

ISSN 2072-0297

МОЛОДОЙ УЧЁНЫЙ

МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ



22 2020
ЧАСТЬ V

16+

Молодой ученый

Международный научный журнал

№ 22 (312) / 2020

Издается с декабря 2008 г.

Выходит еженедельно

Главный редактор: Ахметов Ильдар Геннадьевич, кандидат технических наук

Редакционная коллегия:

Ахметова Мария Николаевна, доктор педагогических наук
Жураев Хусниддин Олгинбоевич, доктор педагогических наук (Узбекистан)
Иванова Юлия Валентиновна, доктор философских наук
Каленский Александр Васильевич, доктор физико-математических наук
Кошербаева Айгерим Нуралиевна, доктор педагогических наук, профессор (Казахстан)
Куташов Вячеслав Анатольевич, доктор медицинских наук
Лактионов Константин Станиславович, доктор биологических наук
Сараева Надежда Михайловна, доктор психологических наук
Абдрасилов Турганбай Курманбаевич, доктор философии (PhD) по философским наукам (Казахстан)
Авдеюк Оксана Алексеевна, кандидат технических наук
Айдаров Оразхан Турсункожаевич, кандидат географических наук (Казахстан)
Алиева Тарана Ибрагим кызы, кандидат химических наук (Азербайджан)
Ахметова Валерия Валерьевна, кандидат медицинских наук
Бердиев Эргаш Абдуллаевич, кандидат медицинских наук (Узбекистан)
Брезгин Вячеслав Сергеевич, кандидат экономических наук
Данилов Олег Евгеньевич, кандидат педагогических наук
Дёмин Александр Викторович, кандидат биологических наук
Дядюн Кристина Владимировна, кандидат юридических наук
Желнова Кристина Владимировна, кандидат экономических наук
Жуйкова Тамара Павловна, кандидат педагогических наук
Игнатова Мария Александровна, кандидат искусствоведения
Искаков Руслан Маратбекович, кандидат технических наук (Казахстан)
Кайгородов Иван Борисович, кандидат физико-математических наук (Бразилия)
Калдыбай Кайнар Калдыбайулы, доктор философии (PhD) по философским наукам (Казахстан)
Кенесов Асхат Алмасович, кандидат политических наук
Коварда Владимир Васильевич, кандидат физико-математических наук
Комогорцев Максим Геннадьевич, кандидат технических наук
Котляров Алексей Васильевич, кандидат геолого-минералогических наук
Кузьмина Виолетта Михайловна, кандидат исторических наук, кандидат психологических наук
Курпаяниди Константин Иванович, доктор философии (PhD) по экономическим наукам (Узбекистан)
Кучерявенко Светлана Алексеевна, кандидат экономических наук
Лескова Екатерина Викторовна, кандидат физико-математических наук
Макеева Ирина Александровна, кандидат педагогических наук
Матвиенко Евгений Владимирович, кандидат биологических наук
Матроскина Татьяна Викторовна, кандидат экономических наук
Матусевич Марина Степановна, кандидат педагогических наук
Мусаева Ума Алиевна, кандидат технических наук
Насимов Мурат Орленбаевич, кандидат политических наук (Казахстан)
Паридинова Ботагоз Жаппаровна, магистр философии (Казахстан)
Прончев Геннадий Борисович, кандидат физико-математических наук
Рахмонов Азиз Боситович, доктор философии (PhD) по педагогическим наукам (Узбекистан)
Семахин Андрей Михайлович, кандидат технических наук
Сенцов Аркадий Эдуардович, кандидат политических наук
Сенюшкин Николай Сергеевич, кандидат технических наук
Султанова Дилшода Намозовна, кандидат архитектурных наук (Узбекистан)
Титова Елена Ивановна, кандидат педагогических наук
Ткаченко Ирина Георгиевна, кандидат филологических наук
Федорова Мария Сергеевна, кандидат архитектуры
Фозилов Садриддин Файзуллаевич, кандидат химических наук (Узбекистан)
Яхина Асия Сергеевна, кандидат технических наук
Ячинова Светлана Николаевна, кандидат педагогических наук

Международный редакционный совет:

Айрян Заруи Геворковна, кандидат филологических наук, доцент (Армения)
Арошидзе Паата Леонидович, доктор экономических наук, ассоциированный профессор (Грузия)
Атаев Загир Вагитович, кандидат географических наук, профессор (Россия)
Ахмеденов Кажмурат Максutowич, кандидат географических наук, ассоциированный профессор (Казахстан)
Бидова Бэла Бертовна, доктор юридических наук, доцент (Россия)
Борисов Вячеслав Викторович, доктор педагогических наук, профессор (Украина)
Велковска Гена Цветкова, доктор экономических наук, доцент (Болгария)
Гайич Тамара, доктор экономических наук (Сербия)
Данатаров Агахан, кандидат технических наук (Туркменистан)
Данилов Александр Максимович, доктор технических наук, профессор (Россия)
Демидов Алексей Александрович, доктор медицинских наук, профессор (Россия)
Досманбетова Зейнегуль Рамазановна, доктор философии (PhD) по филологическим наукам (Казахстан)
Ешиев Абдыракман Молдоалиевич, доктор медицинских наук, доцент, зав. отделением (Кыргызстан)
Жолдошев Сапарбай Тезекбаевич, доктор медицинских наук, профессор (Кыргызстан)
Игисинов Нурбек Сагитбекович, доктор медицинских наук, профессор (Казахстан)
Кадыров Кутлуг-Бек Бекмурадович, кандидат педагогических наук, декан (Узбекистан)
Кайгородов Иван Борисович, кандидат физико-математических наук (Бразилия)
Каленский Александр Васильевич, доктор физико-математических наук, профессор (Россия)
Козырева Ольга Анатольевна, кандидат педагогических наук, доцент (Россия)
Колпак Евгений Петрович, доктор физико-математических наук, профессор (Россия)
Кошербаева Айгерим Нуралиевна, доктор педагогических наук, профессор (Казахстан)
Курпаяниди Константин Иванович, доктор философии (PhD) по экономическим наукам (Узбекистан)
Куташов Вячеслав Анатольевич, доктор медицинских наук, профессор (Россия)
Кыят Эмине Лейла, доктор экономических наук (Турция)
Лю Цзюань, доктор филологических наук, профессор (Китай)
Малес Людмила Владимировна, доктор социологических наук, доцент (Украина)
Нагервадзе Марина Алиевна, доктор биологических наук, профессор (Грузия)
Нурмамедли Фазиль Алигусейн оглы, кандидат геолого-минералогических наук (Азербайджан)
Прокопьев Николай Яковлевич, доктор медицинских наук, профессор (Россия)
Прокофьева Марина Анатольевна, кандидат педагогических наук, доцент (Казахстан)
Рахматуллин Рафаэль Юсупович, доктор философских наук, профессор (Россия)
Ребезов Максим Борисович, доктор сельскохозяйственных наук, профессор (Россия)
Сорока Юлия Георгиевна, доктор социологических наук, доцент (Украина)
Узаков Гулом Норбоевич, доктор технических наук, доцент (Узбекистан)
Федорова Мария Сергеевна, кандидат архитектуры (Россия)
Хоналиев Назарали Хоналиевич, доктор экономических наук, старший научный сотрудник (Таджикистан)
Хоссейни Амир, доктор филологических наук (Иран)
Шарипов Аскар Калиевич, доктор экономических наук, доцент (Казахстан)
Шуклина Зинаида Николаевна, доктор экономических наук (Россия)

На обложке изображен *Публий Корнелий Тацит* (ок. 56 от РХ — ок. 120 от РХ), древнеримский историк, один из самых известных писателей античности.

Настоящее первое имя (преномен) Тацита точно неизвестно. Современники называли его просто Корнелием (по номену) или Тацитом (по когномену). В V веке Сидоний Аполлинарий упомянул его под именем Гай, но средневековые рукописи его сочинений подписаны именем Публий. В современной историографии его чаще называют Публием. Неизвестны также точная дата и место рождения Тацита.

Тацит получил риторическое образование в Риме, где его учителями были Марк Апри, Юлий Секунд и, возможно, Квинтилиан. Несмотря на постоянную смену верховной власти в Риме, общественная деятельность Тацита складывалась весьма успешно. Он упрочил свое положение удачной женитьбой на дочери полководца Гнея Юлия Агриколы, отмеченного Веспасианом за победы в Британии. При Домициане Тацит был удостоен сенаторского звания, став претором. В год своей претуры он должен был принимать участие в организации «секулярных игр», праздника, которым император желал отметить свое правление. По окончании претуры Тацит находился на государственном посту в одной из провинций, вероятнее всего, расположенной на севере империи, о чем свидетельствует осведомленность историка о состоянии дел в прирейнских областях Германии. При императоре Нерве Тацит стал консулом; при Траяне он получил традиционное для бывшего консула годичное наместничество в провинции Азия. В это время Тациту было немногим более пятидесяти лет. Последующие годы жизни Тацит целиком посвятил литературному труду. На протяжении всей жизни Тацит дружил с Плинием Младшим — одним из виднейших римских интеллектуалов конца I века.

Все дошедшие до нас сочинения Тацита были написаны после смерти Домициана. Это «Диалог об ораторах», «О жизни и характере Юлия Агриколы» («Агрикола»), «О происхождении и положении германцев» («Германия»), «История» и «От кончины божественного Августа» («Анналы»). До нас дошло несколько свидетельств о речах, которые произнес Тацит, ни одна из них не сохранилась, но его взгляды на красноречие нашли отражение в «Диалоге об ораторах». Исследуя причины упадка красноречия, Тацит обращает внимание на изменение его статуса в Риме, исчезновение политических речей и несовершенство школьного образования,

отводящего большую часть времени пустым декламациям. Подлинное красноречие находит почву в гражданских распрях, а не спокойствии государства. Завершает диалог тезис о том, что утрата свободы — плата за восстановление мира. При выборе между цicerоновским классицизмом и азианством Сенеки Тацит предпочитает Цицерона.

В память о своем тесте, умершем в 93 году, Тацит написал биографическое сочинение «Агрикола», в центре которого находится рассказ о римском завоевании Британии. «Германия» — географо-этнографическое сочинение, где Тацит как рассказывает о Германии в целом, так и характеризует отдельные племена. В «Германии» Тацит описывает добродетели германцев и пороки римлян, испорченных благами цивилизации.

Главные труды Тацита относятся к области историографии. «История» состояла из 14 книг, охватывавших период от событий после смерти Нерона до убийства Домициана. «Анналы» состояли из 16 книг, рассказывающих о времени от смерти Августа до Нерона.

Тацит заявлял, что будет писать историю без гнева и пристрастия (*sine ira et studio*); в приведенных им фактах нет оснований сомневаться, но их трактовка не всегда объективна. Тацит писал с морализаторских позиций, главное для него — добродетель (*virtus*) человека, а отсутствие ее — вырождение и упадок. На переднем плане изложения Тацита находится Рим и императорский двор, что дает ему неисчерпаемый источник для изображения пороков и недостатков принцев и их приближенных. К простому народу и неримскому миру он не испытывает ни интереса, ни симпатии. В своих трудах Тацит пользовался как собственными наблюдениями и данными, полученными от очевидцев событий, так и сочинениями предшественников — Плиния Старшего, Фабия Рустика, записки Агриппины Младшей и Домиция Корбулона, протоколы сената и римские хроники.

В эпоху классицизма трагические коллизии произведений Тацита привлекали французских драматургов. Антидеспотическая направленность его трудов в эпоху Просвещения рассматривалась как революционная. В России ей отдали дань декабристы и А. С. Пушкин («Замечания на «Анналы» Тацита»), изучавший исторические сочинения Тацита в период создания «Бориса Годунова». Перевод всех трудов Тацита на русский язык был осуществлен В. И. Модестовым в 1886–1887 годах.

Екатерина Осянина, ответственный редактор

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

Бажанов В. В.

Регулирование инвестиционной деятельности как фактор повышения конкурентоспособности экономики России 331

Баров Д. А.

Сравнительный анализ автоматизированных торговых систем 333

Воронежский И. С.

Оценка эффективности государственно-частного партнёрства 335

Воронежский И. С.

К вопросу о формах государственно-частного партнерства в России 339

Ежокина А. М.

Кадровое обеспечение стратегического планирования в условиях изменений (на основе формирования ключевых компетенций XXI века) 341

Жиганшина К. М., Козорезова Н. С.

Исследование развития российского рынка электронной книги в условиях формирования информационного общества 343

Зиневич Т. Ю.

Динамика производства маслосемян подсолнечника (на материалах Ульяновской области) 348

Кабулова А. Я., Абрамова Т. Д., Нижник А. В.

Анализ деятельности компании Inditex в 2019 году 350

Кунцова В. С.

Налоговый мониторинг как новая форма налогового контроля 353

Леготина И. А.

Разграничение налоговых полномочий субъектов налоговой политики Российской Федерации .. 355

Леготина И. А.

Комплексный подход к оценке экономического неравенства населения 357

Лисицкий Н. Н.

Проблемы и перспективы участия малых предприятий в государственных и муниципальных закупках 360

Массаров В. А., Яричина Г. Ф.

Роль налоговой политики государства в обеспечении экономической безопасности региона 362

Mikhaleva M. P.

Ethics of microtransactions 364

Неверов Д. В.

Оценка конкурентной среды ОАО «Оренбургский хлебокомбинат» 366

Никешин Н. С.

Роль участия педагогического работника в реализации управления проектными задачами 373

Николаева Е. А.

Совершенствование системы кадрового аудита в государственных органах 378

Овчинникова В. В.

Организация образовательного медиаресурса как аспект управления образовательной организацией 380

Orazova A. K.

Is 2020 an excellent time for cryptocurrency in Kazakhstan? 382

Орлова М. Ю.

О системе внутреннего контроля 386

Отто О. Э. Влияние человеческого капитала на формирование цифровой экономики в Узбекистане 388	Цегалко М. И. Методический инструментарий увеличения стоимости компаний отраслей МСК за счет использования нематериальных активов 407
Павличук К. И. Анализ качества услуг гостиницы на примере ООО «Гостиничный комплекс Владивосток» ... 390	Шахмин Д. В. Проблемы теории и практики разработки и принятия государственных решений и пути их решения 410
Смутина Е. В. Концептуальные основы предупреждения финансовых кризисов..... 394	Штам А. О. Внутренний контроль операций по поступлению и выбытию основных средств 412
Соколовская О. В. Методические подходы к оценке эффективности деятельности органов государственной власти 399	Шувалова К. А., Королев А. С. Принципы формирования проектных команд 414
Сумской Н. В., Березин А. О. Методы управления ресурсо- и энергосбережением в зарубежных странах 401	МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА И PR
Таракановский А. Ю. Как оценить роль HR-менеджера в компании..... 403	Бурдин А. Д. Использование интегрированных маркетинговых коммуникаций в продвижении бренда на примере Procter&Gamble 416
Татаренко А. А. Принципы и методы налогового контроля..... 405	Лакизенко Е. Д. Гуманистический маркетинг как новый этап развития общества 418

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

Регулирование инвестиционной деятельности как фактор повышения конкурентоспособности экономики России

Бажанов Виктор Владимирович, студент магистратуры
Московский государственный гуманитарно-экономический университет

Важной составляющей стратегии развития экономической сферы России является обеспечение конкурентоспособности. Инвестиционная деятельность является одним из ключевых элементов, необходимых для развития конкурентоспособности рынка страны. Выбор правильной стратегии инвестиционной деятельности является ключевых элементом.

Ключевые слова: инвестиционная деятельность, конкурентоспособность, экономика России, управление и регулирование

20 февраля 2019 г. Президент Российской Федерации обратился к Федеральному собранию с ежегодным посланием, в котором указал на основные ориентиры развития национальной экономики и российского общества. По мнению Президента РФ, за последние шесть лет были достигнуты значительные успехи в формировании конкурентоспособных отраслей, в том числе за счет внедрения новых технологий и цифровизации, что обернулось полуторакратным увеличением несырьевого экспорта.

В отношении приоритетов инвестиционной деятельности были отмечены:

— необходимость инвестирования капитала в сферы «зеленой экономики», включая развитие рынка газомоторного топлива, расширения сети заправок и топливных систем, использующих сжиженный природный газ;

— создание Правительством РФ комфортных условий для активизации частных инвестиций в технологические стартапы, развития цифровой экономики, электронной среды ведения и сопровождения бизнеса [7].

Одной из методик, применяемых для оценки конкурентоспособности национальной экономики, является ежегодно публикуемый отчет Всемирного экономического форума (World Economic Forum), содержащий характеристику позиций разных стран по показателю — Индекс глобальной конкурентоспособности, который составляется на основе сбора и/или расчета 113 переменных, позволяющих ранжировать национальные экономики мира. Данный показатель основан на группировке всех учитываемых факторов в 12 контрольных показателей, формирующих конкурентоспособность каждой национальной экономики.

Несмотря на положительную динамику показателя применительно к России, эксперты WEF указывают на то, что ограничительными факторами для российской экономики при наличии таких конкурентных преимуществ как высокий образовательный уровень населения и положительные сдвиги в системе государственного регулирования корпоративного сектора являются: низкая эффективность государственного аппарата, неразвитость финансового сегмента в экономике, низкая эффективность и инновационность инвестиционной деятельности [4]. Данные по динамике указаны на рисунке 1.

По данным на 15 апреля 2019 г. по версии WEF, Россия находится на 38-м месте из 137 стран мира по уровню конкурентоспособности экономики (первые три места принадлежат Швейцарии, США и Сингапуру) [5].

В настоящее время, в результате политики огосударствления экономики, предприятия и организации, контролируемые государством по данным ФАС производят до 70 % всего ВВП страны (против 35 % в 2005 г.). В том числе на долю бюджетных предприятий приходится 37 % ВВП, еще до 20 % составляют крупнейшие корпорации и банки, контролируемые государством. Кроме того, в качестве методов управления инвестиционным процессом в экономике государство использует такие инструменты как, например, налоговая система, регулирование финансовой деятельности. Государство все шире использует государственно-частное партнерство. Таким образом, общее воздействие государства на социально-экономическое развитие без преувеличения может быть оценено в 80 % [3, с. 47].

В то же время методы воздействия государства остаются мягкими, либеральными, оно не имеет единого

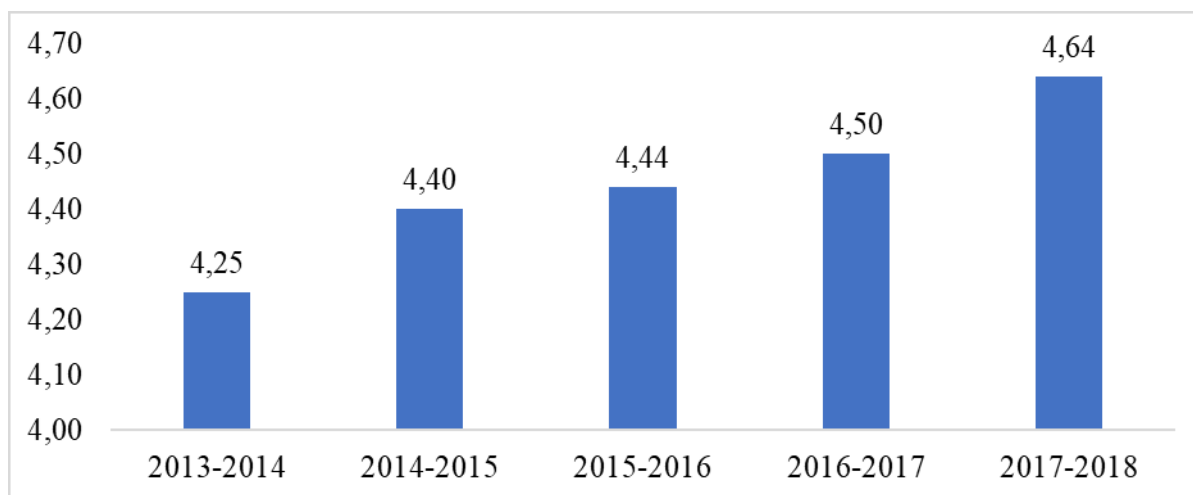


Рис. 1. Динамика индекса глобальной конкурентоспособности России в 2013–2018 гг. (по версии WEF) [5]

стратегического плана. В результате несогласованные действия его же собственных структур приводят к существенным потерям: так, по мнению современных исследователей, в 2013–2016 гг. стагнация и рецессия в России во многом имели место, потому что государство, которое контролировало половину всех инвестиций в основной капитал и три четверти вложений в человеческий капитал, сократило эти инвестиции более чем на 25 % [1, с. 11].

В сложившихся условиях экономики России необходимо сделать выбор в отношении наиболее предпочтительной модели управления и регулирования инвестиционной деятельностью. К традиционным моделям можно отнести:

- немецкую;
- французскую;
- кластерный подход (мягкого или жесткого типа)

Поскольку в России немецкая, французская и жесткая кластерная типы политик управления инвестиционной деятельностью в настоящее время малоприменимы, то следует сделать ставку на мягкий вариант кластерной инвестиционной политики.

Основным источником инвестиций для таких экономик должны стать национальные резервы финансовых и материальных ресурсов. В случае с Китаем и Россией ограничительным фактором также служит антипропаганда существующих политических режимов этих стран в средствах массовой информации в странах ОЭСР и тесно связанных с ними международных финансовых организациях (МВФ, МБРР и другие) [2, с. 72].

При этом при формулировании и разработке собственной кластерно-инвестиционной политики экономически крупным странам необходимо на первом этапе провести анализ:

- имеющихся конкурентных преимуществ внутренних производственных комплексов на мировых рынках;
- уровня фактического и требуемого внутреннего потребления в стране;

— материальной, кадровой и научной базы для технологизации каждого создаваемого экономического кластера.

Анализ внутренних конкурентных преимуществ (инкорпорированных в национальную экономику) заключается в оценке уровня затрат, сопутствующих производству каждого вида продукции, по сравнению с производствами, налаженными на территории других стран. При этом, например, в отношении производства отдельных видов сельхозпродукции важную роль играют природно-климатические условия, которые объективно создают направление специализации на производстве тех или иных видов продовольствия. К числу факторов формирования кластерной специализации страны можно также отнести: наличие земель, пригодных для ведения профильного вида деятельности; территориальная удаленность друг от друга материальных источников функционирования целевого экономического кластера и сравнение данных параметров с другими странами: действительными или потенциальными конкурентами по обозначенному продукту [2, с. 73].

Одним из активных субъектов инвестиционной деятельности в сфере прямых инвестиций в России является Российский фонд прямых инвестиций, функционирующий в форме инвестиционного фонда с 2011 г. Данный фонд был инициирован Президентом и Председателем Правительства РФ и в настоящее время при стартовом капитале в 100 млрд руб. является инвестором по более чем 70 проектам на общую сумму более 1,5 трлн руб. (прежде всего за счет средств партнеров). Совокупная выручка портфельных компаний РФПИ составляет 5 % ВВП страны [6].

Ориентируясь прежде всего на формирование положительного сальдо денежных и финансовых потоков и получение прибыли от реализации проектов, РФПИ показывает, что в сфере прямых инвестиций финансово привлекательными являются самые разнообразные области деятельности, включая:

- улучшение качества жизни;
- развитие инфраструктуры;
- импортозамещение и экспортный потенциал;
- развитие регионов;
- повышение эффективности;
- технологическое развитие.

Таким образом, управление и регулирование инвестиционной деятельности в современной России, обеспечивающее создание и поддержание условий конкурентоспособной экономики должно ориентироваться на глубокий анализ факторов инициации инвестиционной деятельности и четкой политики государства в данном направлении.

Литература:

1. Аганбегян, А. Какой комплексный план до 2025 года нужен России? // Экономическая политика. — 2017. — Т. 12. — № 4. — с. 8–29.
2. Трубочеев, Е. В. Кластеризация национальной экономики как инструмент локализации в мировой экономической архитектуре // Человек. Общество. Инклюзия. — 2018. — № 3(35). — с. 67–76.
3. Филина, Ф. В., Лаптев С. В. Структурные преобразования в экономике: международный опыт и российские проблемы // Перспективы международного взаимодействия России с зарубежными странами в социально-экономической и гуманитарной сферах: материалы международной научно-практической конференции (г. Москва, 25–26 апреля 2018 г.) / Под ред. В. Д. Байрамова, И. Л. Литвиненко. — М.: МГГЭУ. — с. 45–49.
4. Чернов, А. В. Сотрудничество с Китаем как фактор повышения национальной конкурентоспособности Российской Федерации // Студенческий форум: электрон. научн. журн. — 2018. — № 3(24). URL: <https://nauchforum.ru/journal/stud/24/31964>
5. Официальный сайт Всемирного экономического форума // Режим доступа: <https://www.weforum.org/> (дата обращения 15.04.2019).
6. Официальный сайт Российского фонда прямых инвестиций // Режим доступа: <https://rdif.ru/> (дата обращения 17.04.2019).
7. Послание Президента Федеральному собранию от 20.02.2019 г. // Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/events/president/news/59863> (дата обращения 17.04.2019).

Сравнительный анализ автоматизированных торговых систем

Баров Дмитрий Алексеевич, студент

Санкт-Петербургский государственный архитектурно-строительный университет

В статье проанализированы различные АТС, также сделан вывод о качестве прогнозирования каждой из рассмотренных систем.

Ключевые слова: анализ, торговый робот, финансовые рынки, технический анализ, торговый метод, торговая система, алгоритмическая торговля.

Рынок ценных бумаг предельно чутко рефлексирует на изменения в различных отраслях общественной жизни. Согласно этому факту, именно по индексам рынка принято судить об экономическом состоянии стран.

С появлением и быстрым развитием компьютерных технологий и вычислительных мощностей техники, в мире ежедневно и непрерывно меняется жизнь и деятельность финансовых рынков, таким образом, появляется огромное количество новых инструментов торговли, которые находят широчайшее использование на биржах. Речь идет об автоматизированных торговых системах (АТС), которые могут работать без активного участия человека [1].

В относительно недавнем прошлом торговлей занимались исключительно люди; трейдеры сами выставляли ордера на покупку и продажу бумаг или валюты, а брокеры,

в свою очередь, работали с ордерами. Как только технологии позволили реализовывать эти методы программно, успешность торговли трейдеров увеличилась.

Автоматизированная торговая система (АТС)

Торговый робот — это программа, содержащая разнообразные алгоритмы анализа ситуации на рынке, которая может оставлять заявки на покупку и продажу фьючерсов, драгоценных металлов, ценных бумаг, опционов и так далее, выполняя за трейдера работу анализа, прогнозирования и процесса проведения сделки. У наиболее часто используемых торговых терминалов есть возможность подключения внешних программ, роботов. На фондовом рынке в течение последних 10 лет торговые роботы применяются как частными трейдерами, так и профессиональными. Важно понимать, что для стабильной и прибыльной торговли следует соблюдать правильную стратегию пове-

дения на рынке. У каждого хорошего трейдера есть определенная стратегия, которая меняется вместе с изменением рынка. Причём, важно понимать, что биржа это высоко волатильный рынок, то есть он быстро меняется. Изменения рынка могут быть как глобальными реакциями рынка на мировые изменения, так и минимальными характеристика, например, прибоа. Таким образом, в алгоритм робота нужно постоянно вносить соответствующие изменения. Но стоит понимать, что на настоящий момент машина не может полностью заменить человека. Да, робот может делать рутинную работу, но человек должен лично контролировать анализ рынка, выявляя существующие законы.

Анализ различных АТС

Робот equilibrium. Главным и основным преимуществом этого робота перед другими является надежность. Стратегия этого робота нацелена на быстрые сделки в рамках локальных трендов. Для фильтрации и отсеивание ложных сигналов машина пользуется стандартными осцилляторами. Биржевой осциллятор — это определенная группа индикаторов технического анализа, которые используются для прогнозирования движения цены. Существуют разнообразные индикаторы тенденции, например, скользящие средние [2].

Строго рекомендуется использовать робот на валютных парах евродоллар, потому что на них он показал лучший финансовый результат. Потенциальная доходность такого робота стабильная, но небольшая. Ежемесячный доход не превышает 5 %.

Робот Kiltner-Pro. Стратегия этого робота основывается на трендовой торговле, учитывая повышенную дневную волатильность. Индикатор Кельтнера был разработан 80 лет назад известным американским финансистом. Индикатор представляется тремя линиями, которые формируют ценовой диапазон, где средняя линия — это среднее скользящее. Верхняя и нижняя линия — это дневные средние скользящие, формирующиеся согласно вычитанию и прибавлению от средней цены за N дней и дневного показателя. Лучший финансовый показатель бот предлагает при тестировании на паре евродоллар. Потенциальная прибыль составляет около 60 % годовых при относительной просадке в 25 %. Считается, что уровень прибыли оправдывает риск.

Робот Wall Street Asia. Этот бот открывает сделки только в период азиатской торговой сессии. Стратегия этого робота основывается на чтении индикаторов волатильности, что, в свою очередь, позволяет боту правильно отсеивать ложные сигналы на вход. Ожидаемый уровень прибыли составляет около 12 % при просадке в 2 %. Это хороший финансовый результат.

Литература:

1. Balsara Nauzer J. Money Management Strategies for Traders. — New York: John Wiley & Sons, 1991 — P. 151–153.
2. Чеботарев, Ю. Торговые роботы на российском фондовом рынке. — М.: Омега-Л, 2006. — 136 с.
3. Кондратьева, Т. Н., Сидоренко Е. Н. Комплексный подход в режиме торговой системы консервативного скальпинга // Инженерный вестник Дона, 2013. № 4 URL: ivdon.ru/magazine/archive/n4y2013/2090/.
4. Chan, E. P. Algorithmic Trading: Winning Strategies and Their Rationale. New Jersey: Wiley, 2013. 255 p.

Робот Generic A-TLP. Разработчики этого бота предложили автоматизированную стратегию, которая основывается на конверте Боллинджера. Полосы Боллинджера — это инструмент технического анализа рынков, который показывает отклонение цены на данный момент. Индикатор рассчитывается согласно стандартному отклонению от скользящего среднего. Используется для оценивания расположения цены относительно нормального диапазона [3].

Этот бот — трендовый скальпер. Под скальпингом имеется виду стратегия дневных спекуляций на рынке, где особенность заключается в том, что сделка закрывается при достижении прибыли всего в несколько пунктов. Сделки такого формата отличаются маленьким промежутком времени (от нескольких минут до миллисекунд). Для осуществления такой стратегии нужны низкие биржевые или брокерские сборы или хороший оборот капитала для того, чтобы окупить маржу. Как следствие, будет произведено большое количество сделок, где каждая сделка принесет небольшую прибыль или убыток.

Он осуществляет вход в сделку во время откатов от основного тренда. Трендовым индикатором является Лента Боллинджера. Ордера открываются роботом при проходе границ на некоторое заданное пользователем количество пунктов. Закрытие же может происходить по отходам от границ или по стоп-лоссу. Робот ее используют мартингейл. Также можно задать ограничение по времени работы. Потенциальная доходность робота составляет порядка 16 % в месяц при просадке 2 %.

