

# Экономические исследования и разработки

Выпуск 3, МАРТ 2020 год

Научно-  
исследовательский  
электронный журнал

**НАУЧНАЯ ОБЩЕСТВЕННАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ  
ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ НАУКА**

**ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И  
РАЗРАБОТКИ**

**НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ЭЛЕКТРОННЫЙ ЖУРНАЛ**

**№ 3/2020**

[www.edrj.ru](http://www.edrj.ru)

Нижний Новгород 2020

УДК 33

ББК 65

Э 401

Экономические исследования и разработки: научно-исследовательский электронный журнал. Нижний Новгород: НОО «Профессиональная наука» – №3– 2020. – 60 с.

ISSN 2542-0208

Статьи журнала содержат информацию, где обсуждаются наиболее актуальные проблемы современного экономического развития и результаты фундаментальных исследований в различных областях знаний экономики и управления.

Журнал предназначен для научных и педагогических работников, преподавателей, аспирантов, магистрантов и студентов с целью использования в научной работе и учебной деятельности.

Все включенные в журнал статьи прошли научное рецензирование и опубликованы в том виде, в котором они были представлены авторами. За содержание статей ответственность несут авторы.

Информация об опубликованных статьях предоставлена в систему Российского индекса научного цитирования – **РИНЦ** по договору No 685-10/2015.

Электронная версия журнала находится в свободном доступе на сайте [www.edrj.ru](http://www.edrj.ru)

УДК 33

ББК 65

Редакционная коллегия:

Главный редактор – **Краснова Наталья Александровна**, кандидат экономических наук, доцент, руководитель НОО «Профессиональная наука» (mail@scipro.ru)

**Балашова Раиса Ивановна** – доктор экономических наук, доцент, профессор кафедры “Экономика предприятия” Донецкого национального технического университета.

**Глебова Анна Геннадьевна** – доктор экономических наук, профессор экономики и управления предприятием ФГБОУ ВО «Тверской государственной технической университет», член Новой экономической ассоциации. Эксперт научных направлений – антикризисное управление и банкротство, экономика предприятия и предпринимательства, управление.

**Кожин Владимир Александрович** – заслуженный экономист РФ, доктор экономических наук, профессор кафедры организации и экономики строительства Нижегородского государственного архитектурно-строительного университета. Эксперт научных направлений – финансы, бюджетирование, экономика предприятия, экономика строительства.

**Мазин Александр Леонидович** – доктор экономических наук, профессор кафедры экономической теории Нижегородского института управления, филиала Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации. Эксперт научных направлений: экономика труда, экономическая теория.

**Бикеева Марина Викторовна** – кандидат экономических наук, доцент кафедры статистики, эконометрики и информационных технологий в управлении Национального исследовательского Мордовского государственного университета им. Н.П. Огарёва. Эксперт научных направлений: социальная ответственность бизнеса, эконометрика, статистика.

**Лаврентьева Марина Анатольевна** – кандидат экономических наук, старший преподаватель кафедры социальной медицины и организации здравоохранения. ФГБОУ ВО “Нижегородская государственная медицинская академия” Министерства здравоохранения Российской Федерации. Эксперт научных направлений: учет, анализ, аудит, экономическая теория, экономика труда.

**Тиндова Мария Геннадьевна** – кандидат экономических наук; доцент кафедры прикладной математики и информатики (Саратовский социально-экономический институт (филиал) ФГБОУ ВПО РЭУ им. Плеханова). В полномочия входят организация и/или проведение экспертной оценки статей по проблемам экономико-математического моделирования.

**Шагалова Татьяна Владимировна** – кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента и государственного управления ННГУ им. Н.И. Лобачевского. Эксперт научных направлений: бюджетирование, мировая экономика, ценообразование, экономика предприятия, инновационный менеджмент.

Материалы печатаются с оригиналов, поданных в оргкомитет, ответственность за достоверность информации несут авторы статей

© НОО Профессиональная наука, 2015-2019

## Оглавление

<b>БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ, АНАЛИЗ, АУДИТ .....</b>	<b>6</b>
Чжан Найвэнь, Чу Сюэхань. Организационные основы формирования системы внутреннего контроля и аудита .....	6
<b>ГОСУДАРСТВЕННОЕ УПРАВЛЕНИЕ .....</b>	<b>12</b>
Шарипов В.Г., Шарипова Э.А. К вопросу о правовых основах осуществления государственных и муниципальных закупок в Российской Федерации .....	12
<b>МАРКЕТИНГ .....</b>	<b>18</b>
Бастрюкова А.О. Организация рекламной деятельности гостиничного предприятия .....	18
<b>ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ .....</b>	<b>23</b>
Веряскин П.Г. Современные особенности формирования прибыли гостиничного предприятия .....	23
<b>ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ .....</b>	<b>30</b>
Батурина И.Н., Артамонова И.А. Влияние финансовой составляющей на устойчивость региональной экономики .....	30
<b>ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА.....</b>	<b>35</b>
Кожин В.А., Шагалова Т.В. К вопросу об упорядочении присвоения рантье прибавочной стоимости.....	35
<b>ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯМИ, ОТРАСЛЯМИ, КОМПЛЕКСАМИ.....</b>	<b>41</b>
Абуев Н.М., Курицына Н.И. Процессный подход в управлении таможенными органами .....	41
Дудкина О.В., Грекова Г.А. Альтернатива конфронтации в организационном развитии сервисной компании.....	46
Дудкина О.В., Давыдова Д.В. Становление и развитие детского спортивно-оздоровительного отдыха в России.....	51

## Бухгалтерский учет, анализ, аудит

УДК 33

### Чжан Найвэнь, Чу Сюэхань. Организационные основы формирования системы внутреннего контроля и аудита Organizational basis for the formation of the internal control and audit system

**Чжан Найвэнь,**  
студент магистратуры,  
РЭУ им. Г. В. Плеханова

**Чу Сюэхань**  
студентка магистратуры,  
РЭУ им. Г. В. Плеханова

Научный руководитель: **Омельченко Елена**

**Юрьевна**, к.э.н., доцент  
РЭУ им. Г. В. Плеханова

Zhang Naiwen,  
Chu Xuehan

Scientific supervisor: Elena Omelchenko, PhD, associate  
Professor  
REU them. G. V. Plekhanov

***Аннотация.** В статье рассматриваются основные аспекты организации системы внутреннего контроля (СВК) предприятия. Приведены основополагающие нормативные акты, регламентирующие СВК. Систематизированы отличия понятий внутреннего контроля и внутреннего аудита. Уточнена сущность внутреннего контроля и аудита.*

***Ключевые слова:** система внутреннего контроля, внутренний аудит, стандарты*

***Abstract.** The article discusses the main aspects of the organization of the internal control system (ICS) of the enterprise. The basic normative acts regulating the ICS are given. The differences between the concepts of internal control and internal audit are systematized. Clarified the essence of internal control and audit.*

***Keywords:** internal control system, internal audit, standards*

---

**Рецензент:** Харитонова Марина Николаевна, к.э.н. доцент кафедры "Экономика и финансы".  
СамГУПС

Новые экономические взаимоотношения, характеризующиеся расширением сферы влияния, разделением труда и кооперацией, дифференциацией и интеграцией труда обуславливают повышение интенсивности управленческой деятельности и необходимость постоянного совершенствования применяемых методов и приемов в сфере менеджмента. Таким образом, одной из важных функций менеджмента является внутренний контроль.

Стратегия эффективного внутреннего контроля в деятельности предприятия является одним из факторов стабилизации экономики и на основе этого совершенствования управления.

Сегодня, в условиях нестабильных экономических явлений для предприятия, наиболее подверженного вероятности хозяйственного кризиса или даже банкротства, организация внутреннего контроля и аудита актуальна и необходима.

Целью исследования является совершенствование системы внутреннего контроля и аудита, посредством оценки их теоретических и методологических аспектов, реализация возможности разработки организационных и методических положений для хозяйственной деятельности предприятия.

Для достижения указанной цели необходимо решить следующие основные задачи:

- исследовать внутренний контроль и аудит, как функцию управления в коммерческих организациях;
- изучить научные подходы к определению экономической сущности внутреннего контроля и аудита;
- охарактеризовать нормативное обеспечение системы внутреннего контроля;
- установить взаимосвязь и различия в системе внутреннего контроля и аудита;
- обозначить проблемы реализации требований к системе внутреннего контроля в рамках корпоративного управления в российских компаниях;
- обозначить перспективы развития внутреннего контроля и аудита.

Объект исследования – внутренний контроль и аудит коммерческих организаций.

Предмет исследования – взаимосвязь и различия в системе внутреннего контроля и аудита.

Нормативную базу исследования составляют нормативно-правовые акты Российской Федерации, законодательство субъектов РФ, а также международные стандарты аудита и другие нормативные акты.

Проблематике внутреннего аудита и внутреннего контроля свои труды посвятили следующие ученые: Р. А. Алборов, В. Д. Андреев, К. Б. Ахмеджанов, А. С. Бакаев, И. А. Белобжецкий, Э. Биримкулов, К. Биримкулова, С. М. Бычкова, А. М. Богомоллов, М. В. Борисенко, В. В. Бурцев, Г. Л. Вознюк, Е. И. Волошина, Л.В. Донцова, В. Г. Жила, Н.С. Пласкова, Н.А. Проданова, А. С. Пантелеев, В. П. Пантелеев, Г. О. Партин, П. Г. Пономаренко, А. Ж. Пшеничная, О. Ретюнских, Дж. Робертсон, К. С. Саенко, М. Ф. Сафонова, В. П. Суйц, Л. А. Сухарева, А. А. Терехов, Г. Г. Титова, Т. В. Фомина, Дж. Фостер, Ч. Т. Хорнгрен, Е. Я. Чикунова, О. И. Швырева, А.А. Шпиг, М. Я. Штейнман, А. Ялбулганов и другие.

В наши дни перед хозяйствующими субъектами все острее встает вопрос совершенствования систем внутреннего контроля (СВК), отвечающих передовым стандартам. Становится очевидным, что в последнее десятилетие требования, предъявляемые обществом к качеству бизнеса и достоверности раскрываемой информации, возросли. В условиях мирового кризиса правительства всех стран существенно ужесточили законодательство в области контроля за деятельностью крупных компаний. С одной стороны, данная ситуация оправдывает ожидания общественности и позволяет внедрить новые правила во время спада и рецессии, когда в отраслях остались наиболее эффективные и стабильные игроки, с другой – дополнительная нагрузка на них может существенно затянуть период возврата к докризисному уровню экономики.

Можно привести некоторые законодательные акты, касающиеся способов проверки или организации внутреннего контроля в широком смысле:

Согласно требованиям статьи 19 Федерального закона «О бухгалтерском учете» № 402-ФЗ от 06.12.2011 г. (в ред. от 26.07.2019г) организации обязаны осуществлять контроль фактов хозяйственной жизни.

Регламентирующие акты в государственном и негосударственном секторе отличаются. Внутренний контроль в негосударственном секторе ориентируется на МСА, действующие Федеральные законы и нормативные акты, разрабатываются внутренние регламенты.

Стандарт внешнего государственного аудита (контроля), регламентирующий проверку и анализ эффективности внутреннего финансового аудита СГА № 311 от 10.07.2015 г., включает в себе принципы ИНТОСАИ: ISSAI 1 «Лимская декларация руководящих принципов аудита», ISSAI 1610 «Использование в работе результатов деятельности внутренних аудиторов», INTOSAI GOV 9140 «Независимость внутреннего аудита в государственном секторе», INTOSAI GOV 9150 «Координация и сотрудничество между высшими органами аудита и внутренними аудиторами в государственном секторе», а также нормативы Счетной палаты РФ.

В соответствии с положениями ч. 5 ст. 160.2-1 БК РФ начиная с 01.01.2020 внутренний финансовый аудит (далее – ВФА) осуществляет в соответствии с федеральными стандартами внутреннего финансового аудита, установленными Минфином.

Приказ Росимущества от 04.07.2014 г. «Об утверждении Методических рекомендаций по организации работы внутреннего аудита в акционерных обществах с участием Российской Федерации» подробно описывает методику организации внутреннего аудита и его взаимодействие с внутренним контролем.

Письмо Министерства финансов РФ от 25.12.2013 № 07-04-15/57289 - в данном письме Минфином России даются рекомендации по организации и осуществлению внутреннего контроля совершаемых фактов хозяйственной жизни, ведению бухгалтерского учета и составлению отчетности, данные рекомендации достаточно полно описывают структуру внутреннего контроля и содержат общие рекомендации для постановки СВК в соответствии с законом о бухгалтерском учете.

Федеральный закон № 115-ФЗ от 07.08.2001 г. обязывает определенные хозяйствующие субъекты дополнительно осуществлять мероприятия по противодействию легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма, хотя и не регламентирует их. Данный закон считается началом российского законодательства в области комплаенса, т.е. соответствия внутренних стандартов организации нормативному регулированию.

Федеральным законом «О противодействии коррупции» от 25.12.2008г. №273-ФЗ устанавливаются основные принципы противодействия коррупции, правовые и организационные основы предупреждения коррупции и борьбы с ней, минимизации и (или) ликвидации последствий коррупционных правонарушений.

Все вышеперечисленные нормативные документы обязывают хозяйствующие субъекты в той или иной мере контролировать соответствие собственных уставных документов, политик и действий на рынке с вступившими в силу нормативными актами. Тем не менее однозначного пояснения какими способами организации должны осуществлять данный контроль нет [].

Для толкования понятий внутренний контроль и внутренний аудит, мы считаем необходимым определить их границы в контрольной деятельности предприятия, а также разграничить их для эффективности осуществления контрольной деятельности предприятия (табл. 1).

Таблица 1

Различия между внутренним аудитом и внутренним контролем

Признак	Внутренний аудит	Внутренний контроль
Задача	Проверка достоверности финансовой отчетности	Контроль за осуществлением хозяйственной деятельности предприятия с точки зрения законности, целесообразности, достоверности
Функции	Контроль, анализ финансовой отчетности	Контроль, анализ хозяйственной деятельности предприятия
Объект	Финансовая отчетность дочернего предприятия	Хозяйственная деятельность предприятия
Субъект	Служба внутреннего аудита	Руководители структурных подразделений
Ориентация	Интересы собственника	На нужды руководителя для принятия управленческих решений
Зависимость	Независимый от руководителя предприятия	Зависит от задач руководителя предприятия
Характер осуществления	Последующий контроль деятельности предприятия	Текущий контроль хозяйственной деятельности предприятия
Регламентация	Регламентирован внутренними документами	Не регламентирован никакими внутренними документами
Наличие риска	Аудиторский риск	Нет
Отчет	Отчет перед собственниками	Отчетность перед руководителем

Как видим из табл. 1, между внутренним аудитом и внутренним контролем есть принципиальная разница, что, прежде всего, обусловлено спецификой их объектов и характеру осуществления.

Исходя из характеристик, приведенных в табл. 1, можем сказать, что внутренний аудит – это невидимая система, особенностью которой является осуществление текущего контроля за осуществлением отдельных процессов их руководителями на предприятии.

В отличие от внутреннего контроля внутренний аудит – это реально организованная система, в рамках которой работают работники соответствующей специализации. Еще одной характерной чертой внутреннего аудита является следующий контроль за деятельностью предприятия путем проведения аудита финансовой отчетности.

Также внутренний аудит ориентирован на интересы собственников, то есть на обеспечение собственников достоверной информацией относительно финансово-имущественного состояния предприятия.

Кроме того, если осуществление внутреннего аудита регламентировано внутренними документами (положение о службе внутреннего аудита, должностная инструкция внутреннего аудитора и т. п), осуществление внутреннего контроля является частью должностных обязанностей руководителей структурных подразделений.

Вместе с тем следует отметить, что внутренний аудит и внутренний контроль являются связанными между собой, поскольку от эффективности осуществления внутреннего контроля на предприятии зависит уровень показателей, которые предоставит служба внутреннего аудита: если на предприятии внутренний контроль поставлен на высоком уровне, то при осуществлении проверок службой внутреннего аудита будет найдено меньше ошибок и недостатков в деятельности предприятия, что прямо пропорционально влияет на дальнейшее функционирование предприятия.

На основе осуществленного анализа систем внутреннего аудита и внутреннего контроля можем дать трактовку понятиям внутренний аудит и внутренний контроль.

