

ВЕСТНИК ОрелГИЭТ

№ 3(17)

Июль - сентябрь 2011 г.

НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКИЙ И
ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ

Издается с сентября 2007 г.

Выходит 4 раза в год

Подписка во всех отделениях связи по
объединенному каталогу «Пресса России»
(индекс 36888)

Журнал зарегистрирован Федеральной
службой по надзору за соблюдением
законодательства в сфере массовых
коммуникаций и охране культурного
наследия.

Свидетельство о регистрации:

ПИ № ФС 77-27832 от 16 апреля 2007 г.

Учредитель: ГОУ ВПО «Орловский
государственный институт экономики и
торговли»

Издатель: ГОУ ВПО «Орловский
государственный институт экономики и
торговли»

Журнал входит в «Перечень ведущих
рецензируемых научных журналов и изданий, в
которых должны быть опубликованы основные
научные результаты диссертаций на соискание
ученых степеней доктора и кандидата наук»,
рекомендованных ВАК Минобрнауки России

Журнал включен в Российский индекс научного
цитирования (РИНЦ)

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

Парушина Н.В. Методология экономического анализа развития субъектов малого и среднего бизнеса: практическая реализация и профессиональная подготовка кадров	3
Ефимина О.А., Парушина Н.В. Эффективное управление денежными средствами предприятия на основе методов экономического анализа	10
Губина О.В. Критерии оптимизации структуры капитала коммерческих организаций	16
Сысоева О.Н. Оптимальное управление прибылью в потребительской кооперации	21

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ

Амелина Е.С. Применение аналитических процедур в аудите для подтверждения достоверности бухгалтерской отчетности организаций сферы малого и среднего бизнеса	25
Илюхина Н.А., Иванеева Е.В. Теоретические основы оценки объектов нематериальных активов в системах международного и национального бухгалтерского учета	32

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Овсянников А.А. Выбор концепции маркетингового обеспечения территориального общественного самоуправления	38
Сорокин Д.Б., Сорокин Б.Ф. Диалектический подход к проблеме развития понятия «маркетинг»	43

СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ

Лыгина Н.И., Овсянникова С.И. Роль и место управленческого консультирования в практике развития систем управления	50
Овсянникова С.И. Современная практика системы управленческого консультирования и проблемы его развития в России	55
Лазаренко Л.Е., Пимочкин М.Н. Антикризисное управление предприятием: теоретический аспект	58
Цёхла С.Ю. Организация и функционирование системы управления качеством услуг туристско- рекреационной сферы	61

ИННОВАЦИОННАЯ ЭКОНОМИКА

Чернова А.В., Чернов А.Г. Оценка инновационной активности агропромышленных предприятий на основе стохастического анализа	66
Ларионов А.И. Некоторые вопросы стратегического управления инновационных комплексов по утилизации отходов производства и потребления	70
Чекулина Т.А. Общие принципы оценки инновационного развития страны	73

ЧЕЛОВЕЧЕСКИЕ РЕСУРСЫ

- Илюхина И.Б., Марченкова Л.М.**
Роль демографической политики в воспроизводстве национального человеческого капитала 81
- Рудакова О.В., Бардовский В.П.**
Количественный и качественный потенциал трудовых ресурсов России 86
- Самородова Е.М.**
Накопление и рыночная реализация человеческого капитала – основа формирования и эффективного использования инновационных кадров России 93

ФИНАНСОВЫЕ ОТНОШЕНИЯ

- Бабадаева В.М., Рудакова О.В.**
Тенденции и проблемы развития интернет-торговли ценными бумагами на российском фондовом рынке 101
- Минакова Е.И., Думнова Н.А., Лазаренко Л.Е.**
Стратегия развития инфраструктуры регионального финансового рынка 110

ЭФФЕКТИВНОСТЬ И СПРАВЕДЛИВОСТЬ

- Лазаренко А.Л., Лазарева И.И., Орлова С.А.**
Обеспечение эффективности промышленного производства 115
- Якунина И.Н.**
Баланс социальной справедливости и экономической эффективности как условие гармонизации экономических интересов в условиях формирования постиндустриального общества 120

ОТРАСЛЕВАЯ ЭКОНОМИКА

- Зябкин А.С.**
Сравнительный анализ зарубежной и российской практики реализации проектов развития теплоэнергетики с использованием механизмов государственно-частного партнерства 125
- Яковлев А.С.**
Жильё: ввод в пользование и своевременный ремонт 134

