



НАУЧНЫЙ
ФОРУМ
nauchforum.ru

ISSN: 2541-8408



№5(38)

НАУЧНЫЙ ФОРУМ:
ЭКОНОМИКА И МЕНЕДЖМЕНТ

МОСКВА, 2020



НАУЧНЫЙ ФОРУМ: ЭКОНОМИКА И МЕНЕДЖМЕНТ

*Сборник статей по материалам XXXVIII международной
научно-практической конференции*

№ 5 (38)
Май 2020 г.

Издается с ноября 2016 года

Москва
2020

УДК 33
ББК 65
НЗ4

Председатель редколлегии:

Лебедева Надежда Анатольевна – доктор философии в области культурологии, профессор философии Международной кадровой академии, г. Киев, член Евразийской Академии Телевидения и Радио.

Редакционная коллегия:

Илларионова Елена Александровна – канд.экон.наук, доц. кафедры менеджмента, Филиал АНОО ВО "Воронежский экономико-правовой институт", Россия, г. Старый Оскол;

Самойленко Ирина Сергеевна – канд. экон. наук, доц. кафедры рекламы, связей с общественностью и дизайна Российского Экономического Университета им. Г.В. Плеханова, Россия, г. Москва;

Комарова Оксана Викторовна – канд. экон. наук, доц. доц. кафедры политической экономики ФГБОУ ВО "Уральский государственный экономический университет", Россия, г. Екатеринбург.

НЗ4 Научный форум: Экономика и менеджмент: сб. ст. по материалам XXXVIII междунар. науч.-практ. конф. – № 5 (38). – М.: Изд. «МЦНО», 2020. – 46 с.

ISSN 2541-8408

Статьи, принятые к публикации, размещаются на сайте научной электронной библиотеки eLIBRARY.RU.

ISSN 2541-8408

ББК 65

© «МЦНО», 2020

Оглавление

Экономика	4
1. Менеджмент	4
ВИРТУАЛЬНЫЕ КОМАНДЫ В БИЗНЕСЕ	4
Панферова Анастасия Сергеевна	
БЕНЧМАРКИНГ КАК СПОСОБ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ САНАТОРИЯ	9
Хуажева Зара Бислановна	
Климова Наталья Владимировна	
2. Региональная экономика	17
АНАЛИЗ ОСНОВНЫХ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЙ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ РЫНКА УСЛУГ ДЛЯ ДЕТЕЙ И МОЛОДЕЖИ В РЕСПУБЛИКЕ ТАТАРСТАН	17
Фаттахов Дамир Ильдусович	
3. Финансы, денежное обращение и кредит	26
СИСТЕМАТИЗАЦИЯ ФУНКЦИЙ НАЛОГОВ В СТРАНЕ С ТРАНСФОРМИРУЮЩЕЙСЯ ЭКОНОМИКОЙ	26
Тавадян Эмма Ашотовна	
4. Экономика и управление народным хозяйством	31
СОСТОЯНИЕ ОСНОВНЫХ ФОНДОВ НЕФТЕГАЗОВОЙ ОТРАСЛИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	31
Ларенцев Николай Николаевич	
Коробкова Юлия Юрьевна	
ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ООО «ПЯТЕРОЧКА»	35
Плотников Никита Алексеевич	
Горбунова Алина Викторовна	
5. Экономика предпринимательства	41
МАРКЕТИНГОВЫЙ АНАЛИЗ ОБЪЕМА ПРОДАЖ	41
Велибекова Мальвина Велибеговна	
Цивенко Марина Юрьевна	

ЭКОНОМИКА

1. МЕНЕДЖМЕНТ

ВИРТУАЛЬНЫЕ КОМАНДЫ В БИЗНЕСЕ

Панферова Анастасия Сергеевна

аспирант

*Финансового университета при Правительстве РФ,
РФ, г. Москва*

VIRTUAL TEAMS IN BUSINESS

Anastasia Panferova

Postgraduate student,

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Russia, Moscow*

Аннотация. В статье рассматриваются особенности функционирования виртуальных команд в онлайн-проектах, а также их преимущества. Проанализированы характеристики, которые влияют на успешный запуск онлайн-проекта. Представлены основные задачи, которые требуют решения в работе с виртуальными командами в онлайн-проекте.

Abstract. The article discusses the features of the functioning of virtual teams in online projects, as well as their advantages. The characteristics that affect the successful launch of an online project are analyzed. The main tasks that require solutions in working with virtual teams in an online project are presented.

Ключевые слова: виртуальные команды; онлайн-проект; бизнес; сотрудник; руководство онлайн-проектом

Keywords: virtual teams; online project; business; employee; online project management.

Виртуальные команды в бизнесе - это те, в которых хотя бы один член команды удален от остальных. Благодаря сочетанию глобализации, аутсорсинга, использования самых талантливых людей, где бы они ни находились, гибкой работы и многого другого, виртуальные проекты находятся на подъеме.

В последние годы доступность коммуникационных технологий, таких как электронная почта, аудиоконференции, социальные сети, веб-медиа и видеоконференции, сделала виртуальные команды осуществимыми для многих онлайн-проектов в тех местах, где их раньше не было [2].

Преимуществ виртуальных команд много. Вот список их самых ключевых преимуществ:

- возможность сформировать идеальную команду проекта
- получить специализированный опыт в онлайн-проекте
- экономия денег
- повышение морального духа сотрудников
- связь с персоналом проекта 24/7.

Создание бизнеса с виртуальными командами требует иного набора коммуникативных навыков, тактики и инструментов, чем запуск проекта, в котором участвуют штатные сотрудники.

Виртуальные команды - это группы сотрудников, которые работают над одним и тем же проектом из разных мест, общаясь друг с другом через электронную почту или приложения для обмена сообщениями.

Работа удаленно становится все более распространенной среди компаний, которые полагаются на работников умственного труда, которые могут работать из любого места, часто используя только ноутбук и соединение Wi-Fi.

Общая тенденция к гибкой работе, включая виртуальные команды в бизнесе, была отмечена в докладе Всемирного экономического форума «Будущее рабочих мест». Авторы указывают на необходимость «переопределения границы между работой и личной жизнью в процессе». Поскольку удаленная работа может помочь работодателям легче находить и нанимать талантливых работников, а работникам - жить более независимо, существует одна проблема, которую необходимо решить:

«Задача для бизнеса, отдельных лиц и правительств будет заключаться в том, чтобы выработать пути и средства обеспечения того, чтобы меняющийся характер работы приносил пользу всем» [3].

Повышение доступности Интернета, облачных решений для совместной работы, рост числа рабочих мест для совместной работы сделали работу в виртуальных командах еще проще. При правильной тактике и инструментах бизнеса управлять этими командами не так сложно.

Действительно сложно превратить группу людей, которые никогда не встречались, в команду.

С виртуальными командами можно использовать эксперта в любой точке мира. И это устраняет самую большую переменную. Где-то в мире наверняка найдется эксперт, который может помочь определенному онлайн-проекту, а технология телеконференций гарантирует, что расстояние больше не является препятствием.

Виртуальные команды онлайн-проектов могут использовать самый дешевый труд в мире. Это обеспечивает дополнительный доход в развивающихся странах, в то же время делая онлайн-проект более конкурентоспособным (если он находится в развитой стране). Это беспроигрышный вариант. Конечно, доходы в развитой стране будут расти со временем и устранят это преимущество, если преимущества виртуальных команд будут в достаточной мере реализованы.

Кроме того, виртуальные команды экономят деньги на офисных расходах. Вот некоторые примеры:

Использование домашних офисов для членов проектной команды и сотрудников, которые хотят освободить централизованный проектный офис.

Использование офисного пространства, доступного в других проектах или организациях, таких как подрядчики, консультанты и так далее. То есть субподрядчики могут работать вне своих офисов.

Перемещение сотрудников в более дешевые офисы за пределами центральных районов [4].

Виртуальные команды могут даже увеличить успех онлайн-проекта, разместив критических членов команды в критических местах. Например, крупный поставщик может иметь представителя в том же городе, что и член проектной команды. Эти отношения с заинтересованными сторонами могут быть очень важным элементом успеха онлайн-проекта.

Как это ни парадоксально, считают, что в бизнесе, по возможности, нужно собирать команду физически на ранней стадии. Личная встреча может помочь в создании команды, знакомстве друг с другом, укреплении доверия и отношений.

Если это невозможно, тогда нужно приложить все усилия, чтобы помочь удаленным сотрудникам развить командный дух виртуально, например, создавая чат-группы. Там сотрудники могут вести непринужденную беседу, обмениваться мыслями, не обязательно связанными с бизнесовыми проектами, которые они выполняют.

Люди также могут познакомиться друг с другом с помощью веселых занятий. Есть игры, разработанные специально для удаленных команд. Они довольно эффективны для того, чтобы сломать лед в начале бизнес-проекта.

Работая с удаленными командами, очень важно развивать дух товарищества среди сотрудников, чтобы они были более готовы работать вместе, делиться своими знаниями и помогать друг другу в разработке проекта.

Успешный запуск бизнесового онлайн-проекта зависит от двух вещей:

- Собрать как можно больше информации о проекте, чтобы полностью понять его сложность, ожидания клиента и бизнес-цели.
- Передачи этих идей своей команде и убеждение, что все понимают, что от них требуется.

Чем лучше руководитель сможет это сделать, тем легче его команде будет выполнить ожидаемое.

Одним из основных отличий между началом бизнес-проекта с виртуальной командой и управлением собственной командой является то, что руководителю нужно уделять больше внимания, чтобы избежать микроуправления.