Итак, под внутренним аудитом мы понимаем систему осуществления проверок независимым органом (службой внутреннего аудита), организованную на предприятии с целью обеспечения его эффективного функционирования путем оценки, анализа и контроля деятельности предприятия и управленческого персонала в частности и соблюдение установленного режима или политики ведения бухгалтерского учета в результате проверки достоверности составленной финансовой отчетности.

В своем определении мы акцентируем внимание на том, что целью внутреннего аудита является не просто предоставление заключения о достоверности составленной отчетности, но и оценка (определение степени эффективности деятельности предприятия), анализ (определение факторов, которые негативно влияют на деятельность предприятия) и контроль (разработка обоснованных рекомендаций и контроль за их соблюдением управленческим персоналом) деятельности предприятия. Следует отметить, что в работе службы внутреннего аудита необходимым является анализ деятельности управленческого персонала для оказания вывода владельцам предприятия относительно того насколько решение управленческого персонала положительно влияют на деятельность предприятия.

Вполне логично, что собственников предприятия интересует потенциал развития предприятия. Информация, которая характеризует данный показатель, содержится в основном в данных бухгалтерского учета, поэтому считаем целесообразным осуществлять именно контроль за достоверностью и законностью ведения бухгалтерского учета на предприятии, поскольку от правильного и своевременного отражения операций на счетах бухгалтерского учета зависит не только финансово-имущественное состояние предприятия, но и суммы штрафов, наложенных на предприятие в результате несвоевременного расчета по долгам перед контрагентами, государством и тому подобное.

Итак, можем сказать, что сегодня внутренний аудит является системой с оценки состояния бухгалтерского учета и внутреннего контроля на предприятии.

Под внутренним контролем следует понимать систему деятельности отдельных работников предприятия, направленную на обеспечение сохранности его активов и имущества.

На наш взгляд, данные трактовки внутреннего аудита и внутреннего контроля являются полными, отражают сущность каждого и показывают место внутреннего аудита и внутреннего контроля в системе контрольной деятельности предприятия.

Таким образом, в результате проведенного исследования нами:

- определено, что отечественные ученые отождествляют внутренний аудит и внутренний контроль, что является абсолютно неверным, поскольку у них разная сфера деятельности, а у работников, занятых во внутреннем аудита и внутреннем контроле – различные полномочия и компетенция;
- выяснена сущность и задачи внутреннего аудита;
- осуществлено разграничение внутреннего аудита и внутреннего контроля в контрольной деятельности предприятий, в результате чего определено, что на практике целесообразнее применять понятие внутренний аудит по отношению к проверке хозяйственной деятельности предприятия, а не внутренний контроль.

#### Библиографический список

1. Независимость внутреннего аудита в государственном секторе [Электронный ресурс] Режим доступа: <file:///C:/Users/User/Desktop/2020/handle404.pdf>
2. Лимская декларация ISSAI 1. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://infopedia.su/18x2c3.html>
3. Омельченко Е.Ю., Хэ Ваньин, Цао Линсюань. Внутренний контроль как механизм повышения эффективности управления организацией. Сборник материалов I Международной научно-практической конференции «Экономика будущего и новые технологии управления». Москва, 30 мая 2018 г. Издательство: Научный центр "Наука плюс". С.115-117.

## Государственное управление

УДК 33

Шарипов В.Г., Шарипова Э.А. К вопросу о правовых основах осуществления государственных и муниципальных закупок в Российской Федерации

With regard to the question of the legal bases of state and municipal procurement performance in the Russian Federation

**Шарипов Вадим Газимович,**  
заместитель начальника отдела по юридическим и общим вопросам  
Управления Судебного департамента  
в Республике Башкортостан

**Шарипова Эльмира Азгаровна,**  
к. филос. н., доцент кафедры государственного права  
Института права  
Башкирского государственного университета  
г. Уфа, Россия

Sharipov Vadim Gazimovich,  
Deputy Head of Department  
on legal and general issues  
Department of the Judiciary  
in the Republic of Bashkortostan  
Sharipova Elmira Azgarovna,  
K. Philos. N., Associate Professor  
Department of Public Law  
Institute of Law  
Bashkir State University  
Ufa, Russia

***Аннотация.** В статье раскрываются правовые основы организации государственных и муниципальных закупок в Российской Федерации. Авторы приходят к выводу о необходимости систематизации нормативных правовых актов, регулирующих сферу публичных закупок.*

***Ключевые слова:** органы государственной власти, органы местного самоуправления, государственные закупки, муниципальные закупки*

***Abstract.** The article covers the legal bases for the organization of state and municipal procurement in the Russian Federation. The authors come to the conclusion that it is necessary to systematize the normative legal acts regulating the field of public procurement.*

***Keywords:** public authorities, local self-government institutions, public procurement, municipal procurement*

---

**Рецензент:** Бородай Владимир Александрович – доктор социологических наук, доцент, профессор кафедры «Сервис, туризм и индустрия гостеприимства», Донской государственной технической университет (ДГТУ). Государственный советник Ростовской области 3 класса, г. Ростов-на-Дону

Вопросы, связанные с государственными и муниципальными закупками, в последнее время в наивысшей степени актуальны в силу недостаточного контроля за этими процессами со стороны гражданского общества. Отчасти эти проблемы связаны с проблемой «кадров, способных решать современные задачи»<sup>1</sup> в сфере государственного и муниципального управления. Отчасти это обусловлено отсутствием системности и четкой структурированности правового регулирования данных общественных отношений.

В соответствии с частью 1 статьи 2 Федерального закона от 5 апреля 2013 года № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд»<sup>2</sup>, законодательство Российской Федерации о контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд основывается на положениях Конституции Российской Федерации, Гражданского кодекса Российской Федерации, Бюджетного кодекса Российской Федерации и состоит из вышеуказанного Федерального закона и других федеральных законов, регулирующих отношения, направленные на обеспечение государственных и муниципальных нужд в целях повышения эффективности, результативности осуществления закупок товаров, работ, услуг, обеспечения гласности и прозрачности осуществления таких закупок, предотвращения коррупции и других злоупотреблений в сфере таких закупок.

При этом законодателем установлено, что нормы права, содержащиеся в других федеральных законах и регулирующие указанные отношения, должны соответствовать настоящему Федеральному закону. В случаях, предусмотренных законодательством Российской Федерации о контрактной системе в сфере закупок, могут быть изданы подзаконные акты.

Правом издания подзаконных правовых актов в сфере закупок в соответствии с законодательством о контрактной системе наделены: Президент Российской Федерации; Правительство Российской Федерации»; федеральные органы исполнительной власти (например, Минэкономразвития России, Федеральное казначейство, Минфин России); Госкорпорации «Росатом», «Роскосмос»; органы законодательной и исполнительной власти субъектов Российской Федерации; органы местного самоуправления.

Отметим, что законодатель, фиксируя базисные нормативные акты Российской Федерации, на которых основывается законодательство о контрактной системе в сфере закупок, называет лишь два кодифицированных нормативных акта - Гражданский кодекс Российской Федерации и Бюджетный кодекс Российской Федерации. Вместе с тем, если дифференцировать законы, правовую основу контрактной системы в сфере закупок, можно сказать, составляют также положения и нормы нескольких кодифицированных нормативных правовых актов РФ. В частности, к их числу, несомненно, могут быть

---

<sup>1</sup> Байбурин Р.И. Шарипова Э.А. Принципы профессионализма и компетентности в системе государственной службы: проблемы и пути решения // Научный электронный журнал Меридиан. 2019. № 12 (30). С. 34.

<sup>2</sup> Федеральный закон от 05.04.2013 N 44-ФЗ (последняя редакция) "О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд" [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_144624/](http://http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_144624/)

отнесены нормы некоторых статей Градостроительного кодекса Российской Федерации, Кодекса об административных правонарушениях Российской Федерации и Уголовного кодекса Российской Федерации.

Так, одной из наиболее часто встречающихся в номенклатуре закупок государственных (муниципальных) заказчиков является конкурентная закупка работ по капитальному ремонту зданий (сооружений). Согласно данным Единой информационной системы в сфере закупок – [zakupki.gov.ru](http://zakupki.gov.ru), в 2019 году на территории Российской Федерации было объявлено более 66000 закупок в конкурентной форме (преимущественно в форме открытого конкурса в электронной форме и электронного аукциона) на разработку проектно-сметной документации на капитальный ремонт зданий, выполнение проектно-изыскательских работ по объектам, подлежащим капитальному ремонту и выполнение работ по капитальному ремонту зданий. Отметим, что в документации по закупкам на выполнение работ по капитальному ремонту зданий принято выделять 2 составных элемента – с точки зрения Градостроительного кодекса Российской Федерации и с точки зрения Федерального закона от 5 апреля 2013 года № 44-ФЗ.

Согласно требованиям Градостроительного кодекса Российской Федерации государственному (муниципальному) заказчику необходимо подготовить проектно-сметную документацию. Основные требования к проектно-сметной документации установлены статьей 48 Градостроительного кодекса Российской Федерации (могут отличаться в зависимости от объемов, стоимости, видов работ и т.д.). В частности, частями 1, 2 статьи 48 ГрК РФ установлено что «архитектурно-строительное проектирование осуществляется путем подготовки проектной документации (в том числе путем внесения в нее изменений в соответствии с ГрК РФ) применительно к объектам капитального строительства и их частям, строящимся, реконструируемым в границах принадлежащего застройщику или иному правообладателю (которому при осуществлении бюджетных инвестиций в объекты капитального строительства государственной (муниципальной) собственности органы государственной власти (государственные органы), Государственная корпорация по атомной энергии "Росатом", Государственная корпорация по космической деятельности "Роскосмос", органы управления государственными внебюджетными фондами или органы местного самоуправления передали в случаях, установленных бюджетным законодательством Российской Федерации, на основании соглашений свои полномочия государственного (муниципального) заказчика) земельного участка»<sup>3</sup>.

Проектная документация представляет собой документацию, содержащую материалы в текстовой и графической формах и (или) в форме информационной модели и определяющую архитектурные, функционально-технологические, конструктивные и инженерно-технические решения для обеспечения строительства, реконструкции объектов капитального строительства, их частей, капитального ремонта.

Государственный (муниципальный) заказчик при проведении конкурентной закупки на выполнение

---

<sup>3</sup> Градостроительный кодекс Российской Федерации от 29.12.2004 N 190-ФЗ (ред. от 27.12.2019) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_51040/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_51040/)

работ по капитальному ремонту зданий (сооружений), основываясь на требованиях ГрК РФ, обязан подготовить проектно-сметную документацию в следующем примерном составе:

- 1) техническое задание на разработку проектной документации;
- 2) акт технического обследования здания или сооружения;
- 3) дефектная ведомость, с указанием качественных и количественных характеристик таких дефектов;
- 4) проектная и рабочая документация, состав которой зависит от вида работ капитального ремонта со сметой на капитальный ремонт в полном объеме;
- 5) положительное заключение государственной экспертизы проектной документации на капитальный ремонт в случаях, установленных частью 3.3. статьи 49 ГрК РФ с 01.01.2019 года;
- 6) заключение о соответствии сметной стоимости в порядке, установленном Правительством Российской Федерации.

Таким образом, государственные (муниципальные) заказчики при разработке документации на электронный аукцион или открытый конкурс в электронной форме с предметом закупки: выполнение работ по капитальному ремонту зданий (сооружений), действуют согласно нормам, регулирующим градостроительную деятельность, в частности, основного кодифицированного нормативного правового акта – Градостроительного кодекса Российской Федерации.

На основании статьи 23.66 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях от 30 декабря 2001 года № 195-ФЗ, контрольные органы в сфере закупок рассматривают дела об административных правонарушениях, предусмотренных частями 1 - 2.1, 4 статьи 7.29, частями 1 - 4.2, 6 - 8, 10, 11, 13, 14 статьи 7.30, частью 2 статьи 7.31, статьей 7.31.1, частями 1 - 6 статьи 7.32, частью 1 статьи 7.32.5, статьей 7.32.6 (в пределах своих полномочий, за исключением сферы государственного оборонного заказа), частью 11 статьи 9.16 (за исключением сферы государственного оборонного заказа и сферы государственной тайны), частью 7 статьи 19.5, статьей 19.7.2 (за исключением сферы государственного оборонного заказа и сферы государственной тайны) данного Кодекса.

Следовательно, Кодексом об административных правонарушениях определено свыше 40 составов административных правонарушений в сфере государственных и муниципальных закупок, в случае наличия признаков административного правонарушения производство по которым может быть возбуждено как в отношении должностных лиц заказчика (руководитель организации-заказчика, контрактный управляющий, руководитель контрактной службы заказчика, сотрудники контрактной службы заказчика, члены комиссии по закупкам заказчика) с размером штрафа от 3000 до 50000 рублей, так и в отношении организации-заказчика как юридического лица.

Федеральным законом от 23 апреля 2018 года № 99-ФЗ «О внесении изменений в Уголовный кодекс Российской Федерации и статью 151 Уголовно-процессуального кодекса Российской Федерации» в Уголовный кодекс РФ были введены две новые статьи:

1) в статье 200.4 предусмотрена уголовная ответственность за злоупотребления в сфере закупок работником контрактной службы, контрактным управляющим, членом комиссии по осуществлению закупок, лицом, осуществляющим приемку продукции по контракту, а также уполномоченным лицом, представляющим интересы заказчика в сфере закупок товаров, работ, услуг, либо иным уполномоченным лицом, представляющим интересы заказчика в сфере закупок товаров, работ, услуг, которые не являются должностными лицами или лицами, выполняющими управленческие функции в коммерческой или иной организации, если это деяние совершено из корыстной или иной личной заинтересованности и причинило крупный ущерб.

2) в статье 200.5 предусмотрена уголовно-правовая ответственность за подкуп работника контрактной службы, контрактного управляющего, члена комиссии по осуществлению закупок, лица, осуществляющего приемку продукции по контракту, а также уполномоченного лица, представляющего интересы заказчика в сфере закупок.

Кроме того, в статье 304 УК РФ, переименованной и изложенной в новой редакции, предусмотрена уголовная ответственность за провокацию подкупа.

Законом № 99-ФЗ перечень преступлений, предварительное следствие по уголовным делам о которых производится следователями Следственного комитета РФ, предусмотренный в пп. «а» п. 1 ч. 2 ст. 151 Уголовно-процессуального кодекса Российской Федерации, дополнен ссылками на новые статьи 200.4 и 200.5 УК РФ.

Таким образом, с 4 мая 2018 года (начало действия положений об уголовной ответственности в сфере закупок) фактически введена уголовная ответственность за злоупотребления в сфере закупок и подкуп работников контрактных служб и иных уполномоченных должностных лиц заказчика в сфере закупок.

В системе нормативных правовых актов, регулирующих осуществление государственных и муниципальных закупок в Российской Федерации, на наш взгляд, одним из основополагающих является Федеральный закон от 26 июля 2006 года № 135-ФЗ «О защите конкуренции», поэтому ему также должно быть уделено пристальное внимание государственными (муниципальными) заказчиками в процессе осуществления государственных и муниципальных закупок. Таким образом, правовое регулирование закупок товаров, работ, услуг для государственных и муниципальных нужд является комплексным, осуществляется на основе системы нормативных правовых актов, охватывающих несколько отраслей права, включает элементы как публичного, так и частного права. На сегодняшний день система нормативных актов в сфере государственных и муниципальных закупок «имеет сложную структуру, что вызывает серьезные трудности в правоприменительной деятельности»<sup>4</sup>. Часть 1 статьи 2 Федерального закона от 5 апреля 2013 года № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и

---

<sup>4</sup> Шарипова Э.А. К вопросу о соотношении конституционно-правового статуса иностранных граждан в Российской Федерации // Правовое государство: теория и практика. 2019. № 4(58). С. 112.

муниципальных нужд», где определены правовые основы рассматриваемых нами общественных отношений, можно было бы расширить, упомянув еще несколько законов, касающихся контрактной системы в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд. Правовой институт государственных и муниципальных закупок основывается на положениях не только Гражданского кодекса Российской Федерации и Бюджетного кодекса Российской Федерации, но и на положениях иных нормативных правовых актов Российской Федерации, нормы которых необходимо систематизировать в целях изучения данного правового института или даже «подотрасли права».

