Узбекистана. Малый бизнес и частное предпринимательство играют существенную роль в ВВП (валовом внутреннем продукте) и социально-экономическом развитии стран в связи с тем, что он является гибким для всех рыночных условий или процессов. В дополнение к этому в статье анализируется текущее состояние малого бизнеса и частного предпринимательства, а также возможности, которые были созданы для эффективного развития сектора услуг, а также увеличения его доли в ВВП страны.

Ключевые слова: сфера услуг, малый бизнес, частное предпринимательство, экономический рост, субъект хозяйствования, кредит, программа.

The economy of the world has been already considered as a service economy due to the fact that the share of service sector in the GDP of the countries is higher than other sectors. Because of innumerable advantages of this sector most countries focus on developing service sector efficiently so as to improve the welfare of the population and provide the employment of the population. So, in Uzbekistan some measures which are directed at the further development of the service sector have been implemented recently.

Particularly, the order of President "The strategies of movements on further development of The Republic of Uzbekistan" highlights issues on "the rapid development of the service sphere, the role and contribution of services in the formation of the gross domestic product, the radical transformation of the services provided, first and foremost, to modern high-tech ones" [1]. As a result of taken steps share of small-sized business, private entrepreneurship and manufacturing products of industry in GDP has changed from 31% to 56.9% and from 12.9% to 45% respectively starting from 2000. Nowadays, 78% of our current workforce is employed in this sector [2].

Today, taking advantages of small business and private entrepreneurship into consideration, more opportunities have been created for business entities to expand their economic activities in Uzbekistan, they are the followings:

- bank loans with lower interest rates are available to start a small business in regions;
- wide opportunities are available for family entrepreneurship, for example, privileged bank loans with 7 percent interest rate;
- empty places are given to younger generation who are ready to run their own business and member of the Youth Union of Uzbekistan;
- small grants are allocated for business entities whose activities are directed at employment of the population;
- free economic zones have been created to attract foreign direct investment to rural areas.

The implementation of comprehensive measures to further improve the business environment provides an opportunity for development and sustainable economic growth of small businesses and private entrepreneurship. In 2000-2016, share of small business in GDP increased from 31.0% to 56.9% (by 25.9 percentage points) (Fig. 1).

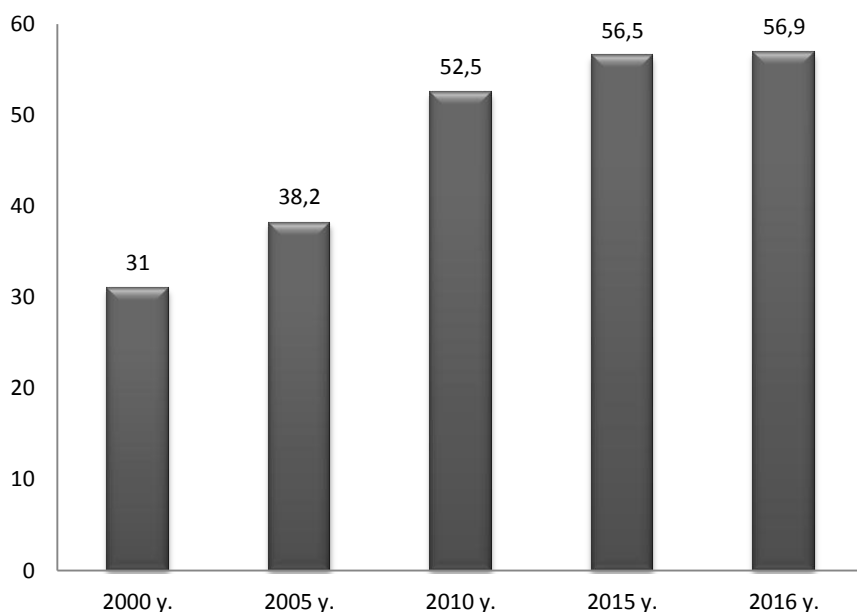


Fig. 1. Share of small business and private entrepreneurship in GDP (in percentage) [3]

The dynamic development of the services sector is due to the expansion of the production of services by small businesses and private entrepreneurs. As part of the implementation of the Program for Development of the Services Sector, significant volumes of preferential credits were granted to business entities for the technological equipment of newly created enterprises for the provision of services. As a result, the share of small business in the total volume of produced market services increased from 53.9 percent to 61.4 percent (fig. 2).

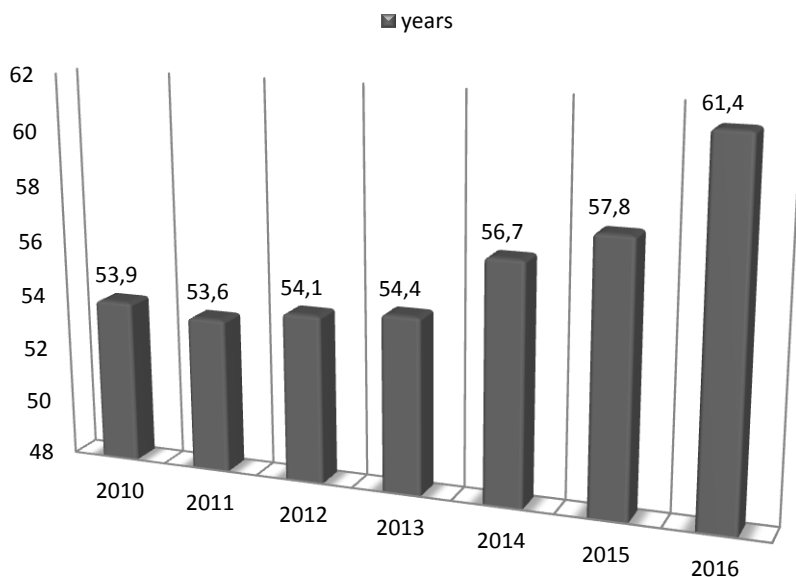


Fig. 2. Share of small business in the services sector in 2010-2016 (in percentage) [3]

In conclusion, the development of small business and private entrepreneurship is one of the important factors to provide employment of population, this, in turn, causes to increase income of the population as well as life conditions of them also improve.

References / Список литературы

1. The order of the President of the Republic of Uzbekistan “The strategies of movement on further development of Uzbekistan”. № 4947, 07.02.2017. [Electronic resource]. URL: www.lex.uz/ (date of acces: 10.04.2019).
2. *Salimov S.Y.*, 2018. The Development of Small Business and Private Entrepreneurship. *Int J Econ Manag Sci* 7: 535. DOI: 10.4172/2162-6359.1000535.
3. [Electronic resource]. URL: www.stat.uz. Official website of the State Committee of the Republic of Uzbekistan on Statistics/ (date of acces: 10.04.2019).

E-BUSINESS: IMPACT AND OPPORTUNITIES

Abazeva M.P. (Russian Federation)

Email: Abazeva241@scientifictext.ru

Abazeva Mariya Pavlovna – SAP expert,
PEPSICO, MOSCOW

Abstract: the main goal of an article is to define what does it mean electronic business. The article includes a different between electronic business and electronic commerce; presents general e-business systems and provides analyze of vendors. The main hypothesis is e-business impacts on all areas of economic, not only individual companies. The article presents in details areas where e-business has already influenced and potential areas in the future. Also the article includes an analyze of e-business opportunities.

Keywords: electronic business, E-business, information systems, E-business tools, E-business impact.

Е-БИЗНЕС: ВЛИЯНИЕ И ВОЗМОЖНОСТИ

Абазьева М.П. (Российская Федерация)

Абазьева Мария Павловна - эксперт SAP,
PepsiCo, г. Москва

Аннотация: цель данной работы - рассмотреть термин, который уже стал частью жизни любой корпорации, - электронный бизнес или Е-бизнес. В статье дано определение и разница между двумя терминами «электронный бизнес» и «электронная коммерция». Представлены основные системы Е-бизнеса, выполнен анализ поставщиков этих систем. Основная гипотеза – электронный бизнес влияет на все сферы экономики, а не только на отдельно взятые компании. В работе подробно представлены направления, где Е-бизнес уже оказал влияние и где потенциально может оказать в будущем. Также в статье рассматриваются возможности Е-бизнеса.

Ключевые слова: электронный бизнес, Е-бизнес, информационные системы, инструменты Е-бизнеса, влияние Е-бизнеса.

Е-бизнес(e-business) или электронный бизнес - термин, который имеет несколько определений и отличается от термина «электронная коммерция».

Согласно определению Луиса Герстнера (ex-директор компании IBM), Е-бизнес это преобразование основных бизнес-процессов при помощи Internet -технологий [5].

По мнению консалтинговой компании Gartner Group, Е-бизнес определяется как непрерывная оптимизация продуктов и услуг организации, а также производственных связей через применение цифровых технологий и использование Интернета в качестве первичного средства коммуникаций.

По своей сути Е-бизнес это разнообразные информационные системы, с помощью которых выполняется автоматизация бизнес-процессов в компании: производственные, логистические, финансовые, маркетинговые, управление клиентами и поставщиками и т.д. Как видно из определения электронная коммерция является частью Е-бизнеса и включает в себя: маркетинг, закупку, оплату и т.д. То есть под электронную коммерцию попадают все те процессы, которые связаны с получением прибыли.

Рассмотрим основные классы систем Е-бизнеса и поставщиков-лидеров этих решений.

ERP (Enterprise Resource Planning)- управление ресурсами предприятия. На 2016 год поставщиком-лидером данного решения в мире является компания SAP (20,3%), далее следует Oracle (13,9%), Microsoft (9,4%) [6].

SCM (Supply Chain Management) —управления цепочками поставок. По состоянию на 2017 год здесь лидером опять же является SAP (26,6%), далее - Oracle (13,7%), JDA (4,4%) [7].

CRM (Customer Relationship Management) — управления взаимодействием с клиентами. По данным 2015 года лидером - поставщиком решения является Salesforce.com (19,7%), далее следует SAP (10,2%), Oracle (7,8%) [4].

Есть и другие решения, которые могут использоваться в Е-бизнесе: HRM (Human Resource Management) —управления персоналом, BI (Business Intelligence) — сбор, анализ и представление бизнес информации и т.д. Они также успешно применяются в ряде компаний.

Компания, основываясь на своих потребностях и уровня информационно-технологической зрелости, самостоятельно решает какие из систем и в какой последовательности должны быть развернуты. Также и другие факторы могут влиять на внедрение определённых информационных продуктов. Например, если компания становится публичной, то, как правило, предполагается что она уже использует ERP-систему.

По нашему мнению, рост Е-бизнеса будет продолжаться. Об этом свидетельствуют как прогнозы различных консалтинговых групп, так и результаты роста рынка в каждом сегменте информационных систем Е-бизнеса. Например, рынок SCM в 2017 вырос на 13,9%.

Какие новые возможности может предоставить Е-бизнес.

На наш взгляд, пока не будет полностью автоматизированы бизнес-процессы, т.е. пока компании не развернут у себя основные инструменты Е-бизнеса слишком больших возможностей ожидать не стоит. Особенно это касается таких рынков как Россия и страны СНГ. Здесь еще не все компании охвачены инструментами Е-бизнеса и тем самым тормозят свое развитие, т.к. не могут интегрироваться со своими поставщиками и клиентами. Также сказывается недостаток знаний у менеджмента: теперь недостаточно иметь только высшее образование, т.к. информационные технологии проникают все глубже в жизнь людей и корпораций, а значит и требуют определенных знаний. То есть менеджмент должен либо получать такое образование в университете, либо повышать свою квалификацию через дополнительное образование.

Сами инструменты Е-бизнеса претерпевают изменения и тем самым оказывают существенное влияние на компании, где они используются. Так многие поставщики ERP постепенно переходят на Web-технологии, продвигают мобильные решения, внедряют интеграцию с такими технологиями как интернет вещей, цифровые двойники, машинное обучение. Все это приводит к тому, что компании начинают пересматривать свои существующие процессы. Например, используя интернет вещей, компании наращивают свою big data, тем самым собирая статистику со своих средств измерения и выстраивая на основе полученных данных различные прогнозы с высокой точностью.

Развертывание новых технологий в самих инструментах Е-бизнеса вынудило расти и рынок труда. Появились запросы на новые вакансии, такие как консультант по электронному бизнесу, финансовый инженер, цифровой маркетолог, специалист по big data и т.д.

Появление запросов на новых специалистов в свою очередь вызвало ответ со стороны образования: стали открываться новые программы для подготовки кадров, были пересмотрены или подготовлены новые образовательные программы.

Компании-поставщики решений для Е-бизнеса получают еще больше возможностей, т.к. уже очевидно что глобальные корпорации переходят к единому

цифровому пространству между странами, где они имеют свои представительства, а значит - спрос на инструменты Е-бизнеса будет расти. Также и государство постепенно переходит в цифровую эру, что тоже открывает новые возможности поставщикам предоставлять свои продукты [1].

Дальнейшее развитие Е-бизнеса заставляет государство быстрее реагировать на изменяющиеся условия в законодательном плане. Принимаются достаточно быстро законы по электронной подписи [2], на рассмотрении у правительства находится несколько проектов по электронному документу, электронным платежам [3].

Таким образом, текущие возможности Е-бизнеса на данный момент еще не исчерпаны, и, тем не менее, с включениями в инструменты Е-бизнеса новых технологий появились новые перспективы для дальнейшего роста. Развитие Е-бизнеса по цепочке запускает развитие в других областях экономики: от информационных технологий до образования. Проблемы в части законодательства, менеджмента, нехватки высококвалифицированных специалистов еще есть, но уже очевидно, что наступает новая эпоха единого цифрового обмена данными и Е-бизнес будет использовать все возможности этого в своих инструментах.

Список литературы / References

1. Буров В., Петров М., Шаров А., Шклярчук М. Государство как платформа. Центр стратегических разработок. 2018 (Апрель). [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.csr.ru/wp-content/uploads/2018/05/GOSUDARSTVO-KAK-PLATFORMA_internet_21.05.2018.pdf/ (дата обращения: 08.05.2019).
2. Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» от 27.07.2006 N 149-ФЗ (последняя редакция). [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61798/ (дата обращения: 05.05.2019).
3. Федеральный закон от 6 апреля 2011 г. N 63-ФЗ «Об электронной подписи» (с изменениями и дополнениями). [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://base.garant.ru/57406739/#ixzz4zRIOu4uG> (дата обращения: 05.05.2019).
4. Columbus L. 2015 Gartner CRM Market Share Analysis Shows Salesforce in the Lead, Growing Faster Than Market. Forbs. [Электронный ресурс], 2016. Режим доступа: <https://www.forbes.com/sites/louiscolombus/2016/05/28/2015-gartner-crm-market-share-analysis-shows-salesforce-in-the-lead-growing-faster-than-market/#2d19ba8b1051/> (дата обращения: 01.05.2019).
5. Gerstner L. Who says Elephants Can't Dance? Inside IBM's Historic Turnaround, 2002. стр.172. ISBN 0-06-052379-4.
6. Panorama consulting solution. Overview of the Top 10 ERP Systems. [Электронный ресурс], 2016. Режим доступа: <https://www.panorama-consulting.com/overview-of-the-top-10-erp-systems/> (дата обращения: 10.05.2019).
7. Tadviser. SCM (мировой рынок). [Электронный ресурс], 2018. Режим доступа: <http://www.tadviser.ru/a/179030/> (дата обращения: 10.05.2019).

THE ANALYSIS OF THE FORMATION OF THE GOLD MINING INDUSTRY IN RUSSIA

Zolotov A.V. (Russian Federation) Email: Zolotov241@scientifictext.ru

*Zolotov Alexander Vladimirovich – post-graduate student,
RUSSIAN STATE UNIVERSITY BY S. ORDZHONIKIDZE (MGRI), MOSCOW*

Abstract: *this scientific article is very relevant for the analysis of the formation of the gold mining industry in Russia and solving the problems of its development. The work will be useful to all those who are interested in this research topic.*

Keywords: *gold, gold mining industry, gold mining, mines, precious metals market, gold standard.*

АНАЛИЗ СТАНОВЛЕНИЯ ЗОЛОТОДОБЫВАЮЩЕЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В РОССИИ Золотов А.В. (Российская Федерация)

*Золотов Александр Владимирович – аспирант,
Российский государственный университет им. С. Орджоникидзе (МГРИ), г. Москва*

Аннотация: *данная научная статья весьма актуальна для анализа становления золотодобывающей промышленности России и решения проблем ее развития. Работа будет полезна всем тем, кто интересуется данной темой исследования.*

Ключевые слова: *золото, золотодобывающая промышленность, золотодобыча, рудники, рынок драгоценных металлов, золотой стандарт.*

Золотодобывающая промышленность России - практически единственный вид добычи полезных ископаемых, который производит драгоценный металл, противостоящий финансовым кризисам, поддерживающий стабильность развития экономики, защищающий от основных рисков и являющийся универсальным средством использования по многим направлениям. Золото играет важную роль в инвестиционных процессах, обладая относительно высокой ликвидностью как актив.

В России добыча золота на государственном уровне началась намного позже других странах: лишь в начале 18 века. Но она достаточно интенсивно стала развиваться благодаря природным богатствам страны и организации его добычи.

Основной особенностью возникновения золотодобывающей промышленности в России (в отличие от других странах) является то, что вначале своего развития золото в нашей стране было найдено в составе комплексных золото-серебряных руд и добывалось попутно, и только потом несколько позднее были открыты и разработаны собственно золоторудные месторождения. Что и определило развитие золотодобычи в России под воздействием различных факторов. И, именно, экономический и политический факторы явились такими главными факторами, под действием которых возникла и развивалась золотодобывающая промышленность.