Робот Wall Street Forex Robot. Это первый в истории правильно реализованной трендовый скальпер, который открывается при откатах от основного тренда. В качестве индикаторов тренда используются среднее скользящее, АТР, WPR, а также собственные расчеты. Многолетняя и успешная работа эксперта говорит сама за себя. Относительная просадка составляет всего 4 % при доходности в 12 % в месяц.

Робот Funnel Trader. Этот робот работает на краткосрочных тенденциях рынка. Он ищет тренд с точно выраженной направленностью и открывает позиции на откатах [4]. В его алгоритмах не используется опасная методика мартингейл. Доходность около 5 %.

Заключение

Проанализировав доходность каждой из указанных выше АТС, а также приняв во внимание просадку и уровень прибыли, становится очевидно, что наиболее безопасные и прибыльные варианты торговли предлагают роботы, торгующие по линии тренда.

Оценка эффективности государственно-частного партнёрства

Воронежский Игорь Сергеевич, студент

Южно-Российский институт управления — филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (г. Ростов-на-Дону)

В статье рассмотрен вопрос о порядке оценки эффективности проектов государственно-частного партнерства в Российской Федерации. Автором раскрыто понятие и сущность государственно-частного партнерства, а также порядок и методы отбора различных проектов ГЧП. В рамках статьи раскрыт вопрос об определении критериев оценки эффективности государственно-частного партнерства.

Ключевые слова: государственно-частное партнерство, эффективность государственно-частного партнерства, оценка проектов государственно-частного партнерства.

Государственно-частное партнерство представляет собой юридически оформленное на определенный срок и основанное на объединении ресурсов, распределении рисков сотрудничество публичного партнера, с одной стороны, и частного партнера, с другой стороны, которое осуществляется на основании соглашения о государственно-частном партнерстве, заключенного в соответствии федеральным законодательством в целях привлечения в экономику частных инвестиций, обеспечения органами государственной власти и органами местного самоуправления доступности товаров, работ, услуг и повышения их качества. Указанное определение закреплено в Федеральном законе Российской Федерации «О государственно-частном партнерстве, муниципально-частном партнерстве в Российской Федерации и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации», от 13.07.2015 № 224-ФЗ.

В упрощенном виде можно сказать, что государственно-частное партнерство представляет собой форму сотрудничества между государством, а также его субъектами и муниципальными образованиями, и различными юридическими и физическими лицами, которое направлено на реализацию общественно-значимых проектов. Такие проекты могут реализовываться в социальной, экономической, инновационной и других значимых для развития государства и общества сферах.

При этом государственно-частное партнерство необходимо отличать от простого сотрудничества между государством и частными организациями. В первую очередь, необходимо учитывать, что государственно-частное партнерство рассчитано на долгосрочную или среднесрочную перспективу.

Во-вторых, оно требует обязательного юридического оформления в виде соглашения о государственно-частном партнерстве, форма которого закреплена в федеральном законодательстве Российской Федерации.

В-третьих, государственно-частное партнерство направлено на реализацию только тех проектов, которые имеют общественно важное значение.

Именно грамотная реализация проектов государственно-частного партнерства позволяет судить о его эффективности, поэтому ключевым этапом государ-

ственно-частного партнерства выступает оценка таких проектов. Однако, прежде чем перейти к непосредственному рассмотрению вопроса о порядке оценки проектов государственно-частного партнерства, необходимо раскрыть их определение.

Согласно федеральному законодательству Российской Федерации, проект государственно-частного партнерства представляет собой проект взаимодействия публичного (государства) и частного (юридические и физические лица) партнеров, которое построено на общих принципах государственно-частного партнерства. Анализ указанного определения дает основания полагать, что оценка эффективности проекта государственно-частного партнерства представляет собой процесс оценки соответствия такого проекта принципам государственно-частного партнёрства, а также оценки потенциальных результатов такого проекта.

К числу общих принципов государственно-частного партнерства необходимо отнести следующие:

- 1) Общественная значимость проекта;
- 2) Свобода заключения соглашения;
- 3) Равенство сторон соглашения;
- 4) Доступность информации о государственно-частном партнерстве;
- 5) Распределение рисков и обязательств между сторонами соглашения.

Стоит отметить, что вопрос о порядке оценки эффективности государственно-частного партнерства остается достаточно дискуссионным. Так, ключевым элементом оценки эффективности должны служить ее критерии, выделение которых создает определенные трудности в современной науке. В первую очередь, необходимо ответить на вопрос о том, какие именно критерии должны быть положены в основу оценки эффективности государственно-частного партнерства.

В данном случае существуют два основных подхода. Первый подход предполагает оценку эффективности осуществлять на основании исключительно материальных показателей, то есть тех, которые возможно подсчитать в точных цифровых значениях (к примеру, количество оказанных услуг или реализованных товаров). Второй подход наряду с количественными критериями эффектив-

ности предлагает использовать более субъективные, связанные с психологической оценкой достигнутых результатов (например, измерение уровня довольства населения в связи с реализацией проекта государственно-частного партнерства) [3].

На наш взгляд, второй подход предполагается более целесообразным, так как позволяет подойти к государственно-частному партнерству не только с точки зрения его экономической природы, но и с позиции его социальной и общественной значимости. Таким образом, при определении критериев оценки эффективности государственно-частного партнерства, на наш взгляд, необходимо выделять несколько уровней:

- экономический, связанный с оценкой реальных количественных результатов такого партнерства;
- социальный, связанный с достижением общественных целей.

Отметим, что указанный подход также был положен в основу методики оценки эффективности государственно-частного партнерства, утвержденной Приказом Министерства экономического развития Российской Федерации «Об утверждении методики оценки эффективности проекта государственно-частного партнерства, проекта муниципально-частного партнерства и определения их сравнительного преимущества», от 30.11.2015 № 894. В рамках указанного Приказа в основу оценки эффективности проектов государственно-частного и муниципально-частного партнерства положены два критерия:

- финансовая эффективность;
- социально-экономический эффект.

Согласно отечественному законодательству финансовая эффективность проекта государственно-частного или муниципально-частного партнерства осуществляется на основе чистой приведенной стоимости проекта, которая должна быть больше или равна нулю.

В свою очередь, социально-экономическая значимость проекта государственно-частного и муниципально-частного партнерства оценивается на основе двух факторов. Во-первых, цели и задачи такого проекта должны соответствовать хотя бы одной цели или задачи действующих государственных программ.

Во-вторых, показатели проекта должны соответствовать не менее чем двум значениям показателей действующих государственных программ.

В рамках экономического уровня оценки эффективности государственно-частного партнерства должны учитываться следующие параметры:

1) Ресурсная затратность проекта государственно-частного партнерства. С точки зрения экономики эффективный проект должен приносить наибольший результат при наименьшей трате ресурсов. То есть, если проект, предложенный в рамках государственно-частного партнерства, требует слишком много ресурсов, при этом принося небольшие результаты, то такой проект нельзя назвать экономически выгодным, а следственно эффективным. При этом необходимо отметить, что речь

в данном случае идет не только о материальных затратах, но и о временных и трудовых ресурсах, используемых для реализации проекта.

Одним из эффективных способов оценки ресурсной затратности проекта выступает проведение комплексного анализа предполагаемой цели государственно-частного партнерства на предмет необходимых затрат как в рамках государственно-частного партнерства, так и без привлечения подобных соглашений.

2) Институциональная эффективность, которая связана с минимализацией рисков при реализации соглашения государственно-частного партнерства. В данном случае все просто: чем меньше экономических рисков приносит проект — тем он эффективнее.

3) Целевая эффективность, которая выражается в реальных количественных результатах, а именно в сопоставлении поставленной цели и достигнутых результатов.

Социальная оценка эффективности государственно-частного партнерства носит более сложный характер, так методика такой оценки является более субъективной и не имеет реального материального выражения. Наиболее целесообразным в данном случае представляется подход, согласно которому оценка социальной значимости государственно-частного партнерства заключается в оценке его вклада в реализацию текущих социальных целей государства и его субъектов. В данном случае речь может идти и об улучшении уровня трудовой занятости населения (к примеру, создании дополнительных рабочих мест), и о повышении среднего уровня дохода, и об общем вкладе в валовый национальный продукт [4].

При этом, как уже отмечалось ранее, не существует единого подхода к оценке социально-экономической значимости государственно-частного партнерства. В рамках изучения научной литературы также можно выделить иные критерии такой оценки, включая:

- 1) Бюджетную эффективность, которая связана с привлечением дополнительных источников дохода в федеральный, региональные или муниципальные бюджеты.
- 2) Коммерческую или предпринимательскую эффективность, которая непосредственно связана с прибылью реализованного проекта как для государства, так и для частного партнера;
- 3) Финансовую эффективность и т. д. [6].

Представляется, что оптимальный подход к оценке эффективности государственно-частного партнерства в указанном случае лежит в грамотном сочетании указанных критериев. Таким образом, предлагаем выделить следующую систему оценки эффективности государственно-частного партнерства (рис. 1).

Отметим, однако, что подобный целевой подход к определению эффективности государственно-частного партнерства не является единственным. Так, оценка эффективности государственно-частного партнерства может осуществляться на основе ее субъектного состава. В данном случае, оценка эффективности делится на несколько уровней, которые зависят от степени получаемой

выгоды для конкретного участника такого соглашения. К таким уровням можно отнести:

1) Государство;

2) Частного партнера (физическое или юридическое лицо);

3) Население (общество).



Рис. 1. Критерии оценки эффективности государственно-частного партнерства

Государство в рамках государственно-частного партнерства получает возможность реализовать социально-значимые цели по средствам взаимодействия с частными структурами. Эффективность такого взаимодействия в данном случае выражается в достигнутых социально-значимых целях (например, уменьшении безработицы). В то же время государство также может получать финансовую выгоду от государственно-частного партнерства, которая, в свою очередь, выражается по средствам оценки ее бюджетной эффективности, а именно дополнительных финансовых поступлений в бюджет.

Для частных партнеров значение, в первую очередь, имеет коммерческая успешность проекта, то есть его экономическая эффективность, о которой мы говорили в начале проекта. Отметим, что участие в государственно-частном партнерстве может быть особенно выгодным для частных организаций, так как, во-первых, всегда связано с крупнобюджетными проектами, а во-вторых, гарантирует общую поддержку государства.

Что же касается населения, то несмотря на то, что само общество не выступает стороной в соглашении государственно-частного партнерства, оно может являться его

непосредственным выгодоприобретателем. Напомним, что такой вид экономического сотрудничества направлен на реализацию крупных общественно-значимых проектов, а значит ставит перед собой цели, которые могут существенно улучшить жизнь населения.

Отметим, что указанный подход к методике оценки проектов государственно-частного партнерства был предложен в работе Гордновой Н. В., Пешковой А. А., Воронова Д. С. и Емельянова А. А., в рамках которой были предложены следующие критерии оценки государственно-частного партнерства:

1. Государственный критерий, в рамках которого оценивалось степень подготовленности государства к реализации проекта государственно-частного партнерства (муниципально-частного партнерства);
2. Частный предпринимательский критерий, который основывался на степени подготовленности частных партнеров к реализации проекта;
3. Общественный критерий, в рамках которого оценивалась общественная поддержка проекта;
4. Экологический критерий, в рамках которого оценивалась степень благоприятствования окружающей среды реализации проекта;

5. Интеграционный критерий, который оценивал возможности реальной интеграции проекта в социально-экономическую сферу жизни общества [5].

Здесь необходимо отметить, что в последние несколько лет оценка социально-экономической значимости проекта стала включать в себя не только общие социальные (к примеру, удовлетворение интересов общества) и экономические (к примеру, увеличение инвестиций в российскую экономику) критерии, но и экологический критерий, а именно влияние реализации проекта государственно-частного партнерства и муниципально-частного партнерства на экологию. Подобная модернизация оценки эффективности государственно-частного партнерства может свидетельствовать

о развитии в современном российском обществе институтов, направленных на поддержание благоприятной окружающей среды.

Обобщая вышеизложенное, отметим, что оценка эффективности государственно-частного партнерства должна выражаться в комплексной оценке его социальных, экономических и финансовых результатов для всех категорий участников такого соглашения. При этом их оценка должна осуществляться в совокупности друг с другом, исходя из существующих между ними взаимосвязей.

Исходя из вышеизложенного, предлагаем представить схему оценки эффективности государственно-частного партнерства следующим образом (рис. 2).

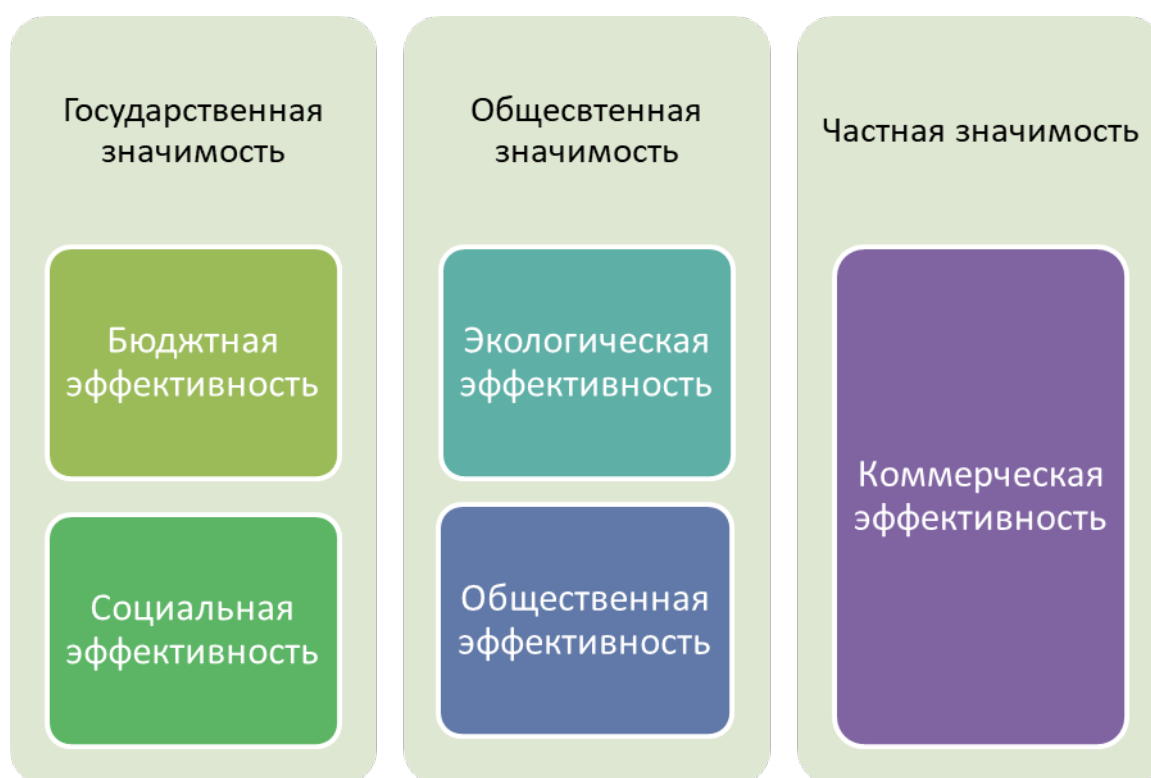


Рис. 2. Оценка эффективности государственно-частного партнерства.

Литература:

1. Федеральный закон Российской Федерации «О государственно-частном партнерстве, муниципально-частном партнерстве в Российской Федерации и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации», от 13.07.2015, № 224-ФЗ. (в ред. от 29.07.2018)// Российская газета, № 156, 17.07.2015.
2. Приказ Министерства экономического развития Российской Федерации «Об утверждении методики оценки эффективности проекта государственно-частного партнерства, проекта муниципально-частного партнерства и определения их сравнительного преимущества», от 30.11.2015 № 894 // Министерство экономического развития Российской Федерации: [сайт]. — URL: https://www.economy.gov.ru/material/dokumenty/prikaz_minekonomrazvitiya_rossii_894_ot_30_noyabrya_2015_.html (дата обращения: 22.05.2020).
3. Шульгин, А. В. Оценка эффективности государственно — частного партнерства в развитии инновационных систем / А. В. Шульгин. — Текст: непосредственный // Вестник ВГУИТ. — 2012. — № 2. — с. 197–200.
4. Бахматова, А. К. Проблемы оценки эффективности проекта государственно-частного партнерства / А. К. Бахматова. — Текст: электронный // CyberLeninka: [сайт]. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-otsenki-effektivnosti-proekta-gosudarstvenno-chastnogo-partnerstva> (дата обращения: 22.05.2020).

5. Городнова, Н. В. Разработка методики оценки эффективности реализации проектов государственно-частных партнерств / Н. В. Городнова. — Текст: электронный // CyberLeninka: [сайт]. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razrabotka-metodiki-otsenki-effektivnosti-realizatsii-proektov-gosudarstvenno-chastnyh-partnerstv> (дата обращения: 22.05.2020).
6. Ткаченко, И. Н. Методология отбора и оценки эффективности проектов государственно-частного партнерства с учетом интересов стейкхолдеров / И. Н. Ткаченко, Я. В. Савченко, М. В. Евсеева. — Текст: непосредственный // Дискуссия. — 2014. — № 8. — с. 81–89.

К вопросу о формах государственно-частного партнерства в России

Воронежский Игорь Сергеевич, студент

Южно-Российский институт управления — филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (г. Ростов-на-Дону)

В рамках статьи рассматривается вопрос о формах государственно-частного партнерства в современной России. Автором рассматриваются сущность и основы правового регулирования таких форм государственно-частного партнерства, как: концессионные соглашения, совместные предприятия, соглашения о разделе продукции, государственные и муниципальные контракты, а также договоры аренды и лизинга.

Ключевые слова: *государственно-частное партнерство, концессионное соглашение, совместное предприятие, аренда, лизинг, соглашение о разделе продукции.*

За последние несколько лет в Российской Федерации стал активно развиваться институт государственно-частного партнерства. Здесь необходимо сделать оговорку и отметить, что сам институт государственно-частного партнерства был заложен еще в XVII, затем прошел развитие в рамках СССР (в частности, концессионное законодательство) и обрел свои современные черты в начале 2000х годов. Однако именно в рамках современной социально-экономической политики Российской Федерации указанный институт начал набирать свою популярность.

В первую очередь, необходимо раскрыть само понятие государственно-частного партнерства. В рамках научной литературы государственно-частное партнерство представляет собой особую правовую форму взаимодействия государства и частных юридических лиц в рамках разрешения общественно важных задач, построенную на идеи равноправия участников, объединения их экономических и иных ресурсов, а также взаимовыгодных условий сотрудничества.

В рамках отечественного законодательства регулирование государственно-частного партнерства осуществляется на основе Федерального закона «О государственно-частном партнерстве, муниципально-частном партнерстве в Российской Федерации и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации», от 13.07.2015 № 224-ФЗ. В указанном нормативно-правовом акте закреплено следующее понятие государственно-частного партнерства: «юридически оформленное на определенный срок и основанное на объединении ресурсов, распределении рисков сотрудничество публичного партнера, с одной стороны, и частного партнера, с другой стороны, которое осуществляется на ос-

новании соглашения о государственно-частном партнерстве, соглашения о муниципально-частном партнерстве, заключенных в соответствии с настоящим Федеральным законом в целях привлечения в экономику частных инвестиций, обеспечения органами государственной власти и органами местного самоуправления доступности товаров, работ, услуг и повышения их качества» [1].

Отметим, что государственно-частное партнерство выступает обобщенным термином, включающим в себя несколько различных форм взаимодействия государства и частного сектора экономики, о которых мы и поговорим далее в данном исследовании. Стоит заметить, что Федеральный закон «О государственно-частном партнерстве, муниципально-частном партнерстве в Российской Федерации и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» не содержит в себе специальных указаний на формы государственно-частного партнерства в Российской Федерации, что на наш взгляд, несколько усложняет реализацию указанного института в отечественной социально-экономической сфере.

Для раскрытия вопроса о формах государственно-частного партнерства в современной России необходимо обратиться не только к искомому нормативно-правовому акту, но также и к другим актам федерального законодательства. Стоит отметить, что ввиду отсутствия единого законодательного закрепления понятия и разновидностей форм государственно-частного партнерства, в современной науке нет единого подхода к указанному вопросу. В рамках данного исследования мы будем рассматривать форму государственно-частного партнерства как один из видов взаимодействия государства и частного бизнеса, характеризующуюся собственным порядком пра-

вового регулирования, механизмами и способами реализации, а также целям и задачами функционирования.

Двумя крупнейшими формами реализации государственно-частного партнерства в России выступают создание совместных предприятий и концессии. Совместное предприятие представляет собой организацию, созданную государством совместно с частным партнером. Особенностью функционирования совместных предприятий выступает высокая доля самостоятельности частного партнера в принятии решения при активном участии государства в финансово-хозяйственной, производственной и иных формах деятельности предприятий. Зачастую совместные предприятия учреждаются в рамках организации и реализации какого-либо проекта (к примеру, по разработке новых месторождений или строительству объектов инфраструктуры), в таком случае речь идет о, так называемых проектных компаниях. Основная цель проектной компании состоит в аккумуляции материальных, экономических и иных ресурсов участников проекта.

Большинство совместных предприятий на сегодняшний день строятся в форме акционерных обществ, в рамках которой прибыль, риск и ответственность учредителей определяется размерами долей в капитале совместного предприятия.

Второй формой государственно-частного партнерства выступает создание концессионного предприятия. В рамках отечественного законодательства концессии регулируются Федеральным законом «О концессионных соглашениях», от 21.07.2005 № 115-ФЗ. В рамках данного нормативного акта устанавливается понятие концессии, которая представляет собой соглашение, заключаемое между государством и частными партнерами (инвесторами), согласно которому инвестор реконструирует или создает определенные объекты, находящиеся в государственной собственности, и получает возможность эксплуатировать указанные объекты на возмездной основе, получая с этого определенный доход. Федеральным законодательством Российской Федерации установлено, что в настоящее время основной целью заключения концессионных соглашений выступает привлечение дополнительных инвестиций в российскую экономику, а также повышение эффективности использования имущества, находящегося в государственной или муниципальной собственности [2].

Обе указанные выше формы государственно-частного партнерства отличаются повышенной долей самостоятельности частных партнеров в рамках данных соглашений. В то же время на практике в современной России большое распространение получили формы с меньшей долей самостоятельного участия частного бизнеса. К таким формам государственно-частного партнерства принято относить:

1. Разнообразные контракты, заключаемые с частным партнером в целях достижения различных интересов государства. Контракты как форму государствен-

но-частного партнерства можно подразделить на несколько видов:

— сервисные контракты, которые связаны с непосредственным оказанием помощи государству в управлении государственным имуществом и реализации государственной политики. К таким контрактам, к примеру относятся контракты, заключаемые в рамках государственных и муниципальных закупок оборудования, техники, материалов и иной продукции и конкретного поставщика в целях обеспечения интересов государства, его субъектов или муниципального образования.

Отметим, что к числу таких контрактов также можно отнести контракты технической помощи, в рамках которых с частным партнером заключается соглашение, согласно которому он обязуется обеспечить помощь государству с решением какой-либо задачи, которая не может быть решена с использованием исключительно государственных ресурсов.

— управляющие контракты, которые связаны с непосредственным вмешательством частного партнера в управление имуществом, находящимся в государственной собственности. Примером таких контрактов может послужить непосредственно контракт на управление имуществом, в рамках которого управление государственным имуществом вверяется частному партнеру. Также к числу таких контрактов относятся контракты, связанные с проектированием, строительством и управлением объектов, в рамках которых указанные функции возлагаются на частного партнера [4].

2. Формой государственно-частного партнерства также могут выступать договоры аренды государственного и муниципального имущества. Согласно простому договору аренды частному партнеру государство предоставляет во временное пользование государственное или муниципальное имущество за определенную плату. При этом условиями договора аренды может быть обговорен последующий выкуп арендованного имущества.

Частным случаем договора аренды в рамках государственно-частного партнерства выступают договоры лизинга, согласно которым частный партнер приобретает в собственность имущество, необходимое для удовлетворения государственных или муниципальных нужд, и передает такое имущество во временное пользование государству или иному публичному образованию, получая при этом оплату. Отметим, что многие авторы называют лизинг одной из наиболее удачных форм реализации государственно-частного партнерства в Российской Федерации, что связано, в первую очередь, со сравнительно быстрым сроком заключения лизинговых соглашений по сравнению с иными соглашениями государственно-частного партнерства.

3. Соглашение о разделе продукции, которое в рамках российского законодательства регулируется положениями Федерального закона «О соглашениях о разделе продукции», от 30.12.1995 № 225-ФЗ. В рамках данного нормативно-правового акта установлено, что соглашение о разделе продукции является договором, который заклю-

чается между государством и частным партнером, и согласно которому государство предоставляет частному партнеру на возмездной основе и на определенный срок исключительные права на поиск, разведку, добычу минерального сырья на участке недр, указанном в соглашении, и на ведение связанных с этим работ, а инвестор обязуется осуществить проведение указанных работ за свой счет и на свой риск [3].

Обобщая вышеизложенное, отметим, что в рамках современного российского законодательства предусмо-

трены различные формы государственно-частного партнерства, каждая из которых направлена на реализацию интересов государства и частного бизнеса в различных секторах экономики. При этом общим для всех указанных форм государственно-частного партнерства остается наличие характерных для данной формы сотрудничества признаков, включая основную цель государственно-частного партнерства — привлечение инвестиций в российскую экономику и улучшению качества предоставляемых на российском рынке товаров, работ и услуг.

Литература:

1. Федеральный закон Российской Федерации «О государственно-частном партнерстве, муниципально-частном партнерстве в Российской Федерации и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации», от 13.07.2015 № 224-ФЗ // Российская газета, № 156, 17.07.2015.
2. Федеральный закон Российской Федерации «О концессионных соглашениях», от 21.07.2005 № 115-ФЗ // Российская газета, № 161, 26.07.2005.
3. Федеральный закон Российской Федерации «О соглашениях о разделе продукции», от 30.12.1995 № 225-ФЗ // Российская газета, № 5, 11.01.1996.
4. Тонян, М. Н. Формы реализации государственно-частного партнерства / М. Н. Тонян. — Текст: электронный // CyberLeninka: [сайт]. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/formy-realizatsii-gosudarstvenno-chastnogo-partnerstva> (дата обращения: 22.05.2020).

Кадровое обеспечение стратегического планирования в условиях изменений (на основе формирования ключевых компетенций XXI века)

Ежокина Анастасия Михайловна, студент

Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (г. Москва)

В статье раскрывается понятие стратегического планирования. Кадровое обеспечение сферы стратегического планирования будет рассмотрено относительно ключевых компетенций 21 века. Предложены рекомендации по формированию кадрового потенциала в области стратегического управления.

Ключевые слова: стратегическое управление, кадровое обеспечение, ключевые компетенции, кадровая политика, управление персоналом, совершенствование, модель компетенций.

В настоящее время в процессах управления государством и регионами применяются теоретические и практические разработки, основанные на использовании новых подходов и методов управления. Наблюдается активность в разработке документов стратегического характера для страны и ее территорий, что требует согласованности действий на всех уровнях власти, но на данном этапе развития страны этому уделяется недостаточное количество внимания, что существенно тормозит и усложняет процесс претворения в жизнь разработанных документов.

Стратегическое планирование — это деятельность по целеполаганию, прогнозированию и программированию социально-экономического развития Российской Федерации, субъектов Российской Федерации и муниципальных образований, сфер государственного и муниципального управления и отраслей экономики, обеспечения национальной

безопасности Российской Федерации, направленная на решение задач устойчивого социально-экономического развития и обеспечение национальной безопасности.

В первую очередь необходимо отметить, что общество сегодня требует эффективного и ответственного управления, при этом эффективность управления становится синонимом хорошего отношения к потребителям. Эффективность управления, в свою очередь, находится под прямым влиянием компетентности того или иного персонала. Ключевыми компетенциями профессионала становятся не только знания, умения, навыки, профессиональный опыт, но и умение такие знания производить. В связи с этим необходимы качественные преобразования в кадровом обеспечении и в управлении человеческими ресурсами в системе государственного управления. Необходим комплексный подход к рациональному

использованию, востребованности и развитию профессионального капитала во взаимосвязи со стратегическими ориентирами развития государственности в целом.

В современных условиях невозможно реализовать стратегии роста без комплексного подхода к развитию человеческого капитала.

Специалисты в сфере стратегирования обязаны обладать важным набором формализованных правил и процедур разработки стратегических документов, совершенствовать умение стратегического мышления и навыков, последовательно и уверенно реализовывать принятые стратегические документы. Тем не менее, получение положительных результатов от разработанной стратегии становится возможным только при использовании подхода, который позволяет рационально определять ключевые приоритеты развития объекта стратегирования, ставить цели и задачи прямым исполнителям. С целью эффективной реализации такой концепции следует развивать набор профессиональных компетенций и навыков, освоение которыми, вместе с формированием стратегического мышления, даст возможность процессу принятия стратегических решений стать обоснованным, а реализацию стратегии стабильной и эффективной [2].

Представляется, что необходимо реформировать кадровую стратегию государства, которая будет, с одной стороны, направлена на формирование социальной среды, способствующей не на словах, а на деле востребованности талантливых специалистов, их развитию, совершенствованию профессиональных компетенций, с другой — обеспечивающей преемственность лучших традиций и социальных практик.

Йенс Расмуссен разделял занятых в экономике на 3 категории [5]:

1. Категория «Умение»: около 50 % работы — это повторяющиеся типовые задания, где присутствует в большей степени физический труд, а подготовке уделяется малое количество времени.

2. Категория «Правило»: более 50 % работы заключается в техническом труде. Принятие решений происходит строго по предписанным правилам, а также требуется подготовка специализированных кадров.

3. Категория «Знание»: более 50 % задач состоят из творческой деятельности, что включает в себя высокий уровень неопределённости и независимости при принятии решений. В этой категории требуется хорошая профессиональная подготовка.

Опираясь на неустойчивый экономический рост в России, для достижения высокой конкурентоспособности на мировом уровне необходимо увеличить число кадров из категории «Знание». В связи с этим необходимо развитие у специалистов в сфере стратегирования определенного набора компетенций.

Ключевые компетенции разделяются на три группы: когнитивные навыки, социально-поведенческие навыки, цифровые навыки.

Когнитивные навыки включают в себя:

1. Саморазвитие (самосознание, обучаемость, восприятие критики и обратная связь, любознательность).

2. Организованность (организация своей деятельности, управление ресурсами).

3. Достижение результатов (ответственность, принятие риска, настойчивость в достижении целей, инициативность).

4. Решение нестандартных задач (креативность, критическое мышление).

5. Управленческие навыки (приоритизация, постановка задач, развитие других, мотивирование других, делегирование).

6. Адаптивность (работа в условиях неопределённости).

Социально-поведенческие навыки включают в себя:

1. Коммуникация (презентационные, письменные, переговорные навыки и открытость).

2. Межличностные навыки (работа в команде, этичность, эмпатия, клиенториентированность).

3. Межкультурное взаимодействие (осознанность, социальная ответственность, кроссфункциональное и кроссдисциплинарное взаимодействие, знание иностранных языков и культур).

Цифровые навыки включают в себя:

1. Создание систем (программирование, разработка приложений, проектирование производственных систем).