#### Библиографический список

1. Байбурин Р.И. Шарипова Э.А. Принципы профессионализма и компетентности в системе государственной службы: проблемы и пути решения // Научный электронный журнал Меридиан. 2019. № 12 (30). С. 33-35.
2. Градостроительный кодекс Российской Федерации от 29.12.2004 N 190-ФЗ (ред. от 27.12.2019) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_51040/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_51040/)
3. Федеральный закон от 05.04.2013 N 44-ФЗ "О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд" [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_144624/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_144624/)
4. Шарипова Э.А. К вопросу о соотношении конституционно-правового статуса иностранных граждан в Российской Федерации // Правовое государство: теория и практика. 2019. № 4(58). С. 108-113.

## Маркетинг

УДК 65.659.1

### Бастрюкова А.О. Организация рекламной деятельности гостиничного предприятия

Organisation of advertising activities of a hotel company

**Бастрюкова А. О.,**

студент 4 курса

Научный руководитель: **Карлова А. И.,**

к. э. н., доцент

Таврическая академия (СП), ФГУАО ВО «КФУ им. В. И. Вернадского»

г. Симферополь

Bastryukova A. O.

Karlova A. I.

***Аннотация.** В данной статье рассматривается реклама отелей как отдельное явление, способы организации рекламной деятельности гостиничного предприятия для продвижения предоставляемых услуги, повышения прибыли предприятия и улучшения положения предприятия на рынке услуг. В данной работе выделены наиболее эффективные виды рекламы и их особенности.*

*Основными методами, используемыми в написании статьи является анализ современных видов продвижения гостиничных услуг, а также анализ различных видов рекламной деятельности предприятия.*

***Ключевые слова:** реклама, рекламная кампания, рекламная стратегия, маркетинг, рынок услуг, отель, гостиница.*

***Abstract.** In this article advertisement is considered in the meaning of separated phenomenon. Also there are different available ways and options, that can be useful for increasing profit and improving the situation of the enterprise on the market. In this article represented some kinds of advertisement and their special traits.*

***Keywords:** advertisement, advertising strategy, hotel marketing, service market, hotel.*

---

**Рецензент:** Дудкина Ольга Владимировна, кандидат социологических наук, доцент. Донской государственный технический университет (ДГТУ), г. Ростов-на-Дону, Факультет «Сервис и туризм», кафедра «Сервис, туризм и индустрия гостеприимства»

Гостиничная реклама – это совокупность различных маркетинговых приемов, которые используются для продвижения отеля и его услуг. В конечном счете, основная цель рекламы отеля – это создание позитивного имиджа отеля и соединение с целевой аудиторией таким образом, чтобы они с большей вероятностью стали платежеспособными клиентами. Именно благодаря рекламе многие отели могут преследовать цели брендинга, повышать осведомленность клиентов, передавать свои ценности и подчеркивать свое качество.

Актуальность выбранной темы обуславливается необходимостью повышения имиджа предприятия в условиях рыночной конкуренции, поиска новых способов привлечения клиентов и демонстрации предоставляемых услуг, повышения востребованности к гостиничным услугам конкретного предприятия в индустрии гостеприимства.

Данная тема имеет высокую степень разработанности и она является востребованной в современной организации рекламной деятельности предприятий сферы гостиничного бизнеса. При написании данной статьи основными источниками информации служили работы Третьяковой Т.Н. «Реклама в социально-культурном сервисе и туризме» и Дуровича А. П. «Реклама в туризме».

Реклама часто носит побудительный характер, как правило, ориентирована на аудиторию, а не на отдельных людей, и предназначена для улучшения результатов бизнеса, как в краткосрочной, так и в долгосрочной перспективе. В условиях современной конкуренции основными задачами гостиничного предприятия являются не только меры по проникновению на рынок, но и поддержание положения отеля на рынке гостиничных услуг и стимулирование получения прибыли от деятельности предприятия.

Комплекс мероприятий по продвижению услуг отеля включает в себя:

- Личная продажа;
- Стимулирование сбыта;
- Связи с общественностью (PR);
- Реклама.

Личная продажа осуществляется при непосредственном контакте продавца (представителя фирмы) с потенциальным покупателем по телефону, с помощью переписки или при личном общении.

Стимулирование сбыта представляет собой комплекс побудительных мер по реализации продукции предприятия. К инструментам стимулирования сбыта относятся различные вознаграждения за покупку товаров и услуг, предоставление скидок, участие в конкурсах с целью повышения продаж.

Связи с общественностью направлены на создание и поддержание благоприятного имиджа фирмы. Пропаганда осуществляется с помощью средств массовой информации, при контакте с целевой аудиторией.

Реклама направлена на побуждение потенциальных потребителей для покупки товаров и услуг. Реклама гостиниц осуществляется с помощью интернет-ресурсов, теле- и радиорекламы, рекламной продукции фирмы (сувениры с логотипом), наружной рекламы [1, с. 85].

Реклама в гостиничной индустрии имеет ряд специфических особенностей, таких как:

- Неосвязаемость и нематериальный характер услуги. Гостиничную услугу невозможно предугадать и изучить до момента ее приобретения.
- Комплексность оказываемой услуги.
- Неличный характер. Реклама поступает к потенциальному покупателю через посредников (различные рекламные ресурсы).

- Броскость и убедительность. Реклама должна давать потенциальному гостю наиболее полное представление об услуге.

Гостиничная реклама подразделяется на несколько видов:

- Внутренняя реклама, которая воздействует на гостей внутри гостиничного комплекса. Внутренняя реклама призвана ознакомить гостей с предоставляемыми дополнительными услугами в отеле и выгодными предложениями, информирует о партнерах гостиницы. К такому виду рекламы относятся информационные буклеты, карты лояльности, клубные карты отеля, сувенирная продукция с логотипом отеля, информационные папки в номерах и на стойке регистрации.

- Наружная реклама, которая предназначена для удобства поиска отеля. К ней относятся вывески, дорожные указатели.

- Внешняя реклама, которая направлена на информирование потребителей о гостиничных услугах независимо от местонахождения потенциальных гостей. К внешней рекламе относят рекламу в средствах массовой информации, собственный сайт отеля, страницы в социальных сетях, на туристических порталах, фирменную продукцию отеля [2, с. 112].

Рекламные материалы – это один из основных способов, которым отели могут выделиться среди своих конкурентов и донести информацию до потенциальных потребителей. Успешная реклама отеля также будет стимулировать лояльность клиентов. Поэтому одной из основных задач гостиничного предприятия является грамотный подбор рекламной стратегии.

Одна из наиболее эффективных рекламных стратегий в отелях является развитие безупречной репутации в целом. Есть несколько способов, которыми владельцы отелей могут улучшить свою репутацию, причем некоторые из наиболее очевидных – обеспечение безупречного сервиса в интернете и организация качественного обслуживания гостей в отеле [3, с. 127].

Необходимо постоянно превышать ожидания клиентов по всем каналам. Социальные сети являются одной из самых эффективных платформ для позитивного взаимодействия с клиентами, можно ввести программу поощрения своих гостей оставлять отзывы на различных платформах онлайн-обзора. Жалобы также должны рассматриваться быстро, компетентно и вежливо.

Разработка рекламы для социальных сетей должна состоять из комплекса форматов передачи информации, с комбинацией текстовых объявлений об отеле, веб-контента, видеоконтента и других рекламных материалов для повышения наглядности материала.

Отели должны распознавать широкий спектр социальных медиа-платформ таких как Facebook, Twitter, Instagram и др. То, что работает на одной платформе, может не работать на другой, поэтому реклама должна быть специально адаптирована под конкретную целевую аудиторию.

Реклама гостиничного предприятия через пользовательский контент. Пользовательский контент – это рекламный контент, который поступает непосредственно от пользователей или клиентов. В контексте рекламы отеля это чаще всего означает фотографии, которыми делятся гости на платформах социальных

сетей, видеоблоги или онлайн-обзоры на YouTube. Гостиничное предприятие должно располагать различными способами поощрения пользователей к созданию и обмену контентом [4, с. 73].

Важным фактором в продвижении отеля является реклама в поисковых сетях. В современном мире поисковые системы играют огромную роль в соединении пользователей с бизнесом, и большое количество людей, ищущих отель, сначала обратится к таким поисковым системам, как Google и Yandex. Именно поэтому поисковая реклама является таким важным понятием, поскольку она позволяет отелям повысить свою видимость на страницах результатов. Как правило, поисковая реклама относится к платным поисковым объявлениям, которые появляются отдельно от запрашиваемых результатов. Преимущество этого заключается в том, что реклама отеля выделяется большее количество раз и высока вероятность, что пользователь и обратит внимание на сайт рекламодателя.

Еще одним эффективным способом рекламы является видеореклама. За последнее время видеоконтент значительно вырос в популярности, и онлайн-видеореклама является более мощным способом, превосходящим другие по некоторым показателям. Поскольку такой вид информации воспринимается потенциальным потребителем проще, чем текстовый контент, так как визуальные материалы и аудио сопровождение запоминаются лучше [5, с. 153].

Видеореклама популярна на крупных социальных платформах, где контент возможно легко просматривать, делиться им и взаимодействовать какими-либо иными способами. Видеореклама полезна и тем, что в ней можно осветить некоторые из ключевых и самых привлекательных особенностей отеля, дать возможность потенциальному клиенту увидеть номера и продемонстрировать цены, а также продвигать некоторые из близлежащих туристических достопримечательностей, тем самым привлекая большее внимание к региону.

Существует также изобразительная реклама. Показ рекламы является одним из старейших рекламных стратегий отелей, и это часто то, о чем люди думают, когда они слышат о рекламе отелей в онлайн-пространстве. Это могут быть баннеры, текстовые объявления или другие виды демонстрации рекламного контента, которые могут быть размещены на партнерских веб-сайтах, в мобильных приложениях или на платформах социальных сетей. Этот вид рекламы так же пользуется большой популярностью, поскольку сообщения подобного вида всегда коротки и лаконичны, передают всю суть информации, которая должна быть донесена до потенциального потребителя в максимально сжатом виде. Так же возможно использование звукового сопровождения [6, с. 117].

Также перенацеливание или ретаргетинг является одной из наиболее важных современных стратегий рекламы отелей, поскольку он позволяет отелям повторно связаться с людьми, которые уже взаимодействовали с их брендом. Через ретаргетинг отели могут обратиться к потенциальным гостям, напоминая им о конкретном гостиничном номере, который они просматривали, что могло бы убедить их сделать бронирование.

Ретаргетинг также имеет преимущества перед другими объявлениями об отелях с точки зрения экономичности, так как люди, на которых они нацелены, уже имеют по крайней мере некоторый интерес к отелю.

Таким образом, реклама отеля может принимать различные формы, но она всегда будет предназначена для улучшения положения отеля, чтобы стимулировать бронирование.

#### Библиографический список

1. Хапенков, В. Н. Организация рекламной деятельности / В.Н. Хапенков, О.В. Сагинова, Д.В. Федюнин. - М.: Академия, 2016. - 240 с.
2. Третьякова, Т.Н. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме / Т.Н. Третьякова. - М.: Академия, 2013. - 272 с.
3. Горчакова, В. Г. Имиджелогия. Теория и практика / В.Г. Горчакова. - М.: Юнити-Дана, 2015. - 336 с.
4. Дурович, А. П. Реклама в туризме / А.П. Дурович. - Москва: СПб. [и др.] : Питер, 2016. - 160 с.
5. Морозова, Н. С. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме / Н.С. Морозова, М.А. Морозов. - М.: Academia, 2016. - 288 с.
6. Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью. Учебник / И.М. Синяева, О.Н. Романенкова, Д.А. Жильцов. - М.: Юрайт, 2016. - 560 с.

## Финансы, денежное обращение и кредит

УДК 658.155.2

### Веряскин П.Г. Современные особенности формирования прибыли гостиничного предприятия

Modern features of the hotel company's profit formation

**Веряскин Павел Геннадьевич**

ФГБОУ ВО «Национальный исследовательский Мордовский государственный университет им. Н.П.Огарёва»  
Россия, г. Саранск  
Veryaskin Pavel Gennadievich  
«Mordovia state University. N. P. Ogareva»  
Russia, Saransk

***Аннотация.** В данной статье проанализированы сущность и важность прибыли в работе отеля. Описаны ключевые моменты формирования прибыли гостиничного предприятия. Рассмотрены факторы, от которых зависит процесс формирования прибыли. Изучена практика формирования прибыли реальной гостиничной организации.*

***Ключевые слова:** рыночные отношения, гостиничный бизнес, финансы, финансы гостиничного предприятия, прибыль, формирование прибыли.*

***Abstract.** This article analyzes the essence and importance of profit in the operation of the hotel. The key points of the hotel company's profit formation are described. The factors that influence the process of profit formation are considered. The practice of forming the profit of a real hotel organization is studied.*

***Keywords:** market relations, hotel business, Finance, hotel enterprise Finance, profit, profit generation.*

---

**Рецензент:** Дудкина Ольга Владимировна, кандидат социологических наук, доцент. Донской государственный технический университет (ДГТУ), г. Ростов-на-Дону, Факультет «Сервис и туризм», кафедра «Сервис, туризм и индустрия гостеприимства»

Одной из главных задач каждого предприятия в условиях рыночной экономики является общее удовлетворение потребностей граждан в его продукции или услугах с высокими потребительскими свойствами при минимальных издержках, а также увеличение вклада в ускорение социально-экономического развития страны. Выполнение этой задачи и способствует увеличению прибыли гостиничного предприятия.

Данная работа будет актуальна для значительной части отечественных отелей, так как прибыль является основным показателем, определяющим ликвидность и положение организации на современном рынке гостиничных услуг, а многие вопросы, связанные с выявлением резервов роста прибыли, требуют в настоящее время дополнительного изучения. Развитие отечественного рынка гостиничных услуг и вместе с тем увеличение конкурентоспособности российских гостиниц в долгосрочной перспективе также являются актуальными задачами российской экономики. Можно наблюдать, что развитие рынка гостиничных услуг

стимулирует экономический рост, а именно ориентирован на решение таких задач, как создание рабочих мест, содействие развитию всей сферы услуг, привлечение не только отечественных капиталов, но и инвестиций из-за рубежа, что немало важно.

С экономической точки зрения прибылью следует называть разность между денежными поступлениями и издержками. С хозяйственной точки зрения прибыль - есть разность между чистыми активами на конец и начало отчетного периода [3, с.107.].

На величину прибыли гостиничного предприятия могут оказывать влияние следующие два вида факторов:

- субъективные факторы, связанные с хозяйственной деятельностью отеля (конкурентоспособность производимых услуг, организационно технический уровень управления предпринимательской деятельностью, уровень цен на сервисное обслуживание, степень производительности труда),
- объективные, не зависящие от хозяйственной деятельности гостиничной фирмы (уровень цен на потребляемые материальные и энергетические ресурсы, конъюнктура рынка, нормы амортизационных отчислений).

Следует отметить, что сущность прибыли порождает сложные экономические отношения по поводу ее объемов и границ распределения. Именно такие отношения могут представлять множествами различных форм, носящих ярко выраженный расчетный характер. В этом и проявляется основная специфическая черта прибыли гостиничной организации, порождающая в тоже время определенную систему отношений по поводу ее формирования, получения и использования [1, с. 430]. Функциональная определенность этих отношений характеризуется тем, что прибыль удовлетворяет важные экономические, социальные и политические потребности как компании, так и всего общества в целом. Например, при помощи получаемой прибыли фирма участвует в формировании государственного бюджета различного уровня или в социальных программах.

Из вышесказанного следует, что прибыль выполняет следующие три важнейшие функции:

- характеризует экономический эффект, полученный в результате деятельности предприятия;
- выполняет стимулирующую функцию, являясь основным элементом финансовых ресурсов предприятия;
- является важнейшим источником формирования бюджетов разных уровней [4].

Интересно, что в зарубежной практике выделяют бухгалтерскую и экономическую прибыли. Под экономической прибылью понимается разность между общей выручкой и внешними и внутренними издержками [3, с. 108]. Прибыль бухгалтерского учета - разность между доходами от различных видов деятельности и внешними издержками фирмы.

Важно отметить, что в отчётности финансовые результаты деятельности гостиничного предприятия отражаются в двух формах:

- как результаты (прибыль или убыток) от реализации основных услуг;
- как результаты, не связанные прямо с процессом реализации, то есть внереализационные доходы и убытки.

Важнейшим показателем конечных результатов хозяйственной деятельности отеля является прибыль от реализации услуг, определяемая путем исключения из выручки, полученной от реализации, их производственной себестоимости и затрат.