Розыски золота русскими начались на Урале после 1472 года. Но они не были успешными. В 1486 году царь Иван III обратился к венгерскому королю Матвею Корвину и австрийскому императору Фридриху III с просьбой прислать мастеров, которые бы умели выискивать золотую и серебряную руду. Уже в 1491 году первые иностранные рудоискатели возглавили поисковые работы. Но, несмотря на все усилия и помощь иностранцев, золото на Урале не было обнаружено еще на протяжении двухсот пятидесяти лет.

Первое же золото в России было получено в начале XVIII века после открытия в Сибири в 1689 году знаменитых Нерчинских месторождений серебряных руд, промышленную разработку которых начали в 1704 году. И в 1719 году Иван Мокеев

начал систематическую работу по выделению золота из нерчинских серебряных руд, дав России первое отечественное золото. Он показал пример комплексного использования месторождений минерального сырья.

А при Петре Первом уже стали создаваться организации казенных экспедиций по поиску золотосеребряных руд с привлечением иностранных специалистов. Была разработана и внедрена юридическая база по поиску и добычи золота - Горное Узаконение, которая предусматривала тяжелые наказания и большие штрафы за сокрытие сведения о золотых и иных рудах. В тоже время в Москве был учрежден Приказ Рудокопных дел для развития горнопромышленных промыслов и усиления контроля за их деятельностью. Затем в 1719 году данный Приказ был преобразован в единую Государственную Берг- и Мануфактур- коллегия, которая стала центральным российским органом руководства горнозаводской промышленностью Российской Империи и центральным российским органом управления казенными рудниками.

Для дальнего внедрения и развития петровских реформ и победы в Северной войне (1700-1721 г.г.) в начале XVIII века России требовалось большое количество золотых денег (экономический фактор), поэтому в первую очередь увеличивалась и модернизировалась чеканка золотых монет. В связи с этим, выдвигалось множество политических инициатив по созданию и развитию горного дела. И только отсутствие разведанных собственно золотых месторождений (ресурсный фактор) не давало возможности для создания золотопромышленности. Но создавались горнозаводские районы за Байкалом, на Алтае и Урале, занимающиеся добычей черного металла и меди. Впоследствии там было найдено русское золото, и данные горнозаводские районы стали основой для создания новой отрасли русской промышленности – золотодобычи [1, с. 29]. Кроме того, с 1721 года на Урале стали создаваться горнозаводские школы.

Развитие золотодобывающей промышленности в дореволюционной России условно подразделяется на два этапа, которые оказывали существенное влияние на характер и основные направления функционирования национальной экономики России. Они характеризуются следующими признаками:

1) Первый этап: Попутная добыча - ручные орудия труда.

Развитие золотодобывающей промышленности (ЗДП) в России оставалось слабым до первой трети XVIII века, несмотря на благоприятную экономическую политику правительства. Российское золото добывалось попутно из комплексных золотосеребряных и золотомедных месторождения в Нерчинском крае (с 1704г.), в Забайкалье, на Демидовских Колывано-Воскресенских горных заводах Змеевского рудника на Алтае, на Воицком руднике в Карелии [3, с. 174].

Разработка золоторудных залежей осуществлялась подземным («шахтовым») и открытым («разносками») способами. Развитие горнодобывающей техники шло крайне медленно. На рудниках применяли, прежде всего, ручные орудия: кайла, молоты, буры.

2) Второй этап: Добыча рудного золота - частичная механизация процесса добычи золота – добыча россыпного золота – совершенствование процесса механизации добычи золота – развитие инженерной мысли - государственная поддержка развития отрасли.

Можно сказать, что в истории человечества наступил новый век золота. И началом его следует считать открытие россыпей в России благодаря Льву Брусницыну, который не только успешно вел поиски золота на Урале и в Сибири, но и много сделал для лучшего извлечения мелкого золота. Спустя 10 лет после его открытия месторождения коренного золота на Урале уже действовало более 200 приисков, казенных и частных. Год от года добыча возрастала, принося баснословные доходы, так как затраты составляли лишь пятую часть стоимости металла.

Открытие крупных месторождений способствовало быстрому росту добычи золота, что оно стало единственной основой денежного обращения. Сегодня

драгоценные металлы сохранили денежные функции как в частных накоплениях (средство сбережения и инвестиций), так и в государственных резервах (чрезвычайные мировые деньги), а также при использовании их в качестве средства платежа. И во второй половине XIX века все страны перешли на золотой стандарт, а серебро сошло на скромную роль разменной монеты. Отмена золотого стандарта произошла лишь в 1971 году. Но мировые державы продолжали и продолжают наращивание золотых запасов. Как показало развитие истории человечества, золото – это то единственное, что прошло проверку временем и практикой.

В настоящее время золотодобывающая промышленность год за годом развивается, меняются стандарты работ, улучшаются оборудования и появляются новые месторождения. Россия располагает самыми большими в мире разведанными запасами золота, имея развитую минерально-сырьевую базу. В стране развивается торговля золотом и деятельность биржевой торговли. Объем золота в международных резервах России увеличивается. По итогам 2018 года резервы ЦБ РФ в золоте выросли на 14,89% (+273,715 тонны). По состоянию на 01.01.2019г. запасы золота в золотовалютных резервах России составляли 67,9 миллиона унций золота (2111,93 тонны) [2, 4]. И в начале 2019 года Российская Федерация вышла на пятое место в мире по официально заявленным запасам золота в резервах, обогнав Китай [2, 4].

Несмотря на то, что золотодобывающая промышленность в России развивалась медленнее, чем в других странах, тем не менее, сегодня рынок драгоценных металлов в Российской Федерации можно определить как формирующийся и имеющий значительный потенциал для развития. Расширение круга участников, развитие инструментов финансового рынка на основе драгоценных металлов, повышение активности банковского сектора, формирование спроса институциональных и частных инвесторов будут способствовать его эффективному развитию.

Список литературы / References

1. Данилевский В.В. Русское золото // М.: Металлургиздат, 1959.
 2. Запасы золота в резервах ЦБ РФ // ПРАЙМ ЗОЛОТО-Вестник золотопромышленника: [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://gold.1prime.ru/news/> (дата обращения: 19.05.2019).
 3. Фосс Г.В. Золото. М.: Госгеолтехиздат, 1963.
 4. Центробанк Российской Федерации. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.cbr.ru/> (дата обращения: 19.05.2019).
-

AUTOMATION OF TAX CONTROL

Potapov A.A. (Russian Federation) Email: Potapov241@scientifictext.ru

Potapov Aleksey Aleksandrovich - Master's Student,
DEPARTMENT OF ACCOUNTING, ANALYSIS AND AUDIT, FACULTY OF ECONOMICS,
VOLGOGRAD INSTITUTE OF MANAGEMENT – BRANCH
RUSSIAN ACADEMY OF NATIONAL ECONOMY AND PUBLIC ADMINISTRATION UNDER THE
PRESIDENT OF THE RUSSIAN FEDERATION, VOLGOGRAD

Abstract: this article is devoted to the improvement of the tax administration in the implementation of the tax policy of the Russian Federation for 2018 and the planning period of 2019 and 2020. Modern approaches to the determination of the nature and content of the term «tax administration», revealed his conceptual points. Shows the need for new technologies and mechanisms to improve the tax administration to ensure its mobility and maneuverability. Particular attention is paid to the tax as a technology of tax administration. The features of controlling the application of the tax as part of an overall integrated system of controlling the process of tax administration. A mechanism of implementing the functions of controlling tax from the position of an integrated approach to controlling.

Keywords: tax administration, tax control, efficiency of tax control.

АВТОМАТИЗАЦИЯ НАЛОГОВОГО КОНТРОЛЯ

Потапов А.А. (Российская Федерация)

Потапов Алексей Александрович – студент магистратуры,
кафедра учета, анализа и аудита, факультета экономики,
Волгоградский институт управления – филиал
Российская академия народного хозяйства и государственной службы
при Президенте Российской Федерации, г. Волгоград

Аннотация: данная статья посвящена проблеме совершенствования системы налогового администрирования в рамках реализации налоговой политики Российской Федерации на 2018 год и на плановый период 2019 и 2020 годов. Представлены современные подходы к определению сущности и содержания понятия «налоговое администрирование», выявлены его концептуальные положения. Показана необходимость поиска новых технологий и механизмов совершенствования налогового администрирования, обеспечивающих его мобильность и маневренность. Особое внимание уделено налоговому как технологии налогового администрирования. Рассмотрены особенности применения налогового контроллинга как неотъемлемой части общей системы интегрированного контроллинга в процессе налогового администрирования. Описан механизм реализации функций налогового контроллинга с позиции интегрированного контроллингового подхода.

Ключевые слова: налоговое администрирование, налоговый контроль, эффективность налогового контроля.

Налоговое администрирование в настоящем году должно продолжить держать курс к переходу на «цифровую прозрачность данных». Сегодня налоговые органы знают все о своих налогоплательщиках.

Платформы, которые создаются фискальным органом, для интеграции информационных ресурсов с таможенным органом, банками, ЗАГС, Росфинмониторингом позволяют ФНС применять, изменять методы налогового контроля:

1. непрерывно работать с гигантским массивом данных;
2. совершенствовать налоговый контроль в целом.

С помощью внедрение в контрольную работу налоговых органов инновационных технологий позволило полностью поменять основу налоговых проверок. Эффект от внедрения новых технологий не заставил себя ждать. Также изменения налогового законодательства, поддержки правоохранительных и судебных органов, все это привело к положительному результату.

Планы Федеральной Налоговой Службы в ближайшем будущем — интеграция систем АСК НДС, ККТ и Маркировка, чтобы обеспечить прозрачность, эти системы позволят иметь абсолютную прозрачность рынка на основе достоверной информации о товарообороте в масштабах страны.

Примеры улучшения автоматизации налогового администрирования.

На основании Закона «О государственном контроле (надзоре) и муниципальном контроле в Российской Федерации», который был принят 22 февраля 2018 г. Углубленное изучение данного законопроекта наталкивает на выводы о том, что изменения обязательных проверок раз в три года будет изменено за счет риск-ориентированного подхода. Это приведет не только к увеличению срока между проверками, но и освобождает от проверок тех, кому присвоена низкая категория риска. Бизнесмены получают данные привилегии в случае добросовестного поведения и хорошей истории проверок.

Рискориентированный подход будет поощрять открытость и лояльность контролеров к законопослушному бизнесу.

В 2019 году ФНС продолжит улучшения автоматизации налогового контроля и совершенствование методологии проверок с учетом новых инструментов. Итогом проведенной работы, будет означать обновление реформы налогового контроля. Для этого нужно построить деятельности ФНС России на 2019 год, который будет предусматривать решение следующих задач:

1. Нужно создание единого механизма таможенного и налогового администрирования. Цель данного объединения будет направлена на отслеживание «всю цепочку прохождения товаров — от нахождения на границе до конкретных потребителей». В мае 2018 года данное мероприятие хотели провести, но отказались. По-моему, мнению, это очень важно для нашей страны.

2. Совершенствование АИС «Налог-3». Данное программное обеспечение до сих пор находится в бета-стадии, нужно доработать программное обеспечение системы, улучшить управления рисками до использования при назначении плановых налоговых проверок.

3. Ввод в опытную эксплуатацию программного обеспечения для анализа транзакций и связей налогоплательщиков, а также выявления типовых схем уклонения от налогообложения. Завершение поставленной цели ожидается в 2019 году.

В данный момент, ФНС имеет доступ ко всем платежам, которые проходят через РКЦ Центрального банка. Итогом проделанной работы будет интеграция данных налоговой с данными онлайн-ККТ, это приведет к полному контролю ФНС всей цепочки формирования НДС в России.

Получив данные таможи, банков, онлайн-ККТ и счетов-фактур из налоговых деклараций можно, объединить товарный и денежный оборот.

Так же стоит отметить, что инспекторы должны применить автоматический анализ взаимосвязей для поиска доказательств недобросовестных согласованных действий. Они представляют собой алгоритмы контроля, которые должны сопоставлять законные и незаконные

связи: учредители, руководители и признаки, которые могут говорить о скрываемом взаимодействии и о какой-то подконтрольности:

1. Общий сайт;
2. IP адреса;
3. Общее местонахождение.

Оно должно в точности следовать правилам цифровой трансформации государственного контроля. Камеральная налоговая проверка идет к полному бесконтактному общению с налогоплательщиком. Контрольные соотношения по всем налоговым декларациям будут исключительно математические. А те данные, которые вызывают подозрения, нужно будет передать аналитическому отделу и на выездную проверку.

4. Нужно создать такую систему-сервис для налогоплательщиков на ОСНО с помощью которой, будет доступна бухгалтерская отчетность и сведения о контрагенте:

1. налоговые правонарушения;
2. налоговый режим;
3. среднесписочная численность работников;
4. суммы, уплаченные контрагентами по каждому налогу за год;
5. сумма недоимки по налогам;
6. задолженность по пеням и штрафам.

5. В личном кабинете, желательно бы наблюдать оценки налогоплательщиков по принятым критериям риска. И если мы хотим видеть, каким должен быть добросовестный налогоплательщик, значит в личном кабинете должны быть рекомендации как соответствовать этим критериям. То есть каждый налогоплательщик в своем личном кабинете сможет узнать, что именно налоговики считают «плохим», а что «хорошим». И все это будет интерактивно, через сайт или приложение на вашем телефоне.

6. Автоматическое уведомление налогоплательщиков на ОСНО о возможных нарушениях налогового законодательства.

Список литературы / References

1. *Александров И.М.* Налоги и налогообложение / И.М. Александров. М.: Дашков и К, 2017. 317 с.
 2. Налоговый кодекс Российской Федерации (Части первая и вторая). М.: Юркнига, 2017. 448 с.
 3. Ценообразование и налогообложение / ред. И.К. Салимжанов. М.: Велби, 2017. 424 с.
 4. Почему ФНС знает о бизнесе почти все? [Электронный ресурс] // Бухгалтерия.ру. 2018. Режим доступа: <http://www.buhgalteria.ru/article/n164508?print=Y/> (дата обращения: 20.11.2018).
-

COMPARATIVE ANALYSIS OF METHODS FOR MONITORING AND EVALUATING SMALL BUSINESS IN THE REGION

Mokryakova A.V. (Russian Federation)
Email: Mokryakova241@scientifictext.ru

*Mokryakova Anna Viktorovna – Bachelor,
DIRECTION OF TRAINING: APPLIED INFORMATICS,
VOLGOGRAD STATE UNIVERSITY, VOLGOGRAD*

Abstract: *the article analyzes the methods of monitoring and evaluating small businesses at different levels of state support and small business development with the aim of determining a competitive position that will increase the efficiency of investment in this sector by market structures and financial support from the state, which will allow to form small business specialization on different levels of government regulation, such as federal, regional and local levels, based on the strengths of his activities.*

Keywords: *monitoring, evaluation, small business, analysis, efficiency.*

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ МЕТОДИК МОНИТОРИНГА И ОЦЕНКИ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА РЕГИОНА

Мокрякова А.В. (Российская Федерация)

*Мокрякова Анна Викторовна – бакалавр,
направление подготовки: прикладная информатика,
Волгоградский государственный университет, г. Волгоград*

Аннотация: *в статье анализируются методики мониторинга и оценки малого предпринимательства на разных уровнях государственной поддержки и развития малого предпринимательства с целью определения конкурентной позиции, способствующей повышению эффективности внедрения инвестиций в данный сектор со стороны рыночных структур и финансовой поддержки со стороны государства, что позволит сформировать специализации малого предпринимательства на разных уровнях государственного регулирования на основе сильных сторон его деятельности.*

Ключевые слова: *мониторинг, оценка, малое предпринимательство, анализ, эффективность.*

Одним из главных способов государственного регулирования и поддержки малого бизнеса является использование мониторинга состояния малого предпринимательства.

Мониторинг состояния малого бизнеса можно проводить на разных уровнях государственной поддержки и развития малого предпринимательства, таких как: федеральный, региональный и местный. Основными задачами осуществления мониторинга состояния малого бизнеса на всех уровнях можно считать сбор, подготовку и анализ статистических данных и показателей, отражающих состояние малого предпринимательства.

Федеральный портал малого и среднего предпринимательства выставил «Основные показатели деятельности малых предприятий» по регионам ЮФО, где показан каждый субъект РФ и место, занимаемое им [2].

Таблица 1. Основные показатели деятельности малых предприятий

Субъект РФ	Инвестиции в основной капитал малых предприятий, тыс. руб.	Оборот малых предприятий, тыс. руб.	Средне списочная численность работников (без внешних совместителей) малых предприятий, человек	Средняя численность работников малых предприятий, человек	Количество малых предприятий, шт.
Краснодарский край	0.000	0.000	193 786	208 378	5 923
Астраханская область	0.000	0.000	31 134	33 455	1 226
Волгоградская область	0.000	0.000	95 525	104 763	3 794
Ростовская область	0.000	0.000	169 233	185 278	6 757
Республика Адыгея	0.000	0.000	13 780	14 612	448
Республика Калмыкия	0.000	0.000	4 908	5 141	173

Мониторинг малого предпринимательства имеет целью достижение результата в решении таких задач на федеральном региональном и местном уровне как:

- использование SWOT- анализа (ситуационного анализа) для оценки состояния малого бизнеса;
- количественный анализ состояния малого бизнеса на базе статистических показателей;
- анализ состояния дел в сфере малого бизнеса;
- анализ эффективности совершенствования кредитно-финансовых механизмов и использование финансовых технологий, целью которых является развитие сектора малого бизнеса;
- оценка степени использования в сфере малого предпринимательства опыта применения современных организационно-финансовых и других технологий;
- определение с использованием статистических данных целевых финансовых и натуральных показателей развития и поддержки малого предпринимательства;
- оценка возможных источников и размера денежных ресурсов, способных к привлечению в целях обеспечения государственного регулирования и поддержки малого предпринимательства;
- постоянная оценка состояния малого предпринимательства с использованием признака ведения деятельности;
- обеспечение актуализации отечественного законодательства о малом бизнесе текущим условиям экономической сферы внутри страны, совместно с оценкой их соответствия нормативным актам отечественного законодательства с законодательством стран дальнего и ближнего зарубежья, с целью увеличения внешней конкурентоспособности малого бизнеса

С помощью информации по результатам мониторинга можно отследить взаимосвязь мероприятий на различных уровнях поддержки и регулирования малого бизнеса, в том числе:

- составление рекомендуемых направлений государственной поддержки малого предпринимательства на всех уровнях его регулирования;
- определение основных шагов, необходимых для эффективного создания Программ развития и поддержки малого бизнеса на федеральном, региональном и

местном уровнях и их совокупного координирования в целях увеличения конкурентоспособности малого предпринимательства в рамках его совершенствования;

–своевременное применение корректирующих методик развития малого бизнеса при координации деятельности органов государственной власти на всех уровнях регулирования;

– определение основных направлений повышения эффективности регулирования и поддержки малого предпринимательства на федеральном, региональном и местном уровне.