2. Управление информацией (обработка и анализ данных).

Развитие компетенций целевой модели обеспечивает хороший фундамент для увеличения профессионалов в сфере стратегического планирования, так как такой подход предполагает развитие человеческого потенциала не только для решения задач путем предписанных инструкций, но и даёт большое поле деятельности для решения проблем неординарными, совершенно новыми способами, что позволит эффективнее достигать поставленные цели.

Профессионалы категории «Знание» являются основой для конкурентоспособности страны. Достижение высокого числа подобных специалистов в России предполагает:

1. Изменение структуры национального рынка труда в пользу рабочих мест категории «Знание»;

2. Развитие универсальных компетенций Целевой модели 2025 у большего круга людей как до выхода на рынок труда (в рамках образовательной системы), так и во время их работы (в рамках дополнительного профессионального образования и корпоративного обучения).

Под влиянием технологических и макроэкономических трендов уже сегодня и тем более в горизонте 2025 года конкурентоспособность кадров определяется не столько «твердыми» навыками и знаниями, сколько развитием универсальных компетенций.

Таким образом, новая конкурентоспособность Российской Федерации определяется возможностью создавать, привлекать и удерживать носителей ключевых ком-

петенций. Необходимо разрабатывать и реализовывать концепцию развития человеческого капитала, которая включала бы в себя не только вопросы образования и подготовки кадров, но и вопросы стимулирования спроса на кадры категории «Знание» и создания среды, благоприятной для развития человека.

Основа такой концепции — 8 шагов развития человеческого капитала в России:

1. Создание конкурентного предложения условий труда для профессионалов категории «Знание».
2. Сокращение неэффективной «социальной занятости». Создание прозрачного механизма, позволяющего определять подходы к оптимизации численности совместно с государственным регулятором и работодателями.
3. Создание на национальном уровне системы переквалификации высвобождаемых кадров. Определение зон ответственности государства, ключевых работодателей, государственных и негосударственных образова-

тельных организаций в рамках создаваемой системы переквалификации.

4. Создание благоприятных условий для ведения бизнеса в России, включая стимулирование развития инновационных малых предприятий и постановку целей губернаторам и руководству регионов.

5. Создание опережающего предложения кадров — носителей целевых компетенций — образовательной системой.

6. Перенос фокуса образовательных программ с развития предметных знаний и запоминания информации на развитие личностных и метапредметных компетенций.

7. Стимулирование притока талантов в сферу образования.

8. Продвижение ценностей роста и профессионального развития на уровне страны [4].

Реализация этих шагов возможна только при активном вовлечении и взаимодействии всех заинтересованных сторон: государства, бизнеса, системы образования, общественных деятелей.

Литература:

1. Указ Президента Российской Федерации от 07.02.2012 № 601 «О совершенствовании государственного управления в Российской Федерации» // Собрание законодательства РФ от 7 мая 2012 г. № 19. Ст. 2338
2. Алимуратов, М. К., Власюк Л. И. Стратегирование — новая область профессиональных знаний/Научно-практический журнал «Управленческое консультирование» № 11 (107) — 2017. — с. 154-158.
3. Магданов, П. В. Современный подход к стратегическому планированию // ARS ADMINISTRANDI, 2011. № 1. с. 78.
4. Россия 2025: от кадров к талантам [Электронный ресурс]. — Москва, 2017. — с. 8-9. Режим доступа: http://d-russia.ru/wp-content/uploads/2017/11/Skills_Outline_web_tcm26-175469.pdf Дата обращения: 11.05.2019 г.
5. Rasmussen, J. Skills, Rules, and Knowledge; Signals, Signs, and Symbols, and other distinctions in Human Performance models // IEEE Transactions on Systems, Man, and Cybernetics № 3, 1983. — P. 257-266.

Исследование развития российского рынка электронной книги в условиях формирования информационного общества

Жиганшина Камиля Мустафаевна, студент магистратуры;
Козорезова Наталия Сергеевна, студент магистратуры
Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова (г. Москва)

В рамках исследования дана оценка текущей ситуации рынка электронной книги. Рассмотрены основные особенности его функционирования. Содержащаяся в статье информация позволит выработать обоснованные решения по развитию и получению прогнозируемых положительных общественно-значимых результатов.

Ключевые слова: книжный рынок, электронная книга, издательство.

The study assesses the current situation of the e-book market. The main features of its functioning are considered. The information contained in the article will allow you to make informed decisions on the development and receipt of predicted positive socially significant results.

Key words: book market, e-book, publishing house.

Книги в электронном виде — перспективное направление российского книгоиздания. Электронные версии завоевывают все большее количество потреби-

телей, тем самым увеличивая долю данного сегмента. В связи с развитием информационных технологий очевидна необходимость исследования и выявления ос-

новых особенностей и тенденций для успеха электронных книг на отечественном рынке. В этом и состоит актуальность выбранной нами темы.

Электронный формат книги позволяет решать следующие задачи:

- сокращение скорости публикации, быстрый доступ к книжным новинкам;
- сокращение себестоимости книги;
- отсутствие дистанции между авторами и читателями, что позволяет быстро реагировать на запросы последних, дает возможность редактировать текст;
- снижение порога входа в профессию, любой может попробовать себя в качестве писателя;
- больше возможностей для поиска целевой аудитории и анализа рынка.

Также электронные книги удобны в приобретении и использовании. Их можно покупать когда и где хочешь, не затрачивая много усилий и времени на поиск и выбор нужной, что определяет мобильность и доступность продукта. А популярность смартфонов и активное использование мобильного интернета позволяет иметь книгу всегда под рукой. Кроме того, с развитием тренда осознанного потребления, такой формат книги однозначно выигрывает, так как является самым экологичным, не требующим для своего производства природных ресурсов и не несет за собой отходов.

Рынок электронных книг имеет ряд своих особенностей, с которыми сталкиваются его участники, издательства. Исходя из предложений на рынке можно выявить, что он поделен между крупными игроками и существуют барьеры входа малым издательствам. В последнее время новых игроков среди издателей и интернет-магазинов не появилось. На основных площадках редко можно встретить книги малых издательств. Крупные выкупают ресурсы с целью размещения и продажи там своих книг. Так, издательство «ЭКСМО» выкупило известный интернет-магазин «ЛитРес». Книги других издательств там тоже продаются, однако их доля намного меньше. Кроме того, в поиске и в рекомендациях первые позиции занимают книги издательства — владельца данного ресурса. Проблемами для входа на рынок новых изданий будут являться отсутствие опыта верстки электронных книг и столкновения по поводу авторских прав. Данные факты свидетельствуют о монополизации рынка электронной книги [1].

На российском рынке электронных книг отмечается интегрированность цифрового производства книг с традиционной бумажной формой. Каналы распространения и продвижения цифрового контента являются независимыми. Исключительно электронным форматом книг в России могут заниматься только крупные издательства. Но даже они, осуществляя агрегацию, конвертацию и продвижение, не способны выйти на полный цикл производства, поскольку основную долю прибыли зарабатывают от продажи традиционной бумажной версии книги [2].

В то же время из-за проблем с экономикой, падением российского курса валюты рынок электронной книги

может быть неустойчив. Данные тенденции приводят к развитию в среде цифрового контента электронного самиздата. Активно возникают площадки для создания и распространения продукции самиздата. Они дают возможность авторам в режиме онлайн создавать книгу и размещать ее на сайтах интернет-магазинов. Контент предоставляет авторам бесплатный доступ к сервисам по созданию макета книги и переводу ее в цифровой формат, размещению информации для продажи [3].

Однако развитие в данном направлении идет, так как есть устойчивый растущий спрос на электронные книги. Объяснить это можно преимуществами в плане материального носителя: компактность, лёгкость перемещения, настройка параметров для конкретного читателя, а также возможность хранения большого объёма информации. Со спецификой материального носителя идут некоторые недостатки: зависимость функционирования устройства от электропитания; недостаточная приспособленность к физиологическим особенностям чтения. Однако эти недостатки в процессе развития технологий могут быть устранены [4].

Современные способы обработки информации содействуют росту массовой цифровой компетентности, которая определяется способностью получать, обрабатывать, передавать информацию и трансформировать ее в знания. Цифровая грамотность населения растет и включает навыки: от доступа к информации до передачи через различные средства информации [5].

Современные информационные технологии позволяют добавить в электронную книгу элемент интерактива. С помощью планшетов и телефонов с цветным дисплеем можно встраивать в книгу видео, аудио, анимированные элементы. Характер книги приобретает гибридный формат — интерактивная книга. Это мультимедийный продукт, состоящий из текста, иллюстраций, интерактивных элементов, саундтреков и видео. Появляются книги, где читателю предоставляется выбор, от которого зависит дальнейшее развитие сюжета. Данные составляющие способствуют получению более полных впечатлений от текста, погружение в атмосферу произведения. Это новый этап в развитии книжного рынка [6].

В связи с развитием рынка электронной книги встает вопрос и о законодательном закреплении принципов его существования, защите авторского права. Исследования отдельных авторов свидетельствуют о том, что среди населения доля читателей электронных книг составляет 70%, тогда как покупателей таких товаров значительно меньше, около 15% [7]. Существует проблема отсутствия культуры потребления платного контента, что свойственно для всех сегментов российского рынка цифрового контента. Чтобы пресечь функционирование данных сайтов в закон принимаются поправки. Так в 2018 году получило дальнейшее развитие применение антипиратского законодательства в России. Введен Федеральный закон, предусматривающий блокировку копий пиратских сайтов

с ограниченным доступом, в связи с содержанием объектов авторского права [8].

Проведенный анализ проблем позволяет делать вывод о том, что основной и остро стоящей из них остается сильная конкуренция со стороны книги бумажного формата. Для более детальной разработки решений данной проблемы проведем анализ и расчеты состояния рынка, определим рекомендации, спрогнозировав основные показатели рынка.

Медиапотребление в РФ у населения старше 16 лет составляет свыше 8 часов в сутки. Кроме того, наблюдается рост данного показателя: за последние 6 лет значение увеличилось на 12 минут (2,5%). Читают книги в среднем около 14 минут в день. За 6 лет в общем объеме медиапотребления чтение печатных изданий поднялось на половину пункта.

Книжный рынок в натуральном выражении имеет тенденцию к росту на уровне 1% в год, оборот в денежном выражении растет в среднем на 7% в год.

Рынок электронных книг в РФ за 2018 год охватил 6,4% от общего оборота печатной книги и составил 4,8 млрд. руб. При этом рост объема данного рынка, включая сегменты «бизнес-потребитель» и «бизнес-бизнес», а также рынок аудиокниг составил около 35% к прошлому году. В 2019 году объем достиг шести с половиной миллиардов рублей (возрос на 35% по отношению к 2018 г.) [9].

Анализ сегментов «бизнес-потребитель» и «бизнес-бизнес» указывает на рост первого и упадок второго. Так, в сегменте B2C за 2018 год рост объема составил почти 42% и имел значение три с половиной миллиарда рублей, при этом отмечается рост числа скачиваний электронных книг: на «ЛитРес» число скачиваний увеличилось на половину и составило 11,5 млн. экземпляров. В сегменте B2B продажа подписок для высших учебных заведений и библиотек ЭБС падает на 10% в год, за 2018 год продажа составила 460 млн. рублей. Проиллюстрируем динамику рынка на рисунке 1.



Рис. 1. Динамика рынка традиционных и электронных книг в 2011-2018 гг. (составлено авторами по данным Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям)

Как видно из диаграммы (Рис. 1), за период 2011-2018 гг. наблюдается постепенный рост рынка электронных книг: если в 2011 году объем составил 320 млн. рублей, то к 2018 году показатель увеличился до 4,81 млрд. рублей.

На рынке цифровых библиотек научного и образовательного характера выделяются следующие игроки: Znaniium.com, IPRbooks, ЭБС «Консультант студента», eLibrary, «Лань». Основными игроками на рынке электронной книги являются: «ЛитРес», GooglePlay, MyBook. Лидирует «ЛитРес» с долей 66% в 2018 году. Число скачиваний в январе-июне 2019 года увеличилось на 50,3% по сравнению с тем же периодом 2018 года.

Анализ рынка аудиокниг позволяет судить о перспективности данного сегмента в РФ. В 2018 году оборот увеличился на 31% и достиг отметки в 850 млн. рублей. В 2019 году продажа аудиокниг осуществилась на сумму полтора миллиарда рублей — 2,5% от общего объема рынка. В 2018 году количество слушателей книг составило 45%, в 2019-58%. Лидер среди «производителей» аудиокниг — «ЛитРес» с долей 60% [9]. Рассмотрим динамику цен на рис. 2.

На диаграмме (Рис. 2) отражено, что в 2011 году бумажный носитель в 2,2 раза стоил дороже электронной

версии, в 2014 году — в 1,95 раз, а в 2018 данный показатель составил 1,63 раза. Это позволяет нам сделать вывод, что цена электронной книги медленно приближается к книге физической.

Исходя из данных диаграммы (Рис. 3), можно наблюдать развитие электронной версии печатных изданий в Москве и Санкт-Петербурге: если в 2009 доля составляла лишь 4%, то к 2015 году показатель вырос до 30% [9].

Долю в 31% продаж издательствам обеспечивают электронные ресурсы, 21% — собственные сайты и 16% — книжные интернет-магазины.

Проведя анализ состояния рынка электронных книг, мы поставили цель спрогнозировать развитие данного рынка в России до 2025 года (рис. 4).

По данным построения диаграммы (Рис. 4), мы видим прогнозируемое расширение рынка электронных книг. В настоящий момент объем рынка составляет 8,3 млрд. рублей. Если тенденции развития последних лет сохранятся, то к 2025 году рынок электронной книги достигнет 11 млрд. руб., что составит около 13% оборота книжного рынка. Позиции электронной книги укрепляются. Рассмотрим взаимосвязь с развитием Интернета на рисунке 5.

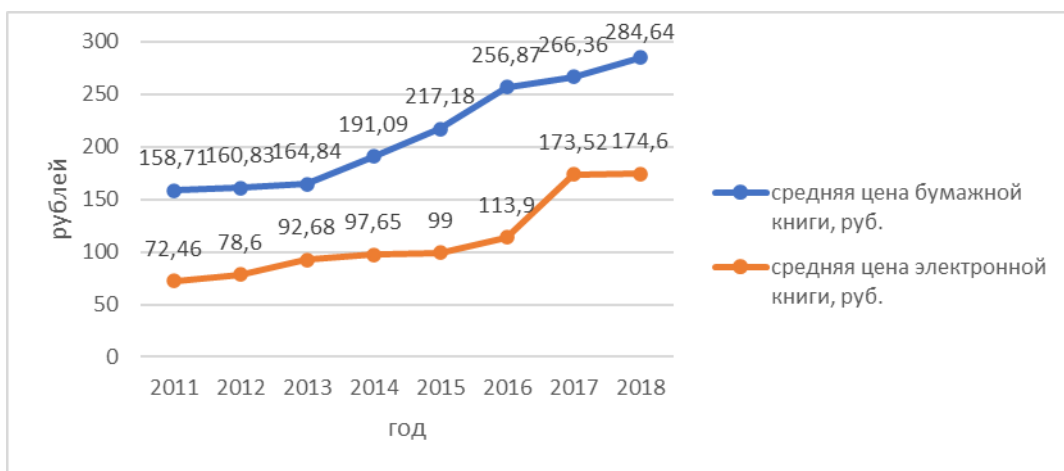


Рис. 2. Средняя цена бумажной и электронной версии книг (составлено авторами по данным Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям)



Рис. 3. Доля электронных книг в ассортименте российских издательств, % (составлено авторами по данным Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям)



Рис. 4. Прогноз развития рынка электронных книг, млрд. руб.

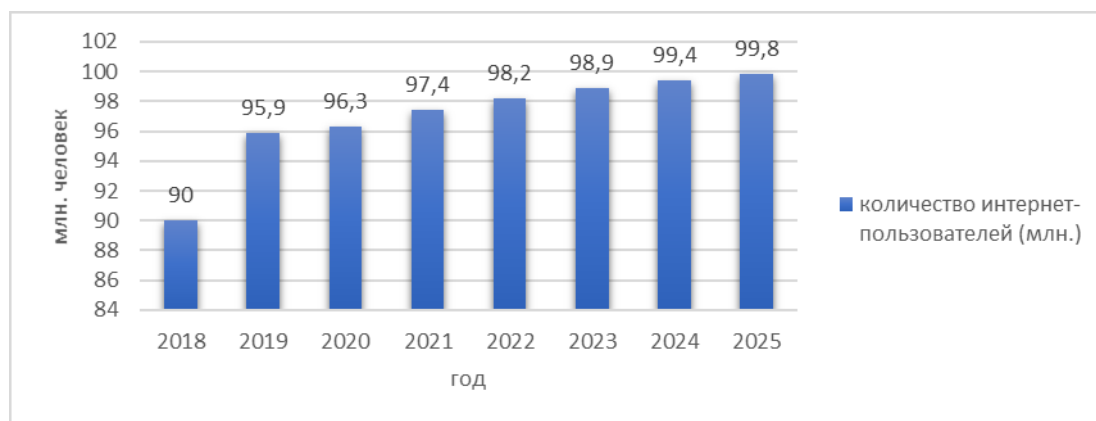


Рис. 5. Прогноз количества интернет-пользователей в России, млн. человек

Согласно приведенным на диаграмме данным (Рис. 5) в 2018 году в России насчитывалось 90 миллионов пользователей сети, к 2025 году данный показатель может составить 99,8 миллионов человек, что скажется и на рынке электронных книг: объем рынка возрастет в 1,7 раз по сравнению с 2019 годом. Развитие рынка электронных книг напрямую зависит от формирования информационного общества в России.

Таким образом, рынок электронных книг продолжает свое развитие в России и является перспективным, пользующимся все большим спросом со стороны конечных покупателей. На данном рынке есть свои особенности и сложности в развитии, такие как: монополизация рынка; высокая конкурирующая доля традиционной книжной продукции; высокая степень пиратства. Однако находятся пути решения сложившихся задач. Для преодоления высокой конкуренции со стороны бумажного формата стоит уделить внимание развитию новых форматов электронной книги (аудиокнига, интерактивная книга); созданию сервисов самиздата; развитию технологий и информационных устройств. Для увеличения

аудитории и ее информированности, а также доступности электронных книг является целесообразным создание соответствующих сервисов на популярных интернет площадках: Яндекс, Mail.ru; также в социальных сетях (ВКонтакте, Одноклассники). Это будет являться приоритетным направлением в виду развития технологий и проникновением интернета по стране, появлением новых интернет-пользователей. Разработка государственной программы с участием соответствующих компаний позволит привлечь инвестиции на данные проекты, повысит информированность пользователей и создаст на книжном рынке сильных участников, способных конкурировать с действующими игроками. Основными драйверами роста являются увеличение числа продаваемых в электронном виде наименований и рост цен; расширение аудитории сервисов, работающих по подписке.

В наши дни многие сферы жизни переходят в формат онлайн, и книги являются одним из зарождающихся сегментов цифрового контента. Важно поддержать данную тенденцию и следовать за развитием этого направления, за которым стоит будущее.

Литература:

1. Лаврова, А. Н, Новые форматы книг в контексте современных технологий: московские издательства на рынке электронных книг // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2014. № 6. с. 192-201.
2. И.В. Лизунова, Рынок электронных книг в России: специфика производства и дистрибуции // Текст. Книга. Книгоиздание. 2019. № 19. с. 106-125.
3. Кубанцева, И. А, Электронная книга: состояние и особенности развития // В сборнике: XLVII Огарёвские чтения Материалы научной конференции. В 3-х частях. Составитель А.В. Столяров. Ответственный за выпуск П.В. Сенин. 2019. с. 201-205.]
4. Динер, Е.В., Электронная книга как категория книговедения // Культура: теория и практика. 2017. № 2 (17). с. 10.
5. Борзило, Е. Ю, Некоторые вопросы конкуренции на рынке электронных книг // Евразийский юридический журнал. 2018. № 11 (126). с. 170-172.
6. Захарова, М.В., Обзор современного рынка интерактивных электронных изданий: направления и тенденции развития // Казанский экономический вестник. 2016. № 5 (25). с. 88-92.
7. Лизунова, И.В., Рынок электронных книг: общероссийские тренды, региональные особенности // Труды ГПНТБ СО РАН. 2018. № 13-2. с. 217-223.
8. Электронные книги (рынок России). TAdviser [Электронный ресурс] Режим доступа: [\(http://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Электронные_книги_\(рынок_России\)\)](http://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Электронные_книги_(рынок_России)) (дата обращения: 25.04.20)

9. Книжный рынок России. Состояние, тенденции и перспективы развития 2019 // Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.unkniga.ru/images/docs/2019/otr-doklad-kn-rynok-2018.pdf> (дата обращения: 25.04.20)

Динамика производства маслосемян подсолнечника (на материалах Ульяновской области)

Зиневич Татьяна Юрьевна, студент магистратуры

Научный руководитель: Сушкова Татьяна Юрьевна, доктор экономических наук, профессор
Ульяновская государственная сельскохозяйственная академия имени П. А. Столыпина

В статье проведен анализ тенденций производства маслосемян подсолнечника на материалах Ульяновской области, выявлены тенденции роста валового сбора и рассчитаны прогнозируемые показатели.

Ключевые слова: сельское хозяйство, подсолнечник, динамика производства, статистическая группировка, прогноз.

Подсолнечник принадлежит к группе наиболее ценных и высокодоходных культур, играющих ключевую роль в укреплении экономики сельскохозяйственных предприятий. От уровня валового сбора семян зависит не только удовлетворение потребностей населения в пищевом растительном масле, но и в значительной мере обеспечение животноводства высокобелковым кормом.

В Приволжском федеральном округе по производству семян подсолнечника лидируют Саратовская, Оренбургская и Самарская области. К сожалению, Ульяновская область

к основным производителям подсолнечного масла пока не относится, хотя селекционеры регулярно представляют новые ультрараннеспелые сорта и гибриды, способные формировать большие урожаи высокого качества даже в относительно прохладных регионах, включая нашу область.

В последние годы в РФ, в том числе в Ульяновской области, сложились позитивные тенденции развития производства подсолнечника. На основании данных Росстата по Ульяновской области была составлена аналитическая таблица 1.

Таблица 1. Динамика производства маслосемян подсолнечника в сельскохозяйственных предприятиях Ульяновской области

Показатели	Года									Изменение 2019 г. в % к 2011 г.
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	
Площадь посева, га	151,9	133,9	181,1	202,3	186	233,6	219,1	207,9	212,9	40,15
Валовый сбор урожая, тыс. тонн	138,4	121,8	177,1	17,9	173,2	264,3	196,9	278	339,5	145,30
Урожайность, ц с 1 га посева.	10,9	11,3	12,2	9,1	10,6	11,4	10,9	14,1	16,2	48,62

Статистические данные по Ульяновской области свидетельствуют о росте валового сбора маслосемян подсолнечника на 145,3%. Рост объемов производства маслосемян подсолнечника в Ульяновской области обусловлен расширением посевных площадей, которые за анализируемый период с 2011 г. по 2019 г. увеличились с 151,9 га до 212,9, то есть на 61 га (40,15%) [2, с 220].

В динамике за период с 2011 по 2019 годов урожайность подсолнечника в хозяйствах всех категорий Ульяновской области возросла на 48,62% и составила 6,2 ц/га. Устойчивая тенденция роста урожайности наблюдалась в периоды с 2011 по 2013 г. и с 2017 по 2019 годы: с 10,9 до 16,2 ц/га. В 2019 году был достигнут рекордный уровень уро-

жайности подсолнечника в регионе. Неблагоприятные условия возделывания культуры в 2014 году способствовали резкому снижению урожайности до 9,1 ц/га, затем тенденция роста показателя возобновилась до 2017 г [1, с. 398].

По статистическим сводным данным сельскохозяйственных предприятий Ульяновской области по валовому сбору урожая подсолнечника за последние 9 лет был произведен расчет абсолютных и относительных показателей ряда динамики цепным и базисным способами, различными методами и выявлена основная тенденция ряда динамики, сделан точечный прогноз методом экстраполяции.

В таблице 2 произведен расчет показателей этого ряда динамики.

Таблица 2. Абсолютные и относительные показатели ряда динамики валового сбора подсолнечника в Ульяновской области

Годы	Валовой сбор подсолнечника, тыс. тонн	Абсолютный прирост		Темп роста, %		Темп прироста, % (Темп роста-100)		Абсолютное значение 1% прироста, $\frac{Y_{n-1}}{100}$
		Базисный $Y_n - Y_0$	Цепной $Y_n - Y_{n-1}$	Базисный $\frac{Y_n}{Y_0} \times 100$	Цепной $\frac{Y_n}{Y_{n-1}} \times 100$	Базисный	Цепной	
2011	138,4	0	0	100,00	-	-	-	-
2012	121,8	-16,6	-16,6	88,01	88,01	-11,99	-11,99	1,384
2013	177,1	38,7	55,3	127,96	145,40	27,96	45,40	1,218
2014	171,9	33,5	-5,2	124,21	97,06	24,21	-2,94	1,771
2015	173,2	34,8	1,3	125,14	100,76	25,14	0,76	1,719
2016	264,3	125,9	91,1	190,97	152,60	90,97	52,60	1,732
2017	196,9	58,5	-67,4	142,27	74,50	42,27	-25,50	2,643
2018	278	139,6	81,1	200,87	141,19	100,87	41,19	1,969
2019	339,5	201,1	61,5	245,30	122,12	145,30	22,12	2,78

В результате произведенных расчетов выявлено, что в среднем за 9 лет валовой подсолнечника в сельскохозяйственных предприятиях Ульяновской области составил 206,79 тыс. тонны. Ежегодно валовой сбор подсолнечника по области увеличивается в среднем на 25,137 тыс. тонн или 11,87%. В целом за период показатель увеличился на 201,1 тыс. тонн или 145,3% [3, с. 144].

В таблице 3 представлены механические методы анализа основной тенденции ряда динамики. Так, используя метод скользящих средних и метод укрупнения периодов было установлено, что валовой сбор подсолнечника в Ульяновской области за исследуемый девятилетний период имеет четкую тенденцию к увеличению.

Таблица 3. Расчет средней и скользящей средней по укрупненным периодам, выравнивание по среднегодовому абсолютному приросту

Годы	Валовой сбор подсолнечника, тыс. тонн	Выравнивание по среднегодовому абсолютному приросту (сокращению) $\bar{Y} = Y_0 + \bar{A}t$	Средняя по трехлетним	
			Укрупнения периодов	Скользящая средняя
2011	138,4	138,4	-	-
2012	121,8	168,2750	145,7667	145,7667
2013	177,1	198,15	-	156,9333
2014	171,9	228,025	-	174,0667
2015	173,2	257,9000	203,1333	203,1333
2016	264,3	287,775	-	211,4667
2017	196,9	317,65	-	246,4000
2018	278	347,5250	271,4667	271,4667
2019	339,5	377,4	-	-

Наиболее эффективным методом выявления тенденции ряда динамики является аналитическое выравнивание.

Судя по уравнению прямой, валовой сбор подсолнечника в Ульяновской области увеличивается в среднем на 23,417 тыс. тонны в год. Уравнение параболы более детально показывает, что этот показатель сокращается с равномерным ускорением, равным 4,996 тыс. тонн в год за год. Среднее по данным за весь период увеличение составило 1,566 тыс. тонн в год.

Чтобы сделать точечный прогноз методом экстраполяции в уравнение тренда с наибольшим R^2 вместо t следует подставить порядковый номер соответствующего года. Приняв за 2020 г. $t=10$, а за 2021 г. $t=11$ был рассчитан про-

гноз валовой сбор урожая подсолнечника. В результате расчетов, был сделан вывод, что при сохранении выявленной тенденции валовой сбор урожая подсолнечника может составить в 2020 году — 323,846, а в 2021 г. — 373,846 тыс. тонн.

Анализ динамики производства маслосемян подсолнечника в Ульяновской области показал, что развитие отрасли должно быть направлено на повышение устойчивости производства, дальнейший рост урожайности культур, сокращение потерь продукции и повышение ее качества, снижение трудоемкости и себестоимости, что является непосредственными внутренними факторами, влияющими на конкурентоспособность маслосемян подсолнечника и продукции переработки.

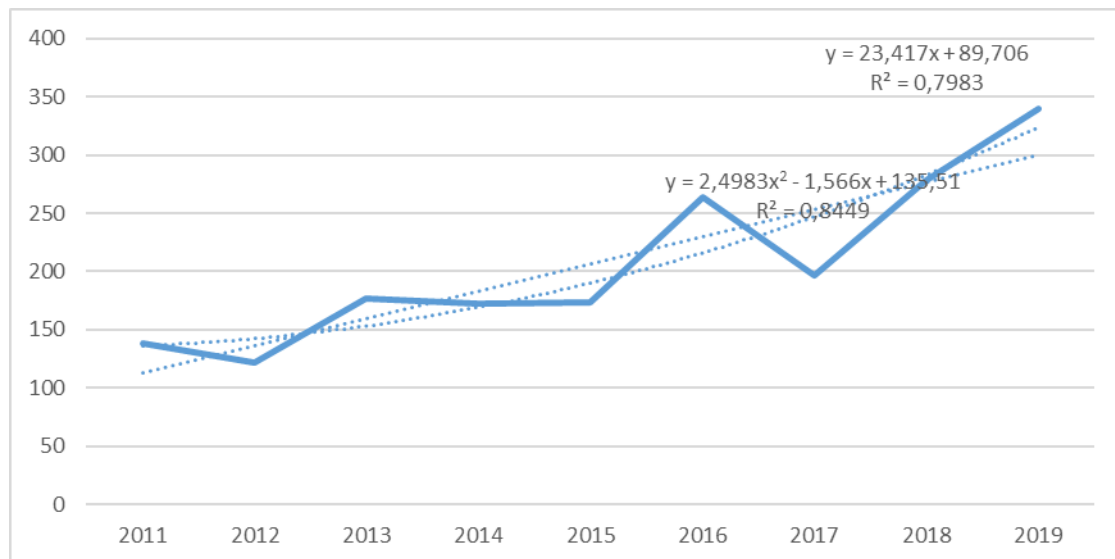


Рис. 1. Результаты аналитического выравнивания ряда динамики валового сбора подсолнечника в Ульяновской области по уравнению прямой и уравнению параболы второго порядка

Литература:

1. Васильева, Э.К. Статистика [Электронный ресурс]: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям экономики и управления (080100)/Э.К. Васильева, В.С. Лялин. — Электрон. текстовые данные. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 398 с.
2. Статистический ежегодник. Ульяновская область, 2019 [Электронный ресурс]: Стат. сб./Ульяновскстат — Ул., 2019. — 220 с.
3. Ульяновская область в цифрах. 2019 [Электронный ресурс]: Крат. стат. сб. — Ул., 2019-144 с.