К прибыли от реализации гостиничного продукта прибавляется прибыль от прочей реализации (от продажи какого-либо имущества, принадлежащего предприятию), доходы по внереализационных операций (доходы от сдачи помещения в аренду, по акциям, облигациям и другим ценным бумагам, принадлежащим предприятию), уменьшенные на сумму расходов по внереализационным операциям (различные штрафы, пени, экономические санкции со стороны других предприятий, отрицательные курсовые разницы, непредвиденные потери). Такая алгоритмизация порождает значение балансовой прибыли, которая является стратегическим показателем в системе оценочных значений прибыли [5, с. 562].

Далее, после того, как прибыль облагается налогом, формируется конечный финансовый результат отчетного года, который называется чистой прибылью.

Необходимо упомянуть о таком источнике доходов в качестве прибыли, как чрезвычайные доходы. Они представляют из себя зачисления, возникающие из последствия чрезвычайных обстоятельств в период ведения хозяйственной деятельности (стихийные бедствия, пожары, аварии, национализация и другое). К ним относятся стоимость материальных ценностей, остающихся от списания непригодных к восстановлению и дальнейшему использованию активов, и страховое возмещение [2, с. 423].

Характерно, что сейчас в условиях рыночных отношений гостиница должна стремиться к такому объему прибыли, который позволял бы не только удерживать долю на рынке сбыта услуг в индустрии гостеприимства, но и обеспечивать динамичное развитие производства в условиях высокой конкуренции. В конечном итоге из этого вытекает необходимость знания менеджерами источников формирования прибыли и нахождения методов по лучшему их использованию.

Внутренние факторы изменения прибыли в соответствии с рисунком 1. делятся на основные и неосновные факторы.

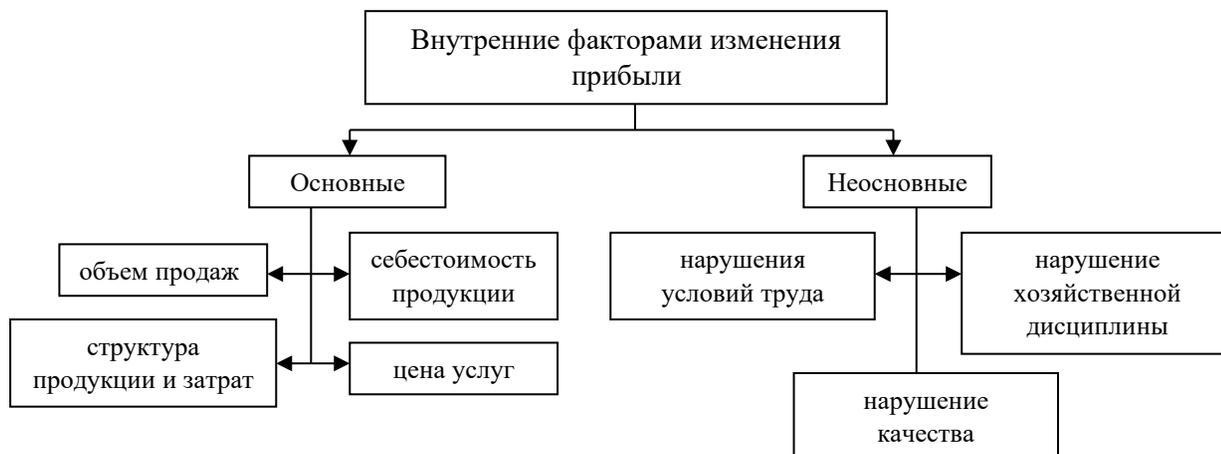


Рисунок 1. Внутренние факторы изменения прибыли гостиничного предприятия

В связи с тем, что подавляющую часть валового дохода (около 90-95%) гостиничного предприятия получают от реализации услуг, этой части дохода должно быть уделено главное внимание. Отмеченные выше факторы воздействуют, главным образом, на доход от реализации гостиничного продукта. Как правило, процесс формирования прибыли отражает такие стороны производственной деятельности, как уровень использования основных и оборотных средств, технологии, организации производства и труда. Абсолютная величина прибыли отражает результаты снижения себестоимости и рост объема реализованной продукции [5, с. 556].

Механизм формирования прибыли производится путем сложения доходов, поступивших на предприятие за вычетом из них соответствующих расходов и отчислений (рисунок 2.). Прибыль обеспечивает потребности самого гостиничного предприятия, поэтому важно определить состав прибыли.

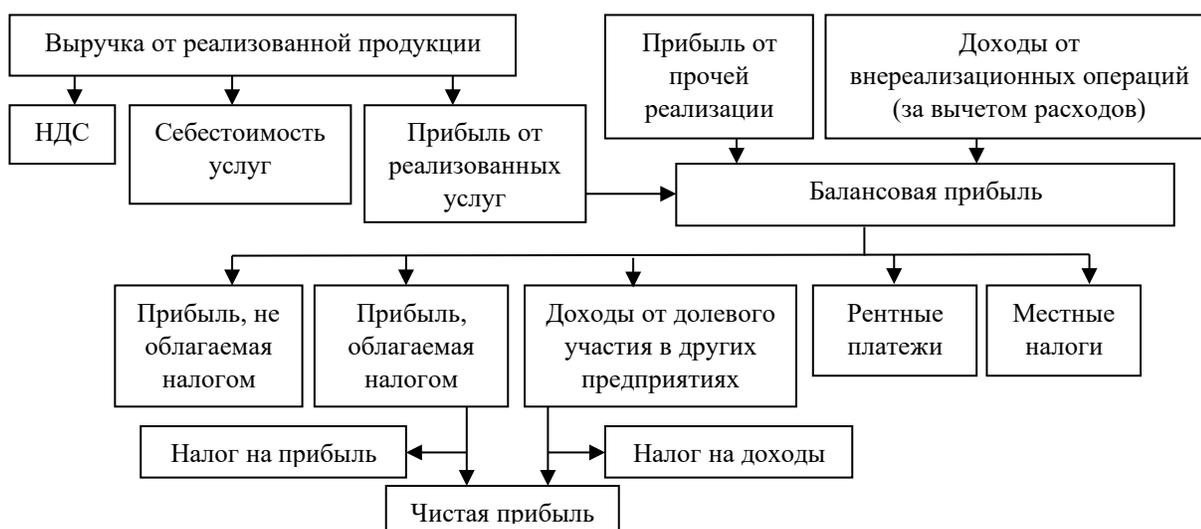


Рисунок 2. Механизм формирования прибыли гостиничного предприятия

Для анализа системы формирования прибыли была взята ООО «Гостиница «Саранск», основным видом деятельности которой является деятельность гостиниц и прочих мест для временного проживания. К дополнительным видам хозяйственной деятельности данной гостиничной организации относятся:

- деятельность ресторанов и кафе на территории предприятия с полным ресторанным обслуживанием,
- аренда и управление собственным или арендованным жилым недвижимым имуществом,
- аренда и управление собственным или арендованным нежилым недвижимым имуществом,
- стирка и химическая чистка текстильных и меховых изделий,
- физкультурно - оздоровительная деятельность.

В процессе анализа формирования прибыли воспользуемся основными показателями, которые представлены в отчётности компании:

- валовая прибыль,
- прибыль (убыток) от продаж,
- прибыль (убыток) до налогообложения,
- чистая прибыль (нераспределенная прибыль (убыток)) отчетного периода.

Таблица 1

Данные показателей прибыли ООО «Гостиница «Саранск» за 2016-2018 г., руб.

Показатели	2016 г.	2017 г.	2018 г.
Валовая прибыль	16 045 000	16 978 000	17 075 000
Прибыль (убыток) от продаж	8 188 000	13 200 000	15 723 000
Прибыль (убыток) до налогообложения	5 526 000	11 230 000	13 466 000
Чистая прибыль (нераспределенная прибыль (убыток)) отчетного периода	3 610 000	9 036 000	10 877 000

Из таблицы 1. видно, что валовая прибыль ООО «Гостиница «Саранск» за взятый период времени, в общем, увеличивалась, начиная с 2016 года.

Далее на рисунке 3. для пущей наглядности представлена тенденция изменения показателей прибыли анализируемой гостиничной организации.

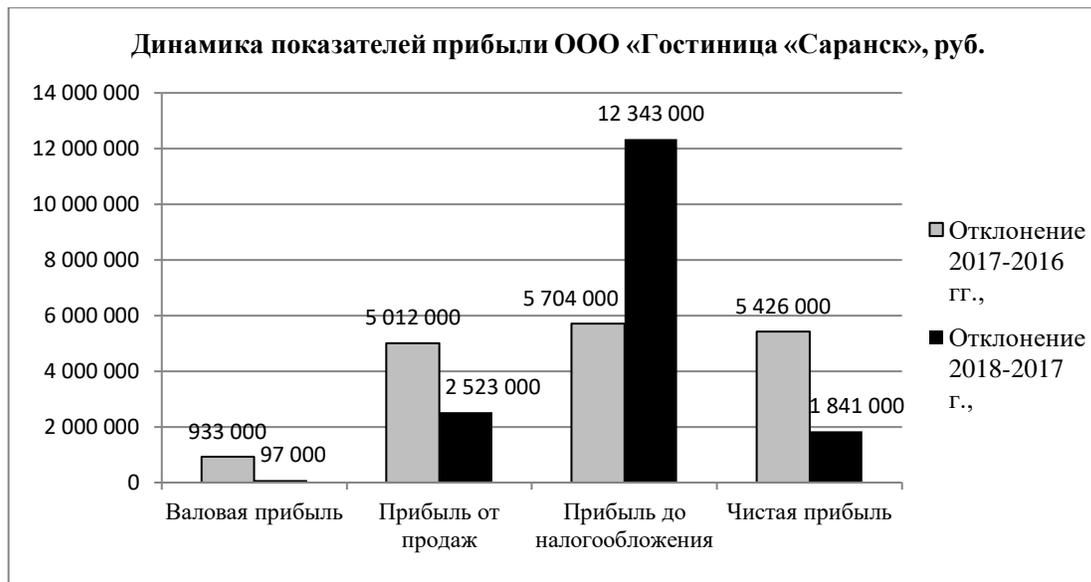


Рисунок 3. Динамика показателей прибыли ООО «Гостиница «Саранск», руб.

Из рисунка 3. можно сделать следующие выводы, что на всем анализируемом периоде значения валовой прибыли, прибыли от продаж, до налогообложения и чистой прибыли все время возрастали. Наиболее яркий рост всех показателей произошел в период 2016-2017 года. Можно предположить, что такой положительный рост вызван реорганизацией данной гостиничной компании в упомянутый период.

Необходимо заметить, что сумма постоянных издержек предприятия в течение анализируемого периода также постоянно увеличивалась (таблица 2).

Таблица 2

Данные показателей расходов ООО «Гостиница «Саранск», руб.

Показатели	2016 г.	2017 г.	2018 г.
Себестоимость продукта	41 635 000	50 156 000	61 803 000
Управленческие расходы	7 857 000	3 778 000	1 352 000
Прочие расходы	2 996 000	1 970 000	2 361 000
Итого	52 488 000	55 904 000	65 516 000

Так рост общих расходов в 2018 году по отношению к 2016 году составил 13 028 000 руб., что свидетельствует о плодотворной работе над модернизацией отеля и улучшения качества предоставляемых услуг. Это все говорит о том, что общая финансово-экономическая ситуация компании находится на достаточно хорошем уровне, так как при увеличении расходов, одновременно увеличиваются доходы отеля, то есть предприятие работает безубыточно. Это даёт основания нам заключить, что менеджмент ООО

«Гостиница «Саранск» грамотно и тщательно планирует бюджет фирмы и обладает соответствующими званиями в области финансов.

Итак, исходя из проведённого анализа, можно сделать вывод, что наблюдается положительная тенденция изменения основных показателей прибыли ООО «Гостиница «Саранск», ведётся постоянная работа над устранением ошибок в хозяйственной деятельности. Об этом свидетельствует приведенная выше отчётность о финансовых результатах фирмы и соответственно проделанные расчеты по ней.

На основе выше изложенного можно сделать вывод, что прибыль гостиничного предприятия формируется в процессе хозяйственной деятельности и отражается в бухгалтерском учете и отчетности. Формирование прибыли отеля всегда осуществляется путём сложения сумм прибылей или убытков от различных хозяйственных операций. Таким образом, в рыночных условиях прибыль является основной целью и источником бюджета гостиничной организации, гарантом её благосостояния, ключевым элементом расширения её хозяйственной деятельности, стимулом активности собственников и трудового коллектива, а также опорой и источником государственного бюджета.

#### Библиографический список

1. Выварец, Александр Дмитриевич Экономика предприятия: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности 080502 «экономика и управление на предприятии (по отраслям)» / А.Д. Выварец. – М.:ЮНИТИ – ДАНА, 2009. – 543 с.
2. Елизаров Ю.Ф. Экономика организаций: Учебник для вузов / Ю.Ф. Елизаров. – М.: Издательство «Экзамен», 2010. – 496с.
3. Левчаев П.А. Финансы организаций. / П.А. Левчаев. – Саранск: Мордов. кн. изд-во, 2010. - 304 с.
4. Левчаев П.А. Финансовые ресурсы предприятия: теория и методология системного подхода / науч. ред. проф. П.В. Шичкин. – Саранск: Изд-во Мордов. ун-та, 2002. – 104 с.
5. Шепеленко, Г. И. Экономика, организация и планирование производства на предприятии: учебное пособие / Г. И. Шепеленко. – Ростов-на-Дону: МарТ, 2010. – 600 с.

## Экономическая безопасность

УДК 33

Батурина И.Н., Артамонова И.А. Влияние финансовой составляющей на  
устойчивость региональной экономики

Influence of the financial component on the stability of the regional economy

**Батурина И.Н.,**

к.э.н., доцент кафедры «Финансы и экономическая безопасность»

**Артамонова И.А.**

к.э.н., доцент кафедры «Учёт и внешнеэкономическая деятельность.

ФГБОУ ВО «Курганский государственный университет», г. Курган

I. N. Baturina,

Ph. D., associate Professor of "Finance and economic security»

I. A. Artamonova

Ph. D., associate Professor of "Accounting and foreign economic activity»

Of the "Kurgan state University", city of Kurgan

***Аннотация.** В современных условиях хозяйствования необходимо создать благоприятные условия для социально-экономического развития региона. Особое внимание при этом необходимо уделять вопросам устойчивости региональной экономики. В данной статье проведена оценка уровня финансовой безопасности Курганской области и определены приоритетные направления развития экономики.*

***Ключевые слова:** экономическая безопасность региона, финансовая безопасность, индикаторы финансовой безопасности.*

***Abstract.** In modern economic conditions, it is necessary to create favorable conditions for the socio- economic development of the region. Particular attention should be paid to the sustainability of the regional economy. This article assesses the level of financial security of the Kurgan region and identifies priority areas for economic development.*

***Keywords:** economic security of the region, financial security, indicators of financial security.*

---

**Рецензент:** Харитоновна Марина Николаевна, к.э.н. доцент кафедры "Экономика и финансы".  
СамГУПС

Обеспечение экономической безопасности региона принадлежит к числу приоритетных направлений развития субъектов РФ. Это связано с тем, что стабильное и устойчивое развитие экономики России во многом зависит от экономической защищенности регионов и их сбалансированного, равномерного развития. Любая экономическая система в современных условиях – это сложно образованная хозяйственная система, подверженная влиянию множества факторов. Поэтому, чтобы выжить в сложившихся условиях, сохранить свои свойства, необходимо своевременно выявлять и предотвращать угрозы, т.е. создать основу экономической безопасности и обеспечить устойчивое развитие страны в целом, и конкретного региона [1; 4].

Основные социально-экономические показатели развития региона отражены в таблице 1.

Таблица 1

Основные социально-экономические показатели Курганской области в 2018 году

Наименование показателя	Российская Федерация	УрФО	Курганская область	Место области в РФ
Численность населения на 1 января 2019 г., тыс. чел.	146780,7	12350,1	834,7	59
Денежные доходы на душу населения в месяц, руб.	33178	34955	20334	77
Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата одного работника, руб.	43724	47807	28159	65
Валовой региональный продукт на душу населения в 2017 г., тыс. руб.	510,5	864,6	240,6	70
Инвестиции в основной капитал на душу населения, тыс. руб.	119,9	237,3	32,5	84
Ввод в действие жилых домов в расчете на 1000 человек населения, кв. м общей площади	515,4	482,9	277,3	72
Оборот розничной торговли на душу населения, тыс.руб.	215,1	219,1	137,1	75

\*Таблица составлена авторами на основе источника [6]

Проведенный анализ показал, что среди 85 субъектов Российской Федерации Курганская область занимает лишь 70 – 80 места. Причем по такому показателю, как инвестиции в основной капитал на душу населения (один из наиболее значимых для характеристики степени устойчивости региона критерий) занимает предпоследнее место. Это свидетельствует о том, что Курганская область переживает не самые лучшие времена. Следовательно, руководству региона необходимо найти точку роста, которая позволит выйти из сложившейся ситуации.