- Алтунина Е.А., Маслова О.Л.**
Эволюция социально - экономических отношений в торговле 139

- Павленко И.Г.**
Развитие предпринимательства в гостиничном бизнесе автономной республики Крым 142

- Башта А.И.**
Модель трансформации совокупного спроса на энергообеспечение региона 148

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

- Радюкова Я.Ю.**
Теоретические и прикладные аспекты исследования естественной монополии в современных условиях 153

- Базиков А.А., Базикова В.Л.**
Роль логистики в снижении неопределенности и риска в предпринимательской деятельности 156

- Федорчук Н.Г.**
Предпринимательская активность как фактор роста общественного благосостояния 159

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

Главный редактор:

Лыгина Н.И., доктор экономических наук, профессор ГОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»

Редакционная коллегия:

Вертакова Ю.В., доктор экономических наук, профессор ФГБОУ ВПО «Курский государственный технический университет»

Йода Е.В., доктор экономических наук, профессор Липецкого филиала АОНО ВПО «Институт менеджмента, маркетинга и финансов»

Лазаренко А.Л., доктор экономических наук, профессор ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»

Степичева О.А., доктор экономических наук, профессор ФГБОУ ВПО «Тамбовский государственный университет им. Г.Р. Державина»

Клочкова Н.В., доктор экономических наук, профессор ФГБОУ ВПО «Ивановский государственный энергетический университет им. В.И. Ленина»

Глотко А.В., доктор экономических наук, доцент ФГБОУ ВПО «Горно-Алтайский государственный университет»

Цёхла С.Ю., доктор экономических наук, профессор «Таврический национальный университет имени В.И. Вернадского»

Ответственный редактор:

Рудакова О.В., доктор экономических наук, профессор ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»

Литературный редактор:

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

Технический редактор:

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

Редакция журнала «Вестник ОрелГИЭТ»:
302028, г. Орел, ул. Октябрьская, 12
Телефон: (486) 434095
E-mail: gio@ogiet.ru

© ОрелГИЭТ, 2011

Подписано в печать 20.09.2011 г. Заказ № 23
Формат 60x84¼ Бумага писчая
Гарнитура «Times New Roman»
Объем 12,0 п.л. Тираж 1000 экз.

Отпечатано с готового оригинал-макета
на полиграфической базе ОрелГИЭТ

УДК 339.1

Алтунина Е.А., Маслова О.Л.

ЭВОЛЮЦИЯ СОЦИАЛЬНО - ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ В ТОРГОВЛЕ

Торговля является неотъемлемым элементом рыночного хозяйства, определяющим его суть и составляющим основу экономических отношений по удовлетворению потребностей населения и отраслей хозяйства. Назначение торговли – обеспечение связи производства и потребления, установление баланса между спросом и предложением

Торговля, торговые отношения, ярмарки, внешняя и внутренняя торговля, торговые сделки, экспорт, импорт

Торговля рассматривается как процесс обмена товарами, услугами, ценностями и деньгами. В широком смысле это вид предпринимательской деятельности, связанный с куплей-продажей товаров. Предпосылками возникновения торговли стали появление общественного разделения труда и товарно-денежных отношений, разложение первобытнообщинного строя. Торговля преобладала в рабовладельческом и феодальном обществах, где развивалось натуральное хозяйство. Но производство продуктов было незначительным, так как шло для личного потребления господствующих классов. Следует отметить, что росту производства товаров способствовали внешняя торговля и зарождение мирового рынка.

Особенно быстрыми темпами торговля развивалась в эпоху феодализма (XI-XV вв.). Она осуществлялась странствующими купцами, которые предлагали предметы роскоши. Купцы связывали народы и страны, становясь одновременно и дипломатами, и географами. Позднее в Европе появились торговые города: Венеция, Генуя и прибрежные города Германии. Торговля сыграла огромную роль для человека. Именно купцы часто становились инициаторами мореплавания в поисках земель, где можно было добыть дорогостоящие товары. Стоит отметить, что у Колумба главной целью плавания были сугубо торговые интересы. Он хотел найти более короткий путь к берегам Индии, чтобы легче было ввозить в Европу экзотические дорогостоящие пряности.