Анализ деятельности компании Inditex в 2019 году

Кабулова Анна Ярославовна, студент магистратуры;
Абрамова Татьяна Дмитриевна, студент магистратуры;
Нижник Анастасия Вячеславовна, студент магистратуры
Российский университет дружбы народов (г. Москва)

Целью написания статьи является оценка эффективности текущей стратегии компании Inditex на основе анализа ее деятельности в 2019 году. В статье были проанализированы операционные показатели компании, сделаны выводы об устойчивом росте финансовых показателей, по сравнению с предыдущим годом. Вследствие всемирной пандемии, показатели компании могут ухудшиться к концу года, однако, активное развитие онлайн-платформ может смягчить последствия кризиса для компании.

Ключевые слова: интеграция, совершенствование, продажи, анализ, мода, разработка, концепция, менеджмент, сопоставимые продажи, логистика, производство, чистая прибыль, онлайн продажи.

Предмет. Предметом исследования являются теоретические и практические вопросы, связанные с анализом компании Inditex в 2019 г.

Методология. В процессе исследования использовались данные годовых отчетов компании Inditex. Были применены методы логического и статистического анализа. Для анализа конкурентной среды был использован метод сравнения и SWOT анализ.

Результаты. В настоящее время компания Inditex является одной из самых успешных компаний в индустрии одежды. Компания железной хваткой держит каждое звено распределительной цепи. Это позволяет добиться феноменальной скорости в разработке новой продукции. Inditex благодаря своим низким ценам и огромному выбору продукции постоянно привлекает новых клиентов. Компания расширяется стремитель-

ными темпами, захватывая все новые и новые рынки. В настоящее время она расширяет свою деятельность в азиатских странах. Все экономические показатели корпорации увеличиваются ежегодно, ежегодно открывается около 500-600 новых магазинов. Inditex запустила также онлайн-магазин и не собирается на этом останавливаться.

Выводы. 2019 г. характеризуется устойчивым ростом финансовых и операционных показателей, ростом рыночной стоимости и, в целом, позитивной динамикой по сравнению с 2018 г. По состоянию на март 2020 г. продажи в магазинах и онлайн сервисах упали на 24,1%. На сегодняшний день 3785 магазинов временно закрыты в 39 странах. Это говорит о том, что финансовые результаты компании в текущем году могут ухудшиться, поскольку рынок сталкивается с серьезными проблемами на фоне кризиса COVID-19.

В 2019 г. компания Inditex продолжила следовать своей долгосрочной стратегии и развивать глобальную сеть полностью интегрированных магазинов и онлайн-платформ. Компания осталась активной в дифференциации своих магазинов. Глобальные онлайн-платформы продаж запускались на ходу. На-

пример, дочерняя компания Zara запустила онлайн систему в таких странах как: Бразилия, Египет, Индонезия, Израиль, Ливан, Марокко, Сербия, ОАЭ, Кувейт, Иордания, Колумбия и Украина. В связи с этим, в 2019 финансовом году Inditex достигла высоких операционных показателей:

- чистый объем продаж достиг 28,3 млрд. Евро;
- продажи в местной валюте выросли на 8%;
- «like for like»¹ продажи увеличились на 6,5% по сравнению с прошлым периодом (+4% в 2018 г.).

Стоит отметить, что рост продаж Inditex произошел благодаря вложениям владельца компании миллиардера Ортеги в развитие электронной торговли.

В 2019 г. компания увеличила количество новых торговых площадей на 5%, в 2018 году этот показатель был равен 2,5%. Общая торговая площадь достигла 5086732 квадратных метров. Если посмотреть на распределения площадей по брендам (Табл. 1) можно заметить, что наибольшая площадь и один из самых наибольших показателей прироста у бренда Zara. Причиной является то, что этот бренд является популярным как среди масс маркета, так и премиум сегмента, соответственно он приносит большую часть прибыли.

Таблица 1. Распределение торговых площадей по брендам в 2018-2019 гг., в кв. м

	2019	2018	19/18
Zara and Zara Home	3,345,519	3,256,381	3%
Pull&Bear	428,969	419,387	2%
Massimo Dutti	278,052	274,563	1%
Bershka	553,853	541,310	2%
Stradivarius	337,893	332,279	2%
Oysho	127,294	122,841	4%
Uterqüe	15,152	15,320	— 1%
Total	5,086,732	4,962,081	3%

Источник: данные годовых отчетов Inditex group за 2018-2019 гг. [1]

Inditex проявил активность в оптимизации магазинов в 2019 г. (307 открытий, 328 поглощения и 182 переоборудования). На конец 2019 г. компания владеет 7469 магазинами, что ниже показателя в 7,49 от 2018 г. В 2019 г. за счёт расширения онлайн платформ и их оптимизации продажи в онлайн сегменте выросли до 3,9 млрд евро (при-

рост к прошлому году составляет 23%), что составляет 14% от чистых продаж.

Валовая прибыль без учёта запасов, забронированных для учёта последствий COVID-19 (287 млн евро) составила 15,8 млрд евро, что на 7% выше, чем в 2018 г.

Таблица 2. Расходы компании Inditex в 2018-2019 гг., млн евро

	2019	2018	19/18
Расходы на персонал	4430	4136	7%
Расходы на аренду	695	2392	-71%
Прочие операционные расходы	3051	2801	9%
Всего	8176	9329	-12%

Источник: данные годовых отчетов Inditex group за 2018-2019 гг. [2]

1 Like for like (LFL) — показатель, сравнивающий текущий и прошлый период исключая объекты (магазины) отсутствующие в одном из периодов. Данный показатель позволяет оценить динамику изменений основного бизнеса без учета органического роста (открытия магазинов).

Исходя из данных по расходам компании, то операционные расходы существенно снизились несмотря на стратегию расширения бизнеса и увеличения точек продаж. На это повлияло как внедрение эффективного менеджмента и оптимизация производства, так и закрытие некоторых магазинов в Азии и Америке.

Показатель EBITDA в 2019 финансовом году составил 7,6 млрд евро против 5,5 млрд евро в 2018 финансовом году. Исключая инвентарь резерв EBITDA увеличился на 44,5% в 2019 финансовом году. Показатель EBIT составил 4,8 млрд евро против 4,4 млрд евро в 2018 финансовом году. Без учета запасов EBIT увеличился на 16,1% в 2019 финансовом году.

Выручка Inditex за отчетный период также выросла — на 8,2%, составив 28,286 миллиарда евро. Чистая прибыль одного из крупнейших в мире ритейлеров одежды и обуви за 2019 финансовый год увеличилась на 6%, достигнув 3,6 млрд евро против 3,4 млрд евро в 2018 финансовом году.

Inditex продолжает демонстрировать сильные финансовые позиции в 2019 году из-за увеличения производительности, полной интеграции магазинов и онлайн сервисов, а также программы оптимизации магазинов в виде более низких запасов (ликвидация запасов за счёт онлайн сервиса), внедрения технологии RFID-меток (автоматическая идентификация объектов), которая значительно облегчает управление запасами и позволяет сотрудникам проводить больше времени с клиентами, а также увеличения генерации наличности.

По состоянию на 31 января 2019 г. уставный капитал компании составил 93,5 млн евро и представлен 3116652000 зарегистрированными акциями номиналом 0,03 евро каждая, подписанными и полностью оплаченными. Все эти акции принадлежат к одному классу и серии, имеют одинаковые права голоса и участия в прибылях. Капитализация составляет 89,2 млрд долл., что выше на 29% в цене по состоянию на 2018 г. Основной бенефициар холдинга — Амансио Ортега (он владеет около 60% акций). В начале 2019 г. Forbes оценил его состояние в \$ 62,7 млрд (шестое место в глобальном рейтинге миллиардеров и первое в Испании) [3].

Стоит отметить, что состояние бенефициара холдинга сократилось на 1,3 млрд долл. по данным рейтинга Forbes. Причиной этого является падение акций компании в 2018 году до рекордного минимума за три года отметкой в 25 евро за акцию. Обрушение акций Inditex произошло после того, как JP Morgan снизил целевую цену активов Inditex на 6,5% (с €38 до €35,5 за акцию), сопоставимые продажи так и не выросли на обещанные 6%, потому что главные конкуренты GAP и H&M сильно снизили цены для ликвидации своих остатков. В 2019 г. наблюдается такая же тенденция замедления роста капитализации компании.

Подводя итоги, стоит отметить, что 2019 г. характеризуется устойчивым ростом финансовых и операционных показателей, ростом рыночной стоимости и, в целом, позитивной динамикой по сравнению с 2018 г. По со-

стоянию на март 2020 г. продажи в магазинах и онлайн сервисах упали на 24,1%. На сегодняшний день 3785 магазинов временно закрыты в 39 странах. Это говорит о том, что финансовые результаты компании в текущем году могут ухудшиться, поскольку рынок сталкивается с серьезными проблемами на фоне кризиса COVID-19.

По мнению многих специалистов, занимающихся исследованием мирового фэшн-рынка Inditex является «самым креативным и разрушительным ритейлером в мире», а в глазах журналистов — это «самый достойный исследования бренд в Европе».

Inditex Group является № 1 в Испании и одной из четырех крупнейших мировых модных сетей (три других — американский гигант GAP, шведский H&M и американский C&A). Компания владеет брендами одежды ZARA, Pull and Bear Massimo Dutti, Bershka, Stradivarius, Oysho, Zara Home, Uterque, Zara Kids, которые являются одними из самых успешных в мире и считаются одними из самых изученных брендов в Европе. В более чем 96 странах мира работает 7490 магазинов, из которых 2131 — бренд ZARA [4].

Амансио Ортега Гаона, родившийся в 1936 г., начал свою карьеру в текстильной промышленности в качестве курьера у производителя рубашек из Ла-Коруньи в 1949 г. В 1963 г. он основал свою собственную компанию Confecciones Goa и начал производить нижнее белье и ночную одежду [5]. В 1975 г. Ортега вложил весь свой капитал в крупный заказ, который впоследствии был отменен. Из-за боязни обанкротиться, ему пришлось открыть собственный магазин под названием «ZARA», чтобы распродать нижнее белье.

Эта концепция была хорошо принята, и Zara распространилась на более крупные испанские города. В течение 1985 г. Inditex была основана как материнская компания деятельности, в которой Ортега участвовал в то время. Через пару лет Inditex начала фокусироваться исключительно на Zara и разработала быструю систему дистрибуции, которая могла бы управлять ожидаемым ростом. Кроме того, в 1988 г. был открыт первый магазин за рубежом. Он был расположен в Португалии, и вскоре после этого Zara открылась в Нью-Йорке, а затем в Париже.

В 1991 г. была основана концепция Pull&Bear. На протяжении следующих лет компания продолжала расширяться на международном уровне и открыла магазины в Мексике, Греции, Бельгии и Швеции. В течение 1995 г. Inditex приобрела 100% акций Massimo Dutti Group. 1998 год ознаменован значительными открытиями во многих странах: Inditex вышла на рынок Великобритании, открыв магазин Zara в Лондоне; открылся первый магазин в Азии, расположенный в Токио; компания вышла на крупнейший розничный рынок Латинской Америки, Бразилии; также был открыт первый магазин в Германии.

Помимо выхода на новые рынки, Inditex также продолжала увеличивать количество своих магазинов в странах, в которых компания была уже представлена. Еще одним фактором, способствовавшим высокому росту, была авто-

номия Inditex в управлении, которая позволяла каждому бренду самостоятельно принимать решения. Однако они были объединены с точки зрения организации.

В дополнение к международной экспансии существующих брендов Inditex запустила новый бренд под названием Bershka в 1998 г. Компания также приобрела Stradivarius, что позволило в 1999 г. продать 90 миллионов предметов одежды. Эта одежда была произведена в Ев-

ропе, в основном (87%) собственными фабриками Inditex. В 2001 г. Inditex была зарегистрирована на испанских фондовых биржах, что позволило новым акционерам инвестировать в компанию [6]. В том же году Inditex также запустила Oysho, концепцию, которая фокусируется исключительно на нижнем белье. В 2003 г. была запущена концепция Zara Home и открыты первые магазины в Африке.

Таблица 1. Дочерние компании Inditex Group

Название	Целевая аудитория	Ценовой диапазон
ZARA	25-35 лет	Средний сегмент
Bershka, Pull&Bear, Stradivarius	Тинейджеры	Недорогая одежда
MassimoDutti, Uterque	25-35 лет	Дорогой ценовой сегмент
Oysho	Молодые женщины	Средний сегмент
ZARA Home	Люди от 25	Ближе к дорогому ценовому сегменту

В 2005 г. компания заявила, что стала мировым лидером в индустрии моды [7]. С тех пор Inditex продолжает свой впечатляющий рост. Уже на протяжении более

50 лет эта компания, созданная бизнесменом Амансио Ортегой Гаоной, является яркой звездой мировой швейной промышленности.

Литература:

1. Годовой отчет компании Inditex [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.inditex.com/en/investors/investor-relations/results-and-presentations>
2. Акционерам компании Inditex [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.inditex.com/en/investors/investor-relations/financial-data>
3. Forbes [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://forbes-ru.turbopages.org/s/forbes.ru/newsroom/milliardery/389205-pribyl-vladelca-zara-vyrosla-na-12-blagodarya-vlozheniyam-v-internet>
4. The Secret of Zara»s Success: // martinroll.com URL: <https://martinroll.com/resources/articles/strategy/the-secret-of-zaras-success-a-culture-of-customer-co-creation/> (дата обращения: 25.05.2020).
5. Ковадонга О»Ши Феномен ZARA. — М.: Эксмо, 2018. — с. 67.
6. Inditex Annual Report 2001 // inditex.com URL: https://www.inditex.com/documents/10279/245390/AnnualReport_2001.pdf/55888dc6-20b0-4705-b730-f36f6541b744 (дата обращения: 25.05.2020).
7. История успеха группы Inditex — секреты роста компании // sbarcelona.ru URL: <https://www.shbarcelona.ru/blog/ru/история-успеха-группы-inditex-секреты-роста/> (дата обращения: 25.05.2020).

Налоговый мониторинг как новая форма налогового контроля

Кунцова Виктория Станиславовна, студент

Научный руководитель: Максютин Елена Владимировна, кандидат экономических наук, доцент
Набережночелнинский институт (филиал) Казанского (Приволжского) федерального университета (Республика Татарстан)

В статье рассмотрена новая форма налогового контроля — налоговый мониторинг. Выявлены преимущества налогового мониторинга. Рассмотрены условия проведения налогового мониторинга, его сроки, изучена концепция развития налогового мониторинга.

Ключевые слова: налоговый контроль, налоговый мониторинг, налогоплательщик, компании.

С 1-го января 2016 г. действует новая форма налогового контроля — налоговый мониторинг. Налоговый мониторинг представляет собой способ расширенного информационного взаимодействия, при котором органи-

зация предоставляет налоговому органу доступ в режиме реального времени к данным бухгалтерского и налогового учета. Это, в свою очередь, освобождает организацию от проведения камеральных и выездных налоговых

проверок и сохраняет за налоговым органом возможность проверки полноты и своевременности исчисления налогов и сборов. Налоговый мониторинг проводится уполномоченными должностными лицами налогового органа в соответствии с их служебными обязанностями по местонахождению налогового органа [3 с. 244].

Преимущества налогового мониторинга:

- 1) быстрое закрытие налогового периода;
- 2) освобождение от выездных и камеральных налоговых проверок;
- 3) налоговая определенность, мотивированные мнения налогового органа по конкретным сделкам;
- 4) повышение вероятности досудебного урегулирования;
- 5) эффективная система внутреннего контроля и снижение рисков совершения ошибок, хищения имущества.

Цифровизация налогового контроля в России выходит на новый уровень. В ближайшие годы тысячи компаний смогут перейти на онлайн-взаимодействие с налоговыми органами. Это позволит государству проводить меньше проверок.

Налоговый мониторинг регулируется ст. 105.26 НК РФ. В статье толкуется об общем положении налогового мониторинга, определяются сроки и период проведения налогового мониторинга [1]. Сроки проведения налогового мониторинга 1 год 9 месяцев (п. 5 ст. 105.26 НК РФ). Периодом, за который проводится мониторинг, является календарный год (п. 4 ст. 105.26 НК РФ). Налоговый мони-

торинг регулируется приказами ФНС России от 21.04.2017 № ММВ-7-15/323@, от 16.06.2017 № ММВ-7-15/509@, от 15.12.2017 № ММВ-7-3/1065@, от 23.11.2017 № ЕД-4-15/23793@, от 18.01.2018 № ЕД-4-15/789@, от 7.05.2019 № ЕД-4-15/8603.

Первые участники организации налогового мониторинга — ПАО «МТС», ПАО «Мегафон», ООО «Заполярье-нефть», ПАО «Интер РАО ЕЭС», ООО «Эйч-эс-би-си Банк» и ООО «Юнилевер Русь» самостоятельно выбрали для себя данную форму налогового контроля, подав соответствующие заявления в налоговые органы до 1 июля 2015 г. [3 с. 245].

По состоянию на июль 2018 г. налоговый мониторинг проводился в отношении 26 крупнейших налогоплательщиков, в том числе участников групп «Роснефть», «Газпромнефть», «Лукойл», «Новатэк», «Норильский никель», «Аэрофлот», Банк «Национальный Клиринговый Центр» и др. [4].

С 1 января 2019 г. налоговый мониторинг проводится в отношении ещё 44 компаний таких как, Банк ВТБ ПАО, ОАО «РЖД», ООО «Руссоль», ООО «Комацу СНГ», ООО «ЯГУАР ЛЕНД РОВЕР», ГК «Ростех» [4].

На 2020 год по данным заместителя руководителя ФНС Российской Федерации Даниила Егорова, к системе налогового мониторинга прибавится еще 48 компаний, среди которых 28 с государственным участием.

В таблице 1 представлены параметры, по которым можно определить, имеет ли организация право на проведение налогового мониторинга.

Таблица 1. Параметры для проведения налогового мониторинга на территории Российской Федерации

Параметры, необходимые для проведения налогового мониторинга	Значение показателя
Совокупная сумма НДС, акцизов, налога на прибыль организаций, налога на добычу полезных ископаемых к уплате за календарный год, предшествующий году, в котором представляется заявление о проведении налогового мониторинга, без учета налогов, подлежащих уплате в связи с перемещением товаров через таможенную границу Таможенного союза	Не менее 300 млн. руб
Суммарный объем полученных доходов по данным годовой бухгалтерской (финансовой) отчетности организации за календарный год, предшествующий году, в котором представляется заявление о проведении налогового мониторинга	Не менее 3 млрд. руб
Суммарный объем полученных доходов по данным годовой бухгалтерской (финансовой) отчетности организации за календарный год, предшествующий году, в котором представляется заявление о проведении налогового	Не менее 3 млрд. руб

Организация может обратиться в налоговую инспекцию для проведения налогового мониторинга не позднее 1 июля года, предшествующего периоду, за который проводится налоговый мониторинг.

В 2020 году Правительством РФ была утверждена концепция развития системы налогового мониторинга на территории РФ. Данная концепция предполагает снижение порога для организаций, которые добровольно хотят участвовать в новом виде налогового контроля. Конкретные действия развития и упрощения — это сумма уплаченных

за год налогов на сумму до 100 млн. руб. Минимальные требования к суммарному объему годовых доходов налогоплательщика и к совокупной стоимости активов также предлагается снизить втрое — до 1 млрд. рублей [2].

Исходя из этого можно сделать вывод, что данная концепция развития поможет расширить круг потенциальных участников налогового мониторинга, к 2022 г. планируется до 3879 компаний, а к 2024 г. до 7827 компаний. Налоговый мониторинг заменит традиционные проверки на удаленный онлайн-доступ к учетным данным налогоплательщика.

Литература:

1. «Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая)» от 31.07.1998 N 146-ФЗ (ред. от 01.04.2020) ст. 105.26
2. Распоряжение Правительства РФ от 21 февраля 2020 г. № 381-р Об утверждении концепции развития и функционирования в РФ системы налогового мониторинга
3. Организация и методика проведения налоговых проверок: учебник и практикум для вузов/Д.Г. Черник, Ю.Д. Шмелев, М.В. Типалина; под редакцией Д.Г. Черника. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 271 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10291-8. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. с. 245 — URL: <https://urait.ru/bcode/456337/p.245> (дата обращения: 25.04.2020).
4. Налоговый мониторинг // Официальный сайт Федеральной Налоговой Службы URL: www.nalog.ru (дата обращения: 25.04.2020).

Разграничение налоговых полномочий субъектов налоговой политики Российской Федерации

Леготина Ирина Андреевна, студент магистратуры
Волгоградский институт управления — филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации

В данной статье будут рассмотрены основные полномочия субъектов налоговой политики по установлению федеральных, региональных и местных налогов, а также налогов, предусмотренных специальными налоговыми режимами, выступающих ключевыми инструментами при реализации налоговой политики и регулировании уровня социально-экономического развития регионов и страны в целом.

Ключевые слова: налоговая политика, субъекты налоговой политики, федеральные налоги, региональные налоги, местные налоги, специальные налоговые режимы.

Субъектами налоговой политики признаются Российская Федерация, субъекты Российской Федерации (области, республики, края, округа, автономные округа, автономная область, города федерального значения) и муниципальные образования (города, муниципальные районы, городские округа, сельские и городские поселения и другие). Степень их влияния на налоговую политику соответствующего уровня управления определяется объемом полномочий, установленных федеральным налоговым законодательством.

Ключевое влияние на налоговую политику, реализуемую на территории страны в целом, оказывают органы государственной власти Российской Федерации, облада-

ющие правом по установлению и регулированию федеральных налогов, определенных статьей 13 части первой Налогового кодекса Российской Федерации от 31.07.1998 г. N 146-ФЗ (далее НК РФ) и являющихся обязательными к уплате на территории всей страны.

Следующее место по значимости занимают представительные органы власти субъектов РФ, регулирующие законами субъектов РФ отдельные элементы региональных налогов. К таким налогам в соответствии со статьей 14 части первой НК РФ относятся транспортный налог, налог на имущество юридических лиц и налог на игорный бизнес. Полномочия субъектов Российской Федерации по установлению отдельных элементов региональных налогов представлены в таблице 1.

Таблица 1. Полномочия субъектов Российской Федерации по установлению отдельных элементов федеральных и региональных налогов

Элементы налога	Региональные налоги		
	Транспортный налог	Налог на игорный бизнес	Налог на имущество организаций
Налогоплательщики	Ст. 357 НК РФ	Ст. 365 НК РФ	Ст. 373 НК РФ
Объект налогообложения	Ст. 358 НК РФ	Ст. 366 НК РФ	Ст. 374 НК РФ
Налоговая база	Ст. 359 НК РФ	Ст. 367 НК РФ	Ст. 375 НК РФ

Ставки налога	Налоговые ставки, установленные ст. 361 НК РФ, могут быть увеличены (уменьшены) законами субъектов РФ, но не более чем в 10 раз	Налоговые ставки устанавливаются законом субъекта РФ в пределах, установленных ст. 369 НК РФ	Налоговые ставки устанавливаются законом субъекта РФ в пределах, установленных ст. 380 НК РФ, и не могут превышать 2,2 процента, если иное не предусмотрено НК РФ
Налоговые льготы	Ст. 361.1 НК РФ	Не установлены	Налоговые льготы, предусмотренные ст. 381 НК РФ, применяются только в том случае, если принят соответствующий закон субъекта РФ
Отчетный период	Ст. 360 НК РФ, закон субъекта РФ	Ст. 370 НК РФ	Ст. 379 НК РФ, закон субъекта РФ
Налоговый период	Ст. 360 НК РФ	Ст. 368 НК РФ	Ст. 379 НК РФ
Порядок и сроки уплаты налога и авансовых платежей по налогу	Ст. 363 НК РФ, закон субъекта РФ	Ст. 371 НК РФ	Ст. 383 НК РФ, закон субъекта РФ
Примечание — Составлено автором на основании Налогового кодекса Российской Федерации от 05.08.2000 г. N 117-ФЗ.			

На основании данных, представленных в таблице 1, можем сделать вывод о том, что при установлении региональных налогов представительными органами государственной власти субъектов РФ определяются такие элементы, как налоговая ставка, отчетный период, а также порядок и сроки уплаты налогов. Кроме того, региональные органы власти могут устанавливать налоговые льготы, основания и порядок их применения. Иные элементы налогообложения по региональным налогам и на-

логоплательщики определяются федеральным законодательством.

Полномочия органов местного самоуправления распространяются на установление отдельных элементов местных налогов, таких как земельный налог и налог на имущество физических лиц (статья 15 части первой НК РФ). Полномочия муниципальных образований Российской Федерации по установлению отдельных элементов местных налогов представлены в таблице 2.

Таблица 2. Полномочия муниципальных образований Российской Федерации по установлению отдельных элементов местных налогов

Элементы налога	Местные налоги	
	Земельный налог	Налог на имущество физических лиц
Налогоплательщики	ст. 388 НК РФ	ст. 400 НК РФ
Объект налогообложения	ст. 389 НК РФ	ст. 401 НК РФ
Налоговая база	ст. 390 НК РФ	ст. 402 НК РФ
Ставки налога	Налоговые ставки устанавливаются нормативными правовыми актами представительных органов муниципальных образований в пределах, установленных ст. 394 НК РФ, и не могут превышать 1,5 процента, если иное не предусмотрено НК РФ	Налоговые ставки устанавливаются нормативными правовыми актами представительных органов муниципальных образований в пределах, установленных статьей 406 НК РФ
Налоговые льготы	ст. 395 НК РФ	ст. 407 НК РФ
Отчетный период	ст. 393 НК РФ, нормативные правовые акты представительных органов муниципальных образований	не установлен
Налоговый период	ст. 393 НК РФ	ст. 405 НК РФ
Порядок и сроки уплаты налога и авансовых платежей по налогу	Сроки уплаты установлены нормативными правовыми актами представительных органов муниципальных образований, но не могут быть установлены ранее срока, предусмотренного п. 3 ст. 398 НК РФ.	ст. 409 НК РФ
Примечание — Составлено автором на основании Налогового кодекса Российской Федерации от 05.08.2000 г. N 117-ФЗ.		

В целом, полномочия муниципальных образований при установлении местных налогов, представленные в таблице 2, также как и для субъектов РФ ограничиваются определением таких элементов, как налоговая ставка, отчетный период, а также порядок и сроки уплаты налогов. Иные элементы налогообложения по местным налогам и налогоплательщики определяются только НК РФ.

В соответствии со статьей 12 Налогового кодекса Российской Федерации от 05.08.2000 г. N 117-ФЗ по налогам, предусмотренным специальными налоговыми режимами, представительные органы государственной власти субъектов РФ и представительные органы муниципальных образований РФ вправе устанавливать следующие элементы:

- виды предпринимательской деятельности, в отношении которых может применяться соответствующий специальный налоговый режим;
- ограничения на переход на специальный налоговый режим и на применение специального налогового режима;
- налоговые ставки в зависимости от категорий налогоплательщиков и видов предпринимательской деятельности;
- особенности определения налоговой базы;
- налоговые льготы, а также основания и порядок их применения.

Таким образом, в рамках указанных выше полномочий муниципальные образования и субъекты РФ могут реализовывать региональную налоговую политику в следующих размерах: в пределах ставки налога на прибыль организаций от 13,5% до 17%, ставки налога на имущество организаций — не более 2,2%, земельного налога — не более 1,5%, транспортного налога не больше и не меньше чем в 10 раз отклоняющейся от федеральной

ставки, а также налога на игорный бизнес, налога на имущество физических лиц и налогов, предусмотренных специальными налоговыми режимами.

Помимо установления отдельных элементов федеральных, региональных и местных налогов, а также налогов, предусмотренных специальными налоговыми режимами, представительные органы государственной власти субъектов РФ вправе устанавливать нормативы отчислений от федеральных и региональных налогов и сборов, неналоговых доходов в местные бюджеты, что регламентировано статьей 58 Бюджетного кодекса Российской Федерации от 31.07.1998 г. N 145-ФЗ (далее БК РФ). Кроме того, статьей 63 БК РФ определены полномочия муниципальных районов по установлению нормативов отчислений в бюджеты городских, сельских поселений, статьей 63.1 БК РФ — полномочия городского округа с внутригородским делением по установлению нормативов отчислений в бюджеты внутригородских районов. За счет указанных полномочий региональные органы власти имеют возможность регулировать социально-экономическое положение муниципалитетов за счет перераспределения налоговых и неналоговых доходов на территории субъекта РФ без дополнительного увеличения или снижения ставок по региональным или местным налогам.

Таким образом, выбранная налоговая политика позволяет органам власти воздействовать на экономику муниципального образования, субъекта Российской Федерации и страны в целом, влиять на ее структурную перестройку, стимулировать развитие приоритетных секторов экономики, а также оказывать влияние на дифференциацию доходов населения и обеспечивать социальную поддержку наименее защищенных слоев населения.

Литература:

1. Налоговый кодекс РФ (часть первая) от 31.07.1998 года N 146-ФЗ;
2. Налоговый кодекс РФ (часть вторая) от 05.08.2000 года N 117-ФЗ.

Комплексный подход к оценке экономического неравенства населения

Леготина Ирина Андреевна, студент магистратуры

Волгоградский институт управления — филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации

В данной статье рассмотрены подходы к оценке экономического неравенства населения отечественными и зарубежными учеными и экономистами.

Ключевые слова: экономическое неравенство населения, кривая Лоренца, индекс Джини, коэффициент фондов.

Начальным этапом количественной оценки степени дифференциации населения (индивидов, домашних хозяйств) по уровню доходов является их распределение по величине среднедушевых денежных доходов. При проведении оценки неравенства благосостояния населения

исходными данными выступают результаты выборочных статистических наблюдений.

В ходе анализа микроданных таких обследований строится эмпирический ряд распределения, который ставит в соответствие каждому значению доходов, встречаю-

щемся в выборке, долю населения с душевым доходом, не превышающим этот уровень, в общей численности выборки. Затем происходит обобщение результатов выборочного наблюдения на генеральную совокупность (население региона) и строятся интервальные ряды распределения доходов.

Выделяют три типа рядов — децильные (разбивающие всю совокупность на 10 равных интервалов по 10% единиц наблюдения в каждом интервале), квантильные (дробящие совокупность на 5 интервалов по 20% единиц) и интервалы с заданными (фиксированными) границами уровней дохода и численности населения и домохозяйств в них. Интервальные ряды распределения доходов явля-

ются основой для таких базовых инструментов в анализе неравенства доходов как кривая Лоренца и коэффициент Джини.

Графически функция распределения доходов населения может быть представлена путем построения кривой Лоренца, предложенной американским экономистом и социологом М. Лоренцем в 1905 году в работе «Метод измерения концентрации доходов». Для построения кривой по оси абсцисс отражается кумулятивное распределение населения по мере возрастания среднедушевого дохода в общей численности населения региона, а по оси ординат откладываются соответствующие накопленные доли доходов. Графически кривая Лоренца представлена на рисунке 1.