Содержание мониторинга малого предпринимательства включает в себя:

– институциональный анализ деятельности структур и организаций, необходимых для работы субъектов малого бизнеса;

– факторный анализ финансового механизма совершенствования малого бизнеса по целевым задачам регулирования и поддержки малого бизнеса, с определением уровня значимости и рациональности применения;

– оценка законодательно-нормативной среды малого бизнеса на федеральном, региональном и местном уровне, в разрезе основных экономических видов деятельности.

Основными показателями мониторинга состояния малого бизнеса, с помощью которых можно отследить связь между выбранной стратегией развития и эффективностью его функционирования, определяемой как на основании уровня показателя прибыльности, так и на основании уровня показателя бюджетной эффективности можно считать:

1. Уровень привлекательности рыночных условий развития малого предпринимательства на разных уровнях государственного регулирования.

2. Конкурентоспособность малого предпринимательства на разных уровнях государственного регулирования.

3. Уровень эффективности инвестирования в малое предпринимательство.

4. Оценка источников расходов малого предпринимательства, влияющих на его конкурентоспособность.

5. Оценка текущего изменения конкурентоспособности малого предпринимательства на разных уровнях государственного регулирования.

Мониторинг состояния малого бизнеса имеет целью определение конкурентной позиции, способствующей повышению эффективности внедрения инвестиций в данный сектор со стороны рыночных структур и финансовой поддержки со стороны государства. Это позволяет сформировать специализации малого предпринимательства на разных уровнях государственного регулирования на основе сильных сторон его деятельности.

Предложенный механизм мониторинга может быть дополнен более широким спектром показателей в привязке к конкретному уровню развития малого предпринимательства. Основным преимуществом данного мониторинга обоснованно можно считать его стратегическую направленность, способность определять значения показателей, а также уровень их соподчиненности, взаимосвязь с достижением поставленных целей и задач в рамках государственной стратегии развития экономики.

Список литературы / References

1. Був В.В., Сайдуллаев Ф.С., Шестоперов А.М. Индекс развития малого и среднего предпринимательства в регионах России в 2010 году / В.В. Був, Ф.С. Сайдуллаев, А.М. Шестоперов // Информационно-аналитический доклад // Июль, 2012. С. 15-19.

2. Федеральный портал малого и среднего предпринимательства // электронный ресурс // Режим доступа: http://oldsmb.economy.gov.ru/stat/stat/fsgs2/?year=2017&fo=%D0%AE%D0%A4%D0%9E&c_sort=&c_direction=ASC/ (дата обращения: 16.04.2019).
3. Федеральный закон Российской Федерации «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ// электронный ресурс // Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_52144/ (дата обращения: 16.04.2019).

FUNCTIONS OF THE MANAGEMENT OF TOURIST DESTINATIONS

Mkrtumyan A.A. (Russian Federation)
Email: Mkrtumyan241@scientifictext.ru

*Mkrtumyan Alyona Artyushevna – Student,
DEPARTMENT OF SOCIO-ECONOMIC GEOGRAPHY, GEOINFORMATICS AND TOURISM,
NORTH CAUCASUS FEDERAL UNIVERSITY, STAVROPOL*

Abstract: this article analyzes the management functions of the tourist destination. The main objective of the DMO (Destination management organization) is a business activity that brings together and coordinates the work of various enterprises and similar organizations to develop and implement a tourism product to ensure its optimal quality, competitiveness, sustainability and achieve the best economic effects in the tourism market. Therefore, modern destination management requires a coalition and partnership of many organizations and interest groups, public, private and non-profit, and the main task is to coordinate their actions.

Keywords: tourism, tourist destination, tourist destination management, management functions, destination, sustainable tourism, destination management, competitive advantage, competitiveness, marketing of tourist destinations.

ФУНКЦИИ МЕНЕДЖМЕНТА ТУРИСТСКИХ ДЕСТИНАЦИЙ

Мкртумян А.А. (Российская Федерация)

*Мкртумян Алёна Артюшевна – студент,
кафедра социально-экономической географии, геоинформатики и туризма,
Северо-Кавказский федеральный университет, г. Ставрополь*

Аннотация: в данной статье анализируются функции менеджмента туристской дестинации. Основной задачей DMO (Destination management organization) является бизнес-деятельность, которая объединяет и координирует работу различных предприятий и аналогичных организаций по разработке и реализации туристического продукта для обеспечения его оптимального качества, конкурентоспособности, устойчивости и достижения наилучших экономических эффектов на туристическом рынке. Поэтому современное управление дестинациями требует коалиции и партнерства многих организаций и заинтересованных групп, государственных, частных и некоммерческих и основная задача состоит в координации их действий.

Ключевые слова: туризм, туристская дестинация, менеджмент туристской дестинации, функции менеджмента, дестинация, устойчивый туризм, управление дестинациями, конкурентное преимущество, конкурентоспособность, маркетинг туристских дестинаций.

Управление дестинациями предполагает ряд действий или функций, которые переплетаются и дополняют друг друга. Они могут быть связаны с основными функциями управления или связаны с планированием, организацией, человеческими ресурсами, руководством, контролем и постоянным мониторингом ряда мероприятий, которые проводятся на оперативном уровне.

Основными функциями управления дестинациями являются планирование, организация и контроль, в то время как функция поиска соответствующих человеческих ресурсов и лидерства осуществляется не на общем уровне, а на уровне отдельных субъектов. Однако поощрение образования и обучения персонала на всех уровнях является одной из важных задач руководящего органа дестинации.

Планирование туризма на всех уровнях имеет решающее значение для реализации успешного развития туризма, поскольку он представляет собой постоянный и динамичный процесс, ориентированный на будущее. Планирование управления дестинациями связано с необходимостью сотрудничества различных организаций и правительства, частного сектора, населения, туристических сообществ и других, которые таким образом также включены в процесс планирования. Управление дестинациями требует комплексного подхода, который подразумевает сознательную и запланированную деятельность различных участников с целью проектирования, формирования и направления развития в определенной области. Этот подход учитывает имеющиеся природные потенциалы и объединяет экономические, социальные, пространственные, экологические и инфраструктурные аспекты [3]. Процесс интегрального планирования осуществляется на двух основных уровнях: через этапы стратегического и оперативного планирования [5].

Стратегическое планирование определяет цели и руководящие принципы для оперативной деятельности в туристской дестинации и включает в себя определение миссии и видения, постановку целей и разработку стратегий для достижения этих целей. Оперативное планирование основывается на стратегическом планировании и разрабатывает политику и программы. Также определяются ответственные лица, организации и другие требования для реализации стратегических планов развития дестинации. Каждая такая дестинация должна управлять своим собственным развитием и, соответственно, обеспечивать целостное планирование, которое объединяет: анализ дестинации, видение, миссию и цели, формирование стратегий, план действий, реализацию и контроль установленных мероприятий. Кроме того, его можно отличить от общего планирования развития и маркетинга, поскольку туристская дестинация является сложным явлением, и её развитие должно быть целостно продумано, а также учитывать различные факторы развития и маркетинга. Планирование развития туризма может проводиться на разных территориальных уровнях: международном, межрегиональном и/или межгосударственном, национальном, региональном и местном [5].

Международное планирование проводится на уровне конкретных международных организаций, таких как Всемирная туристская организация (ЮНВТО), которая предоставляет руководящие указания своим членам и правительствам некоторых государств. Межрегиональное / межгосударственное планирование включает в себя два или более государств в отдельных регионах (в основном, приграничных регионах), которые имеют сходные или одинаковые особенности, и они осуществляют планирование отдельных аспектов развития туризма. Планирование на национальном уровне относится к реализации национальных туристических целей и включает подготовку национальных планов развития туризма или генеральных планов. Кроме того, стратегический маркетинговый план включает определение туристической организационной структуры, принятие мер туристической политики, планов, программ, образования и подготовки кадров, определение потенциальных

экономических, экологических и социокультурных влияний развития туризма, а также определение того, как они будут реализованы на национальном уровне. Он также включает краткосрочные стратегии и проекты. Региональное планирование в основном определяется планами на национальном уровне, в то время как местное планирование относится к планированию на уровне конкретного места или туристической зоны [5]. При планировании следует учитывать, что все планы на местном уровне должны совпадать с планами и стратегией развития туризма на региональном и национальном уровнях.

Функцию организации туристской дестинации можно определить как систему соединения, координации и управления различными элементами туристического предложения для оптимальной реализации запланированной стратегии развития дестинации [2]. Кроме того, каждый хозяйствующий субъект имеет свою организационную структуру. Организация по менеджменту дестинаций (DMO) управляет и координирует работу различных субъектов бизнеса, имеющих общие и противоречивые цели и интересы. Туристические организации на уровне дестинации имеют общие функции: маркетинг, исследования и разработки. Эти функции интегрированы и координируются менеджментом дестинации. Для успешного сотрудничества между этими заинтересованными группами имеют решающее значение: государственный сектор, частный сектор, местное население и туристы [5].

Поэтому, организация по менеджменту дестинации может быть организована следующим образом (ЮНВТО):

1. Департамент государственной власти;
2. Партнерство различных субъектов/учреждений государственной автономной власти;
3. Партнерство различных структур/учреждений государственной власти с общим органом управления;
4. Орган государственной власти, обслуживаемый частными компаниями;
5. Ассоциация или компания, финансируемая исключительно из ресурсов частного сектора (партнерство);
6. Государственно-частные партнерства, которые выполняют определенные функции (обычно в форме некоммерческих организаций).

Управление дестинациями может быть организовано в форме компаний (кластеров) [10], которые представляют интересы организаций и их филиалов на туристическом рынке и занимаются планированием и маркетингом, однако не все функции маркетинга выполняются. Цель кластеризации - найти и интегрировать взаимодополняющие предприятия в конкретном регионе. Кластеры в туризме строятся на конкурентных преимуществах в соответствии с принципами партнерских отношений [1].

Учитывая специфику туризма, когда существует более одного поставщика туристических предложений, необходим контроль [4]. Основное внимание уделяется потребителям, которые ожидают оптимальной реализации своих ожиданий. Контроль, который включает в себя мониторинг выполнения планов, осуществляется организацией по менеджменту дестинаций как зонтичной организацией [5]. Основная задача - управлять дестинацией так, чтобы общий достигнутый результат был лучше, чем результаты, которые могли бы были достигнуты, если бы отели и рестораны полагались только на свои усилия [4].

В 2003 году Европейская комиссия опубликовала Руководство по оценке качественных показателей туристических направлений и услуг, в котором были определены термины, необходимые для менеджмента дестинаций. Таким образом, необходимо связать все факторы управления туристскими дестинациями, чтобы в конечном итоге получить ожидаемые выгоды (рис. 1).



Рис. 1. Комплексный продукт туристской дестинации [4]

Информация из окружающей среды указывает на возможность адаптации туристического сектора к глобальным процессам (рынка, ассортимента предложения, местоположения, организационной структуры, культуры, окружающей среды) и их влиянию на определенную дестинацию (возможности и угрозы). Ключевым фактором в этом процессе является определение единой информационной системы, которая будет включать слабые и сильные стороны всех субъектов, прямо или косвенно включенных в предложение на уровне дестинации.

Поэтому задача интегрированного управления качеством заключается в том, чтобы соединить всех участников, которые прямо или косвенно участвуют в формировании содержания и качества туристического продукта в дестинации.

Список литературы / References

1. A Practical Guide for Tourism Destination Management // WTO, 2017. С. 135.
2. Bartoluci M. Upravljanje razvojem turizma i poduzetnistva // Зарепб: Skolska knjiga, 2013.
3. Bosnic I., Tubic D. Role of destination management in strengthening the competitiveness of Croatian Tourism // Econviews, 2014. № 27. С. 153-170.
4. Leiper N. Tourism Management // - Сидней: Pearson Education Australia, 2004. С. 324.
5. Magas D. Destinacijski menadzment – modeli i tehnike: Fakultet za menadzment u turizmu i ugostiteljstvu, 2008.

COMPARATIVE ANALYSIS OF METHODOLOGICAL APPROACHES TO ASSESSING THE QUALITY OF LIFE OF THE POPULATION OF THE REGIONS

Vorobyova Yu.O. (Russian Federation)

Email: Vorobyova241@scientifictext.ru

Vorobyova Yuliya Olegovna – Student,
DEPARTMENT OF APPLIED INFORMATICS AND MATHEMATICAL
VOLGOGRAD STATE UNIVERSITY, VOLGOGRAD

Abstract: the article presents methodological approaches to the development of a system of indicators that allow to assess the quality of life of the population of both regions and the country as a whole. The author conducted a comparative analysis of methodological approaches on a number of criteria, identified the advantages and disadvantages of the approaches. The results of the comparative analysis are presented in the table. Also, on the basis of the analysis, a system of indicators for assessing the quality of life of the population in the regional aspect is developed, it is recommended to rely on the approach proposed by S. Ayvazyan.

Keywords: quality of life, standard of living, well-being.

КОМПАРАТИВНЫЙ АНАЛИЗ МЕТОДИЧЕСКИХ ПОДХОДОВ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ РЕГИОНОВ

Воробьева Ю.О. (Российская Федерация)

Воробьева Юлия Олеговна – студент,
кафедра прикладной информатики и математических методов в экономике,
Волгоградский государственный университет, г. Волгоград

Аннотация: в статье представлены методические подходы к выработке системы индикаторов, которые позволяют оценить качество жизни населения, как регионов, так и страны в целом. Автором проведен компаративный анализ методических подходов по ряду критериев, выявлены достоинства и недостатки рассматриваемых подходов. Результаты компаративного анализа представлены в таблице. Также на основе проведенного анализа разработана система показателей для оценки качества жизни населения в региональном аспекте, рекомендуется опираться на подход, предложенный С.А. Айвазяном.

Ключевые слова: качество жизни населения, уровень жизни, благосостояние.

Российская экономика в Концепции долгосрочного социально-экономического развития на период до 2020 года одной из основных целей определила повышение благосостояния граждан, безопасности, динамического развития экономики [4].

Задачи управления экономическим развитием включают не только количественные измерения показателей, но и аналитические методы оценки интегральных показателей качества жизни. Оценка качества жизни обусловлена необходимостью получения объективной информации о степени удовлетворенности жизненных потребностей населения. Вопросам оценки основных индексов качества жизни населения посвящены исследования как российских авторов и институтов, так и зарубежных.

Однако, во-первых, отсутствует универсальный подход к выбору базовых критериев оценки качества жизни. Во-вторых, при измерении показателей возникают информационные и методологические проблемы: несопоставимость советских,

российских и зарубежных подходов, неприменимость ряда показателей в связи с изменением институциональной среды либо в связи с потерей исторических данных.

Один из наиболее известных методических подходов к оценке уровня и качества жизни – индекс развития человеческого потенциала, разработанная специалистами ООН. Индекс развития человеческого потенциала включает 3 комплексных показателя: долголетие; образование, благосостояние (объем валового внутреннего продукта) [6].

Согласно методике ООН, осуществляется нормирование всех показателей от 0 до 1, затем рассчитывается индекс развития человеческого потенциала как среднеарифметическое трех составляющих:

$$I_{\text{рчп}} = \frac{I_1 + I_2 + I_3}{3}, \quad (1)$$

где I_1 – индекс продолжительности жизни, I_2 – индекс уровня образования, I_3 – индекс ВВП на душу населения.

ИРЧП является универсальным показателем для межстрановых сравнений человеческого развития. В качестве особенности индекса следует отметить уход от экономических категорий при оценке странового развития. Однако данный индекс не дает исчерпывающую характеристику качества жизни ввиду малого обзора показателей.

Ряд специалистов критикуют данный индекс в связи с тем, что при его расчете не учитываются экологические факторы, а также не принимается во внимание нравственное развитие человека. В России данный показатель в последнее время значительно вырос в связи с переходом на двухуровневую систему образования и увеличением продолжительности обучения [5].

Одной из распространенных российских моделей является интегральный индикатор качества жизни, предложенный С. А. Айвазяном. Данный индикатор строится на основе 5 интегральных блоков: качество населения, благосостояние населения, качество социальной сферы, качество экологической ниши, природно-климатические условия [1].

Методика С.А. Айвазяна основывается на свертках частных показателей и методах многокритериального ранжирования категорий качества жизни. Использование мощного математического аппарата – достоинство методического подхода. Факторный анализ позволяет выявить значимые компоненты для ранжирования по уровню качества жизни, выделить группы зависимых характеристик.

Интегральный показатель качества жизни согласно подходу А.П. Егоршина и А.К. Зайцева образуют 4 индикатора: финансово-экономический, медико-экологический, материального и духовного благосостояния. Расчет показателя качества жизни осуществляется по методике, базирующейся на определении весовых коэффициентов групп показателей путем экспертных оценок и использующей балльный метод и теорию классификации [3].