Нужно начать с постановки простых целей и задач проекта, разъяснить их всем, кто вовлечен в процесс, чтобы избежать путаницы и вопросов один на один в дальнейшем [1].

При назначении задач важно учитывать доступность сотрудника. Работая с виртуальными онлайн-командами, нужно иметь в виду:

- различные часовые пояса и как они могут повлиять на рабочее общение
- национальные праздники и личные выходные
- почасовую доступность - особенно важно при работе с частичной занятостью и фрилансерами.

Имея все это в одном, общий график поможет поддерживать правильный поток проекта. Руководитель онлайн-проекта также сможет избежать задержек, вызванных отсутствием некоторых членов команды, которые не были включены в рабочий процесс.

Налаживание четкого коммуникационного процесса с самого начала жизненно важно при работе с удаленными командами.

Поскольку большая часть общения будет осуществляться через приложения электронной почты и обмена сообщениями, при наборе удаленных сотрудников рекомендуется нанимать хороших писателей. Хорошие письменные навыки общения сотрудников онлайн-проектов помогут избежать недоразумений.

Ведя проект, нужно найти способ установить общий график встреч с командой. Ежедневные звонки, в которых участвуют все участники проекта, могут помочь понять текущее состояние: что сделано, о чем нужно позаботиться и как это сделать.

Это также облегчит мониторинг рабочего процесса.

Для других звонков, таких как встреча по планированию проекта или сеансы проверки, звонки клиентов и т. д., нужно планировать все заранее и записывать встречи в календари сотрудников. Важно иметь в виду разницу во времени и заранее сообщать своим товарищам по команде.

Одной из самых больших проблем, связанных с общением с виртуальной командой онлайн-проекта, является установка специальных вызовов. Иногда, когда появляется что-то срочное, может возникнуть желание перейти на вызов как можно скорее, но при асинхронной связи это может быть невозможно. Одним из способов решения этой проблемы может быть установка времени в течение дня, когда все члены команды (или, по крайней мере, большинство из них) доступны, и выполнение этих вызовов в эти часы.

Выводы. Управление виртуальной командой онлайн-проекта зависит от навыков общения, тактики и инструментов, которые используются. Поскольку сотрудники в основном не могут встретиться лично, чтобы обсудить проект, его цели и проблемы, то, как это будет сделано в интернете, повлияет на его успех.

Использование онлайн-инструментов для совместной работы и согласование ее с правильными процессами и прозрачностью помогут достичь поставленных целей и выполнить проект, как ожидалось.

Список литературы:

1. Кузнецов В.Ю. Формирование и развитие виртуальной организации [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-i-razvitie-virtualnoy-organizatsii>.
2. Уорнер М., Витцель М. Виртуальные организации. Новая форма ведения бизнеса в XXI веке. М., Добрая книга, 2018.
3. Каримов М.Х. Менеджмент виртуальных команд: основные особенности [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/menedzhment-virtualnyh-komand-osnovnye-osobennosti>.
4. Maynard M.T., Gilson L.L. The role of shared mental model development in understanding virtual team effectiveness // Group & Organization Management, 2014. Т. 39. № 1. С. 3-32.

БЕНЧМАРКИНГ КАК СПОСОБ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ САНАТОРИЯ

Хуажева Зара Бислановна

*магистрант,
Кубанский государственный аграрный университет
им. И.Т. Трубилина,
РФ, г. Краснодар*

Климова Наталья Владимировна

*д-р экон. наук, профессор,
Кубанский государственный аграрный университет
им. И.Т. Трубилина,
РФ, г. Краснодар*

BENCHMARKING AS A WAY TO INCREASE THE COMPETITIVENESS OF THE SANATORIUM

Zara Khuazheva

*Graduate student
Kuban State Agrarian University named after I.T. Trubilina,
Russia, Krasnodar*

Natalya Klimova

*Doctor of Economics, Professor
Kuban State Agrarian University named after I.T. Trubilina,
Russia, Krasnodar*

Аннотация. В статье рассматривается один из этапов бенчмаркингowego исследования – проведение первичного анализа конкурентной среды для определения объекта исследования и совершенствования. Рассчитывается уровень конкурентоспособности санатория «Анапа» и ближайших к нему здравниц города.

Abstract. The article discusses one of the stages of benchmarking research - conducting an initial analysis of the competitive environment to determine the object of research and improvement. The level of competitiveness of the sanatorium "Anapa" and the nearest health resorts of the city is calculated.

Ключевые слова: бенчмаркинг; этапы бенчмаркинга; санаторно-курортная сфера; уровень конкурентоспособности; критерии оценки санаторных услуг.

Keywords: benchmarking; benchmarking stages; spa industry; competitiveness level; criteria for evaluating sanatorium services.

Конкуренция среди организаций санаторно-курортной сферы постоянно растет, поэтому санаториям необходимо непрерывно развивать качество предоставляемых услуг, разрабатывать эффективные программы оздоровления, совершенствовать свою материально-техническую базу и стремиться к оказанию безупречного сервиса.

Одним из способов повышения уровня конкурентоспособности санатория является метод бенчмаркинга. Бенчмаркинг – это механизм сравнительного анализа эффективности работы одного предприятия с показателями других успешных фирм. Данный метод позволяет изучить способы достижения высоких показателей и адаптировать их для своей организации [2].

На рынке санаторно-курортных услуг города Анапа функционирует несколько здравниц, схожих по своей специализации и масштабам работы.

Санаторий «Анапа» является одним из крупнейших санаториев курорта. К услугам отдыхающих – современная лечебная база, комфортабельные номера со всеми удобствами, столовая, собственный оборудованный лечебный пляж, два комплекса бассейнов, развитая инфраструктура.

На территории санатория также находится киноконцертный зал на 200 мест, спортивные и детские площадки, библиотека, косметологический кабинет, фито-бар.

Показаниями для лечения в санатории служат:

- заболевания органов дыхания нетуберкулезного характера;
- заболевания ЛОР-органов;
- заболевания костно-мышечной системы;
- детский церебральный паралич;
- заболевания кожи;
- заболевания и травмы спинного мозга;
- гинекологические заболевания;
- программа лечения полиартроза.

Санаторий «Анапа-Океан» находится в 20-ти метрах от моря, в непосредственной близости к центру города. Заявлен как комфортабельный отель уровня «3 звезды» евростандарта и современный лечебно-оздоровительный комплекс, входит в 10 лучших санаториев города. К услугам гостей 100 номеров с размещением до 250 человек.

Санаторий специализируется на лечении:

- невротических, психических расстройств и состояний;
- заболеваний нервной системы;
- болезней органов дыхания;
- болезней органов пищеварения;
- болезней сердечно-сосудистой системы;
- болезней кожи и кожной клетчатки;
- болезней эндокринной системы, расстройств питания и нару-

шения обмена веществ;

- болезней костно-мышечной системы и соединительной ткани;
- болезней мочеполовой системы;
- болезней уха и сосцевидного отростка, верхних дыхательных

путей.

В инфраструктуру санатория входит:

- шведский стол;
- итальянский RESTBAR La Veranda;
- летняя терраса La Veranda;
- медицинский центр;
- велнес-клуб «Серотонин»: тренажерный зал, банный комплекс,

фитнес залы и СПА;

- студия красоты;
- пляжный комплекс;
- детский клуб «Океан»;
- услуги конференц-зала на 150 мест.

Санаторий «Надежда» является многопрофильным санаторием круглогодичного действия, который рассчитан на прием около 1200 гостей.

Профиль санатория включает в себя терапию, педиатрию, акушерство и гинекологию, аллергологию, иммунологию, гастроэнтерологию, дерматологию, детскую кардиологию, неврологию, отоларингологию, пульмонологию, урологию, ортопедию и травматологию, эндокринологию, профпатологию.

Основной специализацией здравницы является лечение эндокринных заболеваний, аллергических заболеваний дыхательных путей, нарушения работы опорно-двигательного аппарата, хронические заболевания дыхательных органов нетуберкулезного характера, лечение заболеваний системы кровообращения и нервной системы и многие другие.

В инфраструктуру санатория входит:

- шведский стол;
- несколько бассейнов;
- фитнес-центр;

- пляжный комплекс «Волна»;
- усадьба «Шато Каберне»;
- спортивные площадки;
- детские игровые площадки и игровая зона в помещении;
- сауна и СПА-комплекс.

Санаторий «Родник» входит в число лучших круглогодичных бальнеологических здравниц города на 490 мест. Заявлена как «уникальная здравница, на территории которой находится три скважины: две для лечебных ванн и одна, как питьевая: сероводородная «Мацеста», «Анапский родник № 29», «Анапский родник № 5».

В санаторно-курортное лечение здравницы входит бальнеологическое отделение, грязевое и массажное отделение, спелеокамера, ароматерапия, мониторинговая очистка кишечника, стоматологическое отделение, гинекологическое орошение, возможен прием квалифицированных специалистов по различным направлениям для лечения:

- болезней системы кровообращения;
- болезней органов пищеварения;
- заболеваний нервной системы;
- болезней костно-мышечной системы и соединительных тканей;
- болезней органов дыхания;
- болезней уха, горла, носа;
- болезней эндокринной системы;
- болезней мочеполовой системы;
- расстройства питания и нарушения обмена веществ;
- болезней кожи и подкожной клетчатки.

Санаторий «Родник» проводит уникальные процедуры, такие как лазерное облучение крови, радоновые ванны, гирудотерапия, рефлексотерапия. Помимо амбулаторно-поликлинического отделения обладает операционным блоком и многопрофильным стационаром.

