

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Владивостокский государственный университет экономики и сервиса (ВГУЭС)

---

**ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ВУЗОВ –  
НА РАЗВИТИЕ ДАЛЬНЕВОСТОЧНОГО РЕГИОНА  
РОССИИ И СТРАН АТР**

Материалы XXII международной научно-практической  
конференции студентов, аспирантов и молодых ученых  
мая 2021 г.

В пяти томах  
Том 1

Под общей редакцией д-ра экон. наук Т.В. Терентьевой

Электронное научное издание

Владивосток  
Издательство ВГУЭС  
2021

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>Секция. СОВРЕМЕННАЯ ЭКОНОМИКА И ПОЛИТИКА: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ, ДОСТИЖЕНИЯ И ИННОВАЦИИ.....</b>	<b>7</b>
<i>Адамова В.И.</i> Организация работы с обращениями граждан в органах государственной власти: вопросы теории и практики .....	7
<i>Анохина А.А., Бубновская Т.В.</i> Формирование, состав и содержание управленческой отчетности в организациях розничной торговли.....	10
<i>Антрушина К.Т.</i> Современное состояние рынка электронной коммерции .....	14
<i>Балахнин А.А.</i> Анализ финансовой устойчивости на примере ООО «Торговый Дом «Аквадом» .....	18
<i>Баранов Н.И., Вершинина А.Г.</i> Использование различных консервантов и пищевых добавок при производстве лососевой зернистой соленой икры.....	22
<i>Берещенко И.Д.</i> Организация заработной платы, порядок расчета и учет отдельных ее видов .....	27
<i>Берсенева А.Ю., Смицких К.В.</i> Сравнительный анализ развития социального предпринимательства: российский и зарубежный опыт .....	30
<i>Бродер С.Э.</i> Особенности и проблемы российского рынка лизинга.....	34
<i>Бугаёв Л.Л.</i> Актуальные проблемы реализации целевых муниципальных программ в социально-экономической сфере и мероприятия по повышению их эффективности на примере Находкинского городского округа .....	39
<i>Великанова С.Е., Куликова В.В.</i> Анализ кадровой политики АО «НСРЗ».....	44
<i>Ганжа В.В., Куликова В.В.</i> Анализ системы мотивации персонала в АО «НСРЗ» .....	49
<i>Ганник Д.В., Марченко Е.Д., Худякова С.К.</i> Тенденции развития малого и среднего бизнеса в общественном питании на примере Приморского края .....	54
<i>Горева В.А., Пронин Д.Д.</i> О влиянии пандемии «COVID-19» на деятельность коммерческих предприятий Приморского края .....	59
<i>Горохова А.Е., Титова Н.Ю.</i> Проблемы реформирования процесса обращения с ТКО: опыт г. Владивостока.....	63
<i>Грехова В.В., Кудрик А.М., Титова Н.Ю.</i> Опыт внедрения шеринговой экономики: особенности бухгалтерского учета и перспективы.....	66
<i>Дегтяренко А.И.</i> Теоретические основы учетно-аналитического управления рисками коммерческого банка .....	68
<i>Дешпет С.А., Волков С.А., Смицких К.В.</i> Рейтинговые оценки качества жизни населения в ДВФО .....	71
<i>Доценко Г.А., Цымбалюк Д.С., Андреев В.А.</i> Применение методов социологических исследований для обоснования стратегий развития муниципальных образований в Российской Федерации .....	74
<i>Драгилев И.Г., Климова А.В., Леценко Е.Р.</i> Анализ требований работодателей к компетенциям выпускников специальности «Товароведение».....	79
<i>Дудина В.А., Лайчук О.В.</i> Бухгалтерская отчетность организации как информационная база оценки экономического потенциала организации на примере ООО «ТПФ «БРИЗ» г. Владивосток .....	84
<i>Жажин С.А., Белозерцева Н.П.</i> Интеграция логистических процессов мебельного предприятия на основе цифровых технологий.....	91
<i>Жигулина М.Э., Каравичева О.Н., Салова Л.В.</i> Изучение студентов вуза как потребителей коммунальных услуг.....	96

Следует так же отметить, что в 2019 году в сравнение с 2018 годом, мы наблюдаем снижение показателя внеоборотных активов и СДИ.