В результате исследования учеными была выявлена корреляционно-регрессионная зависимость между макропоказателем ВРП, уровнем доходов населения и интегральным показателем качества жизни, что, безусловно, является достоинством данного подхода. Данный вывод подтверждает теорию о том, что стратегическое направление повышения качества жизни оказывает влияние на экономическое развитие территории.

Другая методика измерения качества жизни населения предложена в 2005 г. в программе «Европейские сетевые индикаторы социального качества». В основе методического подхода лежит расчет 24 индикаторов, которые систематизированы по областям: финансы, обеспечение жильем и окружающая среда, здоровье и медицинские услуги, работа, образование.

По мнению авторов, методика позволяет адекватно оценить эффективность государственной политики в европейских странах, непосредственно влияющую на

динамику качества жизни. Недостатками подхода можно признать те факты, что, во-первых, за пределами внимания остаются демографические характеристики и качество организации досуга, а, во-вторых, ряд индикаторов не применим для оценки в российских условиях в силу существенных различий институциональной среды. Например, доля людей, обеспеченных медицинским страхованием в России, не отражает содержания, которое вкладывается в него зарубежными учеными ввиду того, что наличие страховки в нашей стране не гарантирует доступ к квалифицированной медицинской помощи [2].

Следует отметить наличие методик оценки уровня и качества жизни, разработанных на уровне субъектов. «Методика оценки уровня и качества жизни населения Ярославской области» предполагает объективную оценку (с помощью индексов) и субъективную оценку (с помощью матрицы). Количественная оценка формируется на основе статистических показателей и результатов социологических опросов населения.

Аспекты качества жизни соответствуют частным индексам: качество населения, возможности жизнеобеспечения, уровень экономического благосостояния, развития социальной сферы, уровень безопасности жизнедеятельности.

Данный методический подход является универсальным, поскольку составляющие показатели охватывают все сферы жизнедеятельности, в частности даже оценку уровня культуры. Однако, региональная методика не нашла длительного практического применения и была преобразована в концепцию социально-экономического развития Ярославской области.

В настоящее время на федеральном уровне государственного управления принят ряд нормативных документов, направленных на оценку эффективности деятельности федеральных, региональных и муниципальных органов власти, отождествляемую с качеством жизни населения. Одним из первых федеральных документов, формирующих нормативно-правовую базу в данной области, стал Указ Президента В. Путина от 21 августа 2012 г. № 1199 «Об оценке эффективности деятельности органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации», которым был принят перечень из 12 показателей для оценки эффективности деятельности органов исполнительной власти регионов.

Индексы методики охватывают подобласти: финансовые ресурсы, экономическая ситуация, обеспеченность населения жильем, качество образования и деятельности органов исполнительной власти, что позволяет поверхностно оценить сферы социально-экономической жизнедеятельности. Совершенствование федерального методического подхода позволит более точно охарактеризовать эффективность деятельности органов исполнительной власти и качество жизни регионов.

Наиболее частыми критериями для оценки качества жизни являются следующие характеристики: продолжительность жизни, среднедушевой денежный доход, уровень безработицы, обеспеченность населения жилой площадью, экологическое состояние, количество преступлений. При выборе индикаторов для оценки качества жизни не следует ориентироваться только на часто встречающиеся показатели, но и включить в анализ недооцененные переменные, которые могут оказаться значимыми.

Обобщенный сравнительный анализ методических подходов к оценке качества жизни населения представлен в Таблице. На основании проведенного анализа сформирована система показателей качества жизни. Структура индекса качества жизни приведена на рисунке 1.



Рисунок 1. Структура индекса качества жизни населения (сост. авт.)

Таким образом, предлагается при разработке модели качества жизни населения, при формировании системы показателей опираться на подход, предложенный С.А. Айвазяном, а в качестве инструмента построения модели предлагается использовать нейросетевые технологии.

Таблица 1. Сравнительный анализ методических подходов к оценке качества жизни населения

Методика Критерий	Индекс развития человеческого потенциала ИРЧП (методика ООН) 1990 г.	Оценка категорий качества жизни населения на примере Самарской области (С.А. Айвазян)	Оценка эффективности деятельности органов исполнительной власти субъектов РФ (методика Правительства РФ) 2012 г.
Количество	4 показателя	115 показателей	12 показателей
Сферы оценки	3 блока: 1) долголетие (ожидаемая продолжительность жизни), 2) уровень образования (грамотность и коэффициент охвата образованием), 3) уровень жизни (ВВП)	5 блоков: 1) Качество населения; 2)Благосостояние населения; 3) Качество социальной сферы; 4) Качество экологической ниши; 5) Природно-климатические условия	Оценка финансовых ресурсов, экономической ситуации, обеспеченности населения жильем, оценка качества образования и деятельности органов исполнительной власти
Применяемый метод	Нормирование показателей минимаксным методом, расчет их среднего арифметического значения, ранжирование стран	Отбор априорных показателей, мультиколлинеарность, метод парных корреляций. Многокритериальное ранжирование, факторный анализ	Частные показатели определяются как сумма ранжированного индекса среднего темпа роста показателя и ранжированного индекса среднего объема показателя, с весовыми коэффициентами

Методика Критерий	Индекс развития человеческого потенциала ИРЧП (методика ООН) 1990 г.	Оценка категорий качества жизни населения на примере Самарской области (С.А. Айвазян)	Оценка эффективности деятельности органов исполнительной власти субъектов РФ (методика Правительства РФ) 2012 г.
Построение интегрального показателя	Среднее арифметическое составляющих	Метод замены векторного критерия скалярным критерием (линейная свертка)	Сумма средних арифметических групп показателей, умноженных на фиксированный коэффициент
Достоинства	Универсальный показатель для межстрановых сравнений человеческого развития; уход от экономических категорий при оценке странового развития	Применение мощного математического аппарата, расчет структуры связей между большим количеством показателей	Индексы методики позволяют поверхностно оценить подобласти социально-экономической жизнедеятельности человека
Недостатки	Методика не дает исчерпывающую характеристику качества жизни ввиду малого обзора показателей; социальный аспект качества жизни ограничивается образовательным уровнем населения	Большой перечень показателей, расчет по официальным данным органов государственной статистики, отсутствует учет субъективных факторов в формировании интегральных индексов	Недостаточно индексов в каждой подобласти. Показатели, заявленные в указе, но не включенные в методику, способны более полно охарактеризовать деятельность органов исполнительной власти и качество жизни
Методика Критерий	Расчет интегрального показателя качества жизни А. П. Егоршину и А. К. Зайцеву	Методика расчета индикаторов социального качества	Региональная методика оценки качества жизни в Ярославской области
Количество показателей	70 показателей	24 индикатора	39 показателей
Сферы оценки	4 интегральных индикатора: 1) финансово-экономический; 2) медико-экологический; 3) материального благосостояния; 4) духовного благосостояния	Индикаторы сгруппированы в 5 подобластей: финансы, обеспечение жильем и окружающая среда, здоровье, попечительство и работа, образование	5 индексов: 1) качество населения; 2) возможности жизнеобеспечения; 3) уровень экономического благосостояния; 4) уровень развития социальной сферы; 5) уровень безопасности
Применяемый метод	Методом экспертных оценок определены весовые коэффициенты групп показателей качества жизни. В основе методики расчета показателей лежит балльный метод	Объективный подход: социальное качество определяется через параметры объективных условий и процессов жизнедеятельности людей	Агрегирование частных индексов с учетом весовых коэффициентов для расчета индексов, сравнение оценок с помощью матрицы (объективная – субъективная) и определение поля качества жизни: благосостояние, диссонанс, адаптация, лишение

Методика Критерий	Индекс развития человеческого потенциала ИРЧП (методика ООН) 1990 г.	Оценка категорий качества жизни населения на примере Самарской области (С.А. Айвазян)	Оценка эффективности деятельности органов исполнительной власти субъектов РФ (методика Правительства РФ) 2012 г.
Способ построения интегрального показателя	Отношение суммы частных показателей к сумме весовых коэффициентов	-	Средняя геометрическая величина из частных индексов
Достоинства	Выявлена корреляционно-регрессионная зависимость между макропоказателем ВРП и интегральным показателем качества жизни	Методика позволяет адекватно оценить эффективность государственной социальной политики в европейских странах	Универсальная методика, показатели которой охватывают все сферы жизнедеятельности, в частности, даже оценку уровня культуры
Недостатки	Интегральный показатель качества жизни рассматривается как механизм эффективного управления	Не учитывает демографические показатели и качество организации досуга; недостаточно факторов, составляющих экономическую компоненту; ряд индикаторов не применим для оценки в российских условиях в силу отличий институциональной среды	Методика не нашла практического применения

Список литературы / References

1. Айвазян С.А. Анализ качества и образа жизни населения: эконометрический подход: монография / С. А. Айвазян. М.: Наука, 2012. 432 с.
2. Буянова М.Э. Методы оценки результативности социальной политики региональных органов власти: препринт / М.Э. Буянова, Ю.В. Тимофеев; Гос. образоват. учреждение высш. проф. Образования «Волгогр. гос. ун-т». Волгоград: Изд-во ВолГУ, 2010. 28 с.
3. Егоршин А.П. Качество жизни населения региона / А.П. Егоршин // Народонаселение, 2005. № 1. С. 14-27.
4. Распоряжение Правительства РФ от 17.11.2008 N 1662-р (ред. от 10.02.2017) «О Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года» (вместе с «Концепцией долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года») [Электронный ресурс]. Справочно-правовая система «Консультант Плюс». Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_82134/ (дата обращения: 10.05.2019).
5. Сухарев О.С. Методология и возможности экономической науки: монография / О.С. Сухарев. М: Курс: ИНФРА-М, 2013. 360 с.
6. Human Development Report 1990. Published for the United Nations Development Programme. [Электронный ресурс], 1990. Режим доступа: http://hdr.undp.org/sites/default/files/reports/219/hdr_1990_en_complete_nostats.pdf/ (дата обращения: 10.05.2019).

THE ECONOMIC SECURITY OF SCIENCE-INTENSIVE ENTERPRISES

Kalmykova V.V. (Russian Federation)

Email: Kalmykova241@scientifictext.ru

*Kalmykova Valeria Viktorovna – Student,
DEPARTMENT OF APPLIED ECONOMICS,
MISSION CONTROL CENTER,
PEOPLES' FRIENDSHIP UNIVERSITY OF RUSSIA, MOSCOW*

Abstract: *this article describes the definition of economic security of high-tech enterprises, identifies the main features of the branches of high-tech complex, presents the objectives of economic security of high-tech enterprises.*

The purpose of this article is to consider the essence and concept of high-tech enterprise and its economic security.

The materials of the article are of practical value for managers and specialists involved in the management of economic security of enterprises, knowledge-intensive industries of high-tech industries.

Keywords: *science-intensive enterprises, science-intensive, economic security of the enterprise, management of economic security.*

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ НАУКОЁМКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Калмыкова В.В. (Российская Федерация)

*Калмыкова Валерия Викторовна – студент,
кафедра прикладной экономики,
Центр управления полетами,
Российский университет дружбы народов, г. Москва*

Аннотация: *в данной статье раскрыто определение экономической безопасности наукоёмкого предприятия, определены основные особенности отраслей наукоёмкого комплекса, представлены цели экономической безопасности наукоёмкого предприятия.*

Целью данной статьи является рассмотрение сущности и понятия наукоёмкого предприятия и его экономической безопасности.

Материалы статьи представляют практическую ценность для руководителей и специалистов, занимающихся управлением экономической безопасностью предприятий, наукоёмких производств высокотехнологичных отраслей промышленности.

Ключевые слова: *наукоёмкие предприятия, наукоёмкость, экономическая безопасность предприятия, управление экономической безопасностью.*

Существенным движением в сторону прогресса экономики и роста общественного состояния является развитие наукоёмких предприятий. Их значимость обуславливается тем, что определяет развитие государства, а также его положение на мировой арене. Из этого следует, что экономическая безопасность наукоёмких предприятий (далее ЭБНП) — это актуальная тема, требующая пристального внимания экспертов, исследователей, учёных.

Под ЭБНП подразумевают защищенность его кадрового, научно-технологического, технического и производственного потенциала от прямых и косвенных экономических угроз. [2, с. 342]

Отличительные особенности отраслей наукоёмкого комплекса, которые определяют экономическое развитие, можно определить как:

1. опережающие в 3-4 раза темпы роста по сравнению с другими отраслями хозяйства;
2. более высокая доля добавленной стоимости в конечной продукции;
3. высокая оплата труда работающих;
4. большие объемы экспорта, а также инновационный потенциал, которые обслуживает как собственную отрасль, так и смежные с ней.

Наукоёмкость возможно оценивать как с точки зрения количественных показателей, так и качественных. Данное понятие рассматривается со стороны качественного показателя как величина научной обеспеченности и применения в процессах предприятия инжиниринговых, научно-исследовательских, опытно-конструкторских разработок и изобретений. С другой стороны, количественного изменения, наукоёмкость определяют как относительный показатель, выражающий один или несколько видов пропорций:

А) Количества занятых в научно-технической деятельности, обслуживании наукоёмких предприятий к общему персоналу, занятого в отрасли;

Б) Издержек на НИОКР (за разностью стоимостного выражения других отраслей) и величины товарной или валовой продукции;

В) Затрат, которые направлены на проекты научно-технической области, другие разработки и цен на услуги, продукцию;

Г) Численности работников, которые заняты научной деятельностью, к численности всех работников, которые заняты в отрасли, на предприятии, в производстве;

Д) Величина издержек на науку, т.е. производства и научно-технической деятельности, которые приходятся на ед. продукции.

Увеличение воздействия инновационных и научно-технических факторов на экономическую динамику возможно объяснить не только применением хозяйствующих субъектов, включая государство, возможностей современной науки в достижении высокого уровня конкурентоспособности, устойчивости экономики, национальной безопасности, но и переходом национальных экономик на развитие инновационного типа, путём внимания к созданию эффективного высокотехнологического комплекса.

Главная цель менеджмента ЭБНП – поддержание его эффективного функционирования в долгосрочной перспективе в заданных условиях [1, с. 861].

К другим целям ЭБНП относят:

- реализация функционального анализа уровня экономической безопасности
- краткосрочное, среднесрочное и долгосрочное планирование финансово-хозяйственной деятельности
- развитие необходимых корпоративных ресурсов

Для предприятий наукоёмких отраслей анализ экономической безопасности обретает особую значимость за счёт того, что их потенциал является одним из основных стабилизирующих факторов антикризисного развития, поддержкой экономического роста и гарантом независимости и безопасности страны.

Таким образом, реализация защищённости экономической безопасности наукоёмкого предприятия, произведённое за счет устранения рисков, обеспечения инновационного прогресса, положительным образом отразится не только на самом предприятии, но и окажет значительное влияние на оздоровлении экономики всей страны в целом.

Список литературы / References

1. *Марсагишвили Т.Г.* Применение принципа достаточности капитала при формировании системы оценки потенциала развития коммерческих структур // Российское предпринимательство. [Электронный ресурс], 2017. № 5. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/primenenie-printsipa-dostatocnosti-kapitala-pri-formirovanii-sistemy-otsenki-potentsiala-razvitiya-kommercheskih-struktur> (дата обращения: 25.05.2019).
2. *Самочкин В.Н., Барахов В.И.* Экономическая безопасность промышленных предприятий // Известия ТулГУ. Экономические и юридические науки. [Электронный ресурс], 2014. № 3-1. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekonomicheskaya-bezopasnost-promyshlennyh-predpriyatiy> (дата обращения: 25.05.2019).

ANALYSIS OF THE COMPETITIVENESS OF FAMILY AND NON-FAMILY BUSINESSES

Zvereva P.A. (Russian Federation) Email: Zvereva241@scientifictext.ru

*Zvereva Polina Andreevna – Student,
EDUCATIONAL PROGRAM: ECONOMICS,
ST. PETERSBURG SCHOOL OF ECONOMICS AND MANAGEMENT,
NATIONAL RESEARCH UNIVERSITY HIGHER SCHOOL OF ECONOMICS, ST. PETERSBURG*

Abstract: *family companies have a special place in the economy of each country, increasing the number of jobs and GDP. However, at present time there are a small number of works devoted to the study of this type of business, its advantages and differences from non-family companies. Most studies contain conflicting results or superficial reasoning. Using the BEEPS database – a survey of firms containing 23,132 completed interviews in 41 countries, an analysis of the impact of the type of business on investment activity (one of the key performance indicators of the company) was conducted. The sample was divided into groups according to the level of family of enterprises: family-owned firms with a high level of ownership, family-owned firms with a low level of ownership and non-family firms. The results of the study showed that the family type of business has a positive effect on investment activity. However, when companies were divided into family levels, it turned out that, companies with a high degree of family ownership invest less than with a low one.*

Keywords: *family business, investment activity.*

АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СЕМЕЙНОГО И НЕСЕМЕЙНОГО БИЗНЕСОВ

Зверева П.А. (Российская Федерация)

*Зверева Полина Андреевна – студент,
образовательная программа: экономика,
Санкт-Петербургская школа экономики и менеджмента,
Национальный исследовательский университет Высшая школа экономики,
г. Санкт-Петербург*

Аннотация: *семейные компании занимают особое место в экономике каждой страны, увеличивая количество рабочих мест и ВВП. Однако, в настоящее время существует малое число работ, посвященных изучению данного типа бизнеса, его преимуществ и отличий от несемейных компаний. Большинство исследований*

содержат противоречивые результаты или поверхностные рассуждения. Используя базу данных BEEPS – опрос фирм, содержащий 23132 заполненных интервью по 41 стране, был проведен анализ влияния типа бизнеса на инвестиционную активность (одного из ключевых показателей эффективности компании). Выборка была разделена на группы по уровню семейности предприятий: семейные фирмы с высоким уровнем собственности, семейные фирмы с низким уровнем собственности и несемейные фирмы. Результаты исследования показали, что семейный тип бизнеса положительно влияет на инвестиционную активность. Однако, при делении компаний на уровни семейности, выяснилось, что при высокой степени семейного владения компании инвестируют меньше, чем при низкой.