В инфраструктуру здравницы входят:

- шведский стол;
- собственные источники с минеральной водой и питьевой бювет;
- комплекс бассейнов;
- различные спортивные площадки;
- пляжная зона;
- ресторан-бар «Родник»;
- - конференц-зал.

Санаторно-курортный комплекс «ДиЛУЧ» имеет огромный и успешный опыт разработки и реализации более 30 специальных лечебно-диагностических программ.

В составе санатория находится поликлинический корпус на 1000 посещений в день, лечебно-диагностический центр на 5200 посещений в день, шесть гостиниц категории 3 звезды на 1000 мест, столовый комплекс диетического питания, водогрязелечебница, спортивные и тренажерные залы, закрытый бассейн с подогреваемой морской водой, лечебно-косметологический центр.

В "ДиЛУЧе" работают 65 врачей по 34 специальностям: терапия, педиатрия, общая врачебная практика, отоларингология, профпатология, аллергология и иммунология, психотерапия, неврология, акушерство и гинекология, офтальмология, пульмонология, кардиология, ревматология, гастроэнтерология, дерматовенерология, эндокринология, хирургия, травматология, урология-андрология, проктология, стоматология, восстановительная медицина, косметология, физиотерапия, рефлексотерапия, клиническая лабораторная диагностика, ультразвуковая диагностика, функциональная диагностика, эндоскопия, лечебная физкультура, рентгенодиагностика.

В клиничко-биохимической и иммунологической лаборатории санатория проводят более 400 видов обследований на новейшем оборудовании. Делают диагностику иммунной системы, в том числе лабораторную аллергодиагностику. Применяют методы современной лабораторной иммунологии, которые позволяют выявлять небольшие количества гормонов и другие биологически активные вещества, а также инфекции в организме человека.

На территории санатория также действует аптека, библиотека, конференц-зал, фито-бар, химчистка и многое другое.

Для анализа уровня конкурентоспособности используется 5-ти балльная система оценки. Значение баллов:

- 0 балл – отсутствие данного фактора;
- 1 балл – низкий уровень развития фактора;
- 2 балла – уровень ниже среднего;
- 3 балла – средний уровень конкурентоспособности;
- 4 балла – хороший уровень развития фактора;
- 5 баллов – высокий уровень развития.

В качестве параметров оценки отобраны и оценены по значимости следующие критерии для оценки санаторно-оздоровительных услуг [1]:

1. Санаторное лечение: методы лечения, диагностика, ассортимент проводимых процедур, укомплектованность медицинским персоналом, лечебные кабинеты, наличие современного медицинского оборудования, дополнительные услуги.

2. Организация досуга: наличие объектов проведения досуга, организация спортивно-оздоровительной деятельности, проведение различных тематических мероприятий, концертов, экскурсионная деятельность, посещение общекурортных и внесанаторных мероприятий, водные развлечения, детское развлечение, показ кинофильмов.

3. Наличие и использование природных лечебных факторов: климатолечение, грязелечение, применение природной минеральной воды, наличие бьюета, рельеф местности (наиболее благоприятной для оздоровления считается пересеченная местность с перепадом высот), наличие терренкуров (специальных маршрутов для лечебной ходьбы), наличие значительного растительного покрова на территории и аэротерапия, гелиотерапия.

4. Условия проживания: номерной фонд, оснащенность номеров, их состояние, возможность отдыха вместе с питомцами.

5. Организация питания: организация диетического питания, качество пищи, наличие заказного меню.

6. Инфраструктура: наличие объектов инфраструктуры, состояние, их доступность, чистота территории.

Уровень конкурентоспособности каждой из рассматриваемых гостиниц определяется по формуле:

$$Kn = \sum_i^i AiPi$$

где: K_n – показатель конкурентоспособности n -го конкурента;

n – количество сравниваемых конкурентов;

A_i – вес i -го параметра;

i – число оцениваемых факторов конкурентоспособности санатория;

P_i – балльная оценка i -го фактора у n -го конкурента;

$A_i P_i$ – показатель конкурентоспособности n -го санатория по i -му фактору.

Данные по оценке конкурентоспособности санаториев представлены в таблице.

Таблица 1.

Оценка конкурентоспособности санаториев г. Анапа

Факторы	Вес	«Анапа»		«Анапа-Океан»		«Надежда»		«Родник»		«ДиЛУЧ»	
	А	Р	АР	Р	АР	Р	АР	Р	АР	Р	АР
Санаторное лечение	0,8	5	4	4	3,2	3	2,4	4	3,2	5	4
Организация досуга	0,4	4	1,6	5	2	4	1,6	4	1,6	4	1,6
Наличие и использование природных факторов	0,6	4	2,4	3	1,8	3	1,8	5	3	4	2,4
Условия проживания	0,5	3	1,5	4	2	5	2,5	3	1,5	3	1,5
Организация питания	0,7	4	2,8	4	2,8	4	2,8	3	2,1	3	2,1
Инфраструктура	0,6	4	2,4	5	3	5	3	4	2,4	4	2,4
Итого	-	-	14,7	-	14,8	-	14,1	-	13,8	-	14

Анализ таблицы показал, что наибольшее конкурентоспособным оказался санаторий «Анапа-Океан». Объект исследования данной работы остался позади лишь на 0,1, достигнув отметки 14,7 и заняв второе место в общем рейтинге. Наименьшее значение показателя конкурентоспособности принадлежит санаторию «Родник».

Анализ показал, что санатории «выбирают» и развиваются в одном из двух возможных направлений: качественное медицинское обслуживание и лечение со средними условиями проживания и организацией досуга или же наоборот, отличный релакс сервис с уютными номерами категории не ниже 3 звезд, который подходит скорее для расслабления и проведения СПА-процедур, чем для профессионального лечения.

Санаторий «Анапа» сейчас находится перед подобным выбором – сделать еще больший акцент на лечебную базу и выйти на новый уровень, став лучшим в своей специализации, или стать более «попсовым», внедрив программы СПА-ухода и другие популярные услуги.

Таким образом, проведение первичного анализа позволяет увидеть слабые места в работе санатория, выявить уровень своей конкурентоспособности, а также «создать почву» для дальнейших изменений.

Список литературы:

1. Карчевская Е.Н., Домород А.В. Анализ конкурентоспособности санаторно-курортного хозяйства // Псковский регионологический журнал № 11, 2011.
2. Хуажева З.Б., Климова Н.В. Бенчмаркинг как инструмент управления конкурентоспособностью санаторно-оздоровительных услуг // «Меридиан», выпуск № 8 (42). 2020.

2. РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

АНАЛИЗ ОСНОВНЫХ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЙ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ РЫНКА УСЛУГ ДЛЯ ДЕТЕЙ И МОЛОДЕЖИ В РЕСПУБЛИКЕ ТАТАРСТАН

Фаттахов Дамир Ильдусович

*министр по делам молодежи Республики Татарстан,
Министерство по делам молодежи Республики Татарстан,
РФ, г. Казань*

ANALYSIS OF THE BASIC SOCIO-ECONOMIC CONDITIONS FOR FORMING AND DEVELOPING A MARKET OF SERVICES FOR CHILDREN AND YOUTH IN THE REPUBLIC OF TATARSTAN

Damir Fattahov

*Minister for Youth Affairs of the Republic of Tatarstan,
Ministry of Youth Affairs of the Republic of Tatarstan,
Russia, Kazan*

Аннотация. Автор анализирует основные экономические и социальные предпосылки формирования и развития рынка услуг для молодежи в Республике Татарстан, включая динамику показателей реально располагаемых денежных доходов населения, доли безработных в возрасте от 15 до 29 лет, темпов роста заработной платы, цен на платные услуги населению, численности населения с денежными доходами ниже прожиточного минимума, а также структуры и динамики денежных доходов и расходов населения региона, как важнейших факторов, влияющих на спрос со стороны населения и молодежи на услуги по организации отдыха и оздоровления детей и молодежи. В результате автор приходит к выводу, что структура и динамика основных социально-экономических показателей развития региона недостаточны для полноценного формирования базы развития рынка услуг в сфере молодежной политики в Республике Татарстан.

Abstract. The author analyzes the main economic and social prerequisites for the formation and development of the market for services for young people in the Republic of Tatarstan, including the dynamics of real disposable cash income of the population, the share of unemployed between the ages of 15 and 29, the rate of wage growth, the prices of paid services to the population, the population with cash incomes below the subsistence level, as well as the structure and dynamics of cash income and expenditures of the population of the region as a major factor influencing the demand from the population and young people for recreational and recreational services for children and young people. As a result, the author concludes that the structure and dynamics of the main socio-economic indicators of the region's development are not enough to fully form the base of development of the youth policy services market in the Republic of Tatarstan.

Ключевые слова: услуги для детей и молодежи; показатели экономического и социального развития региона; доходы и расходы населения; безработица; индекс потребительских цен; платные услуги населению.

Keywords: services for children and young people; indicators of economic and social development of the region; income and expenditures of the population; unemployment; consumer price index; paid services to the population.

Анализ основных условий формирования рынка услуг для детей и молодежи в Республике Татарстан, также как и в России в целом, базируется развитие на общегосударственной социально-экономической политике, характеризующейся целым рядом взаимосвязанных и взаимозависимых показателей. Процесс реализации услуг в сфере молодежной политики в регионе также имеет целый ряд тормозящих факторов и объективных процессов, учитывать которые необходимо при выработке тех или иных управленческих решений в этой сфере. Анализ структуры и динамики основных показателей, отражающих основные характеристики современного состояния рынка услуг в сфере молодежной политики в Республике Татарстан, позволяет выявить эти факторы, оценить их влияние на интересующие нас процессы и сформулировать прогнозные характеристики социального и финансового обеспечения процесса развития услуг в сфере молодежной политики (см. табл.1.).