В целом проведенный анализ экономического потенциала ООО «ТПФ «БРИЗ» позволяет сделать вывод о том, что в компании внеоборотные активы преобладают над оборотными. Опираясь на проведенный анализ можно сказать, что в момент исследовательской работы предприятие находится в предкризисном состоянии. Это обусловлено третьим типом финансовой устойчивости. В следствие чего на предприятии наблюдается нехватка собственных средств. Этот факт влияет на отсутствие долгосрочных дебиторских займов. В следствие чего дебиторская и кредиторская задолженности несбалансированы. Таким образом в компании наблюдается большая доля заемных средств. Одним из методов влияния на данный факт, является перекредитование. Этот метод наиболее эффективен, так как в структуре имущества организации почти 89% занимают краткосрочные заемные средства. Так же повлиять на данную ситуацию можно путем реализации части запасов применив скидки или акции. Трудности, которые есть у компании можно решить, так как в ООО «ТПФ «БРИЗ» работают грамотные специалисты. Они направляют свои силы на увеличение выручки, путём расширения рынка сбыта в розничной торговле и разработкой новых коммерческих предложений для более крупных покупателей.

1. Приказ Минфина РФ от 06.07.1999 N 43н (ред. от 08.11.2010, с изм. от 29.01.2018) "Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету "Бухгалтерская отчетность организации" (ПБУ 4/99)". [Электронный ресурс]. – URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_18609/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_18609/)

2. Ассистентус [Электронный ресурс]. – URL: <https://assistentus.ru/vedenie-biznesa/ekonomicheskij-potencial/>

3. Виды деятельности ООО «ТПФ «БРИЗ» [Электронный ресурс] // Руспрофиль – URL: <https://www.rusprofile.ru/okved/2680130>

4. Аверина, О.И. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности. // КноРус – 2016. – С. 147–167.

5. Басовский, Л. Е. Теория экономического анализа. – Москва: ИНФРА-М – 2019. – С. 159–161.

6. Савицкая, Г. В. Экономический анализ. – Москва: ИНФРА-М, 2018. – С. 514–537.

**Рубрика: Логистика**

УДК 656.078

## **ИНТЕГРАЦИЯ ЛОГИСТИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ МЕБЕЛЬНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ**

**С.А. Жажин**

бакалавр

**Н.П. Белозерцева**

канд. экон.наук, доцент кафедры международного маркетинга и торговли

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса  
Владивосток. Россия*

*Процесс интеграция логистических процессов успешно помогает снижать издержки во всех сферах предпринимательской деятельности. Смысл этого процесса в том, чтобы соединить множество этапов пути товара от производителя до потребителя в единую систему. Каждый элемент такой системы должен находиться в тесном взаимодействии с другими элементами. Все подразделения компании и ее контрагенты должны иметь доступ к единой информационной базе, в которой можно будет увидеть: количество клиентов, на каком этапе находится заказ, как долго он еще будет поставляться и так далее. И тут нам на помощь приходят современные цифровые технологии.*

**Ключевые слова:** интеграция логистических процессов, финансовое состояние, издержки логистической деятельности, способы оптимизации логистической деятельности.

## INTEGRATION OF LOGISTIC PROCESSES OF A FURNITURE COMPANY BASED ON DIGITAL TECHNOLOGIES

*The process of integrating logistics processes successfully helps to reduce costs in all areas of business. The point of this process is to combine the many stages of a product's journey from producer to consumer into a single system. Each element of such a system must be in close interaction with other elements. All divisions of the company and its counterparties must have access to a unified information base, in which it will be possible to see: the number of customers, at what stage the order is, how long it will still be delivered, and so on. And here modern digital technologies come to our aid.*

**Keywords:** integration of logistics processes, financial condition, costs of logistics activities, ways to optimize logistics activities.