Ключевые слова: семейный бизнес, инвестиционная активность.

1. Введение

Семейные предприятия подтверждают свою экономическую значимость на протяжении всей истории. Они являются одними из самых долго существующих и наиболее распространенных учреждений в мире [4]. Около 76% из 8000 ведущих компаний в Великобритании находятся в семейной собственности [10]. Исследователи нашли аналогичные статистические данные о семейных фирмах по всему миру. Преобладание данного типа бизнеса и его влияние на ВВП страны невозможно оставить незамеченным. Данные утверждения подтверждаются созданием 40-50% рабочих мест во многих странах мира, более того, 85% начинающих компаний основываются на семейные деньги. Оценки показывают, что семейные предприятия составляют от 70 до 95% всех хозяйствующих субъектов. Хотя статистические данные не являются достаточно полными и определение семейного бизнеса вызывает большое количество споров и разногласий, многие исследования, проведенные в разных странах, подтвердили важность этих предприятий для национальной экономики. Несколько исследований показали, что семейный бизнес становится центральной силой, стимулирующей экономику в развивающихся странах [7]. Несомненная важность более глубокого изучения особенностей семейного бизнеса контрастирует с малым количеством исследований в этой области, как за рубежом, так и в России. Следует отметить, что существует всего несколько работ, в которых рассматривается влияние типа бизнеса (семейного или несемейного) на инвестиционную активность, которая является одним из ключевых показателей эффективности и работоспособности компании. Данное исследование будет способствовать повышению осведомленности владельцев-основателей предприятий на пути к развитию их бизнес-процессов и передаче необходимых знаний и компетенции для следующих поколений, а также решению управленческих вопросов, связанных с выбором типа ведения бизнеса. Результаты работы также будут актуальны для инвесторов, заинтересованных в качественном выборе компаний. Таким образом, данное исследование вносит свой вклад в литературу о семейном бизнесе и его инвестиционной политике, предлагая практические выводы и намечая перспективные направления будущих исследований.

2. Обзор литературы

Достаточное количество противоречивых исследований о разности семейного и несемейного типа бизнесов зачастую фокусируются либо на общем сравнении ключевых характеристик, либо относительно конкретного показателя. В данной работе анализ конкурентоспособности семейных и несемейных организаций будет происходить на примере показателя инвестиционной активности. Данный выбор обусловлен тем, что инвестиционная активность является основным критерием оценки экономического роста предприятия, представляя собой совокупность экономических отношений, которые отражают эффективность процессов формирования и использования собственного и заемного капиталов для достижения стратегических целей развития. Инвестиционная активность, являясь экономической

категорией и важным экономическим показателем, оказывает существенное влияние на качественные и количественные характеристики деятельности предприятия [2]. Еще одной важной причиной выбора данного показателя стала новизна исследования. Очень малое количество работ, как в отечественной литературе, так и за рубежом, было посвящено сравнению разных типов бизнесов относительно их инвестиционной политики за единичными исключениями, результаты которых приведены ниже и взяты за основу данного исследования. В одном из российских исследований автор Д.А. Волков выясняет степень инвестиционных ожиданий и инвестиционных целей владельцев семейного бизнеса. Для анализа данных была составлена выборка из 32 предприятий, реализующих концепцию семейного бизнеса. Отбор осуществлялся с помощью интервью, далее исследование проводилось методом анкетирования владельцев и топ-менеджеров компаний. Результаты показали, что только для 37% опрошенных компаний инвестиционной целью является рост и развитие, тогда как 15,6% стремятся сохранить свое богатство, 12, 5% рассматривают инвестиции только в целях защиты от инфляции и 50% выбирают в качестве своей основной инвестиционной цели вариант “сбалансированный подход”. Инвестиционные ожидания владельцев семейного бизнеса сложно назвать высокими – в качестве приемлемого уровня доходности инвестиций руководители отмечают 5 – 10% (12,5 % респондентов), 10 – 20% (46,8%), 20 – 50% (37,5%), 50 – 100% (3,13%). Автор также отмечает, что предприниматели в своем большинстве склонны принимать решения в пользу простых и прозрачных инвестиций (недвижимость, прямая покупка акций), не рискуя выбирать более сложные инвестиционные стратегии [1]. Другое исследование, проведенное в Тайване, основывается на выявлении связи между присутствием семьи в управлении компании и корпоративной инвестиционной политикой. В работе выделены два показателя, которые потенциально могут привести к различиям в инвестиционной политике между семейными фирмами и несемейными фирмами: отказ от риска владельцами семейной фирмы и их реальные возможности инвестирования. Результаты показывают, что семейные фирмы выделяют значительно больше ресурсов на общую инвестиционную деятельность и проекты НИОКР, чем несемейные фирмы. Анализ данных выявляет, что семейные фирмы получают больше патентов на исследования и разработки, чем несемейные. Предполагается, что активный контроль членов семьи, занимающих руководящие должности в компании, может объяснить более высокую эффективность НИОКР в фирмах такого типа управления [5]. Абсолютно противоположные результаты в свою очередь были получены Д. Диегес-Сото, исследовавшим роль, которую играет интенсивность вложений в НИОКР в фирмах семейного управления. Результаты показывают, что увеличение расходов на НИОКР в семейных фирмах негативно влияет на эффективность компании [8]. Наиболее значимой для исследования стала работа Д. Т. Коннелли об инвестиционной политике семейных фирм в Таиланде. Автор убежден, что тип собственности фирмы может оказать существенное влияние на инвестиционную политику компании. Данное влияние рассматривается на примере рыночной ситуации в Таиланде. В фирме, управляемой семьей, владельцы часто вкладывают большую часть своего достатка в компанию. Их собственные деньги находятся в зоне риска. Таким образом, они не будут принимать решения, которые могут нанести ущерб. Например, если владельцы семейных фирм переинвестируют, принимая в работу проекты с отрицательным NPV, они уменьшают стоимость компании и, как следствие, свое собственное благосостояние. В свою очередь, менеджеры в фирмах с низким уровнем семейного владения могут практически не владеть компанией. Менеджеры в этих фирмах могут быть склонны к риску и предпочитают инвестировать малую долю средств или не инвестировать вообще, чтобы уменьшить изменчивость прибыли и повысить уровень занятости. Однако, менеджеры могут также решить переинвестировать и пользоваться частными преимуществами контроля. Для них последствия от принятия того или иного решения будут незначительными. Именно по причине этих различий выборка в данном

исследовании делится на фирмы с высокой семейной собственностью и фирмы с низкой семейной собственностью. Результаты показывают, что компании с высокой долей семейного владения имеют инвестиционные коэффициенты, которые в среднем выше, чем инвестиционные отношения компаний с низким уровнем семейного владения [6].

3. Методология и база данных

3.1. База данных

Европейский банк реконструкции и развития совместно с Всемирным банком проводят исследование деловой среды и результатов деятельности предприятий (Business Environment and Enterprise Performance Survey). BEEPS – это опрос фирм, основанный на личных интервью с менеджерами. Он проверяет качество бизнес-среды и содержит 23 132 заполненных интервью по 41 стране на территории Восточной Европы, Центральной Азии, Ближнего Востока и Северной Африки. Тип данных: кросс-секционные. Наблюдения существуют по разным показателям для множества фирм, но для нашей работы подходят только данные опроса 2005 года.

3.2. Переменные

В предыдущих исследованиях, посвященных инвестиционной политике семейных компаний, в качестве зависимой переменной были выбраны: долгосрочные инвестиции, измеряемые суммой расходов на НИОКР и капитальных затрат, общий объем инвестиций фирмы, коэффициент капитальных вложений к основным средствам и коэффициент капитальных вложений к денежному потоку [5]. В данном исследовании инвестиционная активность будет определяться как сумма средств, потраченных на НИОКР, маркетинг и основные средства, то есть все траты компании, направленные на её дальнейшее развитие.

3.3. Деление на группы по уровню семейности

В исследовании инвестиционной активности семейных фирм в Таиланде, описанном ранее, выборка делится на фирмы с высокой семейной собственностью и фирмы с низкой семейной собственностью. Обозначение высокой семейной собственности установлено на уровне 25 процентов акций, находящихся в обращении, так как это порог для контроля в соответствии с законодательством Таиланда. Поскольку семейное владение так широко распространено среди тайских фирм, невозможно было создать группу, в которую не входили бы фирмы, имеющие хотя бы некоторый уровень семейного владения [6].

В нашу выборку входят компании, функционирующие на территории разных стран мира. Модифицируя работу Д. Т. Коннелли, деление компаний будет происходить на три группы: семейные фирмы с высоким уровнем собственности, семейные фирмы с низким уровнем собственности и несемейные фирмы. Варианты учета семейной собственности:

- Q.4a

Самый крупный держатель акций – семья.

- $Q.4a + Q.4a * Q.4b$

Самый крупный держатель акций – семья. Высокая степень семейности, если индивид или член семьи является менеджером/директором. Низкая в ином случае.

- $Q.4a + Q.4a * Q.3a (>50)$

Самый крупный держатель акций – семья. Высокая степень семейности, если больше 50% акций принадлежит семье. Низкая в ином случае.

- $Q.4a + Q.4a * Q.3a (>30) + Q.4a * Q.3a (>50)$

Самый крупный держатель акций – семья. Высокая степень семейности, если больше 60% акций принадлежит семье. Средняя, если от 30% до 59%. Низкая, если меньше 29%.

3.4. Модель

В общем виде модель, используемая в исследовании, выглядит следующим образом:

$$\begin{aligned} Invest \sim family + I(family * family_high) + age + noProfit + debt_workCap + \\ debt_newInvest + growthSales + growthMatInp + growthAsset + totalSales + \\ export + abroad + (industry) + country + size \quad (1) \end{aligned}$$

С помощью указанной модели и её вариаций в нашем исследовании проверяются следующие гипотезы:

1. Семейность положительно влияет на инвестиционную активность;
2. В странах СНГ инвестиционная активность ниже, чем в остальных странах из выборки;
3. В инновационных индустриях выше инвестиционная активность;
4. Компании в высокодоходных странах проявляют большую инвестиционную активность;
5. Семейность по-разному влияет на инвестиционную активность в зависимости от размера фирмы (от числа работающих в ней человек в нашем случае).

4. Эмпирическое исследование

4.1. Описательные статистики

В Таблице 1 представлена описательная статистика по используемым количественным переменным. Видим, что возраст компаний в выборке варьируется от 4 до 180 лет. Примерно в 12% компаний главный держатель акций – семья. Более половины всех компаний ведут свою деятельность в и инновационной отрасли. Около 23% всех фирм ведут свою деятельность на территории стран СНГ. Также 45% фирм нашей выборки находятся в странах с высоким уровнем дохода. Заметно, что размер трат на НИОКР, основные средства и маркетинг имеет очень сильный разброс. Например, средний показатель средств, потраченных на НИОКР – 24 000 евро, тогда как максимальное указанное значение превышает это число в 84 раза.

Таблица 1. Описательная статистика

Переменная	Число непустых строк	Среднее	Медиана	Минимум	Максимум	Стандартное отклонение	% пропусков
family	8398	0,1185	0	0	1	0,3232	0,69%
family_high1	8398	0,1053	0	0	1	0,3069	0,69%
family_high50	8456	0,0837	0	0	1	0,2770	0,00%
family_mid30	8456	0,0830	0	0	1	0,2759	0,00%
family_high60	8456	0,0229	0	0	1	0,1497	0,00%
age	8445	15,8063	10	4	180	16,6914	0,13%
noProfit	8456	0,1715	0	0	1	0,3769	0,00%
equipment	6497	62,1344	10	0	2 000	190,5332	23,17%
RandD	6372	24,1835	0	0	2 000	129,8800	24,65%
marketing	6424	57,6599	2	0	4 000	268,8924	24,03%
debt_workCap	8456	20,1275	0	0	100	31,8156	0,00%
debt_newInvest	8456	17,2019	0	0	100	32,7641	0,00%
growthSales	8186	21,8555	15	0	100	24,5235	3,19%
growthExp	8297	4,7904	0	0	100	16,8486	1,88%
growthAsset	8155	12,6741	0	0	100	23,5118	3,56%
growthMatInp	8216	16,0910	10	0	100	23,1999	2,84%
totalSales	7459	3 851,8440	376	0	100 000	12 364,6300	11,79%
export	8419	0,2390	0	0	1	0,4265	0,44%
abroad	8399	0,0598	0	0	1	0,2371	0,67%
size_big	8456	0,1732	0	0	1	0,3785	0,00%
invest	8456	141,2272	10	0	95 000	1 358,4460	0,00%
l_invest	8456	2,3539	2	0	11	2,1495	0,00%
l_RandD	6372	0,5923	0	0	8	1,5408	24,65%
l_equipment	6497	2,3021	2	0	8	1,9141	23,17%
l_marketing	6424	1,5770	1	0	8	1,9290	24,03%
l_totalSales	7459	6,1594	6	0	12	1,9695	11,79%
countryCIS	8456	0,2333	0	0	1	0,4230	0,00%
countryHighRev	8456	0,4486	0	0	1	0,4974	0,00%
industryInnovat	8456	0,5482	1	0	1	0,4977	0,00%

Также мы используем качественные переменные, среди которых: «Индустрия», «Страна», «Размер». По каждой из категорий в наших данных достаточно

наблюдений для качественной оценки коэффициентов. Более подробное описание качественных переменных представлено в *Таблице 2* и *Таблице 3*.

Таблица 2. Средние показатели по индустриям

Регрессоры	Производство	Транспорт, хранение, связь (Логистика)	Опт, розница, ремонт	Отели и рестораны	Недвижимость, аренда и бизнес-услуги	Строительство
family	0,118480591	0,118480591	0,118480591	0,118480591	0,118480591	0,118480591
family_high1	0,105263158	0,105263158	0,105263158	0,105263158	0,105263158	0,105263158
family_high50	0,083727531	0,083727531	0,083727531	0,083727531	0,083727531	0,083727531
family_mid30	0,083017975	0,083017975	0,083017975	0,083017975	0,083017975	0,083017975
family_high60	0,022942289	0,022942289	0,022942289	0,022942289	0,022942289	0,022942289
age	15,8062759	15,8062759	15,8062759	15,8062759	15,8062759	15,8062759
noProfit	0,171475875	0,171475875	0,171475875	0,171475875	0,171475875	0,171475875
equipment	62,13436971	62,13436971	62,13436971	62,13436971	62,13436971	62,13436971
RandD	24,18345888	24,18345888	24,18345888	24,18345888	24,18345888	24,18345888
marketing	57,65986924	57,65986924	57,65986924	57,65986924	57,65986924	57,65986924
debt_workCap	20,12748344	20,12748344	20,12748344	20,12748344	20,12748344	20,12748344
debt_newInvest	17,2018685	17,2018685	17,2018685	17,2018685	17,2018685	17,2018685
growthSales	21,85548497	21,85548497	21,85548497	21,85548497	21,85548497	21,85548497
growthExp	4,790406171	4,790406171	4,790406171	4,790406171	4,790406171	4,790406171
growthAsset	12,67406499	12,67406499	12,67406499	12,67406499	12,67406499	12,67406499
growthMatInp	16,09104187	16,09104187	16,09104187	16,09104187	16,09104187	16,09104187
totalSales	3851,843545	3851,843545	3851,843545	3851,843545	3851,843545	3851,843545
export	0,238983252	0,238983252	0,238983252	0,238983252	0,238983252	0,238983252
abroad	0,05976902	0,05976902	0,05976902	0,05976902	0,05976902	0,05976902
size_big	0,173249763	0,173249763	0,173249763	0,173249763	0,173249763	0,173249763
invest	141,227176	141,227176	141,227176	141,227176	141,227176	141,227176
l_invest	2,353887615	2,353887615	2,353887615	2,353887615	2,353887615	2,353887615
l_RandD	0,592270991	0,592270991	0,592270991	0,592270991	0,592270991	0,592270991
l_equipment	2,302066712	2,302066712	2,302066712	2,302066712	2,302066712	2,302066712
l_marketing	1,576958597	1,576958597	1,576958597	1,576958597	1,576958597	1,576958597
l_totalSales	6,159400344	6,159400344	6,159400344	6,159400344	6,159400344	6,159400344
countryUSSR	0,317762535	0,317762535	0,317762535	0,317762535	0,317762535	0,317762535
countryCIS	0,233325449	0,233325449	0,233325449	0,233325449	0,233325449	0,233325449
countryHighRev	0,448557237	0,448557237	0,448557237	0,448557237	0,448557237	0,448557237
industryInnovat	0,548249763	0,548249763	0,548249763	0,548249763	0,548249763	0,548249763

Из таблицы видно, что наибольшее число семейных компаний выбирают отрасль, связанную со сферой услуг, а именно ресторанный и гостиничный бизнесы. Это наблюдение подтверждается результатами предыдущих исследований, где отмечается, что семейные компании чаще всего задействованы в сезонных отраслях, таких как туризм, гостиничное дело, сельское хозяйство и др. [9].

Самые высокие средние показатели инвестиций выявлены у промышленной отрасли, строительной и транспортной. Важно отметить, что промышленную и транспортную отрасли чаще всего относят к высокоинновационным. Количество больших компаний (где работает более 100 человек) также преобладает в этих отраслях. Высокие средние показатели инвестиций и размера компаний вполне логичны. В работе Д.Т. Коннелли ранее отмечалось, что размер фирмы будет положительно связан с инвестиционной политикой, поскольку более крупные фирмы с большей вероятностью будут иметь более высокие потребности в инвестициях [6].