Таблица 1.

Динамика основных социально-экономических показателей, лежащих в основе формирования государственной молодежной политики в Республике Татарстан за период с 2011 по 2018 годы

	2011	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Динамика реально располагаемых денежных доходов населения, в проц. к предыдущему году	100,9	101,5	102,3	98,5	96,0	95,4	100,7
Темп роста реальной начисленной заработной платы, проц.	106,7	104,9	101,3	91,3	98,3	104,0	106,2
Индекс физического объема платных услуг населению, в процентах к предыдущему году	104,9	120,5	107,7	107,7	104,6	103,3	103,9
Доля санаторно-оздоровительных услуг в структуре расходов в процентах к общему объему	0,4	0,4	0,5	0,7	1,3	1,1	1,0
Индекс потребительских цен на платные услуги, в целом, в процентах к предыдущему году	108,3	106,7	108,9	108,2	104,7	103,3	103,6
Индекс потребительских цен на санаторно-оздоровительные услуги, в процентах к предыдущему году	110,4	106,2	106,9	109,4	107,0	101,3	96,5

Источник: [1]

Как свидетельствуют данные официальной политики, оценка системообразующих показателей формирования и развития социально-экономической базы государственной молодежной политики в регионе далеко не однозначна. Так, несмотря на неуклонный рост среднедушевых денежных доходов населения на протяжении последних десяти лет,

реальные располагаемые денежные доходы населения с учетом воздействия на них факторов инфляции и ряда других, на протяжении последних пяти лет неуклонно сокращаются. Реальные располагаемые денежные доходы населения на протяжении периода с 2015 по 2017 годы постоянно сокращаются, что свидетельствует о снижении уровня и качества жизни населения. Все это, безусловно, отрицательно отражается на формировании финансовой базы рынка услуг в сфере молодежной политики, которая формируется частично за счет денежных средств населения, и, преимущественно, за счет средств регионального бюджетов.

Необходимо учитывать и тот факт, что на протяжении всего анализируемого периода с 2011 по 2018 годы, как индекс физического объема платных услуг населению, так и индекс потребительских цен на платные услуги имеет тенденцию неуклонного роста. При этом индекс потребительских цен на платные услуги населению Республики Татарстан на протяжении практически всего анализируемого периода опережал аналогичные значения индекса физического объема платных услуг населению региона [1].

Фрагментарной можно характеризовать динамику роста индекса потребительских цен на санаторно-оздоровительные услуги, которая по отношению к индексу потребительских цен на платные услуги населению Республики Татарстан за анализируемый период постоянно колебалась. Так, если в 2011 году параметры индекса потребительских цен на санаторно-оздоровительные услуги составляли 110,4%, то индекс потребительских цен на платные услуги населению Республики Татарстан был ниже и составлял 108,3%, что свидетельствовало об опережающем спросе населения на санаторно-оздоровительные услуги в этом году по сравнению с другими платными услугами. Однако, затем на протяжении всего исследуемого периода наблюдается опережающее снижение индекса потребительских цен на санаторно-оздоровительные услуги по сравнению с индексом потребительских цен на платные услуги населению Республики Татарстан. А в 2018 году отрицательные параметры индекса потребительских цен на санаторно-оздоровительные услуги в пределах 96,5 % диссонировали с параметрами индекса потребительских цен на платные услуги населению Республики Татарстан, составляющими 103,6%.

Все это в совокупности с доминированием фактора роста платных услуг населению закономерно ведет к снижению потребительского спроса на санаторно-оздоровительные услуги со стороны населения и сокращению социально-экономической базы для их развития.

Другим не менее важным фактором формирования и развития социально-экономической базы рынка услуг в сфере молодежной

политики являются факторы динамики структуры и численности населения и рабочей силы, образующие базовый контур услуг в сфере молодежной политики в условиях рынка. Основные параметры этого фактора представлены в таблице 2.

Таблица 2.

Динамика показателей, характеризующих структуру и численность населения и рабочей силы, лежащих в основе формирования государственной молодежной политики в Республике Татарстан за период с 2005 по 2018 годы

	2005	2011	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Коэффициент естественного прироста населения (на 1000 чел. населения)	- 4,4	1,0	2,6	1,7	2,7	2,7	1,1	0,5
Среднегодовая численность занятых в экономике, млн. чел.	-	1,81	1,81	1,81	1,95	1,95	1,94	1,94
Доля безработных в возрасте от 15 до 29 лет	-	38,6	39,7	43,3	43,5	43,3	42,8	46,6
Численность населения с денежными доходами ниже прожиточного минимума: - в процентах от общей численности населения	12,7	8,1	7,2	7,0	7,6	7,5	7,4	7,0

Источник: составлено на основе данных [1]

Системным фактором современного развития социально-экономических процессов в регионе, безусловно, является фактор положительной динамики структуры и численности населения и рабочей силы в экономике региона. Республика Татарстан является одним из немногих регионов России, где последние пятнадцать лет сопровождалась ростом численности населения. Это объясняется не столько ростом рождаемости на территории региона, сколько его социально-экономической привлекательностью и, соответствующей, миграцией населения, ростом количества приезжающих в Республику Татарстан.

При этом необходимо отметить, что среди приезжающих в Республику Татарстан доминирует молодежь. Так, за период с 2005 по 2018 годы население региона выросло с 3761,6 тыс. человек до 3898,6 или на 3,6 %. При этом необходимо отметить, что рост этот происходил перманентно, без каких-либо разрывов и снижений.

Достаточно тревожным фактором является затянувшееся с начала 2000-х годов повышение уровня безработных среди молодежи. Так, доля безработных в возрасте от 15 до 29 лет в общей численности безработных в регионе за период с 2011 по 2018 годы выросла с 38,6% до 46,6% [1].

Итоговым по значимости фактором, лежащим в основе формирования государственной молодежной политики в регионе, является фактор уровня жизни населения, который, в частности, выражается в показателе численности населения с денежными доходами ниже прожиточного минимума, который, по данным официальной статистики с 307,7 тыс. человек в 2011 году снизился, в отличие от аналогичного показателя в целом по России, до 280,4 тыс. человек в 2018 году или на 27 тыс. человек, что сравнимо с численностью одного районного центра.

Факторы структуры и динамики денежных доходов и расходов населения являются системными факторами при формировании государственной молодежной политики в регионе, так как концентрирует в себе все характеристики экономического развития региона. Кроме того, этот фактор наиболее чувствительно отражающиеся именно на детях и молодежи, которые наиболее остро ощущают на себе недостаток денежных средств своих родителей для оплаты их полноценного отдыха, образования и социальной адаптации.

Таблица 3.

**Динамика показателей структуры денежных доходов и расходов населения Республики Татарстан в период с 2005 по 2018 годы
(в процентах от общего объема)**

	2005	2011	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Денежные доходы, всего	100	100	100	100	100	100	100	100
в том числе:								
• доходы от предпринимательской деятельности	12,5	13,8	-	6,0	4,8	4,9	5,5	5,4
• оплата труда	36,0	36,6	36,9	43,0	41,7	42,2	44,5	46,1
• социальные выплаты	12,5	16,6	16,2	14,7	15,0	15,6	16,6	16,1

Окончание таблицы 3.

	2005	2011	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Потребительские расходы, всего	100	100	100	100	100	100	100	100
в том числе:								
• покупка продуктов питания	35,3	34,8	34,3	27,5	31,9	30,7	29,7	26,0
• расходы на приобретение непродовольственных товаров;	33,5	34,2	40,6	46,6	41,9	42,9	44,1	48,3
• расходы на оплату услуг	20,4	22,9	23,1	24,2	24,3	24,6	24,5	24,3
• прирост финансовых активов	10,8	3,9	2,0	1,7	1,9	0,6	1,7	1,4

Источник: составлено на основе данных [1]

Данные официальной статистики структуры расходов и доходов населения Республик Татарстан существенно отличаются от динамики аналогичных статистических данных в целом по России. За анализируемый период с 2005 по 2018 годы постоянно снижалась доля доходов населения от предпринимательской деятельности. При этом удельный вес оплаты труда в структуре денежных доходов населения региона неуклонно растет, как растет и удельный вес социальных выплат и льгот. Данное соотношение отрицательно сказывается на стимулировании деловой активности населения региона и ведет к формированию пассивной позиции всех слоев и возрастных групп населения [1].

Таким образом, можно сделать вывод, что структура денежных доходов населения в регионе не отвечает требованиям оптимальности и стимулирования деловой активности, так как наличие факторов снижающейся доли доходов от предпринимательской деятельности и растущая доля социальных выплат в общих доходах населения Республики Татарстан, на долю которых приходилось в 2018 году 20,5% совокупных доходов населения региона, формируют существенный противовес фактору растущей доли доходов в виде оплаты труда.

С другой стороны, деформированная структура расходов населения региона, в свою очередь, выражается в гипертрофированно высоком уровне доли расходов на питание и приобретение предметов первой необходимости, а также обязательных платежей, прежде всего, за жилищно-коммунальные услуги и различных страховых взносов, что

практически лишило подавляющую часть всех слоев и возрастных групп населения страны возможности минимального накопления, а также необходимых затрат на свое физическое и интеллектуальное развитие.

Одним из наиболее выраженных обобщающих и результирующих факторов, лежащих в основе формирования рынка услуг в сфере молодежной политики в регионах, является фактор динамики показателей развития сети детских оздоровительных лагерей, которая, представлена в таблице 4.