Снижение издержек – основной способ оптимизации бизнес-процессов. В 21 веке цифровизация дает огромное количество инструментов для этого процесса.

Интегрировать логистические процессы стало проще, чем когда-либо, благодаря цифровым технологиям. В рамках данной статьи мы рассмотрим две: CRM и SRM (управление взаимоотношениями с клиентами и поставщиками)

Интегрированная система, включающая вышеуказанные технологии позволяет снижать такие издержки, как:

- затраты на исправление ошибок, допущенных из-за большого количества ручных операций;
- затраты времени менеджеров отделов логистики и маркетинга на коммуникацию с клиентами и поставщиками, на отслеживание заказов;
- затраты, возникшие в следствие ошибок контрагентов.

CRM – прикладное программное обеспечение для организаций, предназначенное для автоматизации стратегий взаимодействия с заказчиками (клиентами), в частности для повышения уровня продаж, оптимизации маркетинга и улучшения обслуживания клиентов путём сохранения информации о клиентах и истории взаимоотношений с ними, установления и улучшения бизнес-процессов и последующего анализа результатов. [1]

CRM-система позволяет отслеживать этап, на котором находится процесс покупки товара или услуги. Причем от самого начала, то есть от маркетинговых мероприятий по привлечению клиента до заключения сделки с ним, отслеживания его активности и дальнейшего развития. В CRM есть:

- список всех сделок;
- статусы, показывающие на каком этапе, находится каждая сделка;
- информация о клиенте;
- связь с клиентом;
- связь между различными отделами, участвующими в процессе продажи товара.

Все отделы, связанные с продажами, клиент, руководство компании – все связаны единым информационным пространством. В такой прозрачной и понятной системе минимизируется вероятность ошибок, связанных с тем, что менеджер мог пропустить активную сделку, отдел бухгалтерии забыл оплатить и так далее. Продвинутые CRM-системы сами отслеживают этап, на котором находится сделка и в случае каких либо проблем сообщает о них ответственным сотрудникам.

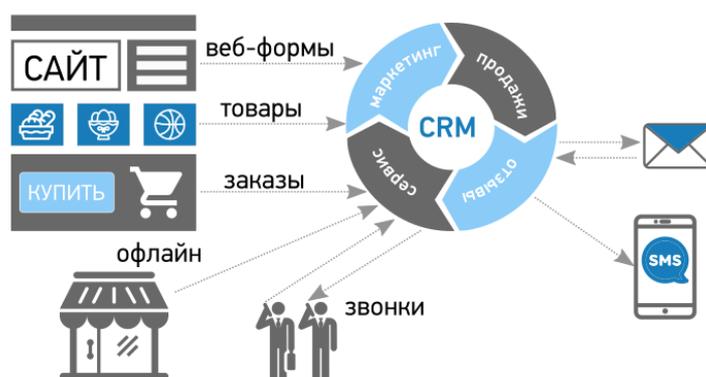


Рис. 1. Схема работы CRM-системы

SRM – система управления взаимоотношениями с поставщиками. Система направлена на выбор поставщиков, новых видов продукции при ситуации альтернативного выбора, реализацию процесса закупок, а также мониторинг и оценка деятельности поставщиков.

SRM-система рассматривается как комплекс взаимосвязанных мероприятий, которая позволяет: создавать свои базы поставщиков, используя классификацию системы, изменять данные номенклатуры, автоматически обрабатывать заказы, обеспечивать доступ для работы другим сотрудникам, получать уведомления о необходимых действиях взаимосвязанных лиц, иметь доступ к истории действий, пополняя ее новой информацией и др. [2]

Благодаря внедрению SRM-системы предприятие получает множество преимуществ. Становится удобнее управлять базой данных поставщиков, благодаря быстрому обмену информацией внутри SRM. Контроль за исполнениями поставщиками договорных обязательств, теперь производится самой системой, что помогает уменьшить временные издержки, ускоряется процесс работы предприятия, благодаря централизации взаимодействия с партнерами, повышается прозрачность и точность закупочной деятельности. SRM позволяет открывать доступ к большой базе поставщиков, благодаря которой облегчается процесс их поиска. Единое информационное пространство позволяет обеспечить более тесное взаимодействие с поставщиками, а следовательно, снизить издержки этого процесса.