Таблица 3. Соотношение семейных и несемейных компаний в странах

Страна	Всего компаний	Кол-во семейных компаний	Доля семейных компаний	Членство в СНГ	Расположение страны	Уровень дохода в стране*
Болгария	300	39	0,13		Восточная Европа	Низкий
Албания	204	46	0,23		Южная Европа	Низкий
Хорватия	236	24	0,11		Южная Европа	Высокий
Беларусь	325	25	0,08	СНГ	Восточная Европа	Низкий
Грузия	200	22	0,11	СНГ	Ближний Восток	Низкий
Таджикистан	200	7	0,04	СНГ	Центральная Азия	Низкий
Турция	557	135	0,24		Ближний Восток	Низкий
Украина	594	45	0,08		Восточная Европа	Низкий
Узбекистан	300	3	0,01	СНГ	Центральная Азия	Низкий
Россия	601	29	0,05	СНГ	Восточная Европа	Низкий
Польша	975	129	0,13		Восточная Европа	Высокий
Румыния	600	15	0,03		Восточная Европа	Низкий
Казахстан	585	17	0,03	СНГ	Центральная Азия	Низкий
Молдавия	350	20	0,06	СНГ	Восточная Европа	Низкий
Босния и Герцеговина	200	16	0,09		Южная Европа	Низкий
Азербайджан	350	14	0,04	СНГ	Ближний Восток	Низкий
Македония	200	29	0,15		Восточная Европа	Низкий
Армения	351	42	0,12	СНГ	Ближний Восток	Низкий
Киргизстан	202	8	0,04	СНГ	Центральная Азия	Низкий
Эстония	219	10	0,05		Восточная Европа	Высокий
Чехия	343	22	0,06		Восточная Европа	Высокий
Венгрия	610	92	0,15		Восточная Европа	Высокий
Латвия	205	10	0,05		Восточная Европа	Высокий
Литва	205	25	0,12		Восточная Европа	Высокий
Словакия	220	9	0,04		Восточная Европа	Высокий
Словения	223	24	0,11		Южная Европа	Высокий
Испания	606	141	0,23		Западная Европа	Высокий
Ирландия	501	169	0,34		Западная Европа	Высокий
Сербия	300	26	0,09		Южная Европа	Низкий

*Информация была взята с аналитического портала: <https://gtmarket.ru/ratings/rating-countries-gni/rating-countries-gni-info>.

В Таблице 3 можно увидеть, что в нашей выборке представлены наблюдения по 29 странам, большая часть которых расположена в Восточной Европе. Также присутствуют все страны бывшего СССР. Наибольшая доля семейных компаний наблюдается в Ирландии (34%), Турции (24%), Албании (23%) и Испании (23%). Интересно, что каждая из упомянутых стран является членом Европейского Союза. Среди стран, отличившихся наименьшей долей присутствия семейных компаний: Узбекистан (1%), Казахстан (3%), Румыния (3%), Таджикистан (4%), Азербайджан (4%), Киргизстан (4%). Важно отметить, что 5/6 перечисленных стран ранее являлись членами СССР и на данный момент входят в СНГ. Также все страны с маленькой долей семейных компаний отличаются низким уровнем дохода.

4.3. Выбор моделей

Как упоминалось ранее, в работе рассматривались 4 варианта деления фирм на семейные и несемейные:

- Q.4a
- Q.4a + Q.4a*Q.4b
- Q.4a + Q.4a*Q.3a (>50)
- Q.4a + Q.4a*Q.3a (>30) + Q.4a*Q.3a (>50)

Были рассмотрены все 4 способа, но самыми удачными, на наш взгляд, оказались 2 и 3 способа. Далее для проверки каждой гипотезы будет построена пара моделей, из которых в первой семейность задается способом 2, а во второй – способом 3.

Для проверки гипотезы о влиянии семейности на инвестиции построим базовую Модель (1). Контролировать страну фирмы будем, используя переменную countryHighRev, определяющую уровень дохода в стране (Модели 1 – 2 в *Таблице 4*).

Вторую гипотезу проверим на этой же модели, применяя вместо countryHighRev переменную countryCIS, определяющую членство в СНГ (Модели 5 – 6 в *Таблице 4*).

Гипотезу о том, что в инновационных индустриях выше инвестиционная активность, проверим, используя базовую модель с countryHighRev и модернизацией в виде использования вместо факторной переменной индустрии (industry) бинарную переменную, отвечающую за инновационность индустрии – industryInnovat (Модели 3 – 4 в *Таблице 4*).

Гипотезу о том, что в высокодоходных странах инвестиционная активность компаний больше, проверим по коэффициенту перед countryHighRev в моделях.

Последнюю гипотезу о связи семейности и размера фирмы проверим, построив базовую модель с модернизацией в виде использования вместо размера фирмы size бинарной переменной size_big, которая = 1, если в компании работает больше 100 человек. Эту переменную перекрестим с family и family_high (Модели 7 – 8 *Таблицы 4*).

Таблица 4. Модели

Переменная	Модель 1	Модель 2	Модель 3	Модель 4	Модель 5	Модель 6	Модель 7	Модель 8
Константа	- 2,2575** * (0,0000)	- 2,2538** * (0,0000)	- 2,2293** * (0,0000)	- 2,2245** * (0,0000)	- 2,2374** * (0,0000)	-2,233*** (0,0000)	- 2,3973** * (0,0000)	-2,391*** (0,0000)
family	0,3061** (0,0211)	0,2800** * (0,0014)	0,2916** (0,0286)	0,2742** * (0,0018)	0,3194** (0,0164)	0,2875** * (0,0011)	0,3632** (0,0157)	0,3131*** (0,0009)
I(family * family_high1)	-0,2650* (0,0586)		-0,2561* (0,0688)		-0,2699* (0,0548)		-0,3439** (0,0286)	
I(family * family_high1 * size_big)							0,3411 (0,3600)	
I(family * family_high50)		- 0,2903** * (0,0041)		- 0,2917** * (0,0041)		- 0,2882** * (0,0045)		- 0,3541*** (0,001)
I(family * family_high50 * size_big)								0,4613 (0,1652)
I(family * size_big)							-0,3536 (0,2692)	-0,3621 (0,1478)
size_big							0,3056** * (0,0000)	0,3113*** (0,0000)
age	-0,0007 (0,4744)	-0,0007 (0,476)	-0,0006 (0,5447)	-0,0006 (0,5469)	-0,0009 (0,3639)	-0,0009 (0,3646)	-0,0007 (0,463)	-0,0007 (0,4893)
noProfit	- 0,5911** * (0,0000)	- 0,5914** * (0,0000)	- 0,5758** * (0,0000)	- 0,5760** * (0,0000)	- 0,6012** * (0,0000)	- 0,6016** * (0,0000)	- 0,5828** * (0,0000)	- 0,5826*** (0,0000)
debt_workCap	-0,0009 (0,1267)	-0,0008 (0,1508)	-0,0013** (0,0308)	-0,0012** (0,0386)	-0,0009 (0,1273)	-0,0008 (0,1516)	-0,0009 (0,1207)	-0,0009 (0,1414)
debt_newInvest	0,0055** * (0,0000)	0,0055** * (0,0000)	0,0057** * (0,0000)	0,0057** * (0,0000)	0,0058** * (0,0000)	0,0057** * (0,0000)	0,0055** * (0,0000)	0,0055*** (0,0000)
growthSales	0,0014 (0,1558)	0,0014 (0,1451)	0,0017* (0,0915)	0,0017* (0,0842)	0,0010 (0,3298)	0,0010 (0,3127)	0,0012 (0,2089)	0,0013 (0,2021)

Переменная	Модель 1	Модель 2	Модель 3	Модель 4	Модель 5	Модель 6	Модель 7	Модель 8
growthMatInp	-0,0012 (0,2476)	-0,0013 (0,2303)	-0,0021** (0,0494)	-0,0021** (0,0444)	-0,0011 (0,2933)	-0,0012 (0,2745)	-0,0010 (0,3589)	-0,0010 (0,3319)
growthAsset	0,0093** * (0,0000)	0,0093** * (0,0000)	0,0096** * (0,0000)	0,0096** * (0,0000)	0,0091** * (0,0000)	0,0091** * (0,0000)	0,0093** * (0,0000)	0,0093*** (0,0000)
l_totalSales	0,6955** * (0,0000)	0,6947** * (0,0000)	0,6727** * (0,0000)	0,672*** (0,0000)	0,7282** * (0,0000)	0,7275** * (0,0000)	0,7505** * (0,0000)	0,7491*** (0,0000)
export	0,1704** * (0,0001)	0,1687** * (0,0001)	0,1681** * (0,0001)	0,1665** * (0,0001)	0,1731** * (0,0001)	0,1713** * (0,0001)	0,1740** * (0,0000)	0,1721*** (0,0001)
abroad	0,1661** (0,0225)	0,1623** (0,0257)	0,1714** (0,0190)	0,1676** (0,0218)	0,1721** (0,0184)	0,1683** (0,0211)	0,1709** (0,0187)	0,1690** (0,0200)
industryConstr uction	-0,1381** (0,0152)	-0,1385** (0,0148)			-0,1386** (0,015)	-0,1391** (0,0147)	-0,1466** (0,01)	- 0,1478*** (0,0094)
industryHotels_ restaurants	0,2658** * (0,0001)	0,2648** * (0,0002)			0,2724** * (0,0001)	0,2714** * (0,0001)	0,2622** * (0,0002)	0,2614*** (0,0002)
industryOthers	0,1329* (0,0616)	0,1336* (0,0601)			0,1329* (0,0625)	0,1336* (0,0612)	0,1448** (0,0419)	0,1447** (0,0419)
industryReal_e state_renting_b usiness_servic es	0,1220** (0,0419)	0,1232** (0,0399)			0,1440** (0,0165)	0,1452** (0,0155)	0,1083* (0,0712)	0,1091* (0,069)
industryTransp ort_and_comm unication	0,1316* (0,0549)	0,1345** (0,0496)			0,1422** (0,0384)	0,1452** (0,0345)	0,1231* (0,0726)	0,1234* (0,072)
industryWholes ale_retail_repa ir	- 0,2124** * (0,0000)	- 0,2104** * (0,0000)			- 0,2341** * (0,0000)	- 0,2322** * (0,0000)	- 0,2572** * (0,0000)	- 0,2558*** (0,0000)
countryHighRe v	0,2555** * (0,0000)	0,2568** * (0,0000)	0,3037** * (0,0000)	0,3049** * (0,0000)			0,1638** * (0,0000)	0,1666*** (0,0000)
size2	0,1936** * (0,0000)	0,1924** * (0,0000)	0,2308** * (0,0000)	0,2292** * (0,0000)	0,1193** * (0,0076)	0,1179** * (0,0084)		
size3	0,3431** * (0,0000)	0,3398** * (0,0000)	0,4105** * (0,0000)	0,4066** * (0,0000)	0,2369** * (0,0006)	0,2334** * (0,0008)		
size4	0,5362** * (0,0000)	0,5366** * (0,0000)	0,6189** * (0,0000)	0,6186** * (0,0000)	0,3999** * (0,0000)	0,4000** * (0,0000)		
size5	0,6294** * (0,0000)	0,6329** * (0,0000)	0,7387** * (0,0000)	0,7416** * (0,0000)	0,4678** * (0,0000)	0,4709** * (0,0000)		
size6	0,7053** * (0,0000)	0,7115** * (0,0000)	0,8315** * (0,0000)	0,8372** * (0,0000)	0,5142** * (0,0000)	0,5200** * (0,0000)		
industryInnovat			0,0812** (0,0154)	0,0805** (0,0163)				
countryCIS					- 0,1271** * (0,0044)	- 0,1283** * (0,0041)		

В ходе построения регрессионных моделей и при выборе спецификации мы руководствовались различными тестами: Тест Рамсея, РЕ-тест, J-тест, F-тест, Тест Чоу.

По итогам тестов мы исключили мультиколлинеарность, оставив лишь некоррелирующие регрессоры во всех моделях. А также решили оставить под логарифмом зависимую переменную (*invest*) и регрессор *totalSales*. Тест Рамсея показывал пограничные значения статистики, что может говорить о пропуске важных регрессоров в моделях, где *p-value* в тесте Рамсея меньше 0.01 (то есть где на уровне значимости 0.01 отвергается нулевая гипотеза о значимости коэффициентов перед степенями регрессоров). Но так как коэффициенты устойчивы, мы решили оставить модели в представленном виде.

Также мы проверили коэффициенты на устойчивость, разделив выборку на 2 части и построив модели на каждой из частей. В первом случае мы делили выбор по принадлежности индустрии к инновационным, во втором – по принадлежности страны к высокодоходным. В обоих случаях коэффициенты при всех значимых регрессорах остались при своих знаках, менялись лишь несколько по модулю, что говорит об устойчивости коэффициентов. Значимость коэффициентов также практически не падала.

6. Выводы:

Результатами проделанной работы стало подтверждение существования положительного влияния типа бизнеса «семейный» на инвестиционную активность компании. Однако, при делении компаний на уровни семейности, выяснилось, что при высокой степени семейного владения компании инвестируют меньше, чем при низкой. Это может объясняться тем, что при слишком большой степени вовлеченности семьи в управление организацией издержки, свойственные семейному бизнесу, оказывают большее влияние. Помимо этого, руководители фирм с высоким уровнем семейной собственности могут вести более консервативную и менее рискованную политику инвестирования именно потому, что эффективность компании напрямую связана с их благосостоянием.

Другим результатом стало подтверждение более низкой степени инвестиционной активности среди стран СНГ. Интересно, что именно в этих странах отмечалась низкая доля присутствия семейных компаний. Данный результат может послужить объяснением малого количества отечественной литературы на тему семейного бизнеса и противоречивых выводов в имеющихся источниках. Положительно влияет расположение компании в стране с высоким доходом на инвестиционную активность. Важно отметить, что все страны с низким уровнем дохода отличаются маленькой долей семейных компаний в стране. Также подтвердилось предположение о том, что инновационные компании инвестируют больше. Последняя гипотеза о связи семейности и размера фирмы требует более глубокого исследования, так как результаты оказались незначимы.

5. Заключение

Вопрос различия семейных и несемейных организаций является достаточно актуальной темой для исследования. Анализируя литературу, посвященную данному вопросу, выяснилось, что большинство работ предлагают противоречивые результаты или поверхностные исследования. В этой статье рассматривался вопрос разности семейного и несемейного бизнесов на примере инвестиционной активности. За основу было взято исследование Д.Т. Коннелли об инвестиционной политике семейных компаний в Тайване. На примере данного исследования в нашей работе происходило деление фирм на несколько уровней семейности. Результатом стало подтверждение того, что семейные компании обладают более высокой инвестиционной активностью, чем несемейные. Важно отметить, при делении компаний на уровни семейной собственности выяснилось, что фирмы с высокой степенью семейности инвестируют меньше, чем фирмы с низкой. Полученные результаты несколько отличаются от выводов опорного исследования, однако, это можно объяснить выбором собственных

критериев определения степени семейности организации и выборки, состоящей из множества разных стран.

Результаты проделанной работы предполагают дальнейшее, более глубокое, изучение отличий семейного типа бизнеса от несемейного на примере других возможных показателей и способов выбора семейных компаний и их разделения на уровни семейности.

Список литературы / References

1. Волков Д.А. Инвестиционные ожидания основателей семейного бизнеса в РФ: адаптация модели жизненного цикла семейного бизнеса // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки, 2012. № 6. С. 140–144.
 2. Плужников В.Г. и др. Анализ существующих методов оценки инвестиционной активности предприятия // Экономический анализ: теория и практика, 2015. № 2 (401). С. 2–10.
 3. Шполянская А.А. Высокотехнологичные отрасли: определение и условия развития // Молодой ученый, 2015. № 22. С. 518–522.
 4. Astrachan J.H. Commentary on the special issue: The emergence of a field. Journal of Business Venturing, 2003. Vol. 18, №5. Pp. 567–573.
 5. Chen I.J., Wang D.K. Real option, idiosyncratic risk, and corporate investment: Evidence from Taiwan family firms. Pacific-Basin Finance Journal, 2018. Vol. 49. Pp. 1–16.
 6. Connelly J.T. Investment policy at family firms: evidence from Thailand. Journal of Economics and Business, 2016. Vol. 83. Pp. 91–122.
 7. Debarliev S., Janeska-Iliev A. Family business characteristics and differences: Some insights from the developing countries. Challenges of Europe: International Conference Proceedings, 2015. Pp. 39–60.
 8. Diequez-Soto J. et al. A study of the moderating influence of R&D intensity on the family management-firm performance relationship: Evidence from Spanish private manufacturing firms. BRQ Business Research Quarterly, 2019. Vol. 22. № 2, P. 105–18.
 9. Gallo M., Tapies J., Cappuyns K. Comparison of family and nonfamily business: Financial logic and personal preferences. Family Business Review, 2004. Vol. 17. № 4, Pp. 303 – 318.
 10. Gallo M., Vilaseca A. A financial perspective on structure, conduct, and performance in the family firms: An empirical study. Family Business Review, 1998. Vol. 11. № 1. Pp. 35–47.
-

LEGAL REGULATION OF ECONOMIC RELATIONS IN RUSSIA

Tumasyan A.V. (Russian Federation)

Email: Tumasyan241@scientifictext.ru

*Tumasyan Anna Viktorovna – Undergraduate,
DIRECTION: CIVIL LAW AND PROCEDURE,
DEPARTMENT OF CIVIL LAW AND PROCEDURE,
INSTITUTE OF SERVICE, TOURISM AND DESIGN (BRANCH)
NORTH CAUCASUS FEDERAL UNIVERSITY, PYATIGORSK*

Abstract: the article analyzes the order of the state authorities ' powers in the field of regulation of economic relations. The concepts of "Antimonopoly legislation" and "deflationary policy" are revealed. The methods of implementation of Antimonopoly legislation, as well as the pros and cons of deflationary policy are given, its negative consequences. Conclusions are drawn about the need for constant modification of legislation in order to better control monopolists, which are adapted to market relations.