Из представленных в таблице 1 показателей видно, что на устойчивость региона оказывает существенное влияние одна из функциональных составляющих экономической безопасности – финансовая безопасность, которая собственно и создает условия для экономического роста, а также выступает базисом обеспечения экономической безопасности Зауралья [3; 5]. Учитывая важность данного индикатора для оценки экономической безопасности региона, а через последнюю и его появляется возможность проанализировать отклонение показателей финансовой безопасности от пороговых значений и оценить степень вероятности угрозы финансовой зависимости Курганской области. Одним из первых и важных индикаторов, выступает дефицитность регионального бюджета через сопоставление его с величиной регионального валового продукта (таблица 2).

Таблица 2

**Макроэкономические показатели развития Курганской области, млн руб.**

Показатель	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2017 г. в % к 2015 г.
Валовой региональный внутренний продукт	179436	189790	200868	111,9
Доходы бюджета	34003,5	37895,1	39783,4	117,0
Расходы бюджета	38873,0	40739,5	42036,5	108,1
Дефицит (-), профицит (+)	-4869,5	-2844,4	-2253,1	46,3
Отношение дефицита бюджета к уровню ВВП региона	-2,7	-1,5	-1,1	40,7

\*Таблица составлена авторами на основе источника [7]

За анализируемый период величина данного индикатора находится в предельных размерах (пороговое значение должно быть меньше 3 %). Так как темп роста доходов выше, чем темп роста расходов бюджета, это положительно повлияло на снижение величины дефицита бюджета Курганской области. Величина данного показателя в 2017 году составила 2253,1 млн руб., что ниже по сравнению с 2015 годом на 2616,4 млн руб. или на 53,7 %. Таким образом, дефицит сократился в половину, что свидетельствует о появлении признаков стабильности бюджета региона. Однако, не смотря на положительную динамику, целесообразно было бы создать условия, чтобы региональный бюджет оставался сбалансированным, а данный индикатор имел нулевое значение.

Особый интерес при оценке финансовой безопасности представляет индикатор «отношение государственного долга к валовому региональному продукту». Его пороговое значение – 25 % (таблица 3).

Таблица 3

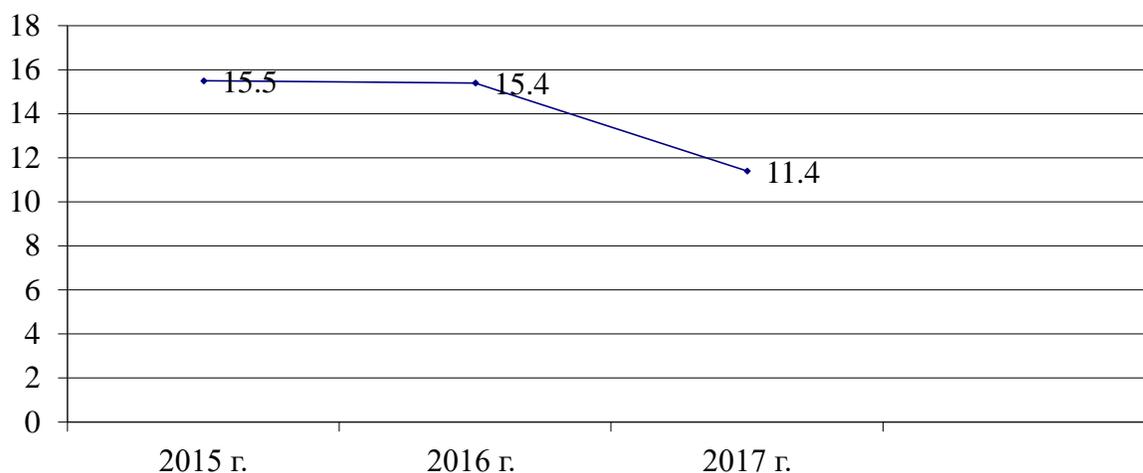
**Динамика показателей государственного долга Курганской области, млн руб.**

Показатель	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2017 г. в % к 2015 г.
Государственный долг Курганской области	11728,9	15051,3	16586,9	141,4
Налоговые доходы	17747,0	20974,6	21715,8	122,4
Соотношение долга и налоговых доходов, %	66,1	71,8	76,4	115,6
Отношение государственного долга к стоимости валового регионального продукта	6,5	7,9	8,3	127,7

\*Таблица рассчитана авторами

Оценка данного индикатора показала, что его расчетное значение ниже порогового значения. При этом, за анализируемый период величина государственного долга увеличилась на 41,4 % и в 2017 году составила 16586,9 млн. р., что негативно отразилось на финансовой устойчивости региона.

Главным индикатором финансовой безопасности Курганской области является «соотношение инвестиций в основной капитал и стоимости валового регионального продукта», которому необходимо уделять особое внимание, так как он является стабилизатором экономического роста региона. Динамика данного индикатора отражена на рисунке 1.



**Рисунок 1. Динамика индикатора «Соотношение инвестиций в основной капитал и стоимости валового регионального продукта», %**

Таким образом, ситуация, которая наблюдается в инвестиционной сфере Зауралья можно охарактеризовать как негативную. Поэтому Правительству Курганской области необходимо обеспечить инновационное развитие региона за счет внедрения достижений научно-технического прогресса в производство и создания благоприятного инвестиционного климата [2].

Таким образом, очевидно, что экономическая безопасность Курганской области может быть достигнута только при обеспечении ее стабильного и устойчивого развития на основе обеспечения экономической безопасности региона.

#### Библиографический список

1. Артамонова И.А., Медведева Т.Н., Батурина И.Н. Устойчивость региональной экономики: понятие и необходимость ее определения // Современные проблемы финансового регулирования и учета в агропромышленном комплексе: сборник статей по материалы III Всероссийской (национальной) научно-практической конференции с международным участием (14 марта 2019 года) / под общ. ред. д. с.-х. н., проф. Сухановой С.Ф. – Курган: Изд-во Курганской ГСХА, 2019. – С.4-8
2. Батурина И.Н., Медведева Т.Н., Артамонова И.А. Рост инноваций - одна из стратегических задач агропромышленного комплекса курганской области // Разработка стратегии социальной и экономической безопасности государства: материалы V Всероссийской (национальной) научно-

практической конференции (под общей редакцией С.Ф. Сухановой), 2019. – С. 323-326.

3. Беляева П.А., Полякова А.А. Оценка уровня финансовой безопасности Орловской области // Приоритетные направления регионального развития: материалы Всероссийской (национальной) научно-практической конференции с международным участием (6 февраля 2020 года) / под общ. ред. д. с.-х. н., проф. Миколайчика И.Н. – Курган: Изд-во Курганской ГСХА, 2020. – С.30-33

4. Медведева Т.Н., Артамонова И.А., Батурина И.Н. Сущность финансовой составляющей экономической безопасности организации// Современному АПК – эффективные технологии: материалы Международной научно-практической конференции, посвященной 90-летию доктора сельскохозяйственных наук, профессора, заслуженного деятеля науки Российской Федерации, почетного работника высшего профессионального образования Российской Федерации Валентины Михайловны Макаровой (11-14 декабря 2018 г.). – Ижевск: Изд-во Ижевской ГСХА, 2019. – С.328-331

5. Медведева Т.Н., Васильева О.С. Социально-экономические показатели устойчивого развития Курганской области // Академический вестник: научно-аналитический журнал. – Тюмень. – Изд-во Тюменской государственной академии мировой экономики, управления и права. – 2011. – № 2 (16). – С. 92-95.

6. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. – URL: <http://www.gks.ru> / (дата обращения 10.02.2020 г.)

7. Официальный сайт Финансового управления Курганской области. – URL: <http://www.finupr.kurganobl.ruru> / (дата обращения 15.02.2020 г.)

## Экономика предпринимательства

УДК 33

Кожин В.А., Шагалова Т.В. К вопросу об упорядочении присвоения  
рантье прибавочной стоимости

On the issue of ordering the assignment of surplus value to rentiers

**Кожин В.А.,**

засл. экономист РФ и ВЭО, д.э.н., профессор кафедры Организации и экономики строительства  
ФГБОУ ВО ННГАСУ

**Шагалова Т.В.,**

доцент кафедры Менеджмента и государственного управления  
ФГБОУ ВО ННГУ

Kozhin V. A.,

zasl. economist of the Russian Federation and VEO, doctor of Economics, Professor of the Department of Organization and  
Economics of construction of the Federal state educational INSTITUTION IN NNGASU

Shagalova T. V.,

associate Professor of the Department of Management and public administration of the Federal state budgetary INSTITUTION  
of HIGHER education

***Аннотация.** В статье раскрыто понятие слова «рантье», его связь рентой, показана экономическая природа её появления и виды. Приведены представители рантье, описаны рынки рантье и их проблемы.*

***Ключевые слова:** Рента, рантье, представители рантье, активный и пассивный доход, рынки.*

***Abstract.** The article reveals the concept of the word "rentier", its connection with rent, shows the economic nature of its appearance and types. Given the representatives of the investor, describes the markets of rentiers and their problems.*

***Keywords:** Rent, rentier, rentier representatives, active and passive income, markets.*

**Рецензент:** Харитоновна Марина Николаевна, к.э.н. доцент кафедры "Экономика и финансы".  
СамГУПС

Для нашей страны рантье явление новое. Тем не менее, научных исследований по данной проблеме недостаточно. В современных условиях рантье играет всё большую роль в присвоении прибавочной стоимости и в критическом расслоении общества по доходам. Почти 70% всего населения нашей страны так или иначе пользуется доходами рантье. В этой сфере деятельности накопилось немало проблем, которые слабо решаются.

Целью настоящего исследования являются вопросы упорядочения присвоения рантье прибавочной стоимости.

Поставленная цель предопределила следующие задачи:

- Что такое рантье, какова его связь с рентой?
- Каких представителей можно отнести к категории рантье?

- Какова экономическая основа возникновения ренты?
- Каковы проблемы на рынках рантье?

Рантье – это слово французское. В дословном переводе слово рантье происходит от ренты «rentier от rente».

В экономике различаются два вида рантье по признаку условий, сложившихся на различных рынках, позволяющих получать либо активные, либо пассивные доходы.

Так на рынке труда активный доход возникает, например, если разность между заработной платой, который владелец предприятия назначает работникам при найме, близка к минимально возможной, и самой низкой оплаты одинаковой профессии, но разных по уровню квалификации. Разница в зарплате, равная сумме надбавки, и есть одно из основополагающих понятий экономической ренты.

В отличие от рантье первого вида на других рынках рантье могут быть граждане, которые живут на пассивные доходы от предпринимательской деятельности, разрешённые законами государства. К ним относятся доходы, получаемые с размещённого капитала в виде банковских вкладов, ценных бумаг, доходов от недвижимости, земли, бизнеса, а также за счёт авторских прав, гонораров и др.

В отличие от инвесторов рантье, имеющие пассивный доход, не занимается управлением своими активами самостоятельно. Например, сдаваемая в аренду недвижимость, рантье могут не только обеспечить свой статус, но и стабильный доход, получаемый в виде ежемесячной арендной платы.

Часто задают вопрос можно ли считать предпринимателя рантье, если ему не хватает доходов от указанных видов собственности на жизнь? Ответ однозначно должен быть следующий: да такой предприниматель является рантье.

Во –первых, вопрос поставлен не корректно, так как всё зависит от размера трат на собственную жизнь. Не случайно бытует известное высказывание, что «богатство прирастает не столько доходами, сколько разумными расходами». На жизнь можно потратить столько, что никаких доходов не хватит.

Во-вторых, поскольку рантье представляет вид предпринимательской деятельности, в котором люди используют специфический доход - ренту, значит их можно относить к рантье.

В настоящее время понятие "рантье" приобретает более широкий смысл.

К рантье можно отнести также целые страны, которые, имея доступ к национальным ресурсам иностранных компаний других стран, получают основные доходы в виде ренты, а также отечественные фирмы, имеющие свой доход, получаемый в виде ренты, от денег, вложенных в предприятия в виде инвестиции, представленных займов, купленных ценных бумаг.

Все те, кто относится к рантье, в классическом понимании, объединены в одну группу по способу получения пассивных доходов от вложения денег.

Это имеет принципиальное значение, если потребуется: разграничить рынки рантье; условия возникновения ренты и их виды; способы присвоения прибавочной стоимости, исходя из сложившихся условий на различных рынках.

В настоящее время широкое развитие рента получило:

- на рынке земли и недвижимого имущества при сдаче их в аренду;
- на фондовом рынке при покупке ценных бумаг (акций, облигаций и ПИФов – паевых инвестиционных фондов);
- на финансовом рынке, когда вкладываются свободные деньги в банковские организации для получения процентных начислений от депозитов;
- на рынке печатной продукции (научной и художественной литературы) для получения гонораров и начислениям за авторские права;
- на рынке инвестиций для вложений финансовых средств в развитие бизнеса и получения дивидендов.

Люди, которые живут за счёт собственных вложений, весьма сильно зависят от таких явлений, как: ситуация в сфере недвижимого имущества, процессы на фондовом рынке, успешность бизнес - инвестирования, состояние экономики в государстве и постоянно следят за происходящими изменениями на этих рынках для получения максимальной ренты.

Так, на рынке земли успех собственников земли помимо формы рентных платежей, должны знать и выделять виды земельной ренты, дифференциация которых осуществляется в зависимости от условий оплаты ренты за аренду земельного участка, согласно таблицы 1.

Таблица 1

Формы, виды земельной ренты и условия оплаты [1,2]

№	Формы земельной ренты	Характеристика особенностей различных форм земельной ренты	Виды земельной ренты и формы её оплаты
	Земельная рента	Земельная рента это доход от сдачи земли в аренду	
1.	Абсолютная	При абсолютной земельной ренте пользователь обязуется производить плату вне зависимости от размера используемого участка и его плодородия. В условиях абсолютной ренты рентабельность производства сельскохозяйственной продукции должна покрывать ренту и остальные затраты, т.е. арендатор вынужден обеспечить получение сверхприбыли	Закон предусматривает три вида ренты: постоянную, пожизненную, а также пожизненное содержание с иждивением. Постоянная рента предусматривает бессрочную выплату рентных платежей, права получателя ренты могут передаваться другим лицам путём уступки требования и переходить по наследству. Пожизненная рента -получатель передает плательщику имущество в обмен на регулярные пожизненные выплаты определенной суммы.
2.	Монопольная	Монопольная рента земельного участка имеет место в случае наличия у арендованного участка специфических качеств, вследствие чего временный пользователь имеет возможность выращивания на нем особых видов культур с последующей реализацией по монопольной цене. Размер такой земельной ренты зависит от завышенной стоимости полученной продукции и соответствующего ей процента, оговоренного между сторонами договора ренты земельного участка.	Пожизненное содержание с иждивением - разновидность пожизненной ренты, согласно которой плательщик обязан, помимо выплаты ренты, обеспечивать потребности получателя ренты указанного им третьего лица (убирать в квартире, покупать продукты и лекарства, оплачивать коммунальные услуги).

3.	Дифференциальная рента:	Деление дифференциальной земельной ренты в экономике на две группы по своей сущности является условным и, на практике, сложно делимым.	Получателями постоянной ренты могут быть граждане и некоммерческие организации, а пожизненной - только граждане. Плательщиками могут быть граждане и юридические лица Натуральная, когда рентный платеж – часть собранного урожая. Отработочная, при которой временный пользователь в качестве оплаты обязуется выполнять в пользу собственника земли обусловленную работу или услугу. Денежная, когда рентный платеж представлен оговоренной между сторонами денежной суммой.
3.1.	Дифференциальная земельная рента 1-го вида - это платеж, в основании которого лежат особенности расположения арендованных участков.	Дифференциальная земельная рента 1 – это дополнительная прибыль, получение которой обусловлено более выгодным расположением угодий по отношению к стратегически важным объектам (например, точкам сбыта).	
3.2.	Дифференциальная земельная рента 2-го вид зависит от дополнительных вложений (капитала или рабочей силы).	Дифференциальная земельная рента 2 – это дополнительная прибыль, получение которой обусловлено от дополнительного инвестирования.	