Таблица 4.

Динамика показателей развития сети детских оздоровительных лагерей в Республике Татарстан на период с 2005 по 2019 годы

	2005	2011	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Число детских оздоровительных лагерей, всего	2095	1560	1327	1370	1378	1321	1893	1836	1810
Численность детей, отдохнувших в лагерях за лето, тыс. чел.	191,0	155,2	158,2	164,6	164,4	161,9	150,0	151,8	160,2
Процент охвата организованными формами отдыха и оздоровления детей		49,6	51,4	52,0	52,5	51,1	50,1	49,1	47,5

Источник: составлено на основе данных [1].

В соответствии с данными, приведенными в таблице 4, динамика числа детских оздоровительных лагерей в Республике Татарстан на период с 2005 по 2019 годы имеет достаточно противоречивую тенденцию. С одной стороны, необходимо отметить сокращение их количества, с другой стороны, можно отметить существенное увеличение количества оздоровительных лагерей с дневным пребыванием во время каникул, которое произошло за счет изменения формы отчетности, когда эту отчетность начиная с 2017 года начали предоставлять юридические лица всех форм собственности, как муниципальные, государственные, так и негосударственные и ведомственные.

Однако даже при таком существенном приросте числа детских оздоровительных лагерей в Республике Татарстан на период с 2005 по 2019 годы не удалось достигнуть величины показателя 2005 года по общей численности детей, отдохнувших в лагерях за лето.

Таким образом, по результатам проведенного статистического анализа можно сделать вывод, что структура и динамика основных показателей, отражающих базовые тенденции современного состояния услуг в сфере молодежной политики недостаточны для полноценного формирования социальной и экономической базы развития рынка услуг в сфере молодежной политики в Республике Татарстан. Анализируемые основные показатели социального и экономического развития Республики Татарстан, отражающие базовые тенденции современного состояния рынка услуг в сфере молодежной политики региона, могут быть использованы при выработке адекватных управленческих решений по корректировке этой политики.

Список литературы:

1. Республика Татарстан: статистический сборник. 2018: территориальный орган федеральной службы государственной статистики по Республике Татарстан. – Казань, 2019. – 317 с.

3. ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ

СИСТЕМАТИЗАЦИЯ ФУНКЦИЙ НАЛОГОВ В СТРАНЕ С ТРАНСФОРМИРУЮЩЕЙСЯ ЭКОНОМИКОЙ

Тавадян Эмма Ашотовна

аспирант,

*Армянский государственный экономический университет,
Республика Армения, г. Ереван*

SYSTEMATIZATION OF TAX FUNCTIONS IN A COUNTRY WITH A TRANSFORMING ECONOMY

Emma Tavadyan

Graduate student,

*Armenian State University of Economics,
Armenia, Yerevan*

Аннотация. Налоговые реформы должны соответствовать нормативно-фискальной, социально-регулирующей, целевой, стимулирующей роли и функциям налоговой системы. Для эффективного сочетания этих функций необходимо систематизировать их. Налоговые реформы не должны нарушать принцип социальной справедливости, при этом с фискальной точки зрения не должны снижать соотношение налогов к ВВП. Это важно, ибо в этом отношении этот индикатор в трансформирующихся странах, в том числе в Армении, существенно ниже чем в развитых странах. При решении налоговых задач необходимо учитывать взаимосвязи всех функций налогов.

Abstract. Tax reforms must comply with the normative-fiscal, social-regulatory, and target-stimulating roles and functions of the tax system. For an effective combination of these functions, it is necessary to systemize them. The tax reforms should not violate the principle of social justice, while not reducing the ratio of taxes to GDP from a fiscal point of view. This is important, because in this respect this indicator in the transforming countries, including Armenia, is significantly lower than in developed countries. When solving tax problems, it is necessary to consider the correlations of all tax functions.

Ключевые слова: налоги; систематизация; фискальные, социальные и целевые функции налогов; соотношение налоги / ВВП.

Keywords: Tax; Systematization; Fiscal, Social and target functions of taxes; Tax to GDP ratio.

В экономической литературе сформулированы фискальная, регулирующая, стимулирующая функции налогов (см. например [1], [2], [3]).

Роль и функции налогов нами систематизированы и представлены в таблице 1.

Таблица 1.

Роль, функции, содержания налогов

Роль налогов	Функции налогов	Содержание
Нормативная	Фискальная	Формирование доходной части государственного бюджета.
Социальная	Регулирующая	Налогообложение, сфер, территорий, разными налогами и тарифами.
Целевая	Стимулирующая	Развитие экономики: рост ВВП, инвестиции, занятости. Улучшение структуры ВВП и торгового баланса.

Для эффективного выполнения этих функций существенное значение имеет системная деятельность законодательной, исполнительной и судебной власти. Законодательные реформы должны быть направлены на эффективное выполнение всех трех функций. Исполнительная власть посредством административных и нормативных актов должна содействовать выполнению законодательно оформленных функций налоговой системы. Судебная же власть должна обеспечить строгое выполнение законодательно представленных функций налогов. Конечно, здесь играют большую роль четкое решение кадровых, информационных и технических проблем.

Особенно в странах с трансформирующейся экономикой выполнение первой, фискальной функции может противоречить регулирующей и стимулирующей функции налогов. Фискальная функция, ограничение налоговой нагрузки зачастую оцениваются посредством кривой Лаффера [4, 5]. Налоговые реформы, с точки зрения фискальной функции не должны противоречить регулирующей и стимулирующей функции. Налоговые реформы не должны проводиться за счет налогообложения малых доходов. В том числе эти реформы не должны отрицательно сказываться на развитие экономики.

С другой стороны, стимулирующая и регулирующая функции также не должны противоречить фискальной функции, особенно странах с трансформирующейся экономикой, где соотношение налоги-ВВП зачастую не превосходит 35%. С этой точки зрения при решении стимулирующих и социальных проблем должно действовать представленное нами следующее ограничение:

$$\text{прогнозируемое} \frac{\text{налоги}}{\text{ВВП}} \geq \text{реальное} \frac{\text{налоги}}{\text{ВВП}}.$$

Соотношение налогов к ВВП в странах ЕАЭС, в Грузии и в ряде стран Восточной Европы представлено в таблице 2.

Таблица 2.

Соотношение налоги / ВВП					
Страна	2014	2015	2016	2017	2018
Венгрия	46.9%	48.2%	45.1%	44.7%	44.2%
Чехия	40.3%	41.1%	40.2%	40.5%	41.5%
Польша	38.7%	39.0%	38.9%	39.7%	41.2%
Словакия	39.3%	42.5%	39.2%	39.4%	39.9%
Беларусь	38.9%	38.8%	39.0%	38.7%	39.9%
Эстония	38.3%	39.5%	39.1%	38.6%	38.5%
Латвия	36.1%	36.2%	36.2%	35.6%	36.9%
Россия	33.9%	31.9%	32.8%	33.3%	35.5%
Болгария	33.6%	34.9%	34.7%	33.4%	35.1%
Литва	33.4%	34.1%	33.6%	32.8%	33.9%
Киргизия	35.6%	35.6%	33.5%	33.7%	32.8%
Румыния	32.1%	32.8%	28.9%	28.0%	29.4%
Грузия	28.0%	28.1%	28.3%	29.2%	28.6%
Казахстан	23.7%	16.6%	17.0%	20.3%	22.2%
Армения	22.0%	21.5%	21.4%	21.2%	21.6%

Источник: данные IMF

Как видим, Армения в этом плане уступает всем странам Восточной Европы, а также странам ЕАЭС и Грузии. Поэтому вышеуказанное фискальное ограничение имеет особенно важное значение для стран находящихся в нижней части таблицы 2. Налоговые реформы в этих странах не должны привести к снижению соотношения налоги/ВВП.

Предполагается, что проводимые в Армении налоговые реформы будут способствовать росту соотношения налоги / ВВП. В 2019-ом году данное соотношение увеличилось на два процентных пункта. Основная причина — это сокращение теневой экономики и реформирование процесса налоговых поступлений. Следует отметить, что в противодействии коррупции Армения впервые сделала значительный шаг. По оценке международной организации Transparency International Армения по индексу восприятия коррупции в 2019г. переместилась с 105-ого места на 77-ое. Индекс восприятия коррупции увеличился с 35-и до 42-и. В этом списке среди стран ЕАЭС Армения заняла 2-ое место [6].

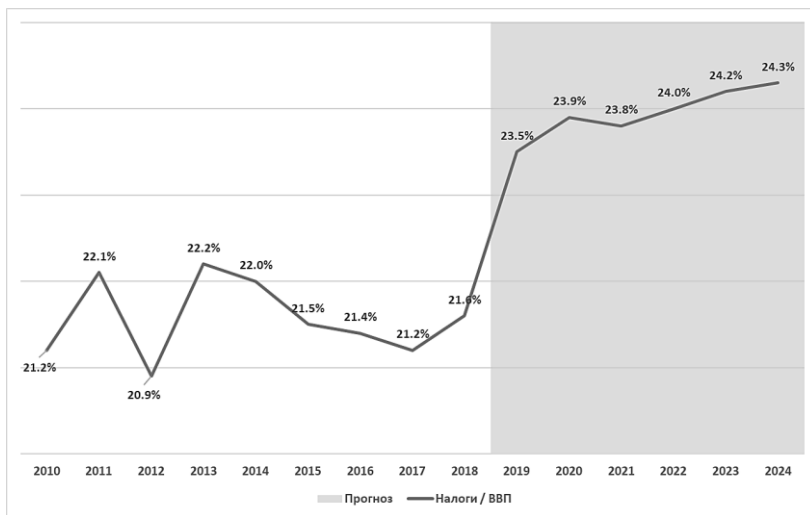


Рисунок составлен автором по данным IMF

Рисунок 1. Динамика соотношения налоги / ВВП в Армении

Налоговые реформы, соответствующие фискальной функции должны соответствовать и регулирующим, а также стимулирующим функциям налогов. Должны быть благоприятны для роста ВВП, особенно для роста экспорта готовой продукции, имеющей наибольший процент

добавленной стоимости. На наш взгляд именно этот фактор показывает степень конкурентоспособности экономики страны.