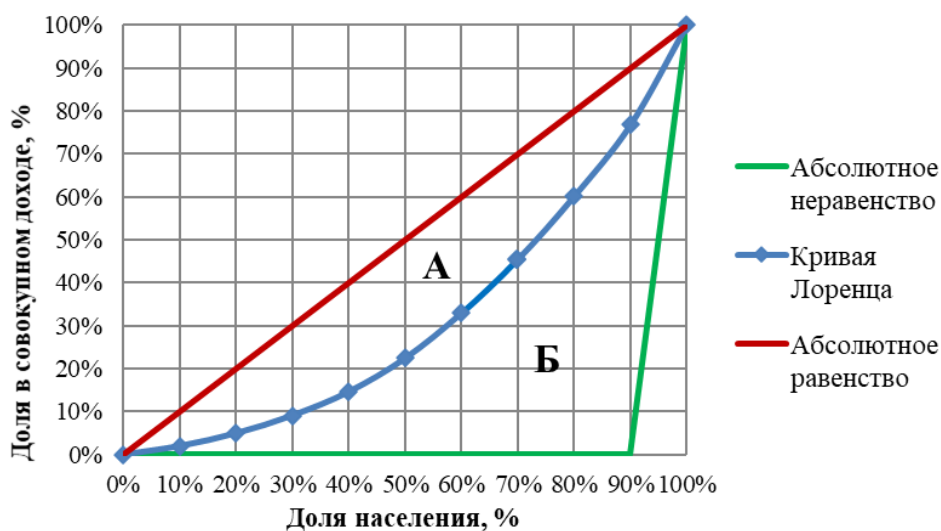


Рис. 1. Кривая Лоренца [1, с. 176]

Каждая точка на кривой Лоренца показывает, какую долю совокупного дохода получает определенная доля населения. В том случае, когда каждой доле населения соответствует равная ей доля в общем объеме совокупного дохода, возникает абсолютное равенство населения по уровню доходов. На графике абсолютное равенство представлено биссектрисой, проведенной из начала координат. При неравномерном распределении кривая Лоренца отклоняется от линии абсолютного равенства и представляет собой выпуклую вниз кривую. Таким образом, чем ближе эмпирическая кривая Лоренца расположена к биссектрисе, тем равномернее в обществе распределены доходы, следовательно, тем меньше неравенство, и наоборот — чем дальше кривая Лоренца расположена от прямой линии равномерного распределения, тем больше уровень дифференциации населения по уровню доходов. В том случае, когда 10 процентам населения принадлежит весь совокупный доход, возникает абсолютное неравенство [1]. Такая ситуация в обществе графически может быть представлена кривой абсолютного неравенства, изображенной на рисунке 1.

Кривая Лоренца выступает наглядным инструментом, позволяющим сопоставить данные о распределении доходов населения в каждой точке накопленных долей, однако на практике такой инструмент оценки степени дифферен-

циации населения по уровню доходов не позволяет количественно оценить неравенство. Этот недостаток кривой Лоренца может быть устранен путем расчета индекса Джини.

Индекс концентрации доходов или Индекс Джини (G) был впервые предложен в 1912 году итальянским статистиком, социологом, демографом и экономистом Коррадо Джини. Основное назначение индекса — количественная оценка распределения совокупной величины доходов между отдельными группами населения. Значение индекса Джини может варьироваться от 0 до 1: чем ближе коэффициент к единице, тем выше неравенство в распределении доходов, и наоборот — чем меньше данный коэффициент, тем равномернее распределены доходы [2]. В том случае, если коэффициент Джини равен нулю, то в обществе наблюдается абсолютное равенство, при коэффициенте равном единице — абсолютное неравенство.

Геометрический смысл коэффициента Джини заключается в том, что он представляет собой отношение площади фигуры, расположенной между линией абсолютного равенства и кривой Лоренца S_A (область «А» на рисунке 1), к площади всего треугольника, расположенного под линией абсолютного равенства S_{A+B} (область «А+Б» на рисунке 1) [2]. В данном случае для расчета коэффициента Джини может быть применена формула 1.

$$G = \frac{S_A}{S_{A+B}} = \frac{S_A}{0,5} = 2S_A \quad (1)$$

Согласно Методике расчета показателей распределения и дифференциации по уровню доходов населения, представленной Федеральной службой государственной статистики Российской Федерации, коэффициент Джини может быть рассчитан по формуле 2.

$$G = \left| 1 - \sum_{i=1} (Y_i - Y_{i-1}) * (X_{i-1} + X_i) \right| \quad (2)$$

Где

$Y_i - Y_{i-1}$ — доля населения, относящаяся к i -му интервалу;

X_{i+1}, X_i — доля суммарного дохода, приходящаяся на начало и конец i -го интервала.

Помимо представленной выше методики, в настоящее время в экономической отечественной и зарубежной литературе исследователями представлены иные подходы к расчету индекса Джини.

В 1984 г. израильскими экономистами Р. Лерманом и Ш. Ицхаки была представлена методика расчета коэффициента Джини, которая позволила количественно оценить степень дифференциации доходов без оценки плотности распределения населения по уровню доходов. Для этого было предложено все исходные данные о доходах населения региона упорядочить по мере возрастания и каждому значению дохода присвоить ранг. Следует отметить, что по рассматриваемой методике индивиду (домохозяйству), имеющему наименьшую величину дохода, присваивается ранг, равный 1, а индивиду (домохозяйству) с наибольшим доходом ранг n , где n — общее число наблюдений (исследуемых индивидов, домохозяйств) [5]. Расчет коэффициента Джини по методике Р. Лермана и Ш. Ицхаки осуществляется по формуле 3.

$$G = \frac{2covar(y; r_y)}{n * \mu} \quad (3)$$

Где

y — величина дохода индивида (домохозяйства);

r_y — ранг дохода индивида (домохозяйства).

В 1997 году британско-американский экономист и академик Ангус Дитон в работе «Анализ обследований домашних хозяйств» представил методику расчета коэффициента Джини, в основе которой также был положен принцип ранжирования доходов. Однако по методике А. Дитона индивиду (домохозяйству), имеющему наибольшую величину дохода, присваивается ранг, равный 1, а индивиду (домохозяйству) с наименьшим среднедушевым доходом ранг n , где n — общее число наблюдений (исследуемых индивидов, домохозяйств). Данный подход

позволил придать больший вес в выборке индивидам (домохозяйствам) с низким уровнем доходов [4]. Расчет коэффициента Джини по методике А. Дитона осуществляется по формуле 4.

$$G = \frac{n + 1}{n - 1} - \frac{2}{n * (n - 1) * \mu} * \sum_{i=1}^n P_i * X_i \quad (4)$$

Где

x_i — упорядоченные по возрастанию значения доходов в выборке, где

$x_i \leq x_{i+1}, i \in [1; n]$;

p_i — ранг дохода индивида (домохозяйства) i .

Сербско-американский экономист, специалист по неравенству доходов и глобализации Бранко Миланович в 1997 году в работе «Простой способ расчета коэффициента Джини, а также некоторые последствия» обобщил существующие подходы и предложил производить расчёт коэффициента Джини с помощью коэффициентов вариации и корреляции. Ранг дохода в рамках данного подхода определяется аналогично методике расчета ранга

Р. Лермана и Ш. Ицхаки [5]. Расчет коэффициента Джини по методике

Б. Милановича осуществляется по формуле 5.

$$G = \frac{1}{\sqrt{3}} * \frac{\sigma_y}{\bar{y}} * p(y; r_y) \quad (5)$$

Где

σ_y — стандартное отклонение доходов индивидов (домохозяйств);

$p(y; r_y)$ — коэффициент корреляции между доходами и рангом индивидов (домохозяйств);

r_y — ранг дохода индивида (домохозяйства).

Наряду с индексом Джини базовым инструментом оценки степени неравенства населения по уровню благосостояния вступает показатель превышения доходов 10% населения, имеющего самые высокие доходы (S_{10}), над суммарными доходами 10% населения с самыми низкими доходами (S_1) — коэффициент фондов (K_f). Основой для расчета коэффициента выступают децильные ряды, разбивающие всю исследуемую совокупность на 10 равных интервалов по 10% единиц наблюдения в каждом интервале [1]. Коэффициент фондов может быть рассчитан по формуле 6.

$$K_f = \frac{S_{10}}{S_1} \quad (6)$$

Таким образом, в настоящее время существует множество подходов к оценке уровня социально-экономического неравенства населения, что позволяет снизить погрешность при проведении расчетов и повысить надежность и точность результатов.

Литература:

1. Аникина, Е. А. Экономическая теория: учебник. — Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2014. — 413 с.

2. Костылева, Л.В. Социально-экономическое неравенство населения региона: учеб. пособие/Л.В. Костылева, К. А. Гулин, Р.В. Дубиничев. — Вологда: ИСЭРТ РАН, 2009.
3. Жаромский, В.С. Социально-экономическое неравенство в России: динамика и методы оценки/В.С. Жаромский, Л. А. Мигранова, М. С. Токсанбаева // Народонаселение. — 2018. — № 4 (21). — с. 79-95.
4. Deaton, A. The Analysis of Household Surveys. — The John Hopkins University Press, Baltimore and London, 1997, 344 с.
5. Milanovic, B. A simple way to calculate the Gini coefficient, and some implications. — Economics Letters 56, World Bank, Washington, D. C., USA, 1997, 115 с.

Проблемы и перспективы участия малых предприятий в государственных и муниципальных закупках

Лисицкий Никита Николаевич, студент

Научный руководитель: Колоколов Алексей Владимирович, кандидат юридических наук, доцент
Поволжский институт управления имени П. А. Столыпина — филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (г. Саратов)

В статье автор рассматривает проблемы доступа малых предприятий к участию в системе государственных закупок, определяются возможные пути их решения.

Ключевые слова: малый бизнес, закупка, контрактная система.

В связи с тем, что малые предприятия выступают мощным акселератором экономики, что подтверждается зарубежным опытом, их развитие для Российской Федерации, в настоящий момент, является одной из приоритетных задач. Также, мировая практика демонстрирует, что государственные и муниципальные закупки являются мощным инструментом обеспечения социально-экономического развития. Это обуславливается тем, что государство, в лице его различных органов, выступает в качестве крупнейшего потребителя продукции множества отраслей, превращая государственный спрос в значимый фактор формирования и развития рыночной экономики.

Тем самым, система государственных закупок и субъекты малого предпринимательства, при своем взаимодействии, способны оказать существенный положительный эффект на экономику. Однако, механизм участия малых предприятий в такого рода закупках в Российской Федерации и, в целом, реализация такой возможности, имеет ряд недостатков, которые препятствуют использованию синергии этих двух инструментов. Поэтому выявление проблем и особенностей участия малых предприятий в государственных и муниципальных закупках и поиск путей совершенствования существующей системы, является значимым и актуальным и предлагается к рассмотрению в данной работе.

В ходе мониторинга закупок, Министерством финансов РФ было установлено, что по итогам I-III кварталов 2019 года в ЕИС было размещено 1,04 млн. извещений, содержащих преимущества для СМП и ограничения для отдельных участников закупок. По сравнению с 3 кварталами 2018 года количество извещений, в которых установлено ограничение в отношении участия СМП, а также СОНО, уменьшилось на 63% (899,8 тысяч

извещений), а объем таких извещений увеличился на 47% (791,3 млрд. рублей) [1]. Однако, несмотря на рост показателей, участие в данных процедурах, для рассматриваемых предприятий и организаций, все еще осложняется рядом факторов.

До принятия Закона № 44-ФЗ в законодательстве был закреплен перечень товаров, работ и услуг закупка которых осуществлялась у СМП [2, с. 32]. Однако, с принятием нового закона о контрактной системе, новый перечень не был утвержден и, как следствие, ТРУ, которые ранее закупались исключительно у СМП, теперь могут быть поставлены и более крупными субъектами рынка. Данный факт, значительно препятствует доступу к исполнению государственных и муниципальных контрактов малыми предприятиями, поскольку выстоять в конкурсной борьбе с крупными предприятиями значительно сложнее, чем с аналогичными. Как следствие, утверждение обновленного перечня закупок, по которому в обязательном порядке предусматривалась бы преференция для СМП, способствовало бы увеличению их доли присутствия в экономике.

Следующей возможной, рассматриваемой причиной, ограничивающей доступ СМП к закупкам, являются положения статьи 34, рассматриваемого Закона № 44-ФЗ. Согласно пункту 13.1, срок оплаты заказчиком поставленного товара, выполненной работы, оказанной услуги, отдельных этапов исполнения контракта должен составлять не более тридцати дней с даты подписания заказчиком документа о приемке [3]. Для таких участников рынка как малые предприятия, необходимо расширение возможностей в части получения авансовых платежей со стороны заказчиков. Реализация таких мер на практике позволит расширить финансовые возможности СМП,

что позволит обеспечивать участие в торгах и увеличивать их количество. Также улучшению положения малого бизнеса и обеспечению лучших условий участия в исполнении государственных и муниципальных контрактов может способствовать снижение времени ожидания оплаты контракта до 15 дней, что увеличит возможности оперирования денежными средствами.

Нередки случаи, когда малые предприятия сталкиваются с трудностями при подтверждении своего статуса СМП. В соответствии с пунктом 7 части 6 статьи 54.4 Закона № 44-ФЗ, вторая часть заявки малых предприятий на участие в открытом конкурсе в электронной форме должна содержать декларацию о его принадлежности к субъектам малого предпринимательства, которая предоставляется с использованием программно-аппаратных средств используемой электронной площадки. Антимонопольная практика в настоящий момент представляется противоречивой. Так, одни территориальные антимонопольные управления считают, что предоставление участником закупки декларации о принадлежности к СМП не увязано с требованием о нахождении сведений о таком участнике в реестре субъектов МСП и сам по себе факт отсутствия сведений в реестре не признается доказательством непринадлежности к СМП, другие же напротив — если участник закупки представил в составе заявки декларацию о принадлежности к малому предпринимательству и при этом реестр субъектов МСП не содержит информации об этом участнике закупки, то у комиссии заказчика отсутствуют основания для признания заявки участника закупки соответствующей требованиям [4]. В этой связи, со стороны заказчиков возникает неуверенность (при необоснованном отклонении участников закупки члены комиссии будут привлечены к административной ответственности), а малые предприятия сталкиваются с отказами в участии в закупках. Поэтому, в целях недопущения разногласий и создания необоснованных преград для СМП, необходимо установление в Законе № 44-ФЗ обязанности участника закупки в части предоставления сведения-выписки из реестра субъектов МСП для подтверждения своего статуса и получения соответствующих преференций.

Говоря о благополучии экономики, стоит отметить и значимость Федерального закона «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц» от 18.07.2011 № 223-ФЗ. По данным Единой информационной системы в сфере закупок за 2019 год, в соответствии с Законом 223-ФЗ было размещено 1518968 договоров на общую сумму 23426, 24 млрд. рублей, когда в соответствии с Законом № 44-ФЗ — 3642065 контрактов на 8240,9 млрд. рублей [5]. Из этого следует вывод, что активность

закупок по Закону № 223-ФЗ выше, чем по 44-ФЗ, а значит закупки отдельными видами юридических лиц имеют большой потенциал в оказании поддержки развития СМП. Однако, данный нормативный акт лишь рамочно регулирует закупки у СМП — заказчики самостоятельно устанавливают требования к содержанию, оформлению документации, а следовательно, поучаствовать и выиграть в системе закупок небольшому предприятию очень трудно [6, с. 236]. И в целях повышения доступности участия малых предприятий в закупках, целесообразным может стать принятие исчерпывающего перечня документов, которые заказчики вправе требовать в составе заявки от таких хозяйствующих субъектов.

В целях успешной организации системы государственных закупок важно учитывать лучший мировую практику организации такой деятельности. Так, в США при заключении контракта с государством на сумму более 50 тысяч долларов генеральный подрядчик обязан передать в порядке промышленной или научно-технической кооперации часть заказа субподрядчику. В исполнительных органах США устанавливаются целевые ориентиры участия в контрактах малого бизнеса. Контракты стоимостью меньше 10 тысяч долларов на товары, имеющиеся в торговых сетях, должны выделяться исключительно малому бизнесу [7, с. 107]. Опыт США был использован и при создании единой системы закупок Европейского союза. В странах ЕС создана единая система наднационального законодательства, одной из целей которой является помощь малым и средним предприятиям в получении правительственных заказов [8]. Интересным представляется опыт некоторых стран ЕС (который может быть применим и в Российской Федерации), где помимо резервирования части государственного заказа для малого бизнеса, применяется и преднамеренное деление крупных лотов на более мелкие, с целью возможности исполнения контрактов малыми подрядчиками [8].

Взаимодействие малых предприятий и государственных органов в Российской Федерации находится в фазе роста и имеет большой потенциал. Несмотря на положительную статистическую динамику в части привлечения малых предприятий для удовлетворения потребностей государства, участию в таких процедурах, по-прежнему, препятствует комплекс ограничений. Предложенные меры, в части совершенствования договоров субподряда, разработки нового перечня ТРУ, закупаемых у СМП, финансовые и административные решения, также внедрение элементов успешной мировой практики могут положительно отразиться на развитии малого бизнеса, а следовательно экономики страны.

Литература:

1. Единая информационная система в сфере закупок: [сайт]. URL: <https://zakupki.gov.ru/epz/main/public/home.html#statAnchor> (дата обращения 07.05.2020)
2. Орлова, Т.С. Участие субъектов малого предпринимательства в государственных и муниципальных закупках/Т.С. Орлова — Текст: непосредственный // Бенефициар. — 2020. — № 63. — с. 32-34.

3. Федеральный закон от 05.04.2013 № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд»: в ред. Федерального закона от 24.04.2020 № 124-ФЗ // Собрание законодательства Российской Федерации. 2013. № 14, ст. 1652.
4. Позмогова, А. Д. Проблемы правоприменения при проведении закупок товаров, работ, услуг у субъектов малого предпринимательства/А. Д. Позмогова — Текст: непосредственный // Научный электронный журнал Меридиан. — 2019. — № 9 (27). — с. 150-153.
5. Единая информационная система в сфере закупок: [сайт]. URL: <https://zakupki.gov.ru/epz/main/public/home.html#statAnchor> (дата обращения 07.05.2020)
6. Репина, С. И. Проблемы доступа субъектов малого и среднего предпринимательства к государственным закупкам/С. И. Репина— Текст: непосредственный // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. — 2019. — № 6-2. — с. 235-237.
7. Шаховская, Л. С. Система госзакупок как механизм «активизации» социально значимых рынков/Л. С. Шаховская, О. С. Пескова. — Текст: непосредственный // Вестник Российского университета дружбы народов. — 2011. — № 3. — с. 103-110.
8. Бюджет: электрон. версия журн. 2006. № 9. URL: <http://bujet.ru/article/2895.php> (дата обращения: 07.05.2020)

Роль налоговой политики государства в обеспечении экономической безопасности региона

Массаров Вадим Александрович, студент;
Яричина Галина Федоровна, кандидат экономических наук, доцент
Сибирский федеральный университет (г. Красноярск)

Главная потребность жизни людей, общества или государства — это потребность в безопасности, то есть потребность в защите от внешних и внутренних угроз. Важнейшим элементом национальной безопасности государства является экономическая безопасность, функционирование которой невозможно без корректной налоговой политики.

Целью данной работы является определение места и роли налоговой политики государства в обеспечении экономической безопасности региона.

Задачи исследования:

— изучить структуру экономической безопасности государства;

— определить место и роль налоговой политики в системе экономической безопасности;

— выделить угрозы безопасности бюджетно-налоговой сферы региона.

Экономическая безопасность — защищенность экономики страны от внутренних и внешних неблагоприятных факторов, которые нарушают нормальное функционирование экономики, подрывают достигнутый уровень жизни населения [1].

Структура системы экономической безопасности представлена на рисунке 1.

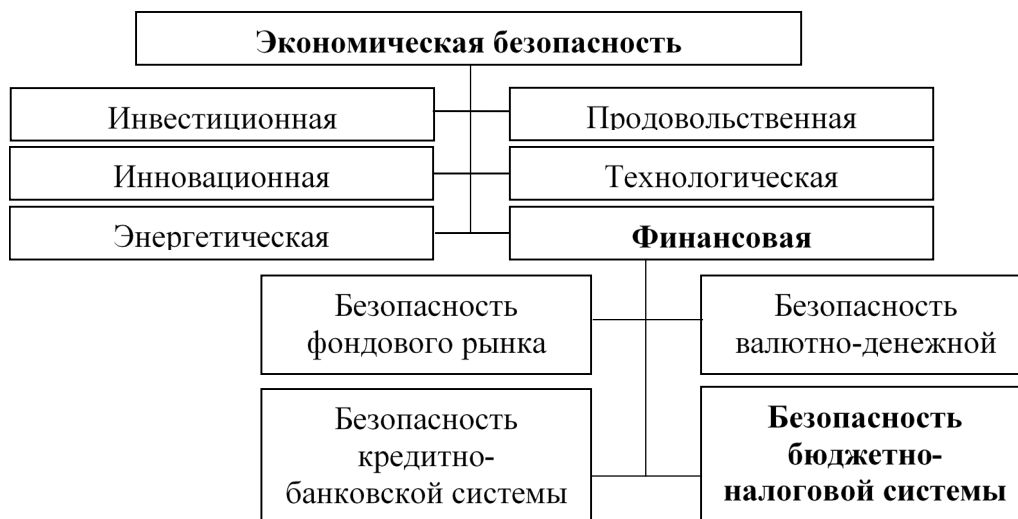


Рис. 1. Структура системы экономической безопасности

Важнейший структурный элемент экономической безопасности — финансовая безопасность, в рамках которой безопасность бюджетно-налоговой системы является одной из самых уязвимых сфер.

Рассмотрим налоги и налоговую политику в разрезе 3 ключевых аспектов, представленных на рисунке 2.

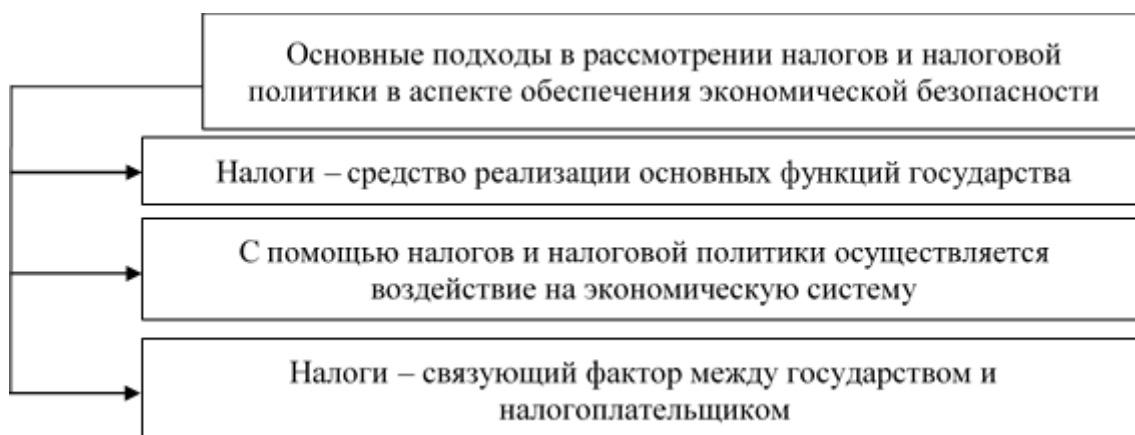


Рис. 2. Основные подходы в рассмотрении налогов и налоговой политики в аспекте обеспечения экономической безопасности

Ключевой задачей государства в бюджетно-налоговой сфере является реализация фискальной политики, поскольку сбор и перераспределение налогов — важнейший элемент в формировании бюджета как государства, так

и региона (например, в 2019 году налоговые доходы Красноярского края составили 89% в структуре бюджета региона [2]). Рассмотрим количество налоговых доходов в бюджете Красноярского края на рисунке 3 [3,4].

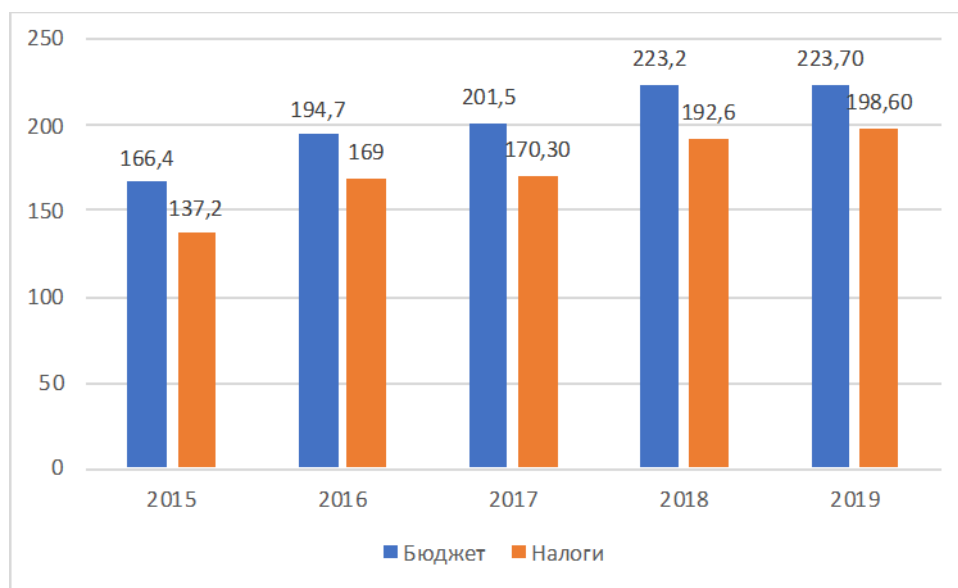


Рис. 3. Налоговые доходы в структуре бюджета Красноярского края, млрд руб.

На основании данных, представленных на рисунке 3, можно сделать вывод, что налоговые доходы Красноярского края — важнейший элемент его экономической деятельности. Доля налоговых доходов в 2015 году составила 82,5% от бюджета региона, а в 2019 году рекордные 89%. Это свидетельствует о том, что регион в значительной мере может обеспечивать себя самостоятельно, не рассчитывая на такие финансовые инструменты, как дотации, субсидии, субвенции и прочее.

Несмотря на эффективную работу налоговой системы региона, существуют угрозы безопасности бюджетно-налоговой сферы:

- несоответствие фактического уровня сбора налогов с их плановыми показателями (например, в 2018 году налоговая задолженность по Красноярскому краю составила 14,1 млрд руб.);
- отсутствие стабильного экономического роста в реальном секторе экономики;
- низкий уровень налоговой культуры населения.

Таким образом, рациональное построение налоговой системы, а также ее оптимизация в новых экономических реалиях, позволит нейтрализовать угрозы безопасности

бюджетно-налоговой сферы, что в свою очередь укрепит экономическую безопасность как субъекта РФ, так и государства в целом.

Литература:

1. Булатов, А. С. Национальная экономика — Экономика России. М.: ИНФРА-М, 2012. 304 с.
2. Путеводитель по бюджету Красноярского края-2019 [Электронный ресурс]. URL: [http://minfin.krskstate.ru/dat/File/10/Putevoditel %202019. pdf](http://minfin.krskstate.ru/dat/File/10/Putevoditel%202019.pdf).
3. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. URL: <https://www.gks.ru>.
4. Федеральная Налоговая Служба [Электронный ресурс]. URL: <https://www.nalog.ru/rn24/>.

Ethics of microtransactions

Mikhaleva Maria Pavlovna, student

Russian Academy of National Economy and Public Administration under the President of the Russian Federation (Moscow)

The article discusses the ethics of using microtransactions in the videogame industry.

Keywords: microtransactions, videogame industry, ethics.

Microtransactions are one of the most popular ways of monetization of videogames today. What are microtransactions or in-game purchases? They are online purchases made within video games to access game content and purchase virtual items or in-game virtual currency [1]. The cost of these transactions can range from ninety-nine cents to hundred dollars. They can be integrated as:

— In-game currencies. In almost all games it is possible to find variations of currencies, which are used to hide the real value of purchases and make it a «better deal».

— Random chance purchases, also known as loot boxes. Players do not know what they get from the box, but they can buy many of them to unlock something special.

— In-game items. These items can give several advantages to players or help them to be more unique.

— Subscription plans. Such plans allow players to be privileged for some time: get more in-game currency and items or get access to content earlier [2].

The opinion on microtransactions is controversial: some people do not have anything against this system, while others condemn in-game purchases as gambling [3]. This essay will discuss an ethical part of microtransactions; examples of ethical and unethical usage will be given and analyzed.

There are no established criteria for ethical usage of microtransactions in the videogame industry, so in this essay they will be defined by the author. First of all, parts of the main game should not be locked behind a pay wall. Developers should carefully choose elements which are important for the full game experience and which are not because it is unfair to sell an incomplete game for full price and ask to pay more for DLC packs. Next, there should be no pay-to-win system in multiplayer games, in other words, there should be no opportunity to pay for power. This creates inequality between people

with same skills, but different paying capacity; developers just discriminate players who do not want or just cannot pay more. Such discrimination also occurs when developers balance their game around microtransactions. For example, if in a sample group of 50 players only one person spends 1000 dollars and others only one an average investment per player will be nearly 21 dollars [4]. However, a game balanced around the assumption that all respondents will spend around 21 dollars would discriminate almost everyone from this group. What is more, microtransactions should be not random if it is possible. Main victims of random loot boxes are children who do not know value of money, people with gambling addictions and players that are prone to impulse purchases. To save this groups of people from inconsiderate purchases developers should make buy of extra paid content harder — users should have a possibility to think if they actually need to spend money this time. Moreover, stores should give a clear vision on how much money player spends. In many games it is possible to pay only with in-game currencies, and it leads to spending more money that was originally intended. For instance, game can ask to pay only five diamonds, but in real life it can be 50 dollars. I would argue, everything that can be purchased should be able to be earned; the only exception can be microtransactions which will later be used for support of cybersport teams or events, because it is a type of charity that gives a player some exclusive items with logo of favorite teams or streamers. In other cases, players should be free in choosing where they want to pay and where it is better for them to earn it in a different way, by completing a quest or unlocking an achievement.

Unfortunately, it is very hard to find a game which will fulfill these criteria. A good example of an ethical game is «Gwent», a free-to-play digital collectible card game, released in 2016 by «CD Projekt RED». There are five main ways of monetization

zation: loot-boxes with cards, in-game currency, decorations, packs with cards and decorations and battle passes. Almost all content can be unlocked without additional payment; the exceptions are some decorations, packs that are made to support cybersport events and battle pass. However, it does not affect the game process or support the pay-to-win system. Moreover, random loot boxes are integrated properly — players can unlock cards from cheap loot boxes or buy only cards they need for higher value. The game is not balanced around microtransactions; that is why the PC version has almost 80 per cent of positive and mixed ratings from users and 100 per cent from critics. [5]

A bit less ethical to players system of monetization was introduced in «Tom Clancy»s Rainbow Six: Siege», an online tactical shooter video game, published by «Ubisoft» in 2015. The system is far more complex than in «Gwent». First of all, ways of payment can be divided into three categories: real money, «r6 credits», that can be bought with real money or earned from battle bass in small amounts, and «glory points», which people earn only from playing the game. Players are split into 2 groups: who pay for interesting and unique skins and who do not pay much attention to it. However, for real money players can also buy season pass which gives access to new operators one week earlier. On this step an important question occurred: «Is «Tom Clancy»s Rainbow Six: Siege» a pay-to-win game?» Players who donate can get some content earlier, but does it give them a real advantage? I assume, that donators do not become more powerful, because superiority is given not by operators, but from skill of a player, which cannot be bought. Although, ethics of monetization in «Tom Clancy»s Rainbow Six:

Siege» raises questions; «Ubisoft» is trying to make it better for players and support cybersport teams and streamers that help to promote the game.