На рынке аренды жилья, чтобы получить желаемый доход, необходимо проявлять постоянную заботу о жилье, поиск аренды с наибольшей доходностью для бизнеса рантье, мониторинг процессов на рынке недвижимости, поиск арендаторов, внимательное исследование законодательной базы, а также составление договоров. Сдача квартиры в аренду становится выгоднее банковского вклада. Доходность рантье при сдаче в аренду жилья в среднем составляет около 7,8% годовых, а у держателя депозита в коммерческих банках в среднем не больше 5,8%.

По данным исследования сервиса объявлений ЦИАН, которые проанализировали 40 региональных рынков, выгоднее всего оказалось по средней доходности аренды жилья в следующих городах РФ в: Астрахани (10,6%), Челябинске (9%), Новокузнецке (8,9%), Воронеже (8,9%) и Омске (8,9%).

На фондовом рынке банковские вклады являются далеко не самым выгодным, особенно в связи со снижением ключевой ставки Центробанка. И эта тенденция будет продолжаться в связи со снижением инфляции. Поэтому деньги следует осваивать другие, более рискованные, финансовые инструменты повышения доходности вкладов рантье.

На рынке печатной продукции авторские права и гонорары за научные статьи вообще явление исключительное, а прибыльность от них бывает серьезной. За печатание одной статьи в научных журналах запрашивают от 100 до 3000\$ долларов США без оплаты автору за гонорар. Автор издателю отдает свою интеллектуальную собственность, а автору за никакого гонорара не выплачивается. Остается автору одно важно, чтобы статья попала в журнал «РИНЦ» или в «ВАК». Так не должно быть. Поэтому можно считать, что правовые отношения между авторами и издателями на рынке печатной продукции не упорядочены.

Рынок инвестиций для вложений финансовых средств в развитие бизнеса для рантье с целью получения дивидендов является наиболее интересным. Особенно это касается высокодоходных коммерческих предприятий и организаций, которые формируют бюджет и обеспечивают стабильность

экономики страны. Инвестиции в эти предприятия требовательны в плане необходимости постоянно покупать и продавать акции и искать ещё более доходные ценные бумаги. Однако здесь не всё так упорядочено в части рантье. Стоит отметить тот факт, что пассивные доходы рантье не зависят от их постоянной трудовой деятельности. Они могут различаться или генерироваться автоматически без их прямого участия представителей рантье. Рантье, имеющие большие деньги, которые в России, часто нажитые не честным путём, получающие пассивный доход, развращают население, что приводит к социальным напряжениям в обществе. Такое происходит, когда ряд чиновников, а также бизнесменов, используя занимаемую щедро оплачиваемую высокую должность и своё исключительное влияние на бизнес, становятся учредителями не одного, а часто нескольких предприятий, но не работают в них, а только получать дивиденды на свой вклад. Поэтому экономисты по-разному оценивают роль рантье. При этом некоторые из них считают, что рантье паразитируют на реальном производстве. Чтобы упорядочить их экономические отношения с бизнесом, необходимо узаконить новый порядок выплаты дивидендов. Как один из вариантов, для рантье, который является учредителем, но не участвует в управлении предприятием, дивиденды (процент на вклад) ему следует устанавливать на уровне не выше ключевой ставки Центробанка, как бы если он открыл депозитный вклад.

### **Заключение**

На основе проведенного исследования можно сделать следующие выводы:

1. Уточнено понятие рантье – это физические и юридические лица, получающие доход на вложенный капитал в бизнес.

2. К представителям рантье можно отнести:

- любого гражданина России, использующего честно заработанные деньги на извлечение пассивного дохода путём вложения их в бизнес;
- целые страны, которые, имея доступ к национальным ресурсам иностранных компаний других стран, получают основные доходы в виде ренты;
- отечественные предприятия и фирмы, имеющие свой доход, получаемый в виде ренты, от денег, вложенных в: инвестиции, займы, купленные ценные бумаги.

3. Установлена экономическая основа возникновения ренты, которая обусловлена наличием признаков условий, сложившихся на различных рынках.

К ним относятся:

а) близость расположения: предприятий, арендованных участков земли, других объектов недвижимости к разветвленным объектам логистической инфраструктуры;

б) от дополнительных вложений капитала или рабочей силы.

в) на рынке труда избыточный активный доход возникает, например, если разность между заработной платой, который владелец предприятия назначает работникам при найме, близкой к минимально возможной, и самой низкой оплатой одинаковой профессии, но разные по уровню квалификации. Разница в зарплате,

равная сумме надбавки, и есть одно из основополагающих понятий экономической ренты. Однако люди, получающие активный доход в классическом понимании к «рантье» не относится.

#### 4. Выявлены проблемы на рынках рантье:

а). На рынке печатной продукции авторские права и гонорары за научные статьи вообще явление исключительное, а прибыльность от них бывает серьёзной. За печатание одной статьи в научных журналах запрашивают с автора от 100 до 3000\$ долларов США. Автор издателю отдаёт свою интеллектуальную собственность, а автору за выход в свет статьи никакого гонорара не выплачивается. Остаётся автору лишь одно важно, чтобы статья попала в журнал «РИНЦ» или в «ВАК». Так не должно быть. Поэтому можно считать, что правовые отношения между авторами и издателями на рынке печатной продукции не упорядочены.

б) На рынке инвестиций, как один из вариантов, для рантье, который является учредителем, но не участвует в управлении предприятием, дивиденды (процент на вклад) ему следует устанавливать на уровне не выше ключевой ставки Центробанка, как бы, если он открыл депозитный вклад.

#### Библиографический список

1. <http://gkodeksrf.ru/ch-2/rzd-4/gl-33/prg-1/st-583-gk-rf> [дата обращения 10.03.2020 г.]
2. <http://gkodeksrf.ru/ch-2/rzd-4/gl-33/prg-2/st-589-gk-rf> [дата обращения 10.03.2020 г.]

## Экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами

УДК 33

Абуев Н.М., Курицына Н.И. Процессный подход в управлении  
таможенными органами  
Process approach to management of customs authorities

**Абуев Н.М.,**

К.э.н., доцент,  
доцент кафедры Таможенное дело,  
Санкт-Петербургский государственный  
экономический университет

**Курицына Н.И.**

К.э.н., доцент,  
доцент кафедры Таможенное дело,  
Санкт-Петербургский государственный  
экономический университет

Abuev N.M.,  
Ph.D., Associate Professor,  
Associate Professor, Department of Customs,  
St. Petersburg State  
the University of Economics  
Kuritsyna N.I.  
Ph.D., Associate Professor,  
Associate Professor, Department of Customs,  
St. Petersburg State  
the University of Economics

***Аннотация.** В статье рассмотрены актуальные вопросы внедрения и применения процессного подхода в системе управления таможенными органами Российской Федерации.*

***Ключевые слова:** процесс, процессный подход, таможенные органы, управление.*

***Abstract.** The article discusses current issues of implementation and application of the process approach in the management system of customs authorities of the Russian Federation.*

***Keywords:** process, process approach, customs authorities, management.*

---

**Рецензент:** Бикеева Марина Викторовна, кандидат экономических наук, доцент кафедры статистики, эконометрики и информационных технологий в управлении Национального исследовательского Мордовского государственного университет им. Н.П. Огарёва

В теории менеджмента существует три подхода к управлению, т.е. способа (метода) делегирования полномочий и ответственности в организации: функциональный, проектный и процессный. В практике работы управленец использует сочетание этих подходов. Например, система бюджетирования является ярким примером применения функционального подхода через делегирование полномочий и ответственности через систему центров финансовой ответственности. Главной особенностью функционального подхода служит делегирование через функции подсистем. Их выделяют четыре: маркетинг, производство, персонал и финансы. Организация делится на функциональные подсистемы, во главе которых стоят функциональные руководители. Проектный подход позволяет делегировать полномочия через проекты. В нашем примере, внедрение бюджетирования в работу организации как «разовой» деятельности предполагает использование проектного подхода. Полномочия и ответственность ложатся на руководителя проекта. Матричная структура управления возникает в устойчивой организации при применении процессного подхода, когда прослеживается двойственное подчинение. Данная двойственность носит временный характер, на время проведения проектных работ, когда сотрудник находится в прямом подчинении у функционального руководителя и временном – у проектного. Использование процессного подхода имеет ряд преимуществ, в том числе сокращение руководящего состава и уровней руководства. Ведь его внедрение позволяет объединить функциональные задачи в рамках одного проекта. Следует отметить, что в рамках процесса, каждый участник несет персональную ответственность в рамках своих компетенций, осуществляет самоконтроль. Упрощение и оптимизация процесса работы внутри организации ведет к оптимизации издержек организации. Для раскрытия возможностей применения процессного подхода в управлении таможенными органами дадим определение процесса. Процесс - это устойчивая, целенаправленная совокупность взаимосвязанных видов деятельности, которая по определенной технологии преобразует входы в выходы, представляющие ценность для потребителя [1]. Все процессы были поделены на первичные и поддерживающие (вспомогательные) в соответствии с теорией Майкла Портера о цепочках ценности. Некоторые из поддерживающих процессов были потом выделены в отдельный класс – процессов развития [5]. С точки зрения применения процессного подхода в таможенных органах необходимо отметить ряд особенностей. Во-первых, жесткая система иерархии и подчинения. Во-вторых, четкое функциональное подчинение. В-третьих, низкая динамичность и приспособляемость системы управления к внешним и внутренним изменяющимся факторам. Все перечисленные обстоятельства влияют на возможность перестройки системы управления с использования на сегодняшний день функционального подхода на процессный. Теорией вопроса применения процессного подхода к управлению таможенными органами занимаются многие российские авторы. Колобова И.Н., Кузнецов С.С. еще в 2010 году в монографии [4] сформулировали концептуальные подходы к применению процессно-ориентированного подхода к управлению деятельностью ФТС. Кнышев А.В. в своей работе [3] выбрал объектом исследования Екатеринбургскую таможню и на конкретном примере обосновал возможность применения процессного подхода в управлении таможенными органами. Исаева Ю.Д. [2] предприняла попытку оценить эффективность

применения процессного подхода в управлении таможенными органами. Попытки внедрения процессного подхода существуют в практике работы отдельных таможенных органов. Например, Приволжское таможенное управление одним из первых применило в своей работе сочетание методов системы менеджмента качества на базе ИСО 9000 и принципов управления организацией в целом. Это позволило построить результативную систему управления отдельными процессами. Практика внедрения показала положительные результаты работы управления [6].

Внедрение процессного подхода в деятельность таможенных органов не только в частных примерах и проектах, а на постоянной основе требует поэтапного рассмотрения. Во-первых, необходимо описать все процессы, проходящие в организации, выявить их особенности и специфику, определить систему показателей оценки процессов.

Во-вторых, необходимо определить потоки материальных, документационных и информационных потоков между участниками процесса.

В-третьих, определить место руководителя процесса, описать его функции и полномочия. Основными отличительными чертами руководителя являются: полная ответственность за реализацию процесса, контроль реализации и его результат и эффективность. Распределение необходимых для процесса ресурсов, ответственности между исполнителями, оценка и использование инфраструктуры организации, программное и аппаратное обеспечение – все это зоны ответственности руководителя. Руководитель процесса, управляя процессом, в то же время сам является неотъемлемой составной частью этого процесса. То есть требования к руководителю можно разделить на четыре направления: управление, компетентность, практика и ответственность. Руководителю необходимо обладать высоким уровнем компетентности, а также подобрать команду специалистов, на которых он может возложить ответственность и делегировать часть полномочий, дав возможность подчиненным проявить личные качества и творческий подход к решению поставленной задачи в рамках своих полномочий.

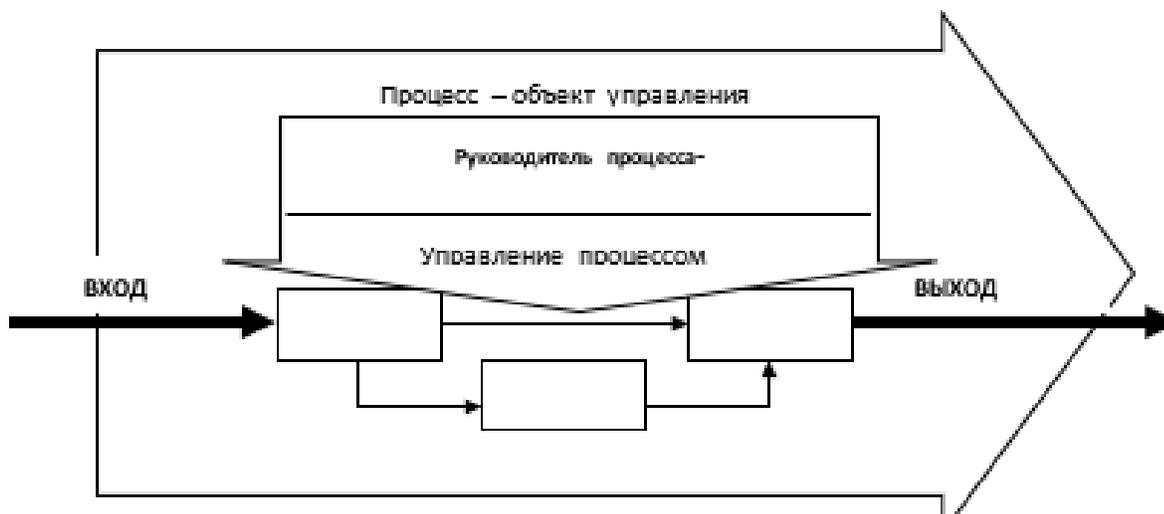


Рисунок 1. Руководитель процесса в общей схеме процессного подхода

Таким образом, в процессном подходе к управлению наличие руководителя процесса, обладающего ресурсами, является важнейшим необходимым условием [3].

При ориентации на процессный подход к управлению задачи руководства так же подвергаются изменениям. Успешный переход к процессно-ориентированной системе управления опирается, в частности, на ряд социально-психологических факторов, в том числе характер руководства, который несет при этом определяющее значение. Процессно-ориентированный подход предполагает пересечение двух основных задач управления: управление организацией и управление кадровым составом.

В-четвертых, необходимо рассчитать количество должностных лиц в каждом процессе, необходимое для эффективной и непрерывной деятельности организации. Определить компетентность каждого, уровень доступа к ресурсам и ответственность.

В-пятых, важно определить ресурсы, необходимые должностным лицам для реализации деятельности внутри процесса. Необходимо понимать, что одно должностное лицо может быть задействовано сразу в нескольких процессах. Следует учесть загруженность в рамках каждого из них, распределить ресурсы и время на деятельность должностного лица, описать полномочия и наделить правами.

Необходимо отметить, что интеграция ответственности по вертикали и функций по горизонтали является обязательным условием перехода от функциональной ориентации к ориентации на процессы. То есть на смену функциональной системе управления, когда руководитель и подчиненные находятся «по разные стороны баррикад», а структура противопоставлена операциям, приходит целостная процессно-ориентированная стратегия управления.



Рисунок 2. Методология процессного подхода в таможенных органах

Сложный алгоритм внедрения процессного подхода в деятельность таможенной службы после адаптации и полного внедрения позволит упростить оценку результативности работы. Программно-целевое планирование, базирующееся на стратегических задачах, определяет комплексную систему показателей работы всех процессов организации и отдельных исполнителей. Оценка результатов идет на базе плановых показателей, а также в рамках динамики процесса. На сегодняшний день маркетинговый подход к таможенным услугам требует организацию оценки работы таможенных органов со стороны участников внешнеэкономической деятельности. Это возможно в рамках процессного подхода, ведь все организационные процессы просты и прозрачны, а показатели внешней оценки включены в комплексную систему показателей оценки деятельности таможенных органов. Следует отметить, что процессный подход требует использование труда как специалистов узкого профиля, выполняющих специфические задачи, так и руководителей широкого профиля, имеющих достаточные компетенции для осуществления руководства процесса в целом. Процесс- сложный объект управления. Внедрение процессного управления в деятельность таможенных органов предполагает не только описание последовательности операций, определение плановых и бюджетных показателей, а изменение деятельности организации в целом. Руководители таких стабильных и стохастических систем как таможенные органы зачастую противятся переменам и внедрению новых методов и походов управления. В большей степени это конечно касается функциональных руководителей, от которых требуется перейти от показателей результативности работы к целостному подходу эффективности процесса. При этом, практика внедрения процессного подхода показывает, что руководители не просто остаются на своих местах, а даже приобретают большие полномочия и ответственность при внедрении новой системы управления становясь руководителями процессов.