Существуют также комплексные решения, которые включают в себя обе данные технологии. В этих решения интегрируется весь процесс взаимодействия с поставщиками и клиентами от оформления заявки до конечной поставки клиенту его заказа. Все это в едином информационном пространстве для всех партнеров, участвующих в процессе продажи, закупа, поставки товара.



Рис. 2. Схема работы комплексных решений цифровизации процесса взаимодействия с клиентом

Такие системы также интегрируются и с базами данных, используемых на предприятии, например, с 1С. Так они могут создавать записи в базе данных, проводить документы, отслеживать автоматически, когда проходит оплата от клиента, автоматически отправлять заказ поставщику.

Эффективность внедрения систем управления взаимоотношениями с поставщиками и клиентами можно отследить на примере компании, занимающейся производством и доставкой мебельных товаров из разных субъектов РФ в сети специализированных магазинов. Всего у компании 10 магазинов в 6 городах Дальнего востока. Во Владивостоке находится четыре магазина, два в Уссурийске и по одному в Находке, Артеме, Хабаровске и Комсомольске. В этом году планируется открытие еще двух магазинов: один в Находке, второй в Хабаровске.

Практически вся мебель доставляется под заказ клиента. Компания занимается продажей модульных кухонь, то есть клиент может прийти и сам собрать себе кухню из модулей по своим размерам. В магазинах стоят образцы мебели, которую можно заказать. Клиент делает выбор и оформляет заказ, который отправляется менеджеру по запуску, а далее поставщику в го-

род, в котором производится данный тип мебели. Выполненный заказ доставляется на склад, а потом клиенту.

На складах также хранится запас сопутствующих товаров, которые слишком дорого заказывать по одному. Это, например, раковины, планки на столешницу, матрасы, ножки для мебели и т.д.

Компания может предложить своим клиентам следующий ассортимент продукции:

- корпусная мебель;
- кухонная мебель;
- бытовая техника;
- фурнитура;
- матрасы;
- иные сопутствующие товары.

Анализ продаж мебельной компании по товарным группам представлен в табл. 1.

Таблица 1

**Анализ продаж торговой марки «МебельЭконом» по товарным группам за IV квартал 2020 года**

Номенклатура	Себестоимость, руб.	Продажи, руб.	Валовая прибыль, руб.	Валовая прибыль, %	Удельный вес, % (по прибыли)
Кухонная мебель	12653985	21417018	8763033	69%	70%
Корпусная мебель	1381517	2345430	963912	69%	7%
Бытовая техника	2814336	3630800	816463	29%	6%
Сопутствующие товары (плинтуса, планки и т. д.)	387 559	1110841	723281	186, %	6%
Матрасы	1024847	1467670	442822	43%	5%
Кухонные фартуки	810522	1608710	798187	98%	6%
Итого	19 072 769	31 580 469	12 507 700	-	100%

Данные таблицы 1 показывают, что самой продаваемой товарной группой является кухонная мебель. Ее удельный вес составляет 70%. Валовая прибыль по основным товарным группам в среднем составляет 69% от продаж, что является высокими показателями для мебельной компании.

Несмотря на хорошие финансовые показатели, у компании есть ряд проблем, из-за которых она получает высокие издержки.

Основной проблемой закупочной деятельности торговой марки «МебельЭконом» является большое количество ручных операций в отделе логистики. На рисунке №4 изображена схема обработки заказа.