EA»s franchise «FIFA» is known for having one of the most controversial way of monetization. The only way of making money on this game is selling «FIFA Points», which players can spend on buying random loot boxes. The problem is that this is the only way of getting new cards with players, so some people can waste hundreds or thousands of dollars trying to recruit their favorite players. In 2018 «Electronic Arts» faced several conflicts with European government. In Belgium loot boxes were declared illegal under Belgium gambling laws, and «EA» stopped selling «FIFA Points» in this country [6]. In contrast, UK government claimed that loot boxes did not contradict gambling regulations [7]. Not so far ago two lawsuits filed in France again «EA» and gambling in «FIFA» [8]. Company should change monetization strategy in their next games because market is changing, and players want ethical attitude.

Given examples have shown that microtransactions cannot be called unethical in general. Everything depends on developers — if consumers and their game experience is important for the company the game will be honest and microtransactions will not play a big role. For some companies players are only a way of making profit, and games are developed to get as much money, as possible. However, the world and people»s mind change — more and more players are for ethical gaming; it is seen from recent scandals in gaming industry and from how games are changing. I assume, that in the future number of games with unethical in-game purchases will only become lower, because people will stop supporting them.

References:

1. Wright, D., 2019. Video Game Industry Responds to Regulation of Pay-To-Win Microtransactions and Loot Boxes. Lexology.com Law blog, [blog] 4 September. Available at: <<https://www.lexology.com/library/detail.aspx?g=5a8275ef-7320-4557-a97a-7fc84af56ca1#:~:text=Microtransactions%2C%20also%20known%20as%20in,and%20in%2Dgame%20virtual%20currency.>> [Accessed 25 May 2020].
2. Agarwal, P., 2017. Microtransactions in Video Games. Intelligenteconomist.com Economics blog, [blog] 19 November. Available at: <<https://www.intelligenteconomist.com/microtransactions/>> [Accessed 25 May 2020].
3. British Broadcasting Corporation (BBC), 2019. Gaming loot boxes: What happened when Belgium banned them? [online] Available at: <<https://www.bbc.com/news/newsbeat-49674333>> [Accessed 25 May 2020].
4. D»Argenio, A. M., 2017. 10 guidelines for creating ethical microtransactions. Gamecrate.com Gaming blog, [blog] 16 November. Available at: <<https://www.gamecrate.com/10-guidelines-creating-ethical-microtransactions/17547>> [Accessed 25 May 2020].
5. Metacritic, 2018. Gwent: The Witcher Card Game. [online] Available at: <<https://www.metacritic.com/game/pc/gwent-the-witcher-card-game>> [Accessed 25 May 2020].
6. British Broadcasting Corporation (BBC), 2018. Video game loot boxes declared illegal under Belgium gambling laws. [online] Available at: <<https://www.bbc.com/news/technology-43906306>> [Accessed 25 May 2020].
7. British Broadcasting Corporation (BBC), 2019. Fifa packs and loot boxes «not gambling» in UK. [online] Available at: <<https://www.bbc.com/news/technology-49074003>> [Accessed 25 May 2020].
8. Get French Football News, 2020. Lawsuit filed in France against EA arguing that FIFA Ultimate Team should be classified as a form of gambling. [online] Available at: <<https://www.getfootballnewsfrance.com/2020/lawsuit-filed-in-france-against-ea-arguing-that-fifa-ultimate-team-should-be-classified-as-a-form-of-gambling/>> [Accessed 25 May 2020].

Оценка конкурентной среды ОАО «Оренбургский хлебокомбинат»

Неверов Дмитрий Владимирович, студент магистратуры
Оренбургский государственный университет

В условиях рынка предприятиям необходимо гибко реагировать на происходящие изменения и оперативно адаптировать к ним подходы, применяемые к разработке и реализации конкурентной стратегии. При этом необходимо учитывать тенденции инновационной деятельности, уровень развития производственных технологий, масштабы использования современных средств автоматизации производства и управления, а также другие факторы, влияющие на формирование и развитие конкурентных преимуществ организации.

В структуре региональной экономики одной из важнейших подотраслей пищевой промышленности является хлебопекарная промышленность, обеспечивающая снабжение населения продукцией первой необходимости. Ее устойчивое развитие невозможно без обеспечения конкурентоспособности за счет роста эффективности производства. Добиться конкурентных преимуществ особенно сложно на насыщенных рынках, где спрос удовлетворяется большим количеством производителей.

В тоже время, рынок хлеба имеет достаточный потенциал роста из-за неполного использования производственных мощностей предприятий и отставания представленности хлебобулочных изделий на региональном рынке от ассортимента, предлагаемого зарубежными производителями. Кроме того, особенность хлебопекарной промышленности — высокая устойчивость спроса на ее продукцию в период экономических кризисов.

На протяжении периода 2010-2017 гг. производство хлеба и хлебобулочных изделий падало в разные годы на 1-5% (рисунок 1), что связано в основном снижением потребительского спроса [7]. Подобная тенденция характерна и для жителей Оренбургской области, которые значительно уменьшили потребление хлеба в последние годы, что привело к снижению объемов его производства и, соответственно, использования производственных мощностей хлебопекарных предприятий.

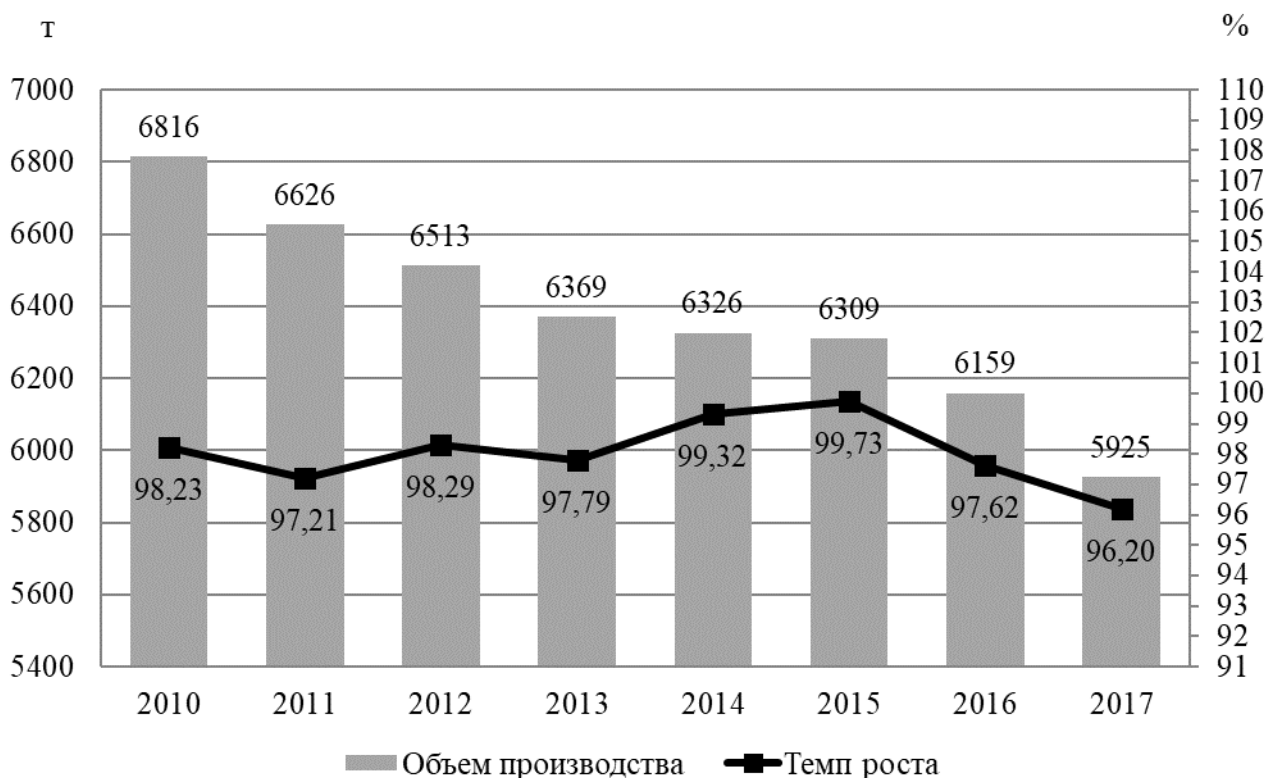


Рис. 1. Производство хлеба и хлебобулочных изделий в России за 2010-2017 гг.

В Оренбургской области работает более 150 хлебопекарных предприятий [5]. При этом качественная составляющая конкуренции противоположна количественной:

в регионе присутствует всего десяток больших производств, занимающих долю рынка около 50%. Оставшаяся часть приходится на мелкие пекарни. Соперничество

между предприятиями хлебопекарной отрасли образует конкурентную среду предприятия.

Самым распространённым методом оценки конкурентной среды является метод М. Портера.

В соответствии с данным методом, организация должна изучить свое конкурентное положение, то есть конкурентные силы, воздействующие на нее, которые характеризуются моделью движущих сил конкуренции.

Целью проведения конкурентного анализа по Портеру является идентификация благоприятных возможностей и угроз, с которыми может столкнуться организация.

Пять сил конкуренции определяют прибыльность отрасли, оказывая влияние на цены, которые может диктовать организация; на расходы предприятия; на размер инвестиций, необходимых для того, чтобы конкурировать в этой отрасли [3].

Для проведения анализа конкурентной среды хлебопекарной отрасли выделим 5 крупнейших предприятий Оренбургской области, имеющих наибольшие рыночные доли [6, 10]. Объем продаж данных предприятий представлен в таблице 1, составленной по данным Оренбургстата [9].

Таблица 1. Крупнейшие предприятия хлебопечения Оренбургской области

Предприятие	2016 г.		2017 г.	
	Выручка, тыс. руб.	Уд. вес, %	Выручка, тыс. руб.	Уд. вес, %
ЗАО «Хлебопродукт-2»	304467	29,02	381614	36,86
ОАО «Оренбургский хлебокомбинат»	351912	33,54	306721	29,62
ЗАО «Хлебопродукт ДМВ»	125879	12,00	103105	9,96
ООО «Городской Торг»	252774	24,09	243269	23,50
ЗАО «Орский хлеб»	114257	10,89	100675	9,72
Итого	1049289	100	1035384	100

По данным таблицы 1, ОАО «Оренбургский хлебокомбинат» в 2016 году имел наибольшую выручку, равную 351912 тыс. руб. В 2017 году его выручка сократилась до 306721 тыс. руб., и соответственно снизилась и его рыночная доля.

Выручка ЗАО «Хлебопродукт-2» в 2016 году составила 304467 тыс. руб., что является вторым по величине показателем. Тем не менее, в 2017 году объем продаж данного предприятия увеличился до 381614 тыс. руб., что вывело его на лидирующую позицию.

Третья по величине сумма выручки приходится в 2016 году и 2017 году на предприятие ООО «Городской Торг». В 2017 году выручка предприятия составила 243269 тыс. руб. ЗАО «Хлебопродукт ДМВ» и ЗАО «Орский хлеб» имеют наименьшие доли в общем объеме выручки за 2016-2017 гг., при этом в 2017 году сумма их выручки и соответственно их доли сократились. Изменение в структуре объема продаж пяти крупнейших предприятий Оренбургской области представим на рисунке 2.

Анализ конкурентной среды предприятий хлебопечения целесообразно проводить с оценки влияния каждой конкурентной силы из модели «5 сил конкуренции». Выделенные факторы оценивались (метод экспертных оценок) по трехбалльной шкале, в зависимости от степени влияния.

В таблицах 2-8 представлены результаты влияния пяти сил «5 сил конкуренции» относительно ОАО «Оренбургский хлебокомбинат» [1, 2, 12].

Сильное влияние на предприятие оказывает внутриотраслевая конкуренция. На рынке, где осуществляет свою деятельность

ОАО «Оренбургский хлебокомбинат» можно выделить 4 основных конкурента: ЗАО «Хлебопродукт-2», ЗАО «Хлебопродукт ДМВ», ООО «Городской Торг», ЗАО «Орский хлеб».

В понимании россиян хлеб не должен стоить дорого, однако изменение предпочтений потребителей, смещение спроса в сторону более дорогой и качественной хлебобулочной продукции позволяют развивать сегмент дорогой продукции. Производство такого хлеба более затратное, так как требуется дорогостоящее оборудование, в рецепт входит много дорогих компонентов. Эту нишу, как правило, занимают мелкие пекарни.

В Оренбурге насыщенность рынка хлебом экономического и среднего сегмента можно считать высокой, премиум-сегмента — низкой. Поэтому эластичность спроса по цене на хлеб премиум-сегмента скорее всего будет невысокой. Развитие рынка и рост потребления продукции более высокого качества сдерживается недостатком рекламы и мероприятий по формированию спроса и стимулированию сбыта.

В таблице 3 рассмотрим оценку угроз со стороны потенциальных конкурентов.

Также сильное влияние оказывает угроза появления на рынке новых конкурентов: на фоне снижения конкурентоспособности крупных хлебозаводов преимущества могут получить малые пекарни. Их главные конкурентные преимущества – свежесть предлагаемой продукции, большая мобильность и меньшая капиталоемкость по сравнению с крупными производителями.

Для оценки рыночной власти потребителей необходимо знать, какие покупатели и в каких объемах приобретают продукцию предприятия.

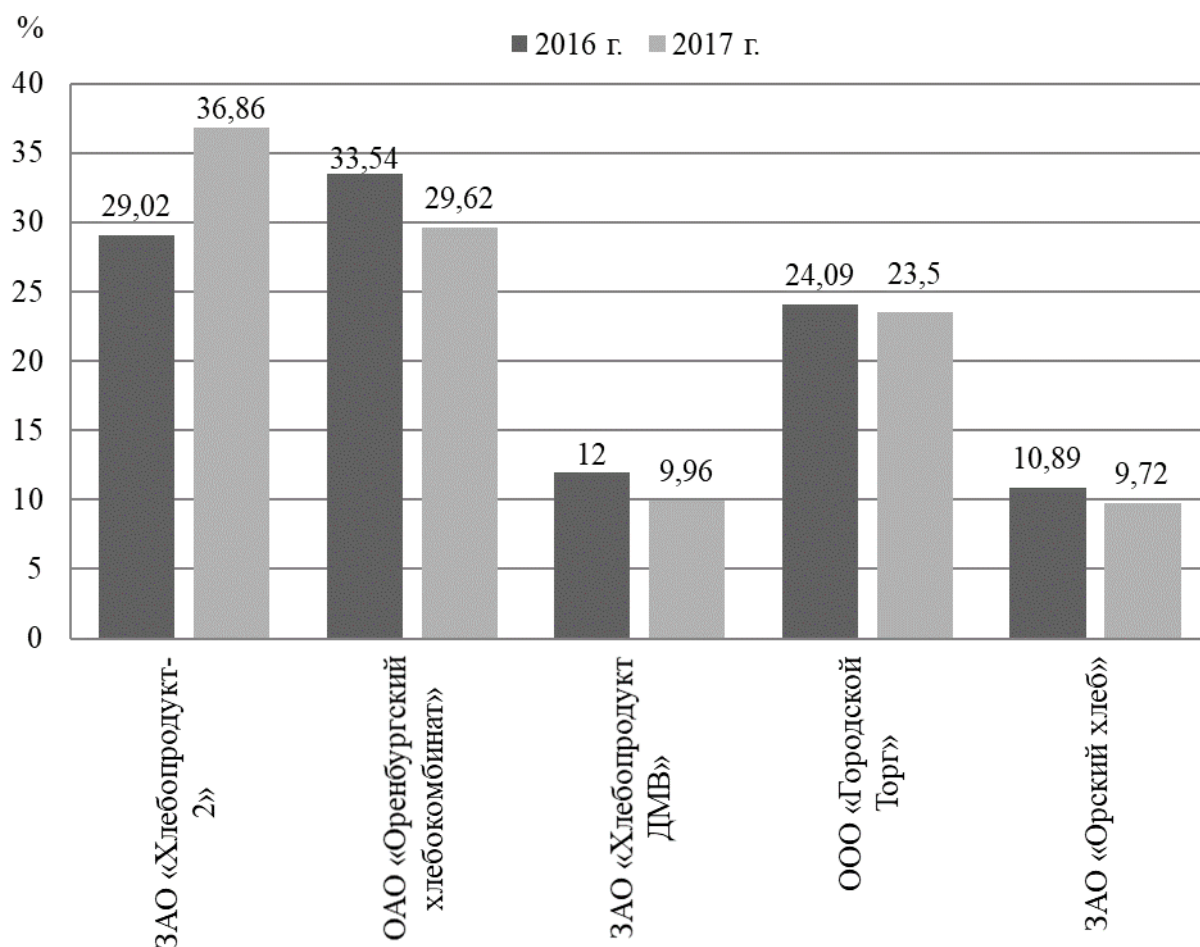


Рис. 2. Структура пяти крупнейших предприятий хлебопечения Оренбургской области за 2016-2017 гг.

Таблица 2. Оценка уровня внутриотраслевой конкуренции

Фактор конкуренции	Оценка фактора		
	«3»	«2»	«1»
Количество игроков	Высокий уровень насыщения рынка	х	х
Уровень дифференциации товара на рынке	х	Продукт на рынке стандартизирован по ключевым свойствам, но отличается по дополнительным преимуществам	х
Темп роста рынка	х	Средний	х
Привлекательность рынка	Четко проявляется	х	х
Ограничение в повышении цен	х	Есть возможность повышения цен	х
Итоговый балл 12	≥4 баллов: низкий уровень внутриотраслевой конкуренции; 5-8 баллов: средний уровень внутриотраслевой конкуренции; 9-15 баллов: высокий уровень внутриотраслевой конкуренции.		

В таблице 4 проведем анализ потребителей ОАО «Оренбургский хлебокомбинат».

По данным таблицы 4 можно сделать вывод, что в 2017 году большую часть потребителей составили розничные покупатели, их доля в структуре выручки составила 62,55%. В 2018 году объем продаж, приходящийся на розничных потребителей, снизился, их доля составила 58,77%. При этом в 2018 году отмечается увеличение

доли оптовых покупателей с 37,45% до 41,23%, несмотря на снижение объема выручки.

Данный рост обусловлен заключением долгосрочных договоров с новыми организациями, к примеру, договор на поставку кондитерских и мучных изделий производства ОАО «Оренбургский хлебокомбинат» для нужд ООО «Газпромпитание».

Таблица 3. Оценка угроз со стороны потенциальных конкурентов

Фактор конкуренции	Оценка фактора		
	«3»	«2»	«1»
Сильные марки с высоким уровнем знания и лояльности	x	5 крупных игроков держат около 25% рынка	x
Дифференциация продукта	Разнообразие ассортимента продукции в отрасли	x	x
Готовность существующих игроков к снижению цен	x	x	При любой попытке ввода более дешевого предложения игроки снижают цены
Доступ к каналам распределения	Легко добраться до целевой аудитории	x	x
Темп роста отрасли	x	Средний и растущий	x
Итоговый балл 11	≥5 баллов: низкий уровень угрозы входа новых игроков; 6-11 баллов: средний уровень угрозы входа новых игроков; 12-15 баллов: высокий уровень угрозы входа новых игроков.		

Таблица 4. Анализ потребителей ОАО «Оренбургский хлебокомбинат»

Потребители	2017 г.		2018 г.	
	Сумма, тыс. руб.	Уд. вес, %	Сумма, тыс. руб.	Уд. вес, %
Оптовые покупатели	97001,49	37,45	106169,27	41,23
Розничные покупатели	162014,61	62,55	151335,63	58,77
Итого	259016,1	100,00	257504,9	100,00

Таблица 5. Оценка рыночной власти потребителей на рынке

Фактор конкуренции	Оценка фактора		
	«3»	«2»	«1»
Статус покупателя	x	x	Слабо проявляется
Значимость товара у покупателя	x	Проявляется	x
Склонность к переключению на товары-субституты	Продукт предприятия не уникален, существуют полные аналоги	x	x
Чувствительность к цене	x	Покупатель будет переключаться только при значимой разнице в цене	x
Итоговый балл 8	≥4 баллов: низкий уровень угрозы ухода покупателя; 5-8 баллов: средний уровень угрозы ухода покупателя; 9-12 баллов: высокий угрозы ухода покупателя.		

Также большую долю оптовых продаж составляют продажи по государственным контрактам.

В таблице 5 проведем оценку рыночной власти потребителей на рынке.

По сумме баллов потребители оказывают среднее влияние. Однако, на практике влияние покупателей низкое, так как предприятие выпускает наиболее употребляемый

в пищу продукт. В таблице 6 представлена оценка рыночной власти поставщиков на рынке.

По сумме баллов поставщики также оказывают среднее влияние: угроза со стороны поставщиков, которые способны диктовать свои условия, существует, поскольку те производители, которые закупают сырье по более низким ценам, находятся в более выгодном положении. Однако

Таблица 6. Оценка рыночной власти поставщиков на рынке

Фактор конкуренции	Оценка фактора		
	«3»	«2»	«1»
Количество поставщиков	x	x	Большой выбор поставщиков
Ограниченность объемов ресурсов поставщиков	x	Неограниченность объемов	x
Издержки переключения на других поставщиков	x	Высокие издержки «переключения» на других поставщиков	x
Приоритетность направления для поставщика	x	x	Высокая приоритетность
Итоговый балл 6	≥5 баллов: низкий уровень влияния поставщиков; 6-8 баллов: средний уровень влияния поставщиков; 9-12 баллов: высокий уровень влияния поставщиков.		

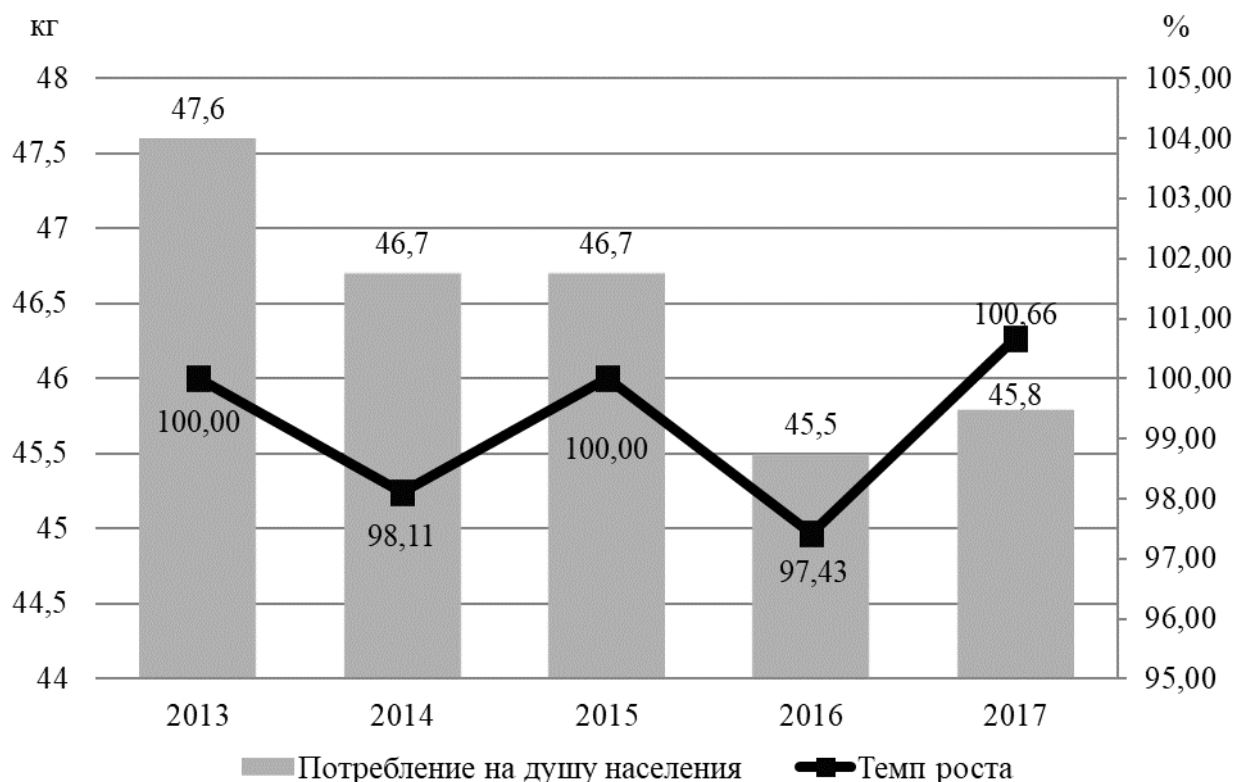


Рис. 3. Потребление хлеба и хлебобулочных изделий на душу населения [8]

следует отметить региональную особенность Оренбургской области, а именно аграрную предрасположенность региона, а также большое количество посевных территорий, следовательно, большое количество потенциальных поставщиков.

На рисунке 3, расположенного ниже, представлены состав и динамика потребления хлеба и хлебобулочных изделий на душу населения в период с 2013 по 2017 гг.

В динамике среднедушевого потребления хлеба и хлебобулочных изделий наблюдается тенденция к постепенному снижению потребления хлебной продукции.

Так, в 2013 году потребление продукции составляло 47,6 кг/чел., то в 2016 году этот показатель составил 45,6 кг/чел. Это связано с тем, что востребованность традиционных видов хлебной продукции снижается вследствие смены потребительских предпочтений. По итогам 2017 года потребление хлеба и хлебобулочных изделий на душу населения составило 45,8 кг/чел.

На рисунке 4 представлена структура причин отказа от хлеба.

В последнее время часть потребителей отказывается от приобретения хлеба и хлебобулочных изделий. Самая распространенная причина отказа от упо-

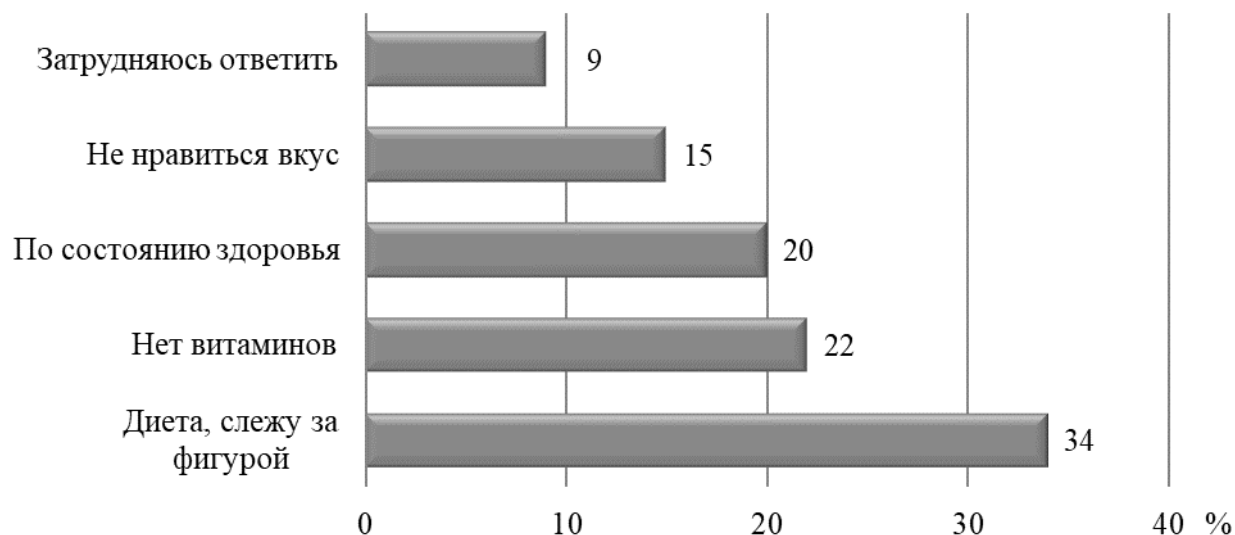


Рис. 4. Причины отказа от хлеба [4]

требления хлеба — диета. 34% респондентов, из тех, кто не употребляет хлеб или ест его очень редко, назвали причиной отказа от употребления хлеба именно диету. В основном это женщины, следящие фигурой. Доля тех, кто не ест хлеб по причине того, что в хлебе содержится мало витаминов, составляет 22%. 20% причиной отказа назвали состояние здоровья. В основном,

это люди возрастной группы 46-65 лет. 15% просто не нравится вкус хлеба.

Однако далеко не все люди готовы отказаться от хлеба и хлебобулочных изделий. Поэтому, в последнее время набирают популярность товары-заменители хлеба.

В таблице 7 рассмотрим основные товары-субституты хлеба и их цену за один килограмм.

Таблица 7. Основные товары-заменители хлеба

Товар-заменитель	Цена за 1 кг, руб. [11]	Цена пшеничного хлеба за 1 кг, руб.	Отклонение, %
Хлебцы зерновые	294	53	в 5,54 раз
Лаваш	222		в 4,18 раз
Пшеничные лепешки	974		в 18,37 раз
Галеты	325	53	в 6,13 раз

Товары-заменители хлеба имеют специфический вкус, их трудно купить, а также стоят довольно дорого, их покупает узкий круг лиц. Таким образом, можно сделать вывод, что товары-заменители хлеба, такие как хлебцы,

пшеничные лепешки, галеты и др. не могут в полной мере конкурировать с хлебом.

В таблице 8 представлена оценка угроз со стороны товаров-заменителей.

Таблица 8. Оценка угроз со стороны товаров-заменителей

Фактор конкуренции	Оценка фактора		
	«3»	«2»	«1»
Цена	x	Слабо проявляется	x
Стоимость «переключения»	x	Слабо проявляется	x
Качество основной продукции	x	x	Не проявляется
Итоговый балл 5	≥3 баллов: низкий уровень угрозы перехода; 5-8 баллов: средний уровень угрозы перехода; 9-12 баллов: высокий угрозы перехода на товары-заменители.		

Угроза появления товаров-субститутов оказывает на организацию небольшое воздействие, потому что трудно предположить, что в ближайшее время появится какой-либо новый продукт, заменяющий хлеб, хлебобулочные и кондитерские изделия.

В результате оценки влияния конкурентных сил установлено, что на деятельность предприятия ОАО «Оренбургский хлебокомбинат», как и на любое предприятие, оказывают действие внешние силы, причем степень их влияния различна:

— наиболее сильное влияние на хлебопекарное предприятие оказывают внутриотраслевая конкуренция и угроза со стороны потенциальных конкурентов;

— среднее влияние по сумме баллов оказывают потребители и поставщики;

— угроза появления товаров-субститутов оказывает на организацию минимальное воздействие.

Внутриотраслевые конкуренты и потенциальные конкуренты являются наиболее серьезными угрозами для предприятия. Эти угрозы обусловлены большой привлекательностью рынка, низкими барьерами входа в отрасль, широкой дифференциацией продукта. Руководству ОАО «Оренбургский хлебокомбинат» необходимо проводить мероприятия, направленные на формирование и обеспечение конкурентных преимуществ предприятия для повышения устойчивости организации. Данные мероприятия позволят предприятию эффективно конкурировать на рынке хлеба, хлебобулочных и кондитерских изделий, а также могут привести предприятие к реальному или потенциальному увеличению доли рынка, объема продаж продукции и уровня рентабельности.