В Древней Руси торговлей занимались все слои общества: князья, бояре, купцы и т.д. Характерной чертой торговли того времени являлось осуществление торгового процесса в течение всего года, а также наличие льгот у торговцев. Такая предпринимательская деятельность велась Русью не одно столетие. Круговорот торговой жизни сыграл огромную роль в освоении и объединении русских земель. Устойчивые торговые отношения связывали Русь с варягами, у которых поку-

пались бронзовые и железные изделия (особенно мечи и топоры), олово и свинец, а также с арабами, откуда в страну поступали бисер, драгоценные камни, ковры, сафьян, сабли, пряности. Одними из самых крупных торговых городов того времени были Великий Новгород и Нижний Новгород. Большая часть населения этих городов жила за счёт торговли. Новгородские купцы вели свою торговлю и промысловую деятельность артелями и/или компаниями, представлявшими из себя хорошо вооруженные отряды. Самые основательные новгородские предприниматели объединялись в торгово-промышленные ассоциации. Возникающие между предпринимателями и потребителями противоречия решались в специальном торговом суде. Развитая система предпринимательства и народного самоуправления были главными условиями экономического процветания Великого Новгорода.

В эпоху Ивана Грозного символом торгового дела стала активная деятельность купцов Строгановых. Они вели торговлю с иностранными купцами и с народами Урала и Предуралья, что способствовало началу освоения русскими людьми Урала и Сибири [3]. Во второй половине XIV в. торговым центром Руси стала Москва. Москва XV в. характеризовалась широким развитием товарных отношений среди крестьян. Ремесленными изделиями торговали в лавках, на рынках и в мастерских. С глубокой древности ряд дешёвых массовых товаров, изготавливаемых городскими ремесленниками, распространялся купцами-коробейниками по всей стране.

Ведение торговли русскими купцами с Литвой, Персией, Хивой, Бухарой, Крымом, Азовом и другими странами являлось предпосылкой того, что уже в XVI-XVII вв. Россия обладала сильно развитой торговой сетью. В городах, посадах, сёлах, возле монастырей, на ярмарках вели оживленную торговлю многие тысячи купцов и торговцев, шёл интенсивный обмен товарами между отдельными районами страны. Таким образом, появился всероссий-

ский рынок. Центральной торговой площадкой для русских торговцев стала Нижегородская Макарьевская ярмарка, где можно было купить любой товар, производимый в России, заключить сделки или сделать заказ на приобретение товара. Наряду с крупно-оптовой торговлей была и мелкая розничная. Ярмарка товаров была одновременно и ярмаркой-смотром всех творческих сил, технических новинок, тут же рождалась предприимчивость, сколачивались артели, товарищества. Ярмарка была надёжным регулятором экономической жизни страны. Именно здесь был сформирован баланс между спросом и предложением, производством и потреблением главных российских продуктов.

По мнению Анисимова Е.В.: «Петру Великому в наследие от Московского государства досталась плохо развитая для того времени внешняя торговля. Поэтому Петр I, усвоив опыт западных стран, для развития торговли выставил следующие приоритеты:

1. Народ, чтобы не обеднеть, должен сам производить всё, что ему нужно, не обращаясь к помощи чужого труда и труда других народов;

2. Народ, чтобы богатеть, должен как можно больше вывозить из своей страны произведённую продукцию и как можно меньше импортировать иностранную продукцию» [1].

Предметами вывоза из русских портов того времени были преимущественно сырые продукты: пушной товар, мёд, воск, а с XVII в. - строевой лес, смола, дёготь, парусное полотно, пенька и канаты. Тогда же пошли усиленно на вывоз продукты скотоводства – кожа, сало, щетина. Со времён Петра за границу вывозились продукты горного промысла, преимущественно железо и медь. Особым спросом пользовался лён. Пётр I не приветствовал заграничные товары и поэтому запретительными пошлинами сильно сократил их ввоз, допуская только такие, которые совсем не производились в России, или только те, которые нужны были русским фабрикам и заводам (это была политика протекционизма).

Пётр Великий стремительно налаживал торговлю со странами дальнего юга (Ин-

дия, Персия, Средняя Азия). Здесь необходимо отметить, что при Петре I произошло не только значительное оживление торговли, она была выведена из состояния покоя, в котором находилась вплоть до XVII века. Распространение коммерческих знаний, появление фабрик и заводов, общение с иноземцами, - всё это давало новое направление русской торговле, заставляя её становиться всё более и более деятельной участницей мировой торговли, усваивать её принципы и правила.