Таким образом, налоговые реформы должны оптимально сочетать все функции налогов, способствуя росту целевых макроэкономических индикаторов, не нарушая принцип социальной справедливости и не снижая уровень соотношения налоги / ВВП. Это особенно важно для стран трансформирующейся экономикой. При проведении налоговых реформ следует учесть сформулированное нами фискальное ограничение.

Список литературы:

1. Глухов В.В., Дольде И.В. «Налоги: теория и практика» Санкт-Петербург, 2002 г.
2. Кутаенко А.А., М.П. Белянин «Теория налогообложения». М., 2019 г.
3. «Налоги и налогообложение» Под. ред. В.Ф. Тарасовой -М., 2018 г.
4. Buchanan J.M., Dwight L.R. Politics, Time and the Laffer Curve // Journal of Political Economy. – 1982. – V. 90. N 4.
5. Monissen H.G. Explorations of the Laffer Curve – 1999.
6. Corruption perception index 2019, Transparency International 2020.

4. ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ НАРОДНЫМ ХОЗЯЙСТВОМ

СОСТОЯНИЕ ОСНОВНЫХ ФОНДОВ НЕФТЕГАЗОВОЙ ОТРАСЛИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Ларенцев Николай Николаевич

магистрант,

*Самарский государственный технический университет,
РФ, г. Самара*

Коробкова Юлия Юрьевна

доцент, канд. экон. наук, доц. кафедры

*Экономика промышленности и производственный менеджмент,
Самарский государственный технический университет,
РФ, г. Самара*

Проблемы, связанные с повышением эффективности использования основных фондов предприятий топливно-энергетического комплекса, занимают ключевое место в области нефтегазовой промышленности Российской Федерации, когда предприятиям необходимо не только повышать качество выпускаемой продукции, сохранять и наращивать промышленное производство, исходя из принципа интенсификации. Решая эту проблему, определяют уровень финансового состояния предприятия, место в промышленном производстве, его конкурентоспособность на рынке.

Актуальность темы исследования определяется амортизированным состоянием основных фондов многих предприятий Российской Федерации, которые не соответствуют современным технико-экономическим требованиям и являются фактором снижения общей эффективности производства.

Рассмотрим этот вопрос более подробно на примере топливно-энергетического комплекса Российской Федерации. Для российской экономики нефтегазовый комплекс играет важную роль: в нем занято более 10% трудоспособного населения страны, и на его долю приходится более 40% промышленного производства во внутренних ценах. Кроме того, более 50% налогов поступает из этой отрасли в федеральный бюджет, около 20% приходится на валовой внутренний продукт; 25% налоговых и таможенных доходов; примерно 30% валютной выручки [3].

Нефтегазовая отрасль имеет огромные возможности для эффективного развития. Но есть внешние и внутренние факторы, которые способствуют замедлению динамичного развития отрасли. К ним относятся нехватка инвестиционных ресурсов, износ оборудования, экономические кризисы, монополизм, низкое качество продукции, несовершенная налоговая политика и т. д. Если внешние факторы трудно нейтрализовать, то внутренние моменты могут быть решены посредством совместных усилий государства и компаний в отрасли.

Чтобы сохранить достигнутые результаты работы нефтегазовых компаний, необходимо открывать новые месторождения, развивать экспортные отношения, модернизировать и реконструировать нефтеперерабатывающие заводы или вводить в эксплуатацию новые заводы. На сегодняшний день проводятся исследования в области поиска ресурсов углеводородов, которые станут доказанными запасами РФ. В настоящее время они составляют 80 миллионов баррелей нефти, и прогнозируется более 200 миллионов баррелей потенциальных запасов углеводородов. Но запасы нефти в России постоянно истощаются и находятся примерно на уровне 40% от первоначальных объемов, доля трудно извлекаемых запасов экспертами установлена на уровне 65% [3].

Основные фонды промышленных предприятий по своему составу, выполняемым функциям, в зависимости от назначения делятся на здания и сооружения, передаточные устройства, машины и оборудование и т. д.

Нефтегазовый комплекс характеризуется высокой долей активной части основных фондов. Например, в направлении добычи нефти и газа она достигает 85%, бурения - 90%, трубопроводного транспорта - 95%, переработки нефти - более 65% [2]. Для нефтегазового комплекса, а также для угольной промышленности большая доля сооружений: они могут составлять более 65% основных фондов нефтяной промышленности. При этом скважины составляют около 65%, рабочие машины и оборудование - 10-14%, передаточные устройства - 15%, здания - 3%, силовое оборудование - 2-3% и транспортные средства - 3% [1].

Несколько иная диспозиция в буровых и геологоразведочных организациях, где наиболее значимо представлено эксплуатационное оборудование: в основном это установки, которые используются при строительстве скважин. Этот объект основных фондов составляет почти половину их стоимости. Доля зданий (около 20%), транспортных средств (15%), силового оборудования (до 10%) также высока.

Газовая промышленность включает в себя неоднородные отрасли, и это влияет на структуру ее основных фондов. На месторождениях разработка скважин составляет около 60%, газосборных сетей - 5%, других объектов - 7%, перегрузочных устройств - 20%, промысловых

газоперерабатывающих установок и другого производственного оборудования - 8% [1].

В транспортировке газа, в структуре основных средств, преобладают магистральные газопроводы - до 80%, до 5% - главные передаточные устройства, компрессорные агрегаты - до 5%, рабочие машины и механизмы - 3%, компрессорные здания - 5%, объекты - 3%. В добыче газа и газа структура основных фондов характеризуется высокой долей производственного оборудования, сооружений и передающих устройств [4]. Структура основных фондов в нефтегазовом комплексе представлена в табл. 1.

На нефтеперерабатывающих заводах наибольшая часть приходится на технологические установки и прочие виды производственного оборудования. Следует отметить, что доля объединенной группы объектов недвижимого имущества предприятий нефтегазового комплекса составляет 50%, машин и оборудования - 30%, а остальные группы основных средств в нефтегазовом комплексе - 20%.

Таблица 1.

Структура основных фондов в нефтегазовом комплексе, % [4]

Группа	Нефте- добыча	Добыча газа	Бурение скважины	Газопроводный транспорт	Переработка нефти
Здания	3,8	10,1	10,4	3,2	16,5
Сооружения	66,5	50,9	8,4	2,9	19,6
в том числе скважины	58,4	45,8	-	-	-
Передаточные устройства	16,0	22,3	1,8	4,1	18,9
Машины и оборудование	12,7	15,3	75,5	8,1	42,4
в том числе:					
силовые	1,8	1,5	6,2	0,5	-
рабочие	10,2	13,2	68,7	7,4	26,8
Измерительные и регулирующие приборы и устройства	0,7	0,4	0,6	0,2	-
Транспортные средства	1,0	1,1	1,8	81,5	2,6
Инструменты, инвентарь	0,2	0,3	2,1	0,2	-

Для реализации задач, которые были поставлены в принятой Энергетической стратегией России Программе на период до 2030 года необходимо привлекать огромные инвестиционные ресурсы. Основными источниками инвестиций в нефтегазовый комплекс, являются собственные средства предприятий, такая же ситуация была и раньше. Их доля вместе с заемными средствами достигает 90%, из которых более 70% приходится на амортизацию, а 15% - прибыль, приходящаяся на накопительный фонд. Банковские кредиты по международным кредитным соглашениям составляют менее 5% от общих инвестиционных затрат. Государство вкладывает деньги из бюджета только на реализацию особо важных с экономической точки зрения и социально значимых проектов [2].

Проблема устранения высокой степени износа основных фондов в нефтегазовом комплексе, где от 60 до 80% оборудования уже устарело, остается актуальной. Отсутствие необходимых инвестиций не позволило компенсировать естественную потерю производственных мощностей нефтегазового комплекса. В нефтяной промышленности это привело к сокращению эксплуатационного бурения и уменьшению мощностей по добыче нефти.

Производственные мощности нефтегазового комплекса требуют реконструкции и модернизации установок. Морально устаревшее оборудование не способно производить конкурентоспособную продукцию, и его следует заменить на более современное. В большинстве случаев предприятия имеют производственные активы, которые изношены более чем на 60%, особенно для небольших нефтегазоперерабатывающих предприятий, на которые приходится до 25% общего объема добычи углеводородов.

Практика пролонгации основных фондов в нефтегазовой отрасли закладывает в будущем отставание эффективности производственного процесса, снижает уровень инноваций. Если срочные меры не будут приняты, разрушение энергосберегающей системы страны будет необратимым не только из-за массового выхода из строя старых основных фондов, но и из-за специфики различных процессов в нефтяной отрасли, которые требуют постоянного вложения финансов. Замораживание инвестиций в этих отраслях приведет к снижению их производства в соответствии с экспоненциальной тенденцией, и когда будет реализовываться восстановление, потребуются не только существенные затраты, но и длительный период времени - от 4 до 5 лет в нефтегазовом комплексе, до 10 лет – в угольной отрасли [4].