Литература:

1. Бондаренко, А.Г. Анализ конкурентной среды рынка охранных предприятий Краснодарского края методом оценки пяти сил М. Портера [Электронный ресурс]/А.Г. Бондаренко // Мир науки. — 2016. — Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=27614673>. — 15.05.2020.
2. Куренова, Д.Г. Исследование конкурентной среды на примере рынка фасовочно-упаковочного и весоизмерительного оборудования [Электронный ресурс]/Д.Г. Куренова // Практический маркетинг. — 2016. — № 10 (236). — Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=27165445>. — 05.05.2020.
3. Ленгинович, С.Г. Конкурентная среда: методы исследования [Электронный ресурс]/С.Г. Ленгинович // Экономическая наука и практика: материалы III Междунар. науч. конф. (г. Чита, апрель 2014 г.). — Чита: Издательство Молодой ученый, 2014. — с. 88-91. Режим доступа: <https://moluch.ru/conf/econ/archive/94/5391/>. — 17.05.2020.
4. Маркетинговое исследование потребителей хлеба [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.fdfgroup.ru>. — 01.06.2019.
5. Оренбургский облпотребсоюз [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://orenops.ru/news89.html>. — 01.05.2020.
6. По развитию хлебопечения Оренбуржье занимает 11-е место в России [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.orenburg-gov.ru/news/apk/po-razvitiyu-khlebopecheniya-orenburzhe-zanimaet-11-e-mesto-v-rossii>. — 11.05.2020.
7. Производство основных видов продукции в натуральном выражении [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/industrial. — 10.05.2020.
8. Рынок хлеба и хлебобулочных изделий в России [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.indexbox.ru>. — 15.05.2020.
9. Тиханов, Е.А. Анализ и систематизация методов оценки конкурентоспособности предприятия/Е.А. Тиханов, В.В. Криворотов, П.В. Чепур // Фундаментальные исследования. — 2016. — № 10 (3). — с. 56-61.
10. Хлебопеки и кондитеры Оренбуржья обеспечивают насыщенность и широкий ассортимент [Электронный ресурс] // СФЕРА: Кондитерская и хлебопекарная промышленность. — 2019. — № 2 (79). — Режим доступа: <https://sfera.fm/articles/konditerskaya/khlebopeki-i-konditery-orenburzhya-obespechivayut-nasyshchennost-i-shirokii-assortiment>. — 25.04.2020.
11. Шкардун, В.Д. Маркетинговые основы стратегического планирования: Теория, методология, практика: учеб. пособие/В.Д. Шкардун. — Москва: Дело, 2017. — с. 44-49.

Роль участия педагогического работника в реализации управления проектными задачами

Никешин Никита Сергеевич, студент магистратуры
Сургутский государственный университет

В статье автор пытается предложить механизм перевода общеобразовательной школы на новый путь развития по направлению «Технологическое образование».

Ключевые слова: технологическое образование, проектирование в образовании, образовательная система, управление проектированием.

По получению Президента России В.В. Путина в 2016 году была разработана Концепция технологического образования в системе общего образования. Именно 2016 год стал отправной точкой реализацией Национальной технологической инициативы, что потребовало от российского образования подготовки новых, высококвалифицированных кадров, способных управлять и действовать с полной отдачей сил и умственных способностей. Начало такой подготовки возложено на общеобразовательную школу в виде ответственного отношения к технологическому образованию. Появилась необходимость воспитания профессиональных кадров, обладающих качествами менеджера, способными управлять как педагогическим процессом в целом, так и отдельными его составными частями и элементами, такими, например, как управление проектированием индивидуальных учебных планов (ИУП).

Управление проектированием — организация процесса разработки нового объекта, позволяющая наилучшим образом получить эффективное решение в виде соответствующего комплекта документации в рамках условий поставленной задачи. Управление проектированием является составной частью менеджмента [2].

Исследователь Шевченко А.И. предлагает обратить внимание на то, что в современной педагогической науке изучение проектирования может вестись с различных, хотя и связанных определенным образом друг с другом позиций. С одной стороны в проектировании можно видеть только компонент деятельности преподавателя или руководителя образовательного учреждения, с другой стороны — функцию прогнозирования, программирования и другое. С третьей стороны проектирование в образовании может рассматриваться как особый механизм управления образованием. По убеждению автора проектирование в образовании является организованной системой деятельности, которая направлена на осуществление комплексных исследований и проектных разработок. Такие разработки обеспечивают развитие и саморазвитие образования как формы общественной практики, способствующей удовлетворению потребности в образовании личности, общества, в котором она живет, и потребности самих образовательных систем [8].

Целью проектирования в образовании является обеспечение необходимого комплекса условий органического перехода системы образования из одного состояния в другое, качественно новое.

Результатом проектирования в образовании являются концепции и программы развития образовательных систем, модели образовательных деятельностей.

Объектом педагогического проектирования является образование как форма общественной практики, а предметом — совокупность осуществляемых в ней видов профессиональной деятельности (педагогической, научной, культурно-образовательной, управленческой), форм организации образовательного пространства.

Педагогическое проектирование в образовании подчиняется определенной логике, которую можно представить в виде совокупности

последовательно сменяющих друг друга видов деятельности — анализа актуальных проблем или ситуаций, концептуализации, программирования, планирования и конструирования новой образовательной практики. А также форм организации деятельности субъектов, включенных в процесс проектирования.

Следует отметить, что в ходе реализации проекта может возникнуть реальная необходимость его коррекции, осуществление управленческой деятельности до проектирования и перепроектирования.

Рассматривая сущность педагогического проектирования, следует иметь в виду не только деятельность педагога как основного проектировщика, но и конкретный продукт его деятельности — определенный проект, созданный для изменения существующего положения дел. Поэтому под педагогическим проектированием следует понимать целенаправленную деятельность педагога по созданию проекта, который представляет собой инновационную модель педагогической системы, ориентированную на массовое использование.

Исследователь Н. А. Заруба провела обзор зарубежного и российского опыта в управлении проектами в образовании. Им проведен анализ основных проблем проектирования. Автор подчеркивает, что система управления проектами в образовании не должна иметь застывший вид, так как она должна подстраиваться под становление российского общества. Это трансформируется в необходи-

мость поиска новых эффективных, гибких и адаптивных систем управления. Изучение особенностей управления проектированием в зарубежных системах образования, является предметом управленческого мышления и анализа, осуществленного Н.А. Заруба. На основе проведенного анализа, автором были не только определены особенности управления проектированием зарубежных систем образования, но и обоснована необходимость применения адаптивного подхода к управлению разработкой и реализацией проектов в вопросах управления проектированием в российском образовании, в том числе ИУП [4].

Педагог-практик О.С. Иванова указывает на то, что управление проектной деятельностью администрации российских школ и их педагогических коллективов активизировалось в условиях реализации ФГОС общего образования. По убеждению автора, технология проекта направлена на мобилизацию творческого потенциала педагогических работников для быстрого эффективного достижения каких-либо поставленных перед образовательной организацией кардинальных управленческих решений [6].

При этом управленческая деятельность должна быть не только направлена на конкретный результат и расширение творческого потенциала педагога, но и должна быть достаточно понятна остальным субъектам для ее реализации: учащимся и их родителям.

Программа проектных действий педагога должна соответствовать задачам повышения методической компетентности учителя. Уровень такой компетентности повышается за счет внедрения в деятельность научно-исследовательских и опытно-экспериментальных направлений, что характеризуется логикой, этапностью, специфическим содержанием, и, естественно, управлением.

Участие педагогического работника в реализации проектных задач способствует обеспечению его профессионального развития, самореализации, самосовершенствованию, мотивации на результат, представляемый в самых разных формах защиты реализованного проекта: выступление, публикация, участие в конкурсе, а также в форме получения значимого результата у самих учеников, с которыми педагог взаимодействует.

Педагогический опыт О.С. Ивановой доказывает, что проектная деятельность педагогов образовательной организации может быть организована в двух формах: это могут быть проекты, инициированные руководством школы для решения внутришкольных проблем, а также проекты, которые образовательная организация реализует совместно с организациями дополнительного профессионального образования [6].

К важнейшим управленческим элементам образовательной деятельности в рамках предметной области «Технология» относятся следующие:

— умение педагогического работника способствовать освоению учащимися рукотворного мира в форме его воссоздания, понимания его функционирования и возника-

ющих проблем, в первую очередь, через создание и использование учебных моделей (реальных и виртуальных), которое стимулирует интерес обучающихся и облегчает освоение ими других предметов;

— управление изготовлением объектов, знакомящих обучающихся с профессиональными компетенциями и практиками; организация ежегодного практического знакомства учащихся с 3-4 видами профессиональной деятельности из разных сфер (с использованием современных технологий) и более углубленно — с одним видом деятельности через интеграцию с практиками, реализованными в движении Ворлдскиллс;

— управление процессом приобретения учащимися практических умений и опыта, необходимых для разумной организации собственной жизни [7];

— управление процессом формирования универсальных учебных действий учащихся:

а) освоение ими проектной деятельности как способа преобразования реальности в соответствии с поставленной целью по схеме цикла дизайн-процесса и жизненного цикла продукта;

б) изобретение, поиск принципиально новых для обучающегося управленческих решений;

— формирование ключевых компетентностей:

а) информационной, коммуникативной, навыков командной работы и сотрудничества;

б) инициативности, гибкости мышления, предприимчивости, самоорганизации;

— управление процессом ознакомления обучающихся с гуманитарными и материальными технологиями в реальной экономике территории проживания обучающихся, с миром профессий и организацией региональных рынков труда.

Управление проектированием предмета «Технология» способствует созданию условий для повышения профессиональных качеств педагога и мониторинга талантливых детей, подростков и молодых людей, построения ими в дальнейшем успешной профессиональной карьеры в области науки, технологий, инноваций и развития интеллектуального потенциала страны [28].

Эти цели могут быть достигнуты путем формирования современной системы управления проектированием ИУП учащихся в процессе организации их проектной и учебно-исследовательской деятельности. Педагог должен управлять процессом научно-технического творчества учащихся в условиях общеобразовательной школы и дополнительных учреждений, включая систему оценивания индивидуальных достижений [3].

В рамках управления проектированием ИУП учащихся в процессе организации их проектной и учебно-исследовательской деятельности на этапе начального образования технология и технологические проекты выступают в роли пространства для развития творческого потенциала детей и их изобретательства, а также мотивирующего фактора для освоения других предметных областей.

Управление проектированием ИУП учащихся в процессе организации их проектной и учебно-исследовательской деятельности направлено на следующее:

- воспитание у учащихся настойчивости и трудолюбия;
- формирование у них технологического мышления.
- знакомство с материальными технологиями прошлых эпох, с изобразительным искусством, с техноло-

гиями дома, с художественными промыслами народов России и коренных народов региона проживания [4].

В процессе управления проектированием ИУП учащихся в процессе организации их проектной и учебно-исследовательской деятельности на основе технологического образования у учащихся общеобразовательной школы должны быть сформированы универсальные учебные действия и оперативное введение учащихся в образовательную деятельность (таблица 1) [1].

Таблица 1. Управление формированием универсальных учебных действий и мероприятий по оперативному введению учащихся в образовательную деятельность предметной области «Технология»

№ п/п	Направление	Компоненты
1	Формирование универсальных учебных действий учащихся	<ul style="list-style-type: none"> — проектная деятельность по схеме цикла дизайн-процесса и жизненного цикла продукта; — изобретательская деятельность как поиск принципиально новых решений формирование ключевых компетентностей; — информационная деятельность; — коммуникативные умения; — организация самоконтроля; — формирование навыков работы в коллективе и сотрудничестве; — воспитание инициативности; — формирование у учащихся гибкости мышления; — воспитание предприимчивости.
2	Оперативное введение обучающихся в образовательную деятельность	<ul style="list-style-type: none"> — компьютерное черчение; — промышленный дизайн; — 3D-моделирование; — прототипирование; — цифровое производство; — аддитивные технологии; — нанотехнологии; — робототехника; — технологии умного дома; — интернет вещей; — технологии в области механической обработки материалов (ручной и станочной, в том числе станками с ЧПУ); — электротехники и электроники, электроэнергетики, автоматизи; строительства; — транспорта; — агро- и биотехнологии; — обработки пищевых продуктов; — СМИ, рекламы, маркетинга.

На базе основного общего образования педагог должен заботиться о следующем:

- формирование умения учащихся изготавливать объекты, знакомящие с профессиональными компетенциями и практиками;
- ежегодное практическое знакомство учащихся с 3–4 видами профессиональной деятельности из разных сфер (с использованием современных технологий), более углубленно — с одним видом деятельности;
- приобретение учащимися практических умений и опыта, необходимых им для разумной организации самостоятельной жизни.

В МБОУ «Сургутская технологическая школа» («СТШ») управление проектированием ИУП учащихся в процессе организации их проектной и учебно-исследовательской деятельности в рамках технологического среднего общего образования осуществляется с учетом профиля, реализуемого в рамках основной образовательной программы.

Механизм перевода МБОУ «СТШ» на новый путь развития представлен на рисунке 1 [1].

Наличие определенных проблем, выявленных в результате анализа образовательной системы «СТШ», требует формулирования задач, решение которых обеспечит повышение эффективности реализации системы техно-



Рис. 1. Механизм перевода МБОУ «СТШ» на новый путь развития

логического образования и воспитания в условиях реализации ФГОС ОО, создания школы технологической направленности.

В связи с необходимостью решения такой проблемы, как устранение низкого уровня показателей качества усвоения технологической образовательной программы, предлагается решение следующих задачи:

- проанализировать реализуемые учебно-методические комплексы и определить их эффективность для учащихся различных образовательных потребностей в условиях реализации ФГОС, создания технологической школы;
- осуществить выбор и применение в образовательной деятельности оптимальных технологий, форм, методов, средств технологического обучения и воспитания учащихся различных образовательных потребностей путем повышения профессионального мастерства педагога технологического образования.

Устранение проблемы создания системы профориентационной работы в направлении технологического образования подразумевает решение следующих задач:

- расширить и совершенствовать систему дополнительного технологического образования с учетом запросов учителей, обучающихся и их родителей;
- обеспечить эффективное функционирование Центра дополнительного образования.

Для оптимальной реализации урочной и внеурочной системы воспитания и обучения очевидна необходимость повышения уровня профессиональной компетентности учителей, реализующих работу с учащимися различных образовательных потребностей, следовательно, необходимо решение следующих задач:

- мотивировать педагогических работников на повышение своего профессионального уровня в области технологического образования и управления проектированием ИУП;
- разработать план повышения квалификации руководящих и педагогических работников по направлению технологического образования с использованием внутренних и внешних ресурсов, обеспечивающих эффективность управления ИУП.

Проблема реализации эффективного сопровождения и поддержки одаренных детей подразумевает решение задач:

- определить направления работы с одаренными учащимися как приоритетного в системе научно-методической и опытно-экспериментальной работы учителей образовательной организации в рамках ИУП;
- совершенствовать условия для выявления, сопровождения и поддержки одаренных детей в направлении технологического образования (интеллектуальные мара-

фоны, олимпиады, конкурсы и соревнования в системе дополнительного образования).

С целью повышения мотивации учащихся к дополнительным занятиям технологической направленности считаем необходимым решение следующих задач:

- разработать систему привлечения обучающихся в деятельность кружков технологической направленности;

- повышение коммуникативных умений педагогов в повышении мотивации у обучающихся к занятиям в кружках технологической направленности;

- продолжить работу с педагогическими работниками по обеспечению технологического образования школьников в соответствии с их возможностями, способностями и интересами, сформированностью жизненно-важных компетенций и заинтересованностью ИУП;

- совершенствовать методическое и профессиональное мастерство учителей-предметников, способных компетентно и эффективно решать вопросы технологического обучения обучающихся с разными образовательными возможностями в рамках ИУП [5].

Повышение педагогического мастерства и профессиональной компетентности педагогов в управлении проектированием УИП:

- обеспечение систематичности и непрерывности профессионального образования;

- обобщение и распространение педагогического опыта в рамках профессионального сообщества;

- участие педагогов в экспертной деятельности;

- участие во всероссийских конкурсах.

Одной из проблем образовательной деятельности МБОУ «СТШ» является проблема низкой мотивации педагогических кадров при работе с инновационным обо-

рудованием. Для решения обозначенной проблемы, необходимо решение следующих задач:

- привлечение специалистов из других образовательных организаций для обучения педагогов работе с инновационным оборудованием;

- совершенствование системы повышения квалификации кадров в направлении инновационное технологического образования;

- создание инженерно-технической школы на базе «СТШ», что весьма актуально в условиях стремительного развития науки, техники и производственных технологий.

- Инженерное образование сегодня формирует экономический потенциал страны, именно с повышением качества последнего связаны надежды на выход России из социально-экономического кризиса. Современные требования к инженерному образованию предполагают подготовку профессионалов, способных к комплексной исследовательской, проектной и предпринимательской деятельности, направленной на разработку и производство конкурентоспособной научно-технической продукции, и быстрые позитивные изменения в экономике страны.

Таким образом, в рамках поставленных задач актуальным является разработка и реализация проекта «Управление проектированием ИУП по направлению «Технологическое образование» на базе МБОУ «СТШ» (методическое объединение учителей технологий) на дальнейшую перспективу до 2023 года. Это можно обозначить как механизм перевода школы на новый путь развития и получение синергетического эффекта, отвечающего потребностям реализации социального заказа в обеспечении инженерно-технологическими кадрами региона ХМАО-Югра.

Литература:

1. Программа развития муниципального бюджетного общеобразовательного учреждения «Сургутская технологическая школа» города Сургута на 2019–2023 годы «Современная образовательная среда как средство повышения качества образования в условиях создания технологической школы» / Под ред. Л. М. Мамигуллиной. — Сургут, 2019.
2. Васильева, Н.О., Кротова, И. В. О совместимости понятийного аппарата образования, науки и профессиональной сферы в федеральных государственных образовательных стандартах / Н. О. Васильева, И. В. Кротова // Образование и общество. — М., 2016. — № 1(94). — с. 10–17.
3. Денисова, А.А., Толмеева, И. С. Мониторинг уровня сформированности регулятивных универсальных учебных действий школьников // Герценовские чтения. Начальное образование. — Т.4. — Вып.1. — 2013. — с. 97–103.
4. Заруба, Н. А. Управление проектами в образовании. Особенности зарубежного и отечественного опыта / Н. А. Заруба // Professional Edukation in Russia and Abroat. — № 3 (31). — 2018. — с. 15–26.
5. Игнатович, В.К., Бондарев, П.Б., Курочкина, В. Е. Развитие профессиональной готовности учителей к осуществлению субъект-субъективного взаимодействия как условие формирования образовательной самостоятельности старшеклассников // Общество: социология, психология, педагогика. — 2017. — с. 85–87.
6. Иванова, О. С. Проектная деятельность в управлении ОО [Электронный ресурс]. URL: <https://infourok.ru/proektnaya-deyatelnost-v-upravlenii-obrazovatelnoy-organizaciy-3495183.html> (дата обращения 22.05.2020)
7. Корчажкина, О. М. Метапредметное содержание образования во ФГОС общего образования / О. М. Корчажкина // Педагогика. — М., 2016. — № 2. — с. 17–25.
8. Шевченко, А. И. Проектирование в образовании: сущность, подходы, особенности [Электронный ресурс]. URL: https://superinf.ru/view_helpstud.php?id=2232 (дата обращения 16.04.2020).

Совершенствование системы кадрового аудита в государственных органах

Николаева Елена Андреевна, студент магистратуры
Вятский государственный университет (г. Киров)

В статье автор рассматривает вопрос кадрового аудита, связанного с текучестью персонала в органах внутренних дел.

Ключевые слова: кадровый аудит, подбор персонала.

Процесс работы любой организации, как частной, так и государственной, во многом зависит от качества выбранного персонала. На сегодняшний день существует множество методов и способов отбора и подбора кадров. Отдел персонала организации самостоятельно решает, какие методы выбрать и как интегрировать их в систему подбора кадров. Правильно выбранный метод отбора персонала позволяет наиболее быстро и эффективно достигать целей организации и решать задачи, поставленные перед организацией.

Таким образом, улучшение организации труда способствует снижению текучести кадров, улучшению атмосферы в коллективе сотрудников. В этом случае эффективность мер может быть выражена за счет сокращения времени, затрачиваемого на подбор персонала. В процессе набора кадров особое внимание следует уделять анализу существующего штатного расписания в организации, с тем чтобы наиболее эффективно обосновать вакантные должности и составить план замены этих должностей.

Совершенствование системы подбора кадров поможет привлечь к работе более эффективный персонал, что еще больше скажется на эффективности всей службы. Экономический эффект в области управления достигается за счет снижения сложности выполнения функций управления в результате избавления от ненужных, необычных и дублирующих функций, соединений, документации; ненужные затраты в результате выбора наиболее экономичных способов выполнения функций; реализация ряда функций с использованием персональных компьютеров и других технических средств управления и т. д.

Проведем исследование по каждому отдельному виду мероприятий и рассчитаем показатели их эффективности. Итак, первое событие — внедрение психологической диагностики личности.

Средняя стоимость услуг психолога составляет 2000 рублей в час. Психолог будет работать в день проведения конкурса. Рабочий день конкурсной комиссии составляет 8 часов. Мы учитываем максимальное рабочее время психолога — 8 часов. Таким образом, максимальная стоимость услуг психолога составит 16 000 рублей. По большей части время работы конкурсной комиссии зависит от количества кандидатов, допущенных к участию в конкурсе. Время написания теста — 1 час. Время проверки составляет 1 час. Время, проведенное на собеседовании — 10–15 минут на человека. Итого, за час собеседование может пройти 4–6 человек. Время, затрачиваемое на

обсуждение и принятие решений комиссией, составляет 1–1,5 часа в зависимости от количества кандидатов. Таким образом, среднее время работы конкурсной комиссии составляет 5–6 часов. Отсюда средняя оплата привлечения психолога к работе составляет 10–12 тысяч рублей. Заседание комиссии проводится раз в квартал.

Психолог окажет поддержку, принятым на работу, молодым специалистам, обеспечит руководителей отделов и сотрудников отдела кадров методическими материалами по их адаптации. Он сделает все необходимое для формирования активной позиции работника в рамках профессиональных обязанностей, правильной оценки работником своего социального статуса и поведения на его основе многочисленных форм развития и реализации индивидуальных личностных способностей в процессе освоения.

Второе мероприятие — совершенствование нематериальной мотивации сотрудника. Разработаем полную процедуру нематериальной мотивации (культурные; спортивные и развлекательные мероприятия) для сотрудников УМВД России.

Целью проекта по совершенствованию системы нематериальной мотивации персонала УМВД России является совершенствование системы кадрового аудита, связанного с текучестью персонала.

Работа с персоналом в организации должна основываться на использовании всех возможных механизмов мотивации. Однако основным фактором мотивации трудовой деятельности персонала является стимулирование. Стимулирование, представляющее целевое внешнее воздействие, усиливает стимул к определенному поведению, и размер этого воздействия должен превышать усилия, прилагаемые работником для получения пособий. Стимуляция означает прямое использование оптимально подобранного набора стимулов, которые мотивируют сотрудников работать эффективно.

Рассмотрим их по отношению к сотрудникам органов внутренних дел.

Для добросовестного исполнения служебных обязанностей, достижения высоких результатов в исполнении, а также для успешного выполнения задач повышенной сложности к работникам органов внутренних дел могут применяться следующие меры стимулирования:

1. Объявление благодарности.
2. Выплата денежного бонуса.
3. Награждение ценным подарком.

4. Вручение диплома федерального органа исполнительной власти в области внутренних дел, его территориальному органу или подразделению.

5. Внесение имени работника в почетную книгу или в почетный лист федерального органа исполнительной власти в сфере внутренних дел, его территориального органа или подразделения.

6. Присуждение ведомственных наград.

7. Досрочное присвоение следующего специального звания.

8. Присвоение следующего специального звания на одну ступень выше, чем специальное звание, предусмотренное для смены должности в органах внутренних дел.

9. Награждение огнестрельным или холодным оружием.

В качестве меры стимулирования может быть применено досрочное снятие дисциплинарной меры, ранее наложенной на работника органов внутренних дел. Разрешается применять несколько мер стимулирования к сотруднику органов внутренних дел одновременно. За заслуги перед государством сотруднику органов внутренних дел может быть вручено вознаграждение государственной наградой Российской Федерации, поощрение Президента Российской Федерации, Правительства Российской Федерации.

В комплексе стимулирования труда наиболее распространенным типом является материальное стимулирование. Оплата труда сотрудника органов внутренних дел производится в виде денежного пособия, которое является основным средством его материальной поддержки и стимулирования служебной деятельности на сменяемую должность. Предоставление работнику органов внутренних дел денежного пособия осуществляется на условиях и в порядке, установленных законодательством Российской Федерации.

Сотрудник, уволенный со службы в органах внутренних дел по достижении предельного возраста для

службы в органах внутренних дел по состоянию здоровья; в связи с сокращением должностей в органах внутренних дел, замещаемых работником; в связи с истечением срока полномочий работника в распоряжении федерального органа исполнительной власти в области внутренних дел, его территориального органа или подразделения; в связи с болезнью стаж работы в органах внутренних дел и военная служба учитываются в истории непрерывной службы для расчета процентной надбавки за выслугу лет и предоставления социальных гарантий, установленных законодательством Российской Федерации.

Работник органов внутренних дел должен быть обеспечен одеждой в зависимости от условий службы в соответствии со стандартами, установленными Правительством Российской Федерации. Порядок учета, хранения, выдачи и списания имущества одежды устанавливается федеральным органом исполнительной власти в сфере внутренних дел. Общие положения о хранении работников органов внутренних дел устанавливаются Правительством Российской Федерации.

Порядок и условия выплаты пенсий работникам органов внутренних дел и членам их семей, а также стаж работы в органах внутренних дел, дающий право на получение пенсионных пособий, определяются в соответствии с законодательством Российской Федерации.

Как показывают статистические данные, ущерб, нанесенный собственным персоналом организации, составляет 9 % от оборота организации. Основная часть предложенных мер ведет к сокращению текучести кадров, что в свою очередь экономит ресурсы организации и повысит процент высококвалифицированных кадров. При введении данных мер в деятельность организации планируется снижение текучести кадров до норматива в 5 %.

Таким образом, можно сделать вывод, что внедрение в деятельность государственных органов вышеуказанных мероприятий целесообразно.

Литература:

1. Федеральный закон от 07.02.2011 N 3-ФЗ «О полиции».
2. Федеральный закон от 30.11.2011 N 342-ФЗ «О службе в органах внутренних дел Российской Федерации и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации».
3. Федеральный закон от 19.07.2011 N 247-ФЗ «О социальных гарантиях сотрудникам органов внутренних дел Российской Федерации и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации».
4. Указ президента РФ от 01.03.2011 N 250 «Вопросы организации полиции».
5. Аширов, Д. А. Управление персоналом [Текст]: учеб. Пособие. — М.: Проспект, 2013.
6. Богомолова, И. П., Кривенко Е. И. «Роль адаптации работника в адаптивном развитии предприятия на основе внедрения инноваций» [Текст] Управление персоналом № 7. 2014.
7. Магура, М. Поиск и отбор персонала. М.: «Интел-Синтез», 2014.
8. Митрофанова, А. Е. Управление кадровыми рисками в работе с персоналом организации: канд. экон. наук. М.: Гос. универ. управления, 2014.

Организация образовательного медиаресурса как аспект управления образовательной организацией

Овчинникова Валерия Викторовна, студент магистратуры
Оренбургский государственный университет

В современных условиях полноценное осуществление образовательной деятельности уже трудно представить без организованного медиаресурса или без MOOK (Массовые открытые онлайн-курсы), что в свою очередь влечет не мало вопросов в его организации. Данная статья посвящена актуальным вопросам изменения устройства организации образовательного процесса в условиях высшей школы, а также расширения компетенций и возможностей педагогов, вовлеченных в создание образовательного медиаресурса. Данная тема широко раскрыта посредством взгляда со стороны студентов, поликультурных групп в целом, но не менее значимы изменения происходящие и внутри образовательной организации при развивающемся медиаресурсе.

Ключевые слова: образование, образовательные медиаресурсы, медиаконтент, электронная образовательная среда, MOOK.

Во всем мире происходят изменения в сфере образования, в существующую систему стремительно ворвались дистанционные образовательные технологии, что в свою очередь открыло новую платформу для конкуренции между вузами, а так заставило менять модель управления самой образовательной организацией. На сегодняшний день более 700 университетов во всем мире активно проводят обучение по 10 000 курсам, открывающих знания к различным областям науки, а обучившихся по этим курсам уже более 81 млн человек [1].

Не смотря на такой широкий охват и стремительное развитие, это по-прежнему огромный вызов для любой образовательной организации, поставившей цель организовать собственный медиаресурс. Любой онлайн-курс — это вызов для существующей системы образования, а в особенности для педагогического состава, так как любая новизна и её теоретическое непонимание вызывает психологическую «панику», с которой прежде всего справится необходимо именно руководству образовательной организации. Главной задачей при организации образовательного медиаресурса становится организация корректной обратной связи и постоянная поддержка обучающихся со стороны педагогов, так это часто определяющий фактор успешности освоения обучающих онлайн-курсов, что в свою очередь напрямую зависит от подготовленности кадров, ведущих данную деятельность.

Необходимые компетенции педагогов, вовлеченных в ведение онлайн-курсов

Данное исследование — относительно новая тема в науке, поэтому и вопросам компетенции преподавателей занимаются не так много исследователей. Среди них Елизарьева Ю. А., которая и рассмотрела проблемы и особенности производства видеолекций образовательных медиаресурсов, с которыми сталкивается вовлеченная команда, а также компетенции, которые преподаватели приобретают и развивают в процессе создания видеоконтента (на основе опыта Томского государственного университета) [2].

Любой преподаватель, начав работу с образовательными онлайн-курсами, понимает, что не хватает теоретического и практического базиса в процессе видеопроизводства, а все это приобретать приходится именно на практике с каждым последующим видео. Только столкнувшись и переработав все трудности преподаватель приобретает тот багаж знаний, который перерастает в необходимые компетенции. Таким образом в Томском государственном университете было проведено анонимное анкетирование 24 преподавателей, принимавших участие в создании онлайн-курсов. Помимо основных проблем, респондентов так же попросили указать компетенции, которые они получили или развили в процессе производства онлайн-курсов. Основным образом было выделено:

- способность к участию в качестве авторов проекта, сценариста и ведущего аудиовизуального произведения (76,5 %);
- способность к созданию своего творческого авторского продукта в новом для себя жанре (58,9 %);
- способность к творческому сотрудничеству с творческим коллективом (58,8 %);
- способность создавать произведения в различной стилистике и различных жанрах (37,3 %);
- владение нормами и средствами выразительности русского языка, письменной и устной речью в процессе коммуникации, использование ораторских приемов (23,5 %);
- способность прогнозировать воздействие снятого произведения на зрителя (17,6 %).