Рис. 4. Схема обработки заказа торговой марки «МебельЭконом»

Схема, в которой используется множество разных коммуникационных и аналитических программ (электронная почта, ватсап, excel и другие программы) приводит к большому количеству ошибок при переносе данных из одной программы в другую, из-за чего компания несет убытки. Случаются такие ошибки, как неточности в заказах, дублирование заказов, их пропуск или потеря. Это приводит к потере клиентов и упущенной прибыли. Каждый квартал компания теряет около 200 тысяч рублей на таких ошибках. Сумма средств, которые компания потеряла за последние 3 месяца представлены в табл. 2.

**Издержки компании торговой марки «МебельЭконом» по причине ошибок за I квартал 2021 года**

Месяц	Ошибки	Сумма издержек, руб
Январь	Менеджер повторно отправил заказ с тремя кухнями, убытки	87561
	Заказ был отправлен поздно, клиент отказался от него	32056
Февраль	Заказ был поздно отправлен поставщику, срок по договору поставки истек, пришлось платит неустойку	12387
Март	Менеджер отправил заказ два раза, убытки	28564
	Ошибка менеджера при формировании заказа, не тот дизайн кухни, клиент отказался	54902
Итого		215470

Эти ошибки не учитывают упущенную выгоду, когда заказ просто пропустили и не отправили, а клиент по итогу отказался. Такие случаи также бывают часто.

Решение этих проблем лежит в интеграции работы менеджера магазина, менеджера отдела закупок и поставщика, в сокращении количества ручных операций и автоматизации процесса закупа.

Существует множество различных производителей SRM- и CRM-систем, способных интегрировать свои программы в информационную систему компании. Выбор зависит потребностей конкретного предприятия и допустимого бюджета. Так как предприятие малого бизнеса компания торговой марки «МебельЭконом» не обладает большим бюджетом на цифровизацию, ей подойдут недорогие решения от «Битрикс24» или «ITender» стоимость которых варьируется от 50 тыс. руб. до 500 тыс. руб. Внедрение указанных информационных технологий в деятельность компании позволит видеть всю информацию о клиенте, отслеживать, на каком этапе находится заказ, как скоро он придет в едином интерфейсе. Заказы больше не будут теряться на почте, а забыть про них не даст система.

Цифровая трансформация компаний неизбежна. Количество информации, окружающей каждого человека, каждую бизнес-единицу, растет экспоненциально. На дальнейшее развитие цифровых технологий CRM и SRM-рынков будут влиять мобильность, маркетинг отношений, облачные технологии, когнитивное взаимодействие, омниканальность и другие технологии интеграции. Весь этот огромный потенциал можно и нужно использовать для повышения эффективности работы предприятий.

1. Авдошин, С.М. Информатизация бизнеса. Управление рисками. – Москва: Книга по Требованию, 2016. – 176 с.

2. Устойчивое развитие науки и образования: научный журнал. – Воронеж: Общество с ограниченной ответственностью "АМиСта", 2019. – 35 с.

3. О торговой марке «МебельЭконом» [сайт] – URL: <http://mebeleconom.com/ru/about>

4. Бизнес информ: Научный журнал. – Киев: Научно-исследовательский центр промышленных проблем развития НАН Украины, 2019. – 78 с.

5. Беспалов Р. Транспортная логистика: новейшие технологии построения эффективной системы доставки. – Москва: Вершина, 2017. – 384 с.

6. Цифровая трансформация закупок: с места в карьер [Электронный ресурс] – URL: [https://www.tadviser.ru/images/8/83/RUS\\_Jumpstarting\\_the\\_Digital\\_Procurement\\_Journey.pdf](https://www.tadviser.ru/images/8/83/RUS_Jumpstarting_the_Digital_Procurement_Journey.pdf)

7. Белозерцева, Н.П., Близнюк, Ю.С. Некоторые аспекты автоматизации закупочной деятельности. // Экономика и предпринимательство: научный журнал. – 2016. – N 5. – С. 656-660