Keywords: economic relations, state regulation, Antimonopoly legislation, deflationary policy.

ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ В РОССИИ

Тумасян А.В. (Российская Федерация)

*Тумасян Анна Викторовна – магистрант,
направление: гражданское право и процесс,
кафедра гражданского права и процесса,
Институт сервиса, туризма и дизайна (филиал)
Северо-Кавказский федеральный университет, г. Пятигорск*

Аннотация: в статье анализируется порядок осуществления органами государственной власти полномочий в области регулирования экономических отношений. Раскрываются понятия «антимонопольного законодательства» и «дефляционной политики». Приводятся способы реализации антимонопольного законодательства, а также плюсы и минусы дефляционной политики, ее отрицательные последствия. Делаются выводы о необходимости постоянного видоизменения законодательства с целью более эффективного контроля над монополистами, которые подстраиваются под рыночные отношения.

Ключевые слова: экономические отношения, государственное регулирование, антимонопольное законодательство, дефляционная политика.

Регулировать поведение участников общественных отношений таким образом, чтобы они соответствовали требованиям и дозволениям права способно правовое государственное регулирование. Для того чтобы осуществлять это регулирование, необходимо принять соответствующие законы.

Экономические отношения, как и любая другая сфера жизни, требуют некоторого вмешательства государства для стабилизации уровня жизни населения [4].

Государство влияет на экономику с помощью принятия законов, которые обеспечивают функционирование рыночных структур. К таким, например, относятся биржи, банки, акционерные общества. Также законодатель может регулировать отношения в сфере предпринимательства и коммерции. Он призван защищать права покупателей и интересы общества, устанавливать равноправие рыночных субъектов. Государство в некоторой степени является посредником между предпринимателями и

наемными работниками. Оно ведет борьбу с теневой экономикой и т. д. В условиях современных рыночных отношений государству следует делать основной упор при разработке права на «антимонопольное законодательство» и «дефляционную политику» [2].

Впервые «антимонопольное законодательство» было реализовано в Соединенных Штатах Америки. Именно там приняли знаменитые «антитрестовские законы». Позже их переняли все развитые страны мира с рыночной экономикой.

Для России с полным отсутствием в ней ранее рыночных отношений и тотальной монополией «антимонопольное законодательство» стало основным способом перехода к цивилизованным рыночным отношениям.

Антимонопольная политика препятствует монополизации производства и торговли отдельными субъектами. Она осуществляется благодаря административным и экономическим мерам:

- контролю над ценами предприятий-монополистов,
- дезинтеграции сверхкрупных управленческих, производственных и коммерческих структур,
- поддержке конкуренции (в том числе и посредством контролируемого допуска на отечественный рынок иностранных производителей),
- поощрению диверсификации (расширение ассортимента выпускаемой продукции и переориентация рынков сбыта, освоение новых видов производств с целью повышения эффективности производства),
- антимонопольной экспертизе принимаемых законов [1].

Однако иногда монополизм не зависит от внешних условий и может развиваться сам по себе. Кроме того, он еще и видоизменяется, приспосабливается к специфике рыночных отношений. Поэтому государство также должно изменять законодательство, чтобы влиять на монополистов.

Еще одним важным направлением деятельности государства в сфере экономических отношений является дефляционная политика. Это метод снижения инфляции. Он основан на ограничении денежного спроса. Достигается это путем введения финансовых и налоговых механизмов, доступных правительству.

В строго экономическом смысле инфляция есть рост цен как результат опережения объема платежеспособного спроса по сравнению со стоимостным объемом предложения. Достигается дефляционная политика тремя способами: или стабилизацией совокупного платежеспособного спроса, что требует жесткого ограничения прироста денежных доходов населения; или перехода к «равновесным» рыночным ценам, что в условиях инфляции всегда означает рост цен; или увеличения предложения, что требует стимулирования предпринимательской активности [3].

Проблема антиинфляционной политики в том, что первые два способа оказывают наибольшее действие, но они социально крайне болезненны, а третье — малоэффективно в ситуации «бегства от денег», подталкивающей предпринимателей к росту цен.

Таким образом, правовое регулирование экономики состоит в разработке законов, обеспечивающих нормы функционирования рыночных структур, предпринимательства и коммерции, защите прав покупателей и интересов общества, равноправие рыночных субъектов, посредничество между предпринимателями и наемными работниками, борьбу с теневой экономикой и т. д. В системе таких регулирующих норм исключительное значение имеет «антимонопольное законодательство» и «дефляционная политика».

Список литературы / References

1. *Бережнова К.И., Хо Т.Х.* Государственное регулирование рыночной экономики и право // Молодой ученый, 2015. № 9. С. 821-823.

2. *Кудакова К.С.* Правовое регулирование и правовое воздействие в развитии экономической системы // Молодой ученый, 2016. № 6. С. 605-607.
3. *Ревина С.Н.* Совершенствование правового регулирования экономических отношений // Журнал российского права, 2007. № 6. С. 18-28.
4. *Сокуренок К.Г.* Конкуренция как социально-экономическое и правовое явление // Новый юридический вестник, 2018. № 3. С. 15-18.

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЁТ, СТАТИСТИКА

DEVELOPMENT OF TRANSPORT INFRASTRUCTURE AS A BASIS SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE NORTHERN REGIONS OF RUSSIA

Bogdanova N.A. (Russian Federation)

Email: Bogdanova241@scientifictext.ru

*Bogdanova Natalia Alexandrovna - student,
ACCOUNTING DEPARTMENT,
KUZBASS STATE TECHNICAL UNIVERSITY NAMED AFTER T.F.GORBACHEV, KEMEROVO*

Abstract: the relevance of the work lies in the fact that the economy of the Far North largely depends on the development of the transport system of the North, the current state of which lags behind the average indicators of transport support. The article presents an analysis of the current state of transport services in the northern regions of the Russian Federation. The problems that hinder its effective socio-economic development are revealed. On the basis of the analysis, an approach to the formation and evaluation of the results of the implementation of the strategy for the development of the transport infrastructure of the Far North of the Russian Federation is proposed.

Keywords: logistic system, logistic accessibility, transport streams, the transport system, interdistricts economy communication.

РАЗВИТИЕ ТРАНСПОРТНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ КАК ОСНОВА СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ СЕВЕРНЫХ РЕГИОНОВ РОССИИ

Богданова Н.А. (Российская Федерация)

*Богданова Наталья Александровна – студент,
кафедра бухгалтерского учета,
Кузбасский государственный технический университет имени Т.Ф. Горбачева, г. Кемерово*

Аннотация: актуальность работы заключается в том, что экономика Крайнего Севера во многом зависит от развития транспортной системы зоны Севера, современное состояние которой отстает от средних показателей транспортного обеспечения. В статье представлен анализ современного состояния транспортного обслуживания северных регионов Российской Федерации. Раскрыты проблемы, мешающие ее эффективно социально-экономическому развитию. На базе проведенного анализа предложен подход к формированию и оценке результатов реализации стратегии развития транспортной инфраструктуры Крайнего Севера РФ.
Ключевые слова: логистическая система, логистическая доступность, транспортные потоки, транспортная система, межрайонные экономические связи.

В настоящее время в России отсутствует развитая транспортная инфраструктура в некоторых районах, в том числе в районах Крайнего севера и на приравненных к ним территориях. К районам Крайнего севера относят часть территории России, расположенной преимущественно к северу от Полярного круга. Более 60% ее территории России приходится на 27 северных регионов и приравненные к ним территории, где живут 12 млн. чел[1][3], но огромные территории северных и восточных регионов практически не обустроены в транспортном отношении, не имеют полноценных связей с транспортными магистралями. Ряд промышленных и

административных центров лишены транспортных сообщений, а так же налаженных внутрирайонных коммуникаций.

Темпы освоения природных богатств Крайнего Севера во многом зависят от развития транспортной системы зоны Севера, современное состояние которой отстает от средних показателей транспортного обеспечения. Важность развития всей транспортной инфраструктуры, в том числе и железнодорожного транспорта, обуславливается тем, что на данный момент основными центрами добычи полезных ископаемых на территории России являются данные районы.

Многоотраслевая специализация района предопределяет широкое развитие межрайонных экономических связей. Ввиду неразвитости транспортной инфраструктуры возникает проблема вывоза продукции в западную и восточную части России для последующего экспортирования в другие страны. Здесь ежегодно добывается 20% мирового и 90% российского газа и нефти. Кроме того, Крайний Север – это не только мощная сырьевая база страны, это и своего рода гарант энергетической безопасности государства на многие годы вперед: здесь сосредоточена четверть всех разведанных мировых запасов природного газа и нефти.[4] Из района вывозятся значительные объемы различных грузов: нефти, газа, апатитовых руд, леса и лесоматериалов, цветных металлов, бумаги, картона.

В район ввозятся в основном продукты питания, корма, потребительские товары, металл, машины и оборудование, стройматериалы. Наряду с этим существует проблема завоза на объекты, расположенные в районах Крайнего Севера, материально-технического оснащения. Отсутствие методики оценки системы управления логистическими транспортными потоками, а также слаборазвитая или местами полностью отсутствующая транспортно-логистическая инфраструктура приводит к несоответствию значимости освоения природно-ресурсного потенциала российской арктической зоны. Снижается конкурентоспособность России, имеющая уникальные географические преимущества.

Одной из актуальных проблем является отсутствие переправы через реку Лена. Завоз груза осуществляется летом через северный морской путь, это составляет около 2000км относительно Якутска. В период распутицы единственным видом транспорта, переправляющим на другой берег, являются суда на воздушной подушке. Зимой грузы завозятся по зимникам¹. Данные инфраструктурные ограничения являются одним из барьеров для устойчивого развития северных и арктических территорий страны.[2]

Совмещённый (железнодорожно-автомобильный) мост через р. Лену в районе Якутска – решение проблемы развития региона на другом берегу реки Лена. Он будет иметь огромное значение для развития транспорта и всей экономики Якутии, соединит действующие и строящиеся широтные автомагистрали, обеспечит заход грузовых поездов непосредственно в порт Якутска для перегрузки и сокращения издержек и надёжно соединит круглогодичной и дешёвой транспортной связью с «большой землёй». Строительство моста через реку Лена поможет оптимизировать транспортную логистику Дальнего Востока, а так же способствует оживлению транзита по Северному морскому пути. По расчётам экспертов из Якутии, строительство Ленского моста позволит каждой семье региона каждый месяц экономить около 5 тыс. рублей. Кроме решения внутренних проблем региона, мост через Лену повысит национальную безопасность, обеспечив транспортно-логистическую связанность почти 20% территории страны, сформирует важный плацдарм для освоения недр Российской Арктики.

Однако мосты в этом климате быстроразрушаются в связи с температурными условиями. Ввиду вечной мерзлоты, на метр вглубь — лед. Зимой температуры ниже - 50, опоры выдавливает, выкручивает и вырывает. Местность — сопки, горы. Весной разом начинает идти вода с камнями, стволами и действует на мост разрушающе.

¹ Зимник - Дорога, проложенная прямо по снегу для езды зимой.

Альтернатива мосту — тоннель. Он не ограничивает судоходство, исключает образование ледовых заторов, имеет меньшие затраты при строительстве и эксплуатации, а также имеет повышенный уровень надежности по сравнению с мостом. [8]

Для обеспечения логистической доступности этих территорий необходимо комплексное развитие транспортной инфраструктуры.

Транспортная подвижность и транспортная доступность населения северных территорий довольно слабая и достигает порядка 8-10%. С приходом железной дороги и развитием федеральных дорог процент повысится, но не более, чем на 45%. Если взять арктическую зону, где отсутствуют дороги и между населёнными пунктами нет устойчивых круглогодичных сообщений, в зимний период доставка грузов и пассажиров производится по зимникам, которые в летний период не работают.

Магистраль, скоростные и обычные дороги с шириной полос 3,75 м относятся к дорогам I категории. Один километр таких автострад стоит 52,3 млн. рублей[6], поэтому строительство дорог связано с огромными затратами.

История проектирования транспортного перехода через реку Лена в городе Якутске насчитывает уже 30 лет. В последние годы были предложены и подробно варианты мостового и тоннельного перехода. Вариант мостового перехода с ездой в двух уровнях с пролетными строениями длиной 154м и 308м был выбран как наиболее удачный. Расходы на строительство моста оцениваются авторами проекта в 49,5 млрд. рублей. Чтобы сократить сметную стоимость строительства, специалистами института ПроектТрансСтрой был предложен вариант мостового перехода с ездой в одном уровне с пролетными строениями длиной 257м и 262м, однако согласно заключениям экспертов института ГиброСтройМост, общий объем металла в этом проекте значительно урезан. Для строительства потребуется около 54 тыс. т. металла, что более чем на 10 тыс. т. больше, чем необходимо для строительства моста с пролетами в 308м. Предлагаемая технология приведет к удорожанию строительно-монтажных работ и увеличению продолжительности строительства. Предлагаемая конструкция может вызвать ледовый затор, но мост необходимо соединить подъездными путями с существующей дорожной сетью. При строительстве трёхкилометрового моста необходимо дополнительно построить 98,5км железных и автомобильных дорог. В результате общая стоимость проекта мостового перехода с пролетами 308м и 154м в ценах 4го квартала 2018 г. составляет 104,97 млрд.руб., из которых на мост приходится меньше половины.

Следует принять во внимание, что возможности строительства российской спецтехники ограничены температурой в -40 градусов. Так же выполнение основных работ невозможно, либо сильно затруднено в период ледостава и ледохода. Этим объясняется длительный срок строительства, 71 месяц.

Изучив мировой строительный опыт строительства подводных тоннелей, можно сказать, что в данных условиях оптимальным бы стало решение о сооружении под рекой Леной тоннеля, а не моста. Открытые участки тоннеля и рамповые участки находятся вне зоны ледостава и низких ледоходов. Кроме того, наличие мерзлых грунтов обеспечивают устойчивость тоннеля. Сооружение комплекса тоннеля, железной дороги и автодороги, рамповых участков и инфраструктуры речного порта оценивается в 79млрд рублей. Срок строительства комплекса тоннелей составит 59 месяцев.

Таблица 1. Сравнительная стоимость строительства моста и тоннеля

	Мост + 98,5 км дорог	Тоннель + 11 км дорог
Затраты, млрд.руб.	140	79
Время строительства, мес.	71	59

По всем показателям мост уступает строительству тоннеля. Тоннель позволит создать в городе транспортно-логистический узел, где сойдутся три федеральных маршрута – железная дорога, речной и авиационный транспорт, а также три региональные автодороги. Его открытие приведет к росту в регионе грузоперевозок в три раза – до 6 млн. тонн в год.

Развитие полноценной транспортной системы и инфраструктуры позволит не только преодолеть барьеры в использовании транзитного потенциала и повысить транспортную доступность населенных пунктов, а также будет служить основной роста экономики и повышения качества жизни каждого жителя Республики Саха (Якутия). Благодаря появлению этого перехода, огромные территории на миллионах квадратных километров получают серьёзное и качественное развитие.

Мост через реку Лена — это большие перспективы не только для Якутии, Иркутской и Магаданской областей, но и для всей страны, доступ к большому количеству месторождений полезных ископаемых, возможности для ускоренного промышленного, экономического, социального развития Якутии. Строительство послужит толчком в развитии региона в целом на другом берегу реки Лена. За счёт снижения транспортной нагрузки будет реализован целый ряд перспективных инвестиционных проектов, регионкратно сократит издержки на северный завоз, которые измеряются миллиардами рублей, снизит стоимость продовольственных и других товаров.

Список литературы / References

1. Шпак А.В. Проблемы и перспективы формирования транспортно-логистических систем на Севере / А. В. Шпак [Электронный ресурс] // докл. канд. эконом. наук. 2018. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/problemy-i-perspektivy-formirovaniya-transportno-logisticheskikh-sistem-na-severe/> (дата обращения: 20.05.2019).
2. Кожевников С. А. Проблемы и перспективы развития транспортной инфраструктуры регионов Европейского Севера России / Научный вестник / С.А. Кожевников [Электронный ресурс] // ЮИМ.– 2018. №4. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-i-perspektivy-razvitiya-transportnoy-infrastruktury-regionov-evropeyskogo-severa-rossii>.
3. Саркисов А.А. Научный и информационно-аналитический журнал / А.А. Саркисов / Арктика, экономика и технология. – ИБРАЭ РА. Москва. 2018 – 59 с.
4. Рыжикова Ю. И. Теория очередей и управление запасами / Учебное пособие для вузов / под ред. Ю.И. Рыжикова. Питер. 2014. 376 с.
5. Агуреев И.Е. Разработка программного, организационного и методического обеспечения для управления транспортными системами региона / Актуальные проблемы гуманитарных естественных наук / И. Е. Агуреев, В. А. Пышный, Э.С. Темнов / под общ. ред. И. Е. Агуреева. Москва. 2017. № 2-1. С.22-25.
6. Халезова Н. Вот сколько стоит километр дороги в России и США [Электронный ресурс] // Журнал: Новости. 2018. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.drivenn.ru/journal/novosti/vot-skolko-stoit-kilometr-dorogi-v-rossii-i-ssha-id25697/> (дата обращения: 20.05.2019).