Таким образом, переход к процессному управлению в деятельности таможенных органов требует развития управления деятельностью государственных органов в целом, которое предполагает - направление на решение стратегических задач, контроль результатов и действий, необходимых средств, определение показателей, позволяющих отслеживать процесс и оказываемое воздействие.

#### Библиографический список

1. Биннер Х. Управление организациями и производством: от функционального менеджмента к процессному. – М.: Альпина Паблишер, 2010.
2. Исаева Ю.Д. Теоретические и практические аспекты управления таможенными органами с точки зрения процессного подхода // Научный альманах, 2018. №6-11 (44) <http://ucom.ru/doc/na.2018.06.01.062.pdf> (дата обращения 01.02.2020)
3. Кнышев А.В. Применение процессного подхода в управлении деятельностью Екатеринбургской таможни // Novaum, 2017, №9. <http://novaum.ru/public/p377> (дата обращения 03.02.2020)
4. Колобова И.Н., Кузнецов С.С. Управление таможенными органами на основе процессно-ориентированного подхода: монография. – М.: Изд-во Российской таможенной академии, 2010.
5. Портер М. Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей и конкурентов. М., Издательство Альпина Бизнес Букс, 2007.
6. Официальный сайт Приволжского таможенного управления. URL: <http://ptu.customs.ru/>

УДК 33.331

Дудкина О.В., Грекова Г.А. Альтернатива конфронтации в  
организационном развитии сервисной компании

An alternative to confrontation in the organizational development of a service company

**Дудкина О.В.,**

кандидат социологических наук, доцент  
доцент кафедры «Сервис, туризм и индустрия гостеприимства»  
Донской Государственный Технический Университет  
Россия, г. Ростов-на-Дону

**Грекова Г.А.**

кандидат биологических наук, доцент  
заведующий кафедрой «Химия»

подготовительный факультет по обучению иностранных граждан Ростовский государственный медицинский  
университет

Россия, г. Ростов-на-Дону

Dudkina O. V.,

candidate of social Sciences, associate Professor  
associate Professor of the Department " Service, tourism and hospitality industry"  
Don State Technical University

Russia, Rostov-on-don

Grekova G. A.

candidate of biological Sciences, associate Professor  
head of the Department of Chemistry»

preparatory faculty for training foreign citizens Rostov-on-don medical University  
Russia, Rostov-on-don

**Аннотация.** Рассматривается проблема сопротивления сотрудников организационным изменениям в сервисных компаниях. Показано, что при организационных изменениях в компании выгоднее рассматривать сопротивление не как силу противодействия системы, а как множество незначительных сил, действующих в интересах своих потребностей. Это те самые скрытые связи сотрудников, личные интересы, привычки и страхи. Делается вывод о том, что логичным решением становится внимательное изучение сложившейся системы и плавное формирование нового опыта взаимодействия сотрудников компании.

**Ключевые слова:** Развитие, экспериментирование, сопротивление, конфронтация, команда, потребность, система.

**Abstract.** The article considers the problem of employee resistance to organizational changes in service companies. It is shown that in case of organizational changes in the company it is more profitable to consider resistance not as a counteracting system, but as a multitude of minor forces acting in the interests of their needs. These are the same hidden connections of employees, personal interests, habits and fears. It is concluded that a logical solution is a careful study of the existing system and the smooth formation of new experience in the interaction of company employees.

**Keywords:** Development, experimentation, resistance, confrontation, team, need, system.

**Рецензент:** Бородай Владимир Александрович – доктор социологических наук, доцент, профессор кафедры «Сервис, туризм и индустрия гостеприимства», Донской государственной технической университет (ДГТУ). Государственный советник Ростовской области 3 класса, г. Ростов-на-Дону

### Введение, объекты и методы исследования.

Менеджеры часто сталкиваются с сопротивлением команды. Одни игнорируют, другие ведут «подрывную» деятельность, и изменения остаются только на бумаге. В среде управленцев бытует мнение, что если организация теряет способность к изменениям, то она умирает [1]. Эту тему исследовали Питер Друкер и Ицхак Адизес.

Как правило, для тех, кто не понимает что организация это система, решение кажется простым: «Замени сотрудника и все заработает». Человека увольняют, а на его место берут нового. Далее все происходит как в анекдоте, где российских дорожных рабочих поменяли местами с немецкими. Финал известен: в России дороги так и остались плохими. Все потому, что работают не люди, а системы.

### Экспериментальная часть.

Если долго всматриваться в процессы и сотрудников организации, то можно заметить скрытые выгоды и взаимосвязи, из-за которых люди действуют по-своему [2]. Даже если начальник решает что-то переделать, то сталкивается с сопротивлением системы в целом. Сложившийся уклад прочно сидит в головах, один человек связан с другим, как каждый процесс связан с процессом.

Если менеджер собрался бороться с сопротивлением – битва может быть кровавой. Чаше ломается руководитель – просто бросает эту затею, иногда ломаются компании. Тем не менее, можно рассмотреть алгоритм действий, позволяющий успешно проводить изменения в компании.

В организационной терапии выгоднее рассматривать сопротивление не как силу противодействия системы, а как множество незначительных сил, действующих в интересах своих потребностей. Это те самые скрытые связи сотрудников, личные интересы, привычки и страхи. В такой парадигме решением становится внимательное изучение сложившейся системы и плавное формирование нового опыта взаимодействия людей [3]. Обязательно с учетом их интересов. Именно сопротивление обнажает важные для системы процессы – это открытая дверь в развитие.

Система сопротивляется по направлениям:

- не вижу выгоды изменений;
- вижу, но не действую;
- не доверяю инициатору.

Эти три вида сопротивления встречаются при любом вмешательстве в систему, будь то изменения личности или организации. С ними же удобнее всего работать.

Подчеркнем, что мы имеем в виду путь осознанности. Это значит, что иногда во время изучения системы самой командой выясняется, что организация функционирует оптимально, а для изменения какого-либо свойства потребуется энергия несоизмеримая улучшению. В этом случае сознательное решение компании – оставить все как есть. Но это возможно только в случае, когда каждый осознал все скрытые выгоды и взаимосвязи.

Итак, первое направление. Организационная терапия через осознанность – выращивание нового порядка, через вскрытие старого напоя, выявление настоящих потребностей каждого участника. Мы вытаскиваем наружу связи, рассматриваем их абсурдность или выгоды.

Люди не спешат рисковать ради выгод организации [4]. Любой живой организм старается экономить энергию и, если можно «не двигаться», будет «не двигаться». Любое изменение требует осмысления, а на работу мозга во время осмысления, тратится четверть всей энергии.

После осмысления должна возникнуть вера в правоту предложения, а значит, нужно вытеснить веру в прошлый порядок. Следующим шагом необходимо преодолеть страх неизвестности – самый сильный страх. Только после успешного опыта открывается возможность новой привычки, которую придется вырабатывать. Таким образом видно, сколько затрат вместо того, чтобы оставить как есть.

Через открытое обсуждение каждого действия и его бенефициаров возникает осознанность. Иногда на совещаниях доходит до абсурдности, когда всплывает, что работника ценят за совместную игру в футбол, а компании в целом он только мешает. Сопротивление осознанности вполне естественно, так как мы защищаем свои, даже скрытые, интересы. Только открыто признавая все связи системы и все выгоды, мы высвобождаем энергию дальнейшего развития [5].

Синергия команды возникает при уважении субъективного мира каждого участника. Если интересы компании совпадают с личными интересами сотрудника, он будет радостно решать задачи. В остальных случаях – бороться с собой или с правилами.

Пример одного из клиентов: сотрудники хронически опаздывали на работу. В процессе давления, введения регламентов, ничего достигнуть не удавалось. Были уволены некоторые незначительные кадры, остальные запустили режим взаимопомощи и сокрытия. С помощью осознанности удалось выяснить, что доставка детей в школу для большинства важнее, чем корпоративные регламенты. В совместном диалоге с сотрудниками договорились уменьшить обед и начинать рабочий день позже, чтобы это устроило босса и организацию.

При работе с осознанностью мы раскрываем старые связи и осознаем, какие из них помогают, а какие мешают общему делу. Это создает внутренний запрос на изменения.

Следующее направление - понимаю, но делать не буду. Тоже вполне естественное сопротивление. Привычка потребовала времени и усилий для формирования. Большинство людей предпочитают двигаться по инерции. Даже при осознании выгод нового порядка, сдвинуть гору сложно.

Чтобы действовать по-новому, понадобятся небольшие эксперименты в зоне ближайшего развития. Как иногда говорят – будем «есть слона по частям». Не нужно стать другим, нужно медленно становиться другим. Шаг за шагом возвращать связям системы гибкость и усваивать новый опыт.

Приведем пример. Сотрудники склада не хотели работать с документами. Компания теряла прибыль вместе с частью товара. Пришлось целый месяц работать с командой склада для осознания влияния учета на каждого в организации. Команда склада – простые работяги, лояльные компании, работают в ней десять лет.

Им сложно внимательно читать и заполнять документы – «ведь главное же – товар передать покупателю» Совместно с управленцами и командой были проведены несколько экспериментов. Ввели роль администратора по работе с документами, договорились работать в роли по очереди. В итоге самого молодого назначили перебирать бумажки, а старожилов оставили бегать с коробками. Первоначальное управленческое решение было назначить администратором самого старого. Эксперимент позволил каждому попробовать себя и сознательно найти свое место.

Обычно за невыполнение задач сотрудника штрафуют, лишают части награды, ругают, заставляют учиться. Мы не отрицаем штрафов, но говорим лишь о том, что путь осознанности и эксперимента позволит команде пластичнее внедрять инновации.

Справедливости ради отметим, что иногда сотрудники и руководитель приходят к выводу, что по-старому было выгоднее [6]. Это тоже положительный опыт: перестать тратить нервы на желание изменить мир. Сотрудник принимает компанию такой, какая есть.

Третье направление - недоверие инициатору. Старожил – сотрудник, вооруженный привычкой, который «100 лет так делал», на порядок мудрее любого менеджера. Во всяком случае, он сам так считает. Значительно выгоднее вовлечь ветерана в диалог, и вместе разработать новый порядок, учитывающий разные точки зрения. Если каждый понимает, зачем тут находится и чувствует, насколько организация отражает его интересы, доверять инициатору совсем не обязательно!

#### Результаты.

Силу сопротивления выгодно использовать для совместной работы по формированию новых норм. Под давлением неизбежности изменений, люди предпочитают их возглавить. Так в коллективе создаются группы изменений. Эти группы, как молодые ростки требуют заботы и доверия высшего руководства. Лучше всего, если сам руководитель участвует в группе на правах рядового члена или как представитель интересов компании в целом.

Чтобы стороны смогли слышать друг друга, потребуется опытный фасилитатор или организационный терапевт. Менеджеры «знают ответы на все вопросы», поэтому им сложно бывает принять альтернативные точки зрения. Тем более, эти точки зрения часто мудрее. А сотрудники не привыкли открыто говорить, и тем более оспаривать заблуждения менеджеров, поэтому им понадобится поддержка фасилитатора.

Из опыта корпоративной практики. В IT-компании из 20 сотрудников никто решительно не хотел развиваться. Для технологичной отрасли это означает путь к банкротству. Руководитель предпринимал попытки давления, стимулирования, агитации, но это не давало никаких результатов. Лишь после года работы по осознанию ситуации, в которой находится фирма, команда начала открыто обсуждать на совещаниях личные сложности, влияющие на работу. Руководитель начал экспериментировать с саморазвитием, что заинтересовало других партнеров. Только когда руководитель перестал давить на команду, они начали

экспериментировать. Команда изменений за следующий год перезагрузила продукты и вышла на новый рынок. Впоследствии была сформирована управленческая команда из ветеранов и компания штурмует потолок прибыли.

#### Заключение.

Подводя итоги аналитическим исследованиям отметим, что сопротивление изменениям среды – естественная реакция хоть букашки, хоть человека, хоть организации. Слово «сопротивление» имеет негативный характер в языке и настраивает на конфронтацию [7]. Однако высокая компетентность инициатора позволит ему взглянуть на сопротивление как на открытую дверь. Останется только войти, выслушать коллег и дать им возможность увидеть все связи со стороны. Таков путь осознанности, применения приемов гештальт-терапии в организационном развитии.

Есть и способ прямой конфронтации, который позволяет снести сопротивление вместе с командой и сложившимися связями. Такой путь хорош, когда вы готовы полностью потерять организацию и построить на ее месте новую.

На практике предложенная тактика осознания, экспериментирования и работы с командой требует терпения и опыта. Можно реализовать ее самостоятельно, но при поддержке организационного терапевта будет спокойнее и проще, а зачастую быстрее и дешевле.

#### Библиографический список

1. Греков А.А., Грекова Г.А. Педагогическая миссия классических университетов России. Вестник Пятигорского государственного лингвистического университета. 2012. №2. С.233-236.
2. Петренко А.С., Провоторина В.В., Экиниль Г.Е. Сервисные технологии в деятельности гостиничного предприятия: учебное пособие. – Ростов-на-Дону, ДГТУ-Принт, 2020. – 189 с.
3. Осипова Ю.В., Шевченко Е.М., Бородай В.А. Альтернативный взгляд на технологию антикризисных услуг в сервисе // Экономические исследования и разработки. 2019. № 8. С. 112-116.
4. Шевченко Е.М. Характеристика рынка туристских услуг Ростовской области: современное состояние и направления развития // Ученые записки Института управления, бизнеса и права. Серия: Экономика. 2017. № 5. С. 404-414.
5. Грекова Г.А. Интерактивные методы обучения в системе высшего образования // В сборнике: Современная система интерактивного обучения в условиях модернизации высшего образования. Материалы научно-методической конференции. 2015. С. 9-22.
6. Кедрова И.В., Шевченко Е.М., Бородай В.А. Экстраполяция тенденций в маркетинге в условиях неопределенности и высокой скорости изменений // Экономические исследования и разработки. 2019. № 8. С. 8-13.
7. Грекова Г.А., Дудкина О.В. Актуализация современной системы обучения в сервисных организациях // Экономические исследования и разработки. 2017. № 4. С. 134-146.

УДК 33.331

Дудкина О.В., Давыдова Д.В. Становление и развитие детского  
спортивно-оздоровительного отдыха в России  
Formation and development of children's sports and recreation  
in Russia

**Дудкина О.В.,**

кандидат социологических наук, доцент  
доцент кафедры «Сервис, туризм и индустрия гостеприимства»  
Донской Государственный Технический Университет (ДГТУ)  
Россия, г. Ростов-на-Дону

**Давыдова Д.В.,**

бакалавр, 4 курс  
кафедра «Сервис, туризм и индустрия гостеприимства»  
Донской государственной технической университет (ДГТУ)  
Россия, г. Ростов-на-Дону

Dudkina O. V.,  
candidate of social Sciences, associate Professor  
associate Professor of the Department «Service, tourism and hospitality industry»  
Don State Technical University (DSTU)  
Russia, Rostov-on-Don  
Davydova D. V.,  
bachelor's degree, 4th year  
Department «Service, tourism and hospitality industry»  
Don state technical University (DSTU)  
Russia, Rostov-on-Don

***Аннотация.** В статье рассматривается историческое развитие спортивно-оздоровительных мероприятий на территории России. Показано, что исторически спортивные мероприятия эволюционировали из трех основных истоков становления. Делается вывод о значимости реализации государственных целей в развитии детского спорта для развития страны.*

***Ключевые слова:** физическая культура и спорт, спортивно-оздоровительное мероприятие, спортивная организация, спортивная индустрия.*

***Abstract.** the historical development of sports and recreation activities in Russia is Considered. It is shown that historically sports events have evolved from three main sources of formation. The conclusion is made about the significance of the implementation of state goals in the development of children's sports for the development of the country.*

***Keywords:** physical culture and sport, sports and recreation event, sports organization, sports industry.*

---

**Рецензент:** Бородай Владимир Александрович – доктор социологических наук, доцент, профессор кафедры «Сервис, туризм и индустрия гостеприимства», Донской государственной технической университет (ДГТУ). Государственный советник Ростовской области 3 класса, г. Ростов-на-Дону

#### Введение, объекты и методы исследования.

История физической культуры и спорта имеет давние корни. Еще не существовал термин «спорт», не было осознания физического воспитания вообще, но уже была борьба за существование, которая имела свои правила на ранних стадиях развития человечества.