Становление и широкое распространение внешней, а также внутренней торговли, начавшееся при Петре Великом, не остановилось и с приходом на трон Екатерины II. Она создала самые благоприятные условия для развития торгового дела, отменив все возможные ограничения и установив абсолютную свободу торговли. Российские предприниматели получили от Екатерины жалованную грамоту, согласно которой все купцы были разделены на три гильдии [4]:

– Первая гильдия (купцы с капиталом не менее 10 тыс. руб.) получила право оптовой торговли, а также право заводить фабрики и заводы;

– Вторая гильдия (купцы с капиталом от 5 до 10 тыс. руб.) имела право оптовой и розничной торговли в России;

– Третья гильдия (купцы с капиталом от 1 до 5 тыс. руб.) - право только на розничную торговлю. Наряду с гильдиями было введено понятие «именитый гражданин». Они получали право иметь загородные дачи, сады, заводы и фабрики.

Развитию и оживлению торговли в XVIII в. также способствовало появление таких новых кредитных учреждений, как государственный банк и ссудная касса. С 1770 года был введён приём вкладов на хранение. Произошёл первый выпуск бумажных денег — ассигнаций [4].

Кулишер И.М. отмечает, что: «экспорт товаров того времени вёлся через морские порты Петербурга, вывоз которого составлял к концу XVIII ст. 60% всего русского экспорта» [3] (табл. 1).

Таблица 1. Экспорт товаров из России в XVIII в.

Наименование товара	Единица измерения	На русских судах	На английских судах	Всего
1	2	3	4	5
Железо	Тыс. пуд.	433	2025	2458
Пенька	Тыс. пуд.	537	1153	1690
Сало	Тыс. пуд.	411	584	995
Лён	Тыс. пуд.	49	437	486

1	2	3	4	5
Пеньковое масло	Тыс. пуд.	270	-	270
Юфть	Тыс. пуд.	112	4	116
Канаты	Тыс. пуд.	66	12	78
Поташ	Тыс. пуд.	59	15	74
Сальные свечи	Тыс. пуд.	59	2	61
Мыло	Тыс. пуд.	41	-	41
Свиная щетина	Тыс. пуд.	2	27	29
Подошвенная кожа	Тыс. пуд.	21	-	21
Воск	Тыс. уд.	7	4	11
Белужий клей	Тыс. пуд.	2	5	7
Конский волос	Тыс. пуд.	5	-	5
Брёвна	Тыс. шт.	2390	261	2651
Заячья меха	Тыс. шт.	392	57	449
Рогожи	Тыс. шт.	260	17	277
Холст	Тыс. арш.	379	1847	2226
Пшеница	Тыс. четв.	27	16	43
Льняное семя	Тыс. пуд.	7	57	64

Из представленной таблицы можно сделать вывод, что экспорт таких важнейших товаров, как пенька, лён, железо, щетина, клей, лес, холст, льняное семя, осуществлялся посредством англичан. В Соединённые Штаты и Португалию экспортировали канаты; юфть – в Италию, холст и конский волос – в Данию. Однако развитие экспорта всех этих товаров

являлось временным явлением, которое особое развитие получило лишь в XIX в.

Наряду с экспортом бурный рост получил и импорт товаров. Ввозились в основном предметы роскоши: вина и водки, сахар, чай и кофе, шёлковые и бумажные ткани. В таблице 2 наиболее точно отражены цифры импорта XVIII столетия.

Таблица 2. Импорт товаров в Россию в XVIII в.

Наименование товара	Годы			
	1749	1758-1760	1778-1780	1790-1792
1	2	3	4	5
Вина, водки, пиво	644	946	1332	1777
Сахар	321	691	1222	3789
Кофе	71	139	244	631
Чай	4	17	28	399
Фрукты	152	145	397	787
Соль	226	562	486	524
Шёлк – сырец	24	11	455	986
Красильные вещества	778	317	547	1486
Ткани шерстяные	1375	1578	2592	4588
Ткани шёлковые	327	802	697	1546
Ткани бумажные	186	461	812	2582

* Составлена на основе материалов Кулишер, И.М. История русской торговли и промышленности / сост. А.В. Куряев. – Челябинск: Социум, 2003. – 557 с.