DEMOSCOPIC ASSESSMENT RANGE COSMETIC AND HYGIENIC CLEANERS FOR SKIN CARE

Khomutova K.V. (Russian Federation)

Email: Khomutova241@scientifictext.ru

*Khomutova Karina Vyacheslavovna - Graduate Student,
DEPARTMENT OF COMMODITY RESEARCH AND QUALITY MANAGEMENT,
FACULTY OF TRADE
ROSTOV STATE ECONOMIC UNIVERSITY (RINH),
ROSTOV-ON-DON*

Abstract: the article analyzes the market of the Donetsk region, considers domestic manufacturers and importers of cosmetics, assesses consumer preferences through questionnaires. The survey involved 45 people aged 15 years and older. Respondents were represented in different age categories. The structure of preferences of cosmetic and hygienic detergents for skin care in the direction of use, the structure of preferences of cosmetic and hygienic detergents for skin care at the place of purchase, the structure of preferences of cosmetic and hygienic detergents for skin care by trademarks were revealed
Keywords: market, evaluation, cosmetic and hygienic detergents, consumers, research.

ДЕМОСКОПИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА АССОРТИМЕНТА КОСМЕТИКО-ГИГИЕНИЧЕСКИХ МОЮЩИХ СРЕДСТВ ДЛЯ УХОДА ЗА КОЖЕЙ

Хомутова К.В. (Российская Федерация)

*Хомутова Карина Вячеславовна – студент магистратуры
кафедра товароведения и управления качеством, факультет торгового дела,
Ростовский государственный экономический университет (РИНХ),
г. Ростов-на-Дону*

Аннотация: в статье анализируется рынок Донецкого региона, рассматриваются отечественные производители, а также импортеры косметических средств, проводится оценка потребительских предпочтений с помощью анкетирования. В анкетировании принимали участие 45 человек в возрасте 15 лет и старше. Респонденты были представлены в различных возрастных категориях. Были выявлены: структура предпочтений косметико-гигиенических моющих средств для ухода за кожей по направлению использования, структура предпочтений косметико-гигиенических моющих средств для ухода за кожей по месту покупки, структура предпочтений косметико-гигиенических моющих средств для ухода за кожей по торговым маркам.

Ключевые слова: рынок, оценка, косметико-гигиенические моющие средства, потребители, исследование.

Рынок косметико-гигиенических моющих средств – один из самых динамично развивающихся рынков Донецкого региона. Эксперты прогнозируют, что темпы его роста в ближайшие годы не снизятся. Глобальный рынок средств персонального ухода расширяется в среднем на 5% ежегодно. Ежегодные темпы роста данного сегмента составляют около 10 – 16%.

Поэтому демокопическая оценка ассортимента является актуальной, для выявления мотивов, предпочтений и намерений потребителей, а также оценки косметико-гигиенических моющих средств для ухода за кожей.

Проведена оценка потребительского спроса на рынке косметико-гигиенических моющих средств для ухода за кожей методом социологического опроса населения г. Донецка.

В анкетировании принимали участие 45 человек в возрасте 15 лет и старше. Респонденты были представлены в различных возрастных категориях, потребители моложе 15 лет не были включены в исследование, так как в этом возрасте, как правило, большинство косметических средств им приобретают родители. Возраст 15–18 лет уже считается трудоспособным, и подростки могут сами принимать решение о покупке тех или иных косметических товаров. Эта целевая группа необходима для изучения подростковых проблем с кожей, а также отношения подростков к потребительным свойствам применяемых косметических средств.

Установлено, что все респонденты используют косметико-гигиенические моющие средства для ухода за кожей.

По возрасту респонденты распределились следующим образом: 30–39 лет (32,1%), 19–29 лет (30,7%), 40–49 лет (19,3%) и 50 лет и старше (15,4%), наименьшую – до 18 лет (2,5%), из них женщины – 58% и 42% – мужчины.

Были выявлены предпочтения опрошенных в предложенном перечне косметико-гигиенических моющих средств для ухода за кожей. Исследования показали (рис. 1.1), что в основном потребители используют гели для душа (82%) и жидкое туалетное мыло (73%). Это связано с тем, что жидкое мыло и гели для душа используют в качестве основного моющего средства для ухода за телом. На гель и пенку для умывания лица приходится 54% и 49% соответственно (в качестве основного средства для ухода за кожей лица). Крем-гель для умывания предпочитают использовать 40% потребителей, а мусс для умывания лица – 36%. 46% опрошенных используют другие косметические моющие средства. В частности, многие используют гель-пилинги или гель-скрабы для ухода за кожей.

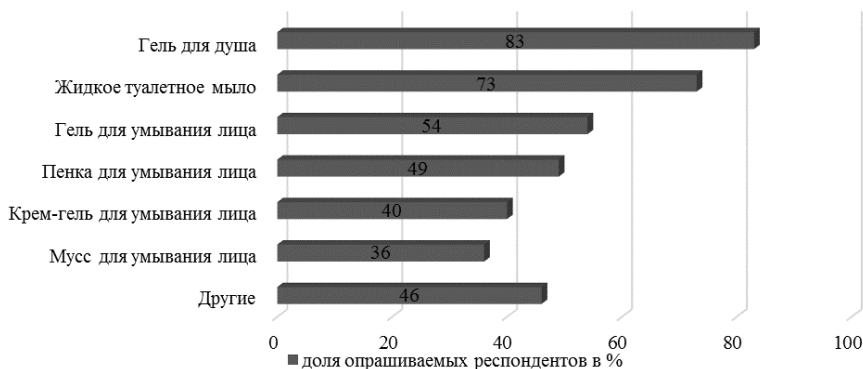


Рис. 1.1. Структура предпочтений косметико-гигиенических моющих средств для ухода за кожей по направлению использования

Следует также отметить, что в зависимости от типа кожи потребители используют различные средства, к примеру, для сухой и чувствительной кожи подходит мусс для умывания или крем-гель для умывания; для нормальной и комбинированной кожи – любое косметическое моющее средство; для жирной и проблемной кожи – специальные гели и пенки для умывания, предназначенные для данного типа кожи.

Рейтинг популярности торговых марок косметико-гигиенических средств для ухода за кожей показывает, что самыми популярными являются «Nivea», «Dove», «Palmolive», «Camay», «La Petit Marseillais», «Зеленая Аптека», «Markell», «Чистая линия», «Черный жемчуг», «Garnier», «L'Oreal», о чем свидетельствуют данные (рис. 1.2).

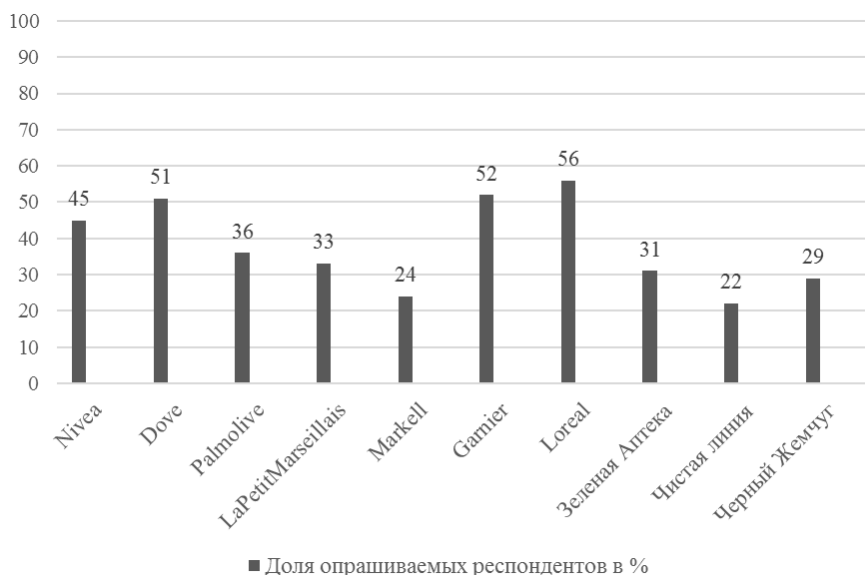


Рис. 1.2. Структура предпочтений косметико-гигиенических моющих средств для ухода за кожей по торговым маркам

Производители импортных и отечественных косметико-гигиенических моющих средств пользуются абсолютно разной популярностью у потребителей всех возрастов, связано это с тем, что рынок отличается высокой долей импортной продукции (99%) [1].

Респонденты довольно легко относятся к смене производителя, скорее всего из-за широкого ассортимента и поиска продукции, которая будет устраивать их полностью. Однако, люди старшего поколения в основном не готовы отказаться от ранее используемого косметико-гигиенических моющих средства для ухода за кожей, это можно связать с опытом и привычкой.

Большая часть опрошенных предпочитает приобретать косметико-гигиенические моющие средства для ухода за кожей в пластмассовых флаконах, баночках (56%), дой-паках (23%), так как они экономичны в использовании, но для остальных респондентов (21%) не является принципиальным вид упаковки.

При выборе косметико-гигиенических моющих средств потребители также обращают внимание на вид упаковки. Большая часть опрошенных предпочитает средства с колпачком флип-топ (30%), колпачок пуш-пул (33%), спрей (24%), диспенсер (38%) [2].

Известно, что при покупке моющей косметики немаловажную роль играет объем упаковки. Наибольшее предпочтение респонденты отдают объему упаковки косметико-гигиенического моющего средства, от 100 до 200 мл (31%), от 200 до 500 мл (45%) и от 500 до 1000 мл (24%). Это, как правило, зависит от вида косметико-гигиенических моющих средств.

Были установлены наиболее популярные места приобретения косметико-гигиенических моющих средств для ухода за кожей. Большинство потребителей приобретают косметические средства в специализированных магазинах, супермаркетах, аптеках и интернет-магазинах (рис. 1.3).

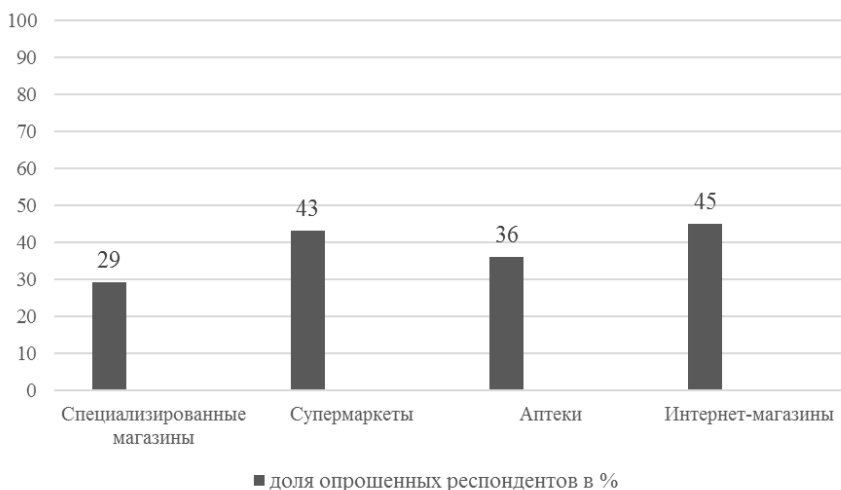


Рис. 1.3. Структура предпочтений косметико-гигиенических моющих средств для ухода за кожей по месту покупки

Появляются новые форматы продаж, которые постепенно отбирают у специализированных магазинов часть потребителей. Наиболее перспективными среди них считаются реализация косметики через аптечную сеть и магазины типа «дрогери», небольшие магазины со смешанным ассортиментом возле дома [2].

В аптечных сетях реализуется в большей степени функциональная косметика (космецевтика), доля которой составляет в среднем 20 – 30%, и небольшое количество традиционной косметики [1].

Также была исследована значимость потребительных свойств косметико-гигиенических моющих средств для ухода за кожей. Респондентам было предложено оценить важность каждого из 12 показателей по следующим параметрам: очень важно (4 балла), относительно важно (3 балла), неважно (2 балла) и абсолютно неважно (1 балл).

Наиболее важными потребители считают показатели, определяемые составом: эффективность косметико-гигиенических моющих средств (очищающая способность; питательные, тонизирующие, увлажняющие, омолаживающие и др. функции) – 4 балла, безопасность – 3,7 балла.

Относительно важными показателями являются состав – 2,5 балла и торговая марка – 2,6. Одним из важных факторов, определяющих спрос, является цена, потребители оценили ее также относительно важной (3,1 балла).

Несмотря на то, что зачастую реклама подталкивает потребителей к совершению импульсивных покупок, степень ее значимости оценена потребителями ниже всех остальных показателей – 0,9 балла. Это можно объяснить общим негативным отношением населения к рекламе, зачастую недобросовестной, навязчивой и агрессивной, в средствах массовой информации.

Эксплуатационные показатели (удобство пользования, упаковка) оценены в 2,5 балла и 3 балла соответственно. Удобство пользования косметико-гигиенических моющих средств тесно связано с упаковкой. Оно определяется удобством вскрытия тары, вид которой зависит от консистенции косметико-гигиенических моющих средств, удобством дозирования косметико-гигиенических моющих средств, обусловленного консистенцией и наличием дозирующего вещества, удобством использования упаковки.

Известность торговой марки потребители считают недостаточно важным показателем – 2,6 балла. Новизна товара (1,5 балла) не является важным показателем

для современных потребителей. Отечественные потребители стали меньше тратить на дорогие косметико-гигиенические моющие средства для ухода за кожей, реже экспериментировать с брендами и видами косметики. Потребители покупают либо то, что они знают, чем они уже пользовались, либо то, что действительно работает.

Результаты демокопической оценки показывают, что 100% населения используют косметико-гигиенические моющие средства для ухода за кожей.

Потребители избирательно и осознанно подходят к выбору средств, так как обладают достаточной информацией.

Основным местом покупки косметико-гигиенических моющих средств является специализированные магазины, супермаркеты, аптеки и интернет магазины. Реклама не играет большой роли при выборе косметико-гигиенических моющих средств, потребители ориентируются на собственный опыт и советы друзей.

Отечественные производители косметико-гигиенических моющих средств для ухода за кожей практически не пользуются популярностью в связи высокой долей импортной продукции (99%).

Наиболее важными потребители косметико-гигиенических моющих средств считают эффективность и безопасность.

Большинство потребителей не являются приверженцами одного производителя, что связано с широтой предлагаемого ассортимента и различными видами косметико-гигиенической моющей продукции, реализуемой на региональном рынке.

Список литературы / References

1. *Вилкова С.А.* Исследование регионального рынка косметических товаров и потребительских предпочтений / С.А. Вилкова // Маркетинг в России и зарубежом. Москва, 2003. № 1. С. 15-20.
2. *Ердакова В.П.* Современные косметические товары: ассортимент, потребительские свойства, экспертиза качества. Часть 1. Косметические средства по уходу за волосами и кожей головы / В.П. Ердакова // Алт. гос. тех. ун-т, БТИ. Бийск. Изд-во Алт. гос. тех. ун-та, 2007. 142 с.

НАУЧНОЕ ИЗДАНИЕ

**PUBLISHING HOUSE
«PROBLEMS OF SCIENCE»**

EDITORIAL OFFICE ADDRESS

153008, RUSSIAN FEDERATION, IVANOVO, LEZHNEVSKAYA ST., H.55, 4TH FLOOR
PHONE: +7 (910) 690-15-09.
PHONE: +7 (910) 690-15-09 (RUSSIAN FEDERATION). FOR PARTICIPANTS FROM
THE CIS, GEORGIA, ESTONIA, LITHUANIA, LATVIA
+ 44 1223 976596 (CAMBRIDGE, UNITED KINGDOM). FOR PARTICIPANTS FROM
EUROPE
+1 617 463 9319 (BOSTON, USA). FOR PARTICIPANTS FROM NORTH AND SOUTH
AMERICA

PUBLISHER

LLC «OLIMP» 153002, IVANOVO, ZHIDELEVA ST., D. 19

TYPOGRAPHY

LLC «PRESSTO», 153025, IVANOVO, DZERZHINSKY ST., 39, BUILDING 8

FOUNDER

VALTSEV S., 117321, MOSCOW, PROF SOJUZNAJA ST., H. 140

[HTTPS://ECONOMIC-THEORY.COM](https://economic-theory.com)

E-MAIL: [INFO@P8N.RU](mailto:info@p8n.ru)



ECONOMICS
[HTTPS://ECONOMIC-THEORY.COM](https://ECONOMIC-THEORY.COM)

SCIENTIFIC PUBLISHING «PROBLEMS OF SCIENCE»
[HTTPS://WWW.SCIENCEPROBLEMS.RU](https://WWW.SCIENCEPROBLEMS.RU). EMAIL: INFO@P8N.RU



ISSN (print) 2410-289X
ISSN (online) 2541-7797

 **ROSKOMNADZOR**
CERTIFICATE ПИ № ФС 77-60216



CYBERLENINKA

 **SCIENTIFIC ELECTRONIC
LIBRARY
LIBRARY.RU**

 **doi**
INTERNATIONAL
DOI FOUNDATION

 **Google**
scholar

Российская
книжная палата
TACC

ЖУРНАЛ «ECONOMICS» В РОССИИ В ОБЯЗАТЕЛЬНОМ ПОРЯДКЕ РАССЫЛАЕТСЯ:

1. Библиотека Администрации Президента Российской Федерации, Москва;
Адрес: 103132, Москва, Старая площадь, д. 8/5.
2. Парламентская библиотека Российской Федерации, Москва;
Адрес: Москва, ул. Охотный ряд, 1
3. Российская государственная библиотека (РГБ);
Адрес: 110000, Москва, ул. Воздвиженка, 3/5
4. Российская национальная библиотека (РНБ);
Адрес: 191069, Санкт-Петербург, ул. Садовая, 18
5. Научная библиотека Московского государственного университета
имени М.В. Ломоносова (МГУ), Москва;
Адрес: 119899 Москва, Воробьевы горы, МГУ, Научная библиотека

ПОЛНЫЙ СПИСОК НА САЙТЕ ЖУРНАЛА: [HTTPS://ECONOMIC-THEORY.COM](https://ECONOMIC-THEORY.COM)



Вы можете свободно делиться (обмениваться) — копировать и распространять материалы и создавать новое, опираясь на эти материалы, с ОБЯЗАТЕЛЬНЫМ указанием авторства. Подробнее о правилах цитирования: <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/deed.ru>

ЦЕНА СВОБОДНАЯ