В процессе своего формирования физическая культура вобрала в себя знания, накопленные различными науками: историей, психологией, этнографией, медициной, социологией и др. Поэтому ее можно считать интегральной дисциплиной, но, в то же время, обладающей относительной самостоятельностью, имеющей свой предмет, содержание, функции и методы изучения. Необходимо подчеркнуть, что современные формы физической культуры и являются следствием исторической эволюции данного вида человеческой деятельности.

Обратившись к истории, можно определить предпосылки возникновения современных тенденций развития физической культуры и организации спортивно-оздоровительных мероприятий в России для молодого поколения в том числе.

#### Экспериментальная часть.

Еще у первобытных людей ранней формой физического воспитания были коллективные игры, которые носили подражательный характер. Играя, первобытные люди учили новое поколение охотиться, подражая действиям более зрелых охотников. В этих играх использовались предметы охотничьего инвентаря и живые цели [1]. И уже тогда у каждого народа на войне, охоте или при разделе добычи весьма уважаемыми и важными были такие качества как ловкость и физическая сила.

На последней ступени развития первобытных людей из игр выделились отдельные виды упражнений, такие как: бег, метание различных предметов, прыжки, плавание и другие, которые потом использовались для подготовки членов общины к труду.

В IV – III веке до н.э. в период рабовладельческого строя физическая культура потеряла связь с трудовой деятельностью и стала средством военно-физической подготовки для защиты рабовладельцев. Физическая культура применялась в семейном воспитании, учебных заведениях, армии, быту, культовых обрядах. Именно в данный период начали формироваться зачатки науки о физическом воспитании.

В Древнем Египте достойная физическая подготовка способствовала процветанию безграничной централизованной власти фараонов. В это время созданы были соревнования по борьбе и фехтованию на праздниках царя Рамзеса II, результаты которых оценивали судьи.

В Европе самыми приближенными к современному спорту были состязания в Древнем Риме и Древней Греции.

Причины их возникновения:

– во-первых – в античных государствах сформировалась широкая прослойка потребителей зрелищ – свободных граждан, освобожденных от воинских обязанностей и физического труда, в период рабовладельческого строя;

– во-вторых – в этих государствах развивалась античная демократия, которая создавала свободным гражданам широкие возможности для самовыражения и самоутверждения, удовлетворяя свои потребности в состязательной деятельности.

В Древней Греции происходит зарождение педагогической теории физического воспитания. В трудах древних философов и ученых – Платона, Аристотеля и др. – было высказано много ценных мыслей о физическом воспитании как составной части общего воспитания и образования [2].

В XVIII – XIX веках демократизация общественной жизни открыла широкие перспективы общественным объединениям, таким как партии, союзы и т.д. Начала развиваться промышленная, научная, культурная, техническая деятельность, что привело к интенсивному росту городов, в которых и развивалась новая культурная среда.

Предпосылки развития спорта в данный период:

– во-первых – принципы состязательности стали более близки и популярны в такой среде. В газетах того времени уже были публикации, содержащие в себе информацию о денежных выигрышах и различных вознаграждениях за победу, что являлось мощным стимулом для участия в подобных мероприятиях. Состязания послужили толчком в развития спорта. Об этом свидетельствуют исторические материалы. В этот период зарождаются первые физкультурно-спортивные общества, кружки, школы. И уже в начале XIX века в Англии было открыто несколько боксерских школ, создан легкоатлетический клуб, развивались и другие виды спорта. В этот период начали устраиваться регулярные соревнования по гимнастике, легкой атлетике, гребле, футболу;

– во-вторых – развитие в промышленной сфере машинного производства. Научно-техническая революция привела к росту производительности труда. Появился «средний слой» из-за введения нормированного графика на заводах и фабриках. Все это привело к развитию различных физкультурно-спортивных объединений уже не только в аристократической среде, как это было раньше, но и в, так называемом, «среднем» классе.

Возникновение современного спорта, в том числе на территории нашей страны, появилось вследствие исторических эволюций трех основных истоков:

- зрелищного (на трибунах – в древние времена, у телевизора – в настоящее время);
- воспитательного (игровые виды спорта – баскетбол, футбол и др.);
- религиозного (разнообразные восточные единоборства).

Таким образом, вся эта отдельная дисциплина представляет собой самоорганизующееся и саморазвивающееся общественное движение, главным в котором является процесс удовлетворения индивидуальных потребностей в состязательной деятельности.

В основе организации спортивных мероприятий лежит:

- определенным образом организованная соревновательная деятельность людей, направленная на оценку их подготовленности (основа вида спорта);
- специальная система подготовки к соревновательной деятельности, организованная в виде педагогического процесса;
- преемственность в средствах и методах подготовки к соревновательной деятельности, оформленная в виде принципов, правил, специальных наставлений.

Исходя из всего вышесказанного, мы видим, что физическое воспитание и спорт тесно взаимосвязано с другими сторонами воспитания: умственным, нравственным, трудовым, эстетическим и, следовательно, оказывает большое влияние на развитие человека в обществе.

Спорт в России, как и остальном мире, уходит корнями в далекое прошлое, когда в древние времена в Европе происходило становление культуры проведения Олимпийских игр.

В старинные времена спортивными играми на территории нашей страны считались лапта, городки, катание на лыжах, санных. Так же, на Руси развиты были зрелищные мероприятия. Одним из таких зрелищ и был кулачный бой «стенка на стенку», в котором принимало участие большое количество народа, что было весьма зрелищно и привлекало большое количество зрителей-болельщиков. В прочем, и сейчас проводятся подобные мероприятия, которые до сих пор устраиваются во всем мире, и даже производятся ставки на бойцов для большего азарта.

Особое развитие спорт на территории России получил во времена правления Петра I. Именно благодаря Петру Великому, в российских школах появилась такая дисциплина как «физическая культура». С 1701 года в Москве в школе математических и навигационных наук была введена физическая подготовка как обязательный учебный предмет. А затем и в Морской академии в Санкт-Петербурге (1719 год), в гимназии Глюка в Москве (1703 год) появились такие предметы [3]. Во второй половине XVIII века открываются учреждения, где особое внимание обращалось на привитие внешних манер поведения. И в то же время, в данных учебных заведениях средствами физического воспитания были фехтование, верховая езда, гребля, парусное дело, стрельба из пистолета, танцы и различные подвижные игры.

Академик А. П. Протасов в 1765 году выступил с докладами «О физическом воспитании детей» и «О необходимости движения для сохранения здоровья», в котором утверждал, что физические упражнения являются средством сохранения здоровья, укрепления организма и закаливания молодого поколения [4].

Большая заслуга в становлении спорта в России принадлежит таким выдающимся личностям, как А.В. Суворов, Ф.Ф. Ушаков, которые дали армии свои методы физического воспитания. Многие молодые люди, чтобы поступить на службу в офицерский полк, должны были сдать на отлично все дисциплины, которые они

изучали в школе, включая обязательную физическую подготовку. В XIX веке стали открываться частные школы для аристократических семей, где активно преподавалось физическое воспитание. Несколько позднее открылись манежи и места, где упражняться в спортивной деятельности могли все граждане, не зависимо от их социального положения.

В развитие спорта свои изменения внесли многочисленные иностранцы – французы, немцы, англичане, которые в то время приезжали в Россию по приглашению правительства и царствующих особ, а так же и наше граждане, выезжавшие за границу на обучение или в коммерческих целях. Таким образом, Европа открыла России многие новые виды спорта, которые существуют до сих пор.

В просвещенном XIX веке в России начинают печататься и первые спортивные издания – журналы и газеты, такие как «Охотник», «Спорт», и другие. Русские поэты и писатели также вносят свой вклад – пропагандируют спорт, посвящая ему свои произведения.

В XIX веке физическое воспитание изучалось не только с медицинской точки зрения, но и с философской, педагогической.

Великий русский педагог Ушинский Константин Дмитриевич в своем сочинении «Человек как предмет воспитания» поднял вопрос об индивидуальном подходе к каждому человеку. Определяя средства физического воспитания детей и подростков, он ориентировался на принципы народности. Считал, что основу физического воспитания должны составлять народные игры и физические упражнения в сочетании с трудом. Игры ценились Ушинским за общественную направленность и отражение трудовой и бытовой жизни народа [5].

Дмитрий Иванович Писарев считал, что физическое воспитание должно содействовать оздоровлению и закаливанию организма подрастающего поколения.

Русский хирург-анатом Николай Иванович Пирогов обосновал зависимость строения органов тела от их функций. Он выяснил, что повторные физические упражнения влияют на развитие и изменение форм тела, а так же на работу всего организма. Благодаря своему труду, он был первым издателем в России анатомического атласа, ставшего основой для нового движения в спорте, развивающего красоту тела.

Русский физиолог Иван Михайлович Сеченов в своих трудах доказал связь центральной нервной системы с мышечными движениями. На основе этих трудов, Иван Петрович Павлов (русский физиолог) развил целое научное направление о высшей нервной деятельности, единстве физического и психического в человеческом организме.

В своей работе «Руководство по физическому образованию детей школьного возраста» Петр Францевич Лесгафт изложил свои выводы относительно физического воспитания детей и молодежи.

В конце XIX века русский народ уже овладел фигурным катанием, хоккеем, боксом, легкой атлетикой и футболом. Спортивные секции и клубы были уже всем известны. В 1894 году Бутовский был отправлен в Грецию для подготовки проведения Олимпийских игр. Именно этот период для России считается расцветом в развитии спорта [6].

XX век ознаменован многими достижениями в спорте. В 1908 году впервые в России проводилось первенство по легкой атлетике, в котором участвовали 50 спортсменов из 6 спортивных клубов Петербурга и Риги. К концу 1911 года союз зарегистрировал первые рекорды России во всех видах сегодняшнего классического десятиборья.

В годы Великой Отечественной Войны перед государством стояла задача – воспитать молодежь, владеющая основами военного дела. Так, специальными постановлениями правительства № 1729 и № 1730 от 24 октября 1942 года с 1942/43 учебного года во всех начальных школах была введена военно-физическая подготовка учащихся, а для 5 – 10 классов и техникумов – начальная и допризывная военная подготовка. Повсеместно молодежь охватило стремление «Сильнее, выше, быстрее» для сдачи нормативов БГТО (будь готов к труду и обороне). В дальнейшем стали вручать значки ГТО (готов к труду и обороне), которые юноши и девушки с гордостью носили на груди как символ своего бескорыстного служения Родине.

В послевоенный период, государство столкнулось с большими трудностями. На оккупированной территории были разрушены почти 4 тысячи спортивных залов в школах, 334 в институтах. Погибли 18% специалистов по физическому воспитанию, 15% дипломированных тренеров. СССР стремилось расширять международные спортивные связи. Все долго и медленно восстанавливалось. Но, несмотря на все трудности, советское государство уделяло постоянное внимание деятельности физкультурных организаций. К 1947 году в спортивном движении страны были ликвидированы последствия военных разрушений. Число спортсменов возросло до 5,4 млн. человек, это превысило почти на 100000 показатели 1940 года [7].

Уходящий XX век со своими кризисами и различными потрясениями оказал колоссальное влияние на развитие и характер международного спортивного движения, да и самого спорта, что не могло не отразиться и на развитии спорта в России.

Начало XXI века было трудным для существования спорта на территории нашей страны. Но, несмотря на это, Россия шагнула далеко вперед в развитии спорта, что помогло возродить деятельность различных спортивных клубов.

Значительную роль в развитии спорта в XXI веке сыграло государство. Согласно «Стратегии развития физической культуры и спорта в Российской Федерации на период до 2020 года», развитие физической культуры и спорта сегодня является одним из приоритетных направлений социальной политики государства [8].

Государственная политика нацелена на повышение заинтересованности населения в спортивной деятельности, на пропаганду здорового образа жизни.

Согласно статистике за 2018 год, количество занимающихся физкультурой и спортом в России составляет 54 миллиона 200 тысяч человек, то есть 39,8 процентов от всего населения страны.

В 2019 году этот процент увеличился уже до 42. Цель правительства, увеличить процент людей, занимающихся спортом до 55% до 2024 года. Сегодня разрабатывается проект «Спорт – норма жизни», цель которого – создание условий для занятия спортом самых разных категорий населения страны [9].

На сегодняшний день, существует комплекс мер, по пропаганде физической культуры в России поскольку здоровье нации влияет на престиж страны в целом на международной арене, на повышение экономического потенциала страны. Следовательно, необходимо создавать благоприятные условия молодому поколению для занятия спортом, а так же развития детского, массового и оздоровительного отдыха.

На сегодняшний день в спортивной индустрии происходит значительное количество изменений:

- здоровый образ жизни стал моден, что ведет к большому охвату людей спортивными занятиями;
- технологическая революция и научно-технический прогресс приводят к изменениям в самом спорте, технической и физической подготовке в проведении занятий;
- благодаря развитию образовательной сферы в спорте, стало больше квалифицированных специалистов, работающих в спортивной среде;
- коллективные виды спорта и групповые тренировки стали более популярными и все больше вытесняют индивидуальные.

Результаты. Заключение.

Таким образом, на всем протяжении развития спорта в России, мы наблюдаем спады и подъемы спортивной деятельности. Но именно пройденные трудности и привели к толчку развития спорта в целом на территории нашей страны. С каждым годом, государство ставит все больше грандиозных целей для развития физической культуры в стране. И начинается воплощение этих целей с молодого поколения. Выходя на улицы, мы видим новые спортивные площадки, новые стадионы и спортклубы, в них – разновозрастные группы детей, а это и есть пропаганда спорта. Ведь именно здоровые спортивные дети залог благополучного будущего России.

#### Библиографический список

1. Бородай В.А., Дудкина О.В. Функциональные особенности компетентностного подхода в управлении знаниями сотрудников сервисной компании // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2019. № 2 (120). С. 29.
2. Дудкина О.В. Релевантность событийных мероприятий в развитии туристской привлекательности территории // В сборнике: Туризм и индустрия гостеприимства: современное состояние и тенденции развития. Материалы III-й международной научно-практической конференции. Министерство образования и науки Российской Федерации, Донской государственный технический университет, Министерство культуры Ростовской области, Национальная академия туризма. 2017. С. 16-20.
3. Осипова Ю.В., Шевченко Е.М., Бородай В.А. Альтернативный взгляд на технологию антикризисных услуг в сервисе // Экономические исследования и разработки. 2019. № 8. С. 112-116.

4. Гунько Д.И., Дудкина О.В. Теоретическая модель организации современного специального мероприятия в сервисной деятельности // Экономические исследования и разработки. 2019. № 5. С. 120-128.

5. Грекова Г.А. Интерактивные методы обучения в системе высшего образования // В сборнике: Современная система интерактивного обучения в условиях модернизации высшего образования. Материалы научно-методической конференции. 2015. С. 9-22.

6. Бородай В.А., Минасян Л.А., Казьмина Л.Н. Актуализация управленческих решений в стратегической сессии сервисной компании // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2019. № 3 (121). С. 7.

7. Грекова Г.А., Дудкина О.В. Актуализация современной системы обучения в сервисных организациях // Экономические исследования и разработки. 2017. № 4. С. 134-146.

8. Котова Д.А., Дудкина О.В. Организация и результативность тематических событийных мероприятий // Экономические исследования и разработки. 2019. № 5. С. 138-144.

9. Греков А.А., Грекова Г.А. Педагогическая миссия классических университетов России. Вестник Пятигорского государственного лингвистического университета. 2012. № 2. С.233-236.

Электронное научное издание

# **ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И РАЗРАБОТКИ**

**НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ЭЛЕКТРОННЫЙ ЖУРНАЛ**

**№ 3/2020**

По вопросам и замечаниям к изданию, а также предложениям к  
сотрудничеству обращаться по электронной почте [mail@scipro.ru](mailto:mail@scipro.ru)

Подготовлено с авторских оригиналов

ISSN 2542-0208

Формат 60x84/16. Усл. печ. л. 3,7. Тираж 100 экз.

Издательство Индивидуальный предприниматель Краснова Наталья Александровна

Адрес редакции: Россия, 603000, г. Нижний Новгород, пл. М. Горького, 4/2, 4 этаж, офис №1