По нашему мнению, перемены, произошедшие в течение XIX столетия в российской торговле, можно выразить следующим образом: хлеб, животное сало, лён и пенька занимают первые места и охватывают более половины всего экспорта. В сравнении с XVIII в. в XIX в. вдвое сократился вывоз металлов и льняных материй, также сократился вывоз мехов, а вывоз шерсти и льна, напротив, усилился. Отличительным моментом того времени явились вновь появившиеся объекты экспорта – яйца, коровье масло, сахар и нефть. Похожие явления наблюдаются и в области импорта: привоз бумажных и шерстяных тканей сокра-

тился вчетверо. Стали ввозить такие новые товары, как каучук, каменный уголь, писчебумажный товар, химические продукты, металлические товары, автомобили, велосипеды, кожаные изделия и дубильные вещества. В начале XIX века привозились в большом количестве готовые ткани – фабрикат; в половине века их сменил полуфабрикат – бумажная пряжа, которая в России перерабатывалась в ткань [2].

Вступление России на рубеже XIX–XX вв. в стадию империализма вызвало дальнейший рост торговли и концентрацию её в руках монополий. Падала доля ярмарок во

внутреннем товарообороте, всё большими темпами развивалась магазинная форма торговли, увеличивалась роль банков. Производство потребительских товаров сократилось, росли цены, развивалась спекуляция. Правительство пыталось нормировать торговлю отдельными продуктами, но возник продовольственный кризис.

Следующей важной мерой явилось введение свободной торговли, но широкому развитию её препятствовал дефицит промышленных товаров. Поэтому и в промышленном производстве, и в сфере обращения было разрешено частное предпринимательство. Развитие торговли и улучшение обслуживания населения неразрывно были связаны с созданием материально-технической базы торговли, внедрением более совершенных видов торгового оборудования и технологических процессов, дальнейшим совершенствованием методов торговли. Увеличилась сеть специализированных магазинов. Были

построены крупные универсальные магазины по продаже товаров повседневного спроса, созданы современные крупные складские хозяйства. Внедрение прогрессивных методов продажи товаров было обеспечено повышением экономической эффективности работы предприятий и улучшение культуры обслуживания населения.

Список литературы:

1. Анисимов, Е.В. Пётр Великий [Текст] / Е.В. Анисимов. – СПб.: Питер, 2009. – 448 с.
2. Булатов, А.С. Внешняя торговля России: тенденции и перспективы развития. Официальный сайт электронной библиотеки Полка Букиниста [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.polbu.ru/>.
3. Кулишер, И.М. История русской торговли и промышленности [Текст] / сост. А.В. Куряев. – Челябинск: Социум, 2003. – 557 с.
4. Свободная энциклопедия - Википедия. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://ru.wikipedia.org/wiki/Екатерина_II.

Алтунина Елена Александровна
аспирантка кафедры экономической теории и мировой экономики
Орловского государственного института экономики и торговли
E-mail: altyninaelena@mail.ru

Маслова Ольга Леонидовна
к.э.н., доцент кафедры экономической теории и мировой экономики
Орловского государственного института экономики и торговли
E-mail: mechta-orel@yandex.ru

УДК [338.22:6404](477.75)

Павленко И.Г.

РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ АВТОНОМНОЙ РЕСПУБЛИКИ КРЫМ

Автором выполнен анализ современного состояния гостиничного хозяйства АР Крым, проанализированы показатели развития, выделены проблемы, рассмотрены дальнейшие направления развития

Гостиничный бизнес, регион, развитие

АР Крым – уникальный регион Украины, в котором соединены мощный природно-климатический и производственно-технологический потенциалы. Существенным фактором региональной конкурентоспособности крымской экономики является естественно-культурный комплекс Крыма: уникальное географическое положение (длина береговой линии составляет 1120 км, из них пляжи – 517 км), разнообразный ландшафт, благоприятный климат, богатство природного потенциала (Черное и Азовское моря, водные, лесные ресурсы), историко-культурный

потенциал (общее количество архитектурно-исторических и культурных памятников в Крыму составляет около 11500 объектов), рекреационный потенциал (100 месторождений минеральных вод, 22 месторождения лечебных грязей). Разнообразие направлений экономической специализации региона создает предпосылки для стабильного экономического, социально ориентированного развития региона, однако порождает и проблемы, связанные с определением его адекватного места во внутриукраинском и международном разделении труда.