Основным ориентиром и конечной целью при управлении основными фондами промышленных предприятий является увеличение

выручки и прибыли владельцев предприятий, что обеспечивается за счет максимизации рыночной стоимости бизнеса. Но сами основные фонды неоднородны по своей структуре, что требует разработки комплекса методов их эффективного управления.

Список литературы:

1. Абдумаликова Д.О. Модернизация и проблемы обновления основных фондов нефтегазовой отрасли / Д.О. Абдумаликова. – М.: Российский государственный университет нефти и газа им. И.М. Губкина. – 2015. – С. 18-24.
2. Классификация основных средств, включаемых в амортизационные группы в нефтегазовой отрасли [Электронные данные] – Режим доступа: <https://helpiks.org/7-36167.html>
3. Нефтегазовый комплекс России [Электронные данные] – Режим доступа: <https://helpiks.org/4-66470.html>
4. Шамаров А.А. Методология воспроизводства основных фондов в системе стратегического управления промышленной компанией: Автореферат [Электронные данные] – Режим доступа: <http://fb.ru/article/263751/neftegazovaya-otrasl-rossii>

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ООО «ПЯТЕРОЧКА»

Плотников Никита Алексеевич

студент,

Волжский политехнический институт, (филиал)

Волгоградский государственный технический университет,

РФ, г. Волгоград

Горбунова Алина Викторовна

канд. экон. наук, доцент,

Волжский политехнический институт (филиал),

Волгоградский государственный технический университет,

РФ, г. Волгоград

WAYS TO INCREASE COMPETITIVENESS OF ORGANIZATION LLC "FIVE"

Nikita Plotnikov

Student,
Volga Polytechnic Institute,
(Branch) Volgograd State Technical University,
Russia, Volgograd

Alina Gorbunova

Cand. econ. sciences, docent,
Volga Polytechnic Institute (branch),
Volgograd State Technical University,
Russia, Volgograd

Аннотация. В статье рассмотрена конкурентоспособность организации и предложены пути ее повышения в ООО «Пятёрочка».

Abstract. The article considers the competitiveness of the organization and proposes ways to increase it in Five LLC.

Ключевые слова: конкурентоспособность; рынок; рентабельность; предприятие; факторы.

Keywords: competitiveness; market; profitability; enterprise; factors.

Для того, чтобы обеспечивать выживаемость организации в современных рыночных условиях необходимо постоянно повышать свою конкурентоспособность [4].

Федеральная торговая сеть ООО «Пятёрочка», основным видом деятельности которой является розничная торговля продукции питания и бытовой химии проводит регулярные исследования в области маркетинга и менеджмента своей организации.

Основной акцент при оценке конкурентоспособности делается на следующих факторах:

1) Проходимость – это количество покупателей, посещающих магазин. Их число следует увеличивать активной рекламной деятельностью (телевидение, радио, плакаты на улицах и другое).

2) Средний чек – это количество человек купивших товары данного магазина за определенный промежуток времени. Увеличить величину среднего чека можно путем:

- увеличения ассортимента предлагаемой продукции;

- проведения различного рода акций (распродажа, скидки с крупной покупки и другое);
- использование пластиковых карт – при их использовании человек тратит гораздо больше денег;
- продажа товаров на кассе продавцами – кассирами.

3) Лояльность – это процент покупок, произведенных в отдельном магазине относительно других магазинов данной организации. Увеличение прибыли за счет этого фактора возможно при введении дисконтных карт [1, с. 675].

Немаловажную роль в конкурентоспособности играет и финансово – хозяйственная деятельность организации (таблица 1).

Таблица 1.

**Основные показатели финансово–хозяйственной деятельности
ООО «Пятерочка» за 2016 – 2018 гг.**

Показатели	Ед. изм.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	Отклонение, (+/-)	
					2017/2016 гг.	2018/2017 гг.
Уставной фонд	тыс. руб.	650	650	650	0	0
Выручка от реализации	млрд. руб.	201	317	585	+170	+268
Собственный капитал	тыс. руб.	2500	2750	2890	+250	+140
Годовой фонд оплаты труда	тыс. руб.	15500	20000	26000	+4500	+6000
Себестоимость продукции	тыс. руб.	23176	32044	32976	+8868	+932
Прибыль от реализации продукции	тыс. руб.	14000	26200	29000	+12200	+2800
Чистая прибыль	тыс. руб.	11207 5	12151 7	141559	+9442	+20042
Издержки обращения	тыс. руб.	15750	22000	23400	+6250	+1400
Затраты на персонал	тыс. руб.	1100 0	14000	14300	+3000	+300

4) Финансово–хозяйственная деятельность предприятия зависит от многих факторов (ресурсы, условия и др.), причем влияние и сравнительная характеристика не всех из них поддаются формализованной оценке. С позиции возможности такой оценки принято выделять трудовые, материальные и финансовые ресурсы предприятия [3].

Анализируя расходы организации «Пятерочка», можно отметить, что большинство всех затрат приходится на статьи:

- затраты на персонал;
- повышение качества реализуемой продукции.

Возможно уменьшение расходов по этим статьям следующими методами. При оптимизации торговых площадей предприятию необходимо сдавать часть площадей в аренду.

Затраты на персонал возможно снизить двумя способами:

- сокращение рабочего времени – на предприятии введена почасовая оплата рабочего времени. При его уменьшении, уменьшается и фонд оплаты труда. Но можно ввести и дифференцированный график, то есть разные часы работы магазина в различные дни недели.

- сокращение численности работников организации.

Критерии предъявляемые к товару:

- а) товар имеет безусловное и постоянное качество;
- б) товар востребован покупателем (присутствует в большинстве торговых точек города);
- в) товар удовлетворяет запросам покупателей и компании по цене;
- г) товар поставляется поставщиком бесперебойно;
- д) товар имеет штрих-код.

На предприятии должны предусматриваться мероприятия по повышению конкурентоспособности. В общем плане эти мероприятия могут быть следующего характера:

- увеличение скорости обслуживания клиентов – необходимо расширить обязанности работников: уменьшение перерывов во время праздничных дней, (когда спрос увеличивается);
- улучшение качества обслуживания клиентов – вежливое обращение с клиентами;
- продажа излишнего оборудования и другого имущества или сдача его в аренду;
- снижение себестоимости продукции за счет более рационального использования материальных ресурсов, производственных мощностей и площадей, рабочей силы и рабочего времени;
- расширение рынка продаж – открытие новых магазинов сети;
- проведение масштабной и эффективной политики в области подготовки персонала, что представляет собой особую форму вложения капитала – следует отправлять работников на повышение квалификации;
- оптимизация логистической системы;
- повышение качества реализуемой продукции [2, с. 326].

Прежде всего, необходимо больше внимания уделять повышению скорости движения оборотных средств, сокращению всех видов запасов,

добиваться максимально быстрого продвижения готовых изделий от производителя к потребителю;

- улучшать качество выполняемых работ, что приведет к конкурентоспособности и заинтересованности выбора данной организации заказчиками работ; так же не последнюю роль занимает увеличение объема производства выполняемых работ за счет более полного использования производственных мощностей организации;

- сокращение затрат на производство за счет повышения уровня производительности труда, материалов, топлива, электроэнергии, оборудования;

- строгое соблюдение заключенных договоров на выполнение работ – нужно проводить анализ поставщиков и на основе этого выбирать: с кем заключать договора, а с кем – нет.

Для решения выявленных проблем можно предложить следующие мероприятия (таблица 2).

Таблица 2.

**Мероприятия для решения выявленных проблем
в ООО «Пятерочка»**

Проблема	Пути решения
1 Нехватка сотрудников в торговом зале	При анализе структуры товарооборота было выявлено, что наибольшую долю имеет группа товара «Алкогольные напитки». Так как группа товаров «Алкогольные напитки» приносит магазинам наибольший процент прибыли и имеет высокий резерв ее увеличения, введем услугу предпродажной консультации покупателей. Для этого необходимо ввести должность консультанта по алкогольной продукции, который будет помогать покупателям сделать свой выбор.
2 Долгое обслуживание на кассе	Сократить время обслуживания на кассе можно с помощью оборудованной кассовой зоны кнопкой вызова другого кассира.
3 Недостаточная вежливость персонала	Каждому сотруднику необходимо предоставить для повторного ознакомления положение о сервисном диалоге Компании. Контроль соблюдения сервисного диалога будут осуществлять тайные покупатели. Так как соблюдение сервисного диалога прописано в должностных инструкциях всех сотрудников, несоблюдение предложенных Компанией правил должно отразиться на их заработной плате. В настоящий момент заработная плата торгово-оперативного персонала Компании состоит из оклада и премиальной части, которая составляет 33% от оклада. Премияльная часть зависит от двух показателей: выполнение магазином плана по товарообороту и плана по списанию. Предлагается поставить премиальную часть заработной платы в зависимость и от показателя нарушений сервисного диалога.

Общий экономический эффект вышеуказанных мероприятий составил 448364,24 руб.

Список литературы:

1. Арустамов Э.А., Пахомкина А.Н., Митрофанова Т.П. Организация предпринимательской деятельности: Учебное пособие. – 2-е изд., испр. – М.: Дашков и К, 2013.
2. Злобина Н.В. Экономика качества: учебное пособие. – ТГТУ, 2011.
3. Парамонова Т.И., Красюк И.В. Конкурентоспособность предприятия розничной торговли / Учебное пособие. – М.: Изд-во КноРус, 2015.
4. Лифиц И.М. Конкурентные преимущества фирмы. – М.: 2015.

5. ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

МАРКЕТИНГОВЫЙ АНАЛИЗ ОБЪЕМА ПРОДАЖ

Велибекова Мальвина Велибеговна

студент,

Институт сервиса, туризма и дизайна (филиал),

СКФУ в г. Пятигорске,

РФ, г. Пятигорск

Цивенко Марина Юрьевна

студент,

Институт сервиса, туризма и дизайна (филиал)

СКФУ в г. Пятигорске,

РФ, г. Пятигорск

MARKETING ANALYSIS OF SALES VOLUME

Malvina Velibekova

Student,

Institute of service, tourism and design (filial)

NCFU in Pyatigorsk,

Russia, Pyatigorsk

Marina Tsivenko

Student, Institute of service, tourism and design (filial)

NCFU in Pyatigorsk,

Russia, Pyatigorsk

Аннотация. Маркетинговые исследования представляют собой важнейшую часть управления коммерческих организаций, и рыночная структура бизнеса отдает главную роль тому, что действительно является востребованным.

Abstract. Marketing research is an essential part of the management of commercial organizations, and the market structure of the business gives the main role to what is really in demand.

Ключевые слова: маркетинг; анализ; объем продаж; маркетинговые исследования.

Keywords: marketing; analysis; sales volume; marketing research.

Один из основных показателей эффективности работы организации является показатель объема продаж. Снижение или, наоборот, повышение данного показателя говорит об изменениях тенденций функционирования рынка, недостатках в деятельности предприятия, что без своевременного реагирования приведет к достаточно серьезным проблемам.

Анализ продаж является необходимой практикой в деятельности любой организации для выявления успешности продукции. Проводя анализ продаж, руководитель выявляет объем проданной продукции и понимает, какая часть имеет перспективы, и что хотят видеть потребители на полках [1].

И чтобы избежать подобных ситуаций, предприятию следует регулярно осуществлять мониторинг объема продаж.

Анализ объема продаж представляет собой один из видов маркетингового исследования. Отличием анализа объема продаж от анализа рынка состоит в том, что изучая объем продаж применяют только вторичную внутрифирменную информацию. И сбор этих данных формирует первый этап анализа показателя объема продаж.

На втором этапе определяются показатели, выявляющие эффективность деятельности организации.

Третий этап предполагает анализ собранных данных и оценка полученных результатов.

И, наконец, на последнем четвертом этапе определяются факторы, влияющие на изменение объема продаж [2].

Кроме предупреждения возможных негативных последствий, перед показателем анализа объема продаж стоят следующие задачи:

- собрать сведения, при помощи которых руководитель имеет возможность принять эффективное управленческое решение;
- выявлять «прибыльные» и «убыточные» товары в продуктовом портфеле организации, т.е. позволяет принять решение по развитию или изъятию товара из ассортимента;
- оценивать продуктивность работы отделов организации;
- определять сбытовую кампанию организации;
- осуществлять сегментацию рынка [2].

Рынок на сегодняшний день достаточно быстро развивается и меняется. Создаются новые бренды, старые товары вытесняются новыми более востребованными, а потребитель становится все более требовательным. Эти факторы и диктуют частоту мониторинга продаж товаров

организации. И специалисты рекомендуют анализировать изменения в продажах организации хотя бы раз в месяц.

Кроме того, в зависимости от цели анализ объема продаж бывает нескольких видов (см. рис. 1).



Рисунок 1. Виды анализа продаж [Разработано автором]

Анализ динамики объема продаж. Основная задача – выявление изменения объема продаж организации в сравнении с предшествующим периодом. Этот вид анализа необходим для своевременного определения изменений тенденций на рынке, а также обнаружения проблемных зон в деятельности предприятия.

Структурный анализ продаж осуществляется с целью аргументирования тех управленческих решений, которые были приняты по вопросам товарного портфеля организации.

Контрольное исследование объема продаж служит для сравнения планируемых с фактическими показателями. Данный анализ важен для проведения своевременных корректирующих действий и осуществляется чаще других видов анализа.

Факторный анализ проводится после реализации любого из видов анализа объема продаж. И способствует определению факторов внутренней и внешней среды предприятия, повлиявшие на показатель оценки [1].

При этом каждый вид анализа продаж имеет свои методы исследования.

В результате анализа динамики объема продаж определяется рост, снижение или стагнацию показателя, на основе которой проводилась оценка, по сравнению с предшествующим периодом.

Оценки динамики объема продаж предполагает проведение следующих видов работ:

- анализ динамики прибыли предприятия, т.е. сравнение выручки за данный период с предшествующим. При этом объем продаж может увеличиться, а выручка упасть. Это происходит при снижении цены на товар;

- оценка равномерности продаж, на основе которого выделяются сезонные товары, спрос на которые необходимо стимулировать в неблагоприятное время для них. Для этого стоят график объема продаж за несколько сезонов и на основе графика выявляют периоды, когда наблюдался резкий рост и спад продаж, причем в несколько раз. При выявлении таких колебаний необходимо проводить мероприятия по стимулированию сбыта в неблагоприятные периоды для того или иного товара.

Что касается структурного анализа, то на основе полученных в данном анализе результатов руководитель принимает решение о развитии или ликвидации товара, расширении или растяжении товарного портфеля.

К наиболее эффективным методикам структурного анализа продаж относится ABC-анализ.

На основе ABC-анализа проводится оценка ценности всех товаров в продуктовом портфеле организации. Причем ценность товара выявляется объемом прибыли, которую продукт приносит в общий бюджет организации.

Согласно ABC-анализу весь ассортимент товаров организации делится на три группы:

- Группа «А» – товары, приносящие наибольшую прибыль;
- Группа «В» – товары, не слишком ценные для организации, но приносящие в совокупности достаточно большой объем прибыли;
- Группа «С» – тяжелый груз организации, эти товары приносят достаточно скромный доход.

Основное внимание следует уделить товарам, попавшим в группу «А», так как при снижении удовлетворенности потребителей качеством товаров этой категории, организация потеряет основную часть прибыли.

Следует отметить, что при помощи ABC-анализа можно определять ценность товарных категорий не только по объему прибыли, но и по доле категорий в продуктовом портфеле. При этом можно оценить вклад не только отдельных товаров в общей прибыли организации, но и выявить ценность поставщиков, покупателей, каналов сбыта, а также проводить анализ производства [3].

Контрольный анализ объема продаж осуществляется методом сравнения запланированного объема продаж с фактическим его объемом. При нахождении отклонения проводят факторный анализ и приступают к исправительным действиям. Как уже понятно из самого названия, при факторном анализе сначала необходимо выявить факторы, влияющие на показатель, уменьшить его воздействие или ликвидировать влияние в целом.

Для этой цели существуют две формулы, позволяющие определить степень влияние цены и объема продаж на выручку организации:

В первой формуле рассчитывается отклонение объема продаж, как разность фактического и планового объемами продаж, умноженное на плановую цену. Полученное значение характеризует изменение прибыли в денежном выражении, которое произошло под воздействием изменения объема продаж анализируемого товара;

Во второй формуле рассчитывается отклонение цены, как разность фактической и плановой стоимостями, умноженное на фактический объем. Полученное значение характеризует изменение прибыли тоже в денежном выражении, которое произошло под воздействием изменения цены на анализируемый товар [2].

Итак, в целом финансовый анализ – достаточно трудоемкая, перенасыщенная математическими вычислениями работа. Но отметим, что Excel при этом является идеальным инструментом для анализа объема продаж, по следующим причинам:

- способствует быстрому поиску данных;
- автоматически рассчитывает сложные формулы;
- упрощает процесс анализа полученных результатов, визуализируя их в виде диаграмм, графиков, что особенно удобно при проведении контрольного исследования и анализа динамики продаж;
- относительно легкий способ работы в программе;
- покупка лицензионной версии программы доступно для организации [3].

Подводя итоги, отметим, что маркетинговое исследование формирует основу для принятия верных управленческих решений в организации. Невозможно проводить регулярные продажи без поиска новых покупателей, выявления их потребностей, постоянного контакта с выбранной целевой аудиторией. Предприятие не сможет удерживать лидирующую позицию, если не проводятся маркетинговые исследования, а именно не улучшает уровень обслуживания, не стремится предложить уникальные предложение, производит продукцию только ради прибыли, а не ради удовлетворения нужд своих потребителей.

Список литературы:

1. Информационный портал по бизнесу и финансам (Доступ: <https://dvayarda.ru/marketing/analiz-prodazh/>).
2. Информационный портал «Как зарабатывать.ру» (Доступ: <https://kakzarabativat.ru/marketing/analiz-prodazh/>).
3. Информационный сайт WikiQ.ru. (Доступ: <https://wikiq.ru/metody-marketingovogo-analiza/>).

НАУЧНЫЙ ФОРУМ: ЭКОНОМИКА И МЕНЕДЖМЕНТ

*Сборник статей по материалам XXXVIII международной
научно-практической конференции*

№ 5 (38)
Май 2020 г.

В авторской редакции

Подписано в печать 25.05.20. Формат бумаги 60х84/16.
Бумага офсет №1. Гарнитура Times. Печать цифровая.
Усл. печ. л. 2,875. Тираж 550 экз.

Издательство «МЦНО»
123098, г. Москва, ул. Маршала Василевского, дом 5, корпус 1, к. 74
E-mail: economy@nauchforum.ru

Отпечатано в полном соответствии с качеством предоставленного
оригинал-макета в типографии «Allprint»
630004, г. Новосибирск, Вокзальная магистраль, 3

16+



НАУЧНЫЙ
ФОРУМ
nauchforum.ru