Возможно ли обеспечить получение и развитие перечисленных компетенций заблаговременно до начала «проектирования» онлайн-курсов или подготовить почву для развития новых навыков? Практика ТГУ показывает, что можно. Для этого в университете дважды в год проводятся образовательные события «Сибирская школа MOOK», где сотрудников знакомят и готовят к процессу непосредственной его разработки. Таким образом педагогам помо-

гают погрузиться в тему и почувствовать атмосферу процесса работы [2].

Команда для запуска MOOK

Чтобы быть привлекательным и конкурентоспособным любой медиаресурс должен состоять из разных видов контента: видеолекции, составляющие основу обучения, текстовые и графические материалы, интерактивные элементы, которые могут быть представлены симуляторами, играми, опросами, тренажерами, также список дополнительной литературы и дополнительные ссылки на различные источники. Помимо всего вышесказанного не менее важная часть — проверочные задания и обратная связь. Проверка может проходить разными способами: тестовые упражнения, виртуальные лаборатории, а также взаимная проверка работ студента друг у друга. Отсюда напрашивается наглядный вывод: подготовленный преподаватель — это не всё, что нужно для запуска онлайн-курсов. Для полноценного медиаресурса нужна целая команда, в которой четко разделены обязанности.

На примере Томского государственного университета можно выделить 10 этапов создания MOOK-лекций:

- работа над сценарием лекций;
- составление графика записи лекций;
- разработка фирменного стиля курса;
- организация съемок;
- проведение съемок;
- черновой монтаж видеолекций;
- корректура отснятого материала;
- внесение правок в черновой монтаж;
- чистовой монтаж видеолекций;
- постпродакшн (выпуск курса).

За каждый этап должен отвечать конкретный специалист команды: менеджер, методист, режиссер-редактор, режиссер монтажа, видеооператор и, конечно же, преподаватель.

Менеджер онлайн-курса (или продакт-менеджер) — это специалист, который отвечает за создание и выход нового продукта. На его плечи ложится обязанность коммуникации с целевой аудиторией, анализировать работу и общение с разработчиками. Часто продакт-менеджер — это генератор идей и стратегический планировщик.

Видеоредактор, видеооператор и оператор являются «ключом» для создания общей картины самого блока видеолекций. От их умений также зависит визуальная привлекательность видеоряда уроков.

Методист — главный помощник преподавателя в построении плана видеолекции, который подскажет, где убрать «воду», а где дополнить информацию. Очень важно небольшой обучающий ролик сделать максимально эффективным.

Проектировщик сайта — специалист, создающий архитектуру электронного ресурса. Именно он занимается построением и оформлением «путей» обучающихся, на его плечи ложится ответственность за комфортное «путешествие» обучающихся по медиаресурсу.

Все перечисленные специалисты могут быть наняты извне, что повлечет за собой дополнительные расходы, а также потерю времени при отладке работы всей команды. В данном процессе нельзя игнорировать то, что все члены команды должны хорошо знать друг друга и понимать сильные и слабые стороны каждого коллеги. Самый оптимальный способ набора команды для создания MOOK — комплектация кадров из существующего штаба сотрудников высшей школы. Таким образом руководитель высшей школы уже будет понимать способности каждого из команды MOOK и сможет наиболее эффективно распределить обязанности согласно компетенциям.

Организация обучения сотрудников

В настоящее время создано огромное количество курсов для продакт-менеджеров, видеооператоров и видеоредакторов, а также для проектирования сайтов. Но организация обучения — это всегда двусторонняя история, в который должен быть заинтересован и начальник, и подчиненный, то есть должна быть двусторонняя выгода. В данном случае руководство получает материальную выгоду и расширение влияния руководимой образовательной организацией, а сотрудник, помимо материальной выгоды, также приобретает дополнительный путь развития, растит себя как лектора нового формата. Соблюдение данного условия обеспечит максимальную вовлеченность коллектива в предлагаемый курс обучения.

Каждому специалисту, как и любому обучающемуся удобен тот или иной формат обучения. Для определения наиболее оптимального курса и способа обучения нужна входящая диагностика, которая покажет, чем сотрудник уже владеет и какими компетенциями он должен еще только овладеть.

Большая часть обучающих курсов проводится на платной основе. Так перед руководителем встает новый вопрос: оплата обучения. На внешнее обучение сотрудников закладывается определенный бюджет, а значит и затраты должны быть в рамках бюджета. В таком случае руководителю необходимо написать HR-отдел письмо с информацией по обучению: стоимость, программа, сроки, цели развития сотрудника. Необходимо определять четкую цель обучения для сотрудника, чего он должен достичь по окончании обучения.

Занявшись вопросом оплаты курсов для сотрудников, руководитель ожидает успешного обучения со стороны подчиненных, а значит нужен контроль, но не в понимании посещаемости курсов, а в усвоении программы. В этом могут помочь критерии успешности организации обучения:

— удовлетворенность обучения сотрудника (Определяется с помощью анкетирования, после чего проводятся анализ и расчет эффективности по данному критерию, выявляются причины неудовлетворенности и делаются выводы);

— приобретение обучающимся необходимых знаний, навыков и умений (Для оценки данного критерия используется специальная форма отчета по обучению, с по-

мощью которой определяется степень развитости необходимых знаний, навыков и умений);

— эффективность внесенных предложений по усовершенствованию профессиональной деятельности (С учетом полученных знаний обученный сотрудник выносит на рассмотрение руководства свои предложения по улучшению деятельности как самого сотрудника, так и организации в целом, которые в дальнейшем оцениваются с точки зрения эффективности);

— эффективность деятельности сотрудника, прошедшего обучение (Оценивается эффективность, выраженная в: повышении норм выработки, росте производительности, сокращении времени на выполнение работ/проектов, сокращении финансовых затрат на выполнение проекта, увеличении объема продаж и т. д.);

— удовлетворенность руководителя результатами обучения (Примерно через месяц для оценки заполняется специальная анкета результативности обучения) [3].

Оценка качества и эффективности обучения — неотъемлемый элемент обучения сотрудников, таким образом

выявляются стороны, которые необходимо усовершенствовать при организации обучения.

Заключение

По результатам изученных исследований можно увидеть, что при создании образовательного медиаресурса, при запуске собственных онлайн-курсов педагогическому составу необходимо дополнительная подготовка, связанная с расширением и повышением их компетентности. В свою очередь это даст большую востребованность самой высшей школе и укрепит ее конкурентную позицию. Огромная задача стоит перед руководством в разработке новых механизмов регулирования работы с медиаресурсом, а также механизмов поддержки преподавателей, вовлеченных в разработку MOOK, включая материальное стимулирование и обеспечение способов дополнительного образования. Возращение педагогов нового поколения, идущих в ногу со временем, понимающих, что новые технологии трансляции обучения требуют иной манеры преподавания — основа успешной организации образовательного медиаресурса любой высшей школы.

Литература:

1. Семенова, Т. В., Вилкова К. А., Щеглова И. А. (2018) Рынок массовых открытых онлайн-курсов: перспективы для России // Вопросы образования [Электронный ресурс]. 2018. № 2. Режим доступа <https://cyberleninka.ru/article/n/rynok-massovyh-otkrytyh-onlayn-kurov-perspektivy-dlya-rossii/viewer> (дата обращения 19 мая 2020).
2. Елизарьева, Ю. А. (2016) Современный преподаватель в процессе «MOOKизации» образования // Гуманитарная информатика [Электронный ресурс]. 2016. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennyy-prepodavatel-v-protseste-mookizatsii-obrazovaniya> (дата обращения 19 мая 2020)
3. Максимов, Е. Оценка качества и эффективности обучения персонала // Кадровик. Кадровый менеджмент. — 2010. - № 12. Режим доступа: <https://hr-portal.ru/article/ocenka-kachestva-i-effektivnosti-obucheniya-personala> (дата обращения 19 мая 2020)

Is 2020 an excellent time for cryptocurrency in Kazakhstan?

Orazova Aigerim Kanatovna, master of economics
Kazakh-German University (Almaty, Kazakhstan)

The article analyzes the current situation in the EAEC in the issue of implementation of supranational cryptocurrency. The review of a current condition of legislations of the countries-participants of the union in a direction of acceptance and development of cryptotechnology is made. Creation of supranational crypt-currency based on International Astana International Financial Centre will give the chance to Kazakhstan to reconsider scenarios of continuing devaluation of national currency, thus creates preconditions for harmonious integration into the international economy. The government of Kazakhstan is generally open to Blockchain technology and cryptocurrencies, but strict legal regulation requires further improvement in pursuit of a successful digitalization policy.

Keywords: supranational cryptocurrency, EAEC, AIFC, blockchain, cryptotenge.

2020 год — идеальное время для криптовалюты в Казахстане?

Оразова Айгерим Канатовна, магистр экономики
Казахстанско-Немецкий университет (г. Алматы, Казахстан)

В статье проанализирована текущая ситуация в ЕАЭС в вопросе внедрения наднациональной криптовалюты. Сделан обзор текущих подготовок стран-участниц союза по направлению криптотехнологии. Создание наднацио-

нальной криптовалюты на базе Международного финансового центра Астана даст возможность Казахстану рассмотреть сценарии продолжающегося девальвирования национальной валюты, тем самым создаст предпосылки для гармоничной интеграции в международную экономику. Правительство Казахстана в целом открыто для технологии блокчейн и криптовалютам, но жесткое правовое регулирование требует дальнейшего совершенствования во имя успешной политики по цифровизации.

Ключевые слова: наднациональная криптовалюта, ЕАЭС, МФЦА, блокчейн, криптотенге.

The aggressive volatility of tenge or its rapid devaluation has again put domestic business at risk. Many import contracts turned out to be bonded, leaving unhappy export-import players overboard.

Against the background of these situations of tenge (KZT) devaluation the issue of creation of the cryptocurrency in Kazakhstan is becoming more and more vital. Let's follow the reality that the creation of the cryptocurrency in our country is not yet a desired option, but the creation of a common currency within the Eurasian Economic Union (EAEU) is not far off, given the appearing preconditions in the participating countries. One of the main is that it is a necessary condition for the integration of the economies of the EAEU countries to improve trade turnover between the member states. The expert community is in solidarity in its assessments: the realization of the project's potential will produce a noticeable economic effect for all its participants. The integration of payment systems requires a two-stage gradualist approach, which implies not only initial integration of financial technology systems, payments, transfers and investments at the level of the EAEU, but also the creation of such systems, ensuring their stable and sustainable functioning, bringing them to common standards, improving the principles of transparency, overcoming potential cyberattacks and laundering of criminal proceeds [1]. Only after overcoming this first stage, it is possible to start broader integration of financial technology systems within the EAEU into the international system under the second stage, which could include the creation of a supranational cryptocurrency.

According to experts, the process of development and use of cryptocurrency is going on with different intensity in the EAEU member-states. Let's consider, in what condition is creation of the national cryptocurrency in the EAEU countries and what are possibilities of working out of the national on [2].

In autumn 2017, Astana International Financial Centre (AIFC) started to develop and promote the crypto-assets market in Kazakhstan. In this direction it was possible to achieve results — within the framework of AIFC there was created a legal field for circulation of cryptocurrencies, regulation and functioning of special trading platforms, i.e. exchanges [3]. In particular, in the same year the State Program «Digital Kazakhstan» was approved, within the framework of which the main trends of digitalization in the sectors of economy, activities of government agencies, and development of human capital were defined. This programme, in its essence, is a response to new challenges and creates the preconditions for introducing projects based on innovative technologies into the country's economy. In this regard, the development of Halykoin (HLC), its own cryptocurrency, and Altyncoin, a supra-

national cryptocurrency, are becoming more and more popular in Kazakhstan, which, according to the developers, should be the currency of Kazakhstan as a dollar in America and be a means of payment [4]. But it seems to me that controlled cryptocurrency will automatically be inherited all problems of economic sector of Kazakhstan.

In the Kyrgyz Republic, the National Bank's restriction on the use of cryptocurrency as a means of payment has been in force since July 2014. The Bank has named the local currency som (KGS) as the only legal means of payment. However, despite the official ban, there are various cryptocurrencies in the financial market of the country, among which the most common is bitcoin. The legislation does not prohibit the development of blockchain projects, including the mining and trading of cryptocurrencies and does not hinder their activities [5]. This is facilitated by the republic's goal of obtaining the necessary foreign investment to develop gold deposits. The Kyrgyz authorities are planning to develop and introduce a national cryptocurrency, with the planned name of GoldenRock, which will be provided with gold. Hypothetically, if the Kyrgyz cryptocurrency is to be provided with gold, it is rather an upgrade of the existing currency towards digitalization.

In Russia, at the same time as Kazakhstan, the development of legal and regulatory support for the cryptosphere began after the adoption of the «Digital Economy Program of the Russian Federation». In the summer of 2017, The Central Bank of the Russian Federation announced plans to create a virtual national currency, the CryptoRuble. However, as early as in December, the RF Ministry of Finance announced that it was not expedient to introduce a national digital currency. This is primarily because the CryptoRuble has an unlimited number of emission centers and that regulators will not be able to provide absolute reliability of transactions with this asset [6].

According to the Decree of the President of the Republic of Belarus «On the development of the digital economy», Belarus has established a free economic zone for any cryptocurrency, and digital transformation has been recognized as a key priority of national development [7].

In Armenia, the Central Bank notes that the use of Blockchain technology and cryptocurrency are at the stage of serious transformation in this area and therefore calls on all participants to refrain from transactions with cryptocurrencies. The cautious attitude of the Central Bank of Armenia towards the cryptocurrency is conditioned by the following factors: — the balance of financing of terrorism and money laundering is significantly complicated; — there are no agreed international standards regulating the activities in the fields of blockchains and cryptocurrency; — the dubious effectiveness of the large

costs of ensuring safe and multi-purpose circulation of cryptocurrency, including its mining, issuance and circulation [8].

As it turned out, not all countries have regulation of the cryptographic environment at the state level: in some countries, self-regulatory organizations, which include large technological companies contributing to market development, are engaged in law-making. For the EAEU countries, the creation of a supranational cryptocurrency is fraught with abandoning the status of their central banks as a central issuer of national currency, which is stipulated in the Constitutions.

If this principle is abandoned, a supranational cryptocurrency may appear. At the same time, no country can guarantee the reliability of transactions, because the confirmation of transactions will depend entirely on the producers of this currency.

Other things being equal, the cryptocurrency can significantly undermine the position of the national currency. Even with an average rate of entering the economic reality and the unstable rate of growth of the cryptocurrency can have a noticeable impact on the results of modeling, forecasting and, ultimately, the understanding of monetary circulation in making monetary policy decisions.

This attitude towards the creation of a supranational cryptocurrency is based on certain difficulties in its management at the state level: it concerns the ability of governments to regulate inflationary processes; limitations of the state's function related to money emission; protection of private investors who will invest national money in supranational cryptocurrency; collection of tax deductions to the budget system from the turnover of cryptocurrency; confrontation with shadow markets, including the shadow turnover of the same cryptocurrency.

This task can be solved not only by improving national legislation, but also by harmonizing digital financial legislation in the EAEU members [9]. The first steps in this direction have already been taken. In particular, the development of financial relations in 2019 in the EAEU countries in the area of digitalization resulted in the coordination of a plan of joint actions of the Eurasian Economic Commission and the Astana International Financial Centre to implement measures related to the preparation of proposals for the regulation of digital financial products and services, Internet commerce, the creation of regulatory «sandboxes» in the EAEU to test innovative financial solutions, the development of digital trade infrastructure, and the protection of consumers' rights.

At present the possibility of general regulation of this sphere is also under consideration. But given the even more conservative position of the domestic regulator than in Russia, it will be a complicated process, but it is necessary to pass it, especially if Kazakhstan really wants to develop the digital economy.

Probably, it is necessary to create the uniform payment system of EAEU because of an infrastructure of periphery, for example on a platform of the AIFC. In this case, the responsibility for implementing payment and settlement operations lies with Kazakhstan. If Russia as the EAEU center delegates the functions of payment and settlement operations to the periphery, it will be necessary to introduce a new currency unit

on the model of the previous E. C. U. within the framework of the European Currency Unit. It would be advisable to create the Single Payment System (SPS) within the framework of relatively equal countries in terms of economic development. If, however, this system is created and Russia heads it, the rest of the EAEU states will be deprived of a part of budgetary, fiscal and monetary independence, and the principles of federalism with a single decision-making center will have to be observed in the EAEU.

The possibilities to form a SPS based on the AIFC as a center of integration into the EAEU are limited by the volatility of the tenge rate and other factors, in particular, the pricing policy for petroleum products. However, strengthening the position of tenge in the EAEU is necessary for the development of the integration process of Kazakhstan by attracting more participants to trade in national currencies on the Kazakhstan Stock Exchange (KASE), including residents of EAEU member-states, CIS and other countries; increasing the interest of participants in foreign economic activity of EAEU countries in using their currencies in mutual trade by providing favorable conditions for trade in currencies on the KASE, including the provision of tax benefits; exclusion of the administrator of the EAEU countries from the list of countries with which the EAEU member-states are located.

It is encouraging that Kazakhstan is actively working to introduce this technology in the work of large public sector organizations. In particular, projects conducted by such organizations as the State Revenue Committee, the National Bank, the Kazakhstan Stock Exchange, and the Astana International Financial Center have been publicly announced [10].

According to Alan Dordzhiyev, President of the National Association of Blockchains and Cryptotechnologies, the Government of Kazakhstan is interested in cryptotechnology.

«Kazakhstan has all opportunities to become a major player in the global block-ecosystem. The country has one of the lowest electricity prices in the world — it really attracts interest from foreign investors interested in building data centers», Dordzhiyev added [11].

Kazakhstan has always been an attractive destination for foreign investment. In order to remain competitive, it is worth being open to new trends in financial management. The reality is that worldwide, there is a growing demand for the use of cryptocurrencies in most areas of financial intermediation. For example, representatives of the well-known cryptocurrency project from Facebook Corporation, Libra, which was harshly criticized by governments of almost all economically developed countries for the idea of becoming the world's main digital stable currency, announced a complete change of concept. It was stated that the goal of creating a single global digital currency, backed by a basket of national fiat currencies, no longer exists. As noted in the updated White Paper project, the Libra Association is going to develop several stablecoins, which, in turn, will be tied to the fiat currencies: the U. S. dollar, euro and British pound. «Each stablecoin will be 100 % backed by a reserve, consisting of cash or cash equivalents and short-term government securities, issued in this currency», the document says. It is expected that this approach will help to find con-

sensus with regulators, who have repeatedly expressed concern about the potential negative impact of Libra on the global financial system. The launch of the project is also scheduled for 2020 [12].

In addition, it is noteworthy that Alipay has allegedly confirmed its participation in the project of a new Chinese digital currency payment system (DCEP).

The fact that Switzerland’s jurisdiction is recognized as the most successful for companies in the field of blockchains and cryptocurrencies according to BlockShow Europe 2018 makes one think about the inevitability of a cryptic future in the financial market [13]. So why shouldn’t Kazakhstan start creating its successful future in the digital-crypto world of finance already now?

References:

1. Berstembayeva, Tleuzhanova R, Toyzhigitova D. Financial aspects of integration in the conditions of formation of the eurasian economic union. *Journal of Advanced Research in Law and Economics*. 2017;8(4):1088–1093.
2. Formation of digital space in the EAEU countries. — Текст: электронный // uecs.ru: [сайт]. — URL: <http://uecs.ru/uecs-95-952017/item/4250-2017-01-20-12-44-18?pop=1&tmpl=component&print=1> (дата обращения: 27.04.2020).
3. Kazakhstan becomes the second government cryptocurrency market system. — Текст: электронный // www.deloitte.com: [сайт]. — URL: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ru/Documents/about-deloitte/press-release/kazakhstan-becomes-the-second-government-cryptocurrency-market-system-ru.pdf> (дата обращения: 01.05.2020).
4. What is Halykcoin and Altyncoin: can we trust the creators of Kazakh cryptocurrency?. — Текст: электронный // informburo.kz: [сайт]. — URL: <https://informburo.kz/stati/chto-takoe-halykcoin-i-altyncoin-mozhno-li-doveryat-soz-datelayam-kazahstanskoj-kriptovalyuty.html> (дата обращения: 03.05.2020).
5. Pogrebnyak, E. When cryptocurrency is expected in Kyrgyzstan? / E. Pogrebnyak. — Текст: электронный // ru.vzglyadiv.kg: [сайт]. — URL: <http://ru.vzglyadiv.kg/kyrgyzstan/10453-kogda-kriptovalyuty-stoit-ozhidat.html> (дата обращения: 03.05.2020).
6. Draft Federal law «On digital financial assets», Ministry of Finance Of Russian Federation. — Текст: электронный // www.minfin.ru: [сайт]. — URL: https://www.minfin.ru/ru/document/?id_4=121810 (дата обращения: 05.05.2020).
7. Decree «On the development of the digital economy» of the Republic of Belarus dated December 21, 2017 № 8,. — Текст: электронный // president.gov.by: [сайт]. — URL: http://president.gov.by/ru/official_documents_ru/view/dekret-8-ot-21-dekabrya-2017-g-17716 (дата обращения: 05.05.2020).
8. The Armenian Central Bank does not trust cryptocurrency. — Текст: электронный // m.ru.armeniasputnik.am: [сайт]. — URL: <https://m.ru.armeniasputnik.am/exclusive/20180907/14311974/zampred-centrobanka-armenii-kriptoaktivah-smysla.html> (дата обращения: 05.05.2020).
9. Demchenko, M. V. Legal aspects of the movement of goods outside the customs territory of the eurasian economic union: factors that impede the export of Russian goods to third countries / M. V. Demchenko, V. K. Shaydullina. — Текст: непосредственный // *Law and Economics*. — 2019. — № 1. — с. 71–79.
10. Mederkhanova, Z. Kazakhstan plans state regulation of cryptocurrency / Z. Mederkhanova. — Текст: электронный // digital.report: [сайт]. — URL: <https://digital.report/kazahstan-regulirovanie-kriptovalyut/> (дата обращения: 05.05.2020).
11. Kruglova, D. Astana will discuss issues of cryptocurrency regulation / D. Kruglova. — Текст: электронный // lsm.kz: [сайт]. — URL: <https://lsm.kz/pravitel-stvo-obsudit-voprosy-normativnogo-regulirovaniya-kriptovalyut-i-blok-chejn-tehnologij> (дата обращения: 05.05.2020).
12. Chepelev, D. China launches its cryptocurrency and leaves the world behind / D. Chepelev. — Текст: электронный // kapital.kz: [сайт]. — URL: <https://kapital.kz/tehnology/86492/kitay-zapus kayet-svoju-kriptovalyutu-i-ostavlyayet-mir-pozadi.html> (дата обращения: 23.05.2020).
13. Berlin welcomes BlockShow. — Текст: электронный // www.blockshow.com: [сайт]. — URL: <https://blockshow.com/wp-content/uploads/magazine/magazine2.pdf> (дата обращения: 05.05.2020).

О системе внутреннего контроля

Орлова Мария Юрьевна, аспирант
Волгоградский государственный университет

Исследовано понятие «система внутреннего контроля» в экономической литературе. Изучены требования законодательства РФ к организации системы внутреннего контроля, по результатам предложена структура и содержание положения о внутреннем контроле.

Ключевые слова: система внутреннего контроля, внутренний контроль, положение о внутреннем контроле/

Развитие российской системы бухгалтерского учета, происходившее в последнее время согласно концепции Минфина РФ, является фактором, оказывающим положительное воздействие на повышение доверия к финансовой (бухгалтерской) отчетности. Это неразрывно связано с тем, что одним из основных направлений развития заключается в активном использовании МСФО для построения эффективного учетного процесса [2]. Согласно вывода Минфина РФ, отчетность, составленная по международным стандартам, в большей степени ориентирована на пользователей по сравнению с РСБУ, ведь «в РСБУ нет четкого указания, что цель финансовой отчетности состоит в представлении информации об организации, полезной для широкого круга пользователей при принятии ими экономических решений» [4].

В современных условиях сближение российских с международными стандартами бухгалтерского учета повлекло возникновение нового понятия «внутренний контроль» в нормативно-правовой базе РФ (начиная с 2013 года), что является одним из важных вопросов, входящих в обязанность руководства любого предприятия, требующих изучения. В экономической литературе понятие система внутреннего контроля является объектом исследований и трактуется по-разному, система внутреннего контроля рассматривается как:

— деятельность, осуществляемая каждым работником предприятия, основываясь на исследованиях Сотниковой Л. В. [18] и Кочинева Ю. Ю. [14];

— совокупность действий, направленных на реализацию определенных задач, основываясь на исследованиях Белова Н. Г., Воропаева Ю. Н., Кочинева Ю. Ю., Д. Роя, Шеремета А. Д. и Суйца В. П. [7, 10, 14, 12, 19];

— системный процесс, организованный руководителем, охватывающий три элемента: контрольная среда, система бухгалтерского учета и контрольные процедуры, основываясь на исследованиях Адамса Р., а также Аренса Э. и Лоббека Дж., Робертсона Дж., Бычковой С. М. и Газаряна А. В., Данилевского Ю. А., Шапигузова С. М., Ремизова Н. А., Старовойтовой Е. В. и т. д. [5, 6, 16, 9, 11];

— совокупность элементов: предмет, объект, субъект, принципы, методы и т. д. и взаимоотношения между ними, основываясь на исследованиях Родионова В. М. и Шлейникова В. И., Буганова А. А., Качерина Е. О. [17, 8, 13].

Не смотря на то, что первая группа авторов не рассматривает детально понятие система внутреннего кон-

троля, важность данной ими интерпретации заключается в вовлеченности каждого сотрудника предприятия в контрольную деятельность, охватывающую все сферы деятельности предприятия, увеличение персональной вовлеченности позволяет повысить ответственность сотрудников и как следствие достичь поставленных руководством целей.

Точка зрения второй группы авторов совпадает с определением, применяемым с 2017 года ввиду обязанности использования в аудиторской деятельности международных стандартов: «система внутреннего контроля — это совокупность организационных мер, методик и процедур, используемых руководством предприятия в качестве средств для упорядоченного и эффективного ведения учета финансово-хозяйственной деятельности, обеспечения сохранности активов, выявления, исправления и предотвращения ошибок и искажения информации, а также своевременной подготовки достоверной финансовой (бухгалтерской) отчетности» [18]. Большое значение в осуществлении внутреннего контроля согласно мнению третьей группы авторов имеет система бухгалтерского учета, выделяющих систему учета в качестве отдельного элемента системы внутреннего контроля предприятия.

При исследовании нормативно-правовой базы Российской Федерации в части требований и регулирования «системы внутреннего контроля» предприятий можно сказать о необходимости более детального изучения этого относительно нового понятия, впервые появившегося в Федеральном законе от 06.12.2011 N 402-ФЗ «О бухгалтерском учете» в виде обязанности, возложенной на руководителя с 1 января 2013 года: «организовать и осуществлять внутренний контроль совершаемых фактов хозяйственной жизни» [1].

Исследуя степень изученности нового понятия можно согласиться с мнением Куприяновой Т. В., о том, что «... Закон не описывает, как и в каком объеме должен проводиться внутренний контроль» [15], а также не дает определения внутреннему контролю.

Впервые подробное определение внутреннему контролю дано Минфином РФ, как «процесс, направленный на получение достаточной уверенности в том, что экономический субъект обеспечивает:

а) эффективность и результативность своей деятельности, в том числе достижение финансовых и операционных показателей, сохранность активов;

б) достоверность и своевременность бухгалтерской (финансовой) и иной отчетности;

в) соблюдение применимого законодательства, в том числе при совершении фактов хозяйственной жизни и ведении бухгалтерского учета» [3].

При этом, требования к организации внутреннего контроля в рекомендациях Минфина РФ отсутствуют, единственные в настоящий момент требования к организации, сроки проведения оценки актуальности существующей системы внутреннего контроля и представления информации установлены Федеральной налоговой службой России в рамках «налогового мониторинга» — формы налогового контроля, начало действия 16.10.2017.

При изучении определения «системы внутреннего контроля» и ее компонентов, данных ФНС России, можно говорить об их аналогичности тем, что приведены в рекомендациях Минфина РФ по организации и осуществлению внутреннего контроля (контрольная среда; оценка рисков; процедуры внутреннего контроля; информация и коммуникация; оценка внутреннего контроля). При этом такие элементы, как: «оценка рисков», «информация и коммуникация» и «оценка внутреннего контроля» ранее не были рассмотрены в экономической литературе как компоненты системы внутреннего контроля, а элемент «система бухгалтерского учета», рассматриваемый третьей группой авторов, не выделена в качестве отдельного элемента.

Неустойчивость экономической ситуации оказывает влияние на экономическую эффективность предприятий промышленности, вызывает необходимость разработки стратегий и целей бизнеса на долгосрочную перспективу, выявления и оценки рисков бизнеса, препятствующих достижению поставленных целей, что является частью процесса организации системы внутреннего контроля. Более того, на промышленных предприятиях внедрение и организация эффективно функционирующей системы внутреннего контроля зависит от производственного процесса, ведь производство — это сложный процесс, который охватывает множество операций, требует точности расчетов и надлежащего документального оформления всех фактов хозяйственной деятельности. Учитывая, что «предпринимательство предполагает добровольное принятие на себя рисков в целях получения будущих выгод, поэтому справедливо утверждать, что управление

рисками происходит на любом предприятии. Более высокий уровень управления рисками обеспечивается созданием системы внутреннего контроля (СВК), которая, занимается контролем рисков предприятия, не сочетая эту деятельность с другой» [20].

Отсутствие четких требований, методик, федеральных и/или отраслевых стандартов для промышленных предприятий в нормативно-правовой базе РФ в области организации системы внутреннего контроля перекладывает обязанность по разработке правила, стандарта и/или положения о внутреннем контроле непосредственно на руководителя промышленного предприятия, т.к. необходимость осуществления внутреннего контроля обусловлена обязательным требованием Федерального закона «О бухгалтерском учете».

В положении о внутреннем контроле промышленным предприятиям необходимо определить цели, задачи, компоненты и принципы внутреннего контроля, ключевые бизнес-процессы в деятельности предприятия, установить функции и ответственность участников, регламентировать порядок управления рисками и порядок разработки процедур внутреннего контроля, способы и периодичность оценки эффективности системы внутреннего контроля, в соответствии с этим структура и содержание положения будут включать в себя следующие разделы:

1. Назначение. Область применения. Ответственность.
2. Сокращения, термины и определения.
3. Порядок организации внутреннего контроля.
 - 3.1. Цели и задачи внутреннего контроля.
 - 3.2. Компоненты и принципы внутреннего контроля.
 - 3.3. Участники процесса внутреннего контроля и их функции.
 - 3.4. Ключевые бизнес-процессы предприятия.
 - 3.5. Управление рисками предприятия.
 - 3.6. Контрольные процедуры.
 - 3.7. Оценка эффективности системы внутреннего контроля.
4. Документирование.

Таким образом, внутренний нормативный документ обеспечит исполнение обязательства по организации и осуществлению внутреннего контроля и позволит поддерживать эффективное функционирование системы внутреннего контроля.

Литература:

1. Федеральный закон от 06.12.2011 N 402-ФЗ «О бухгалтерском учете» [Текст]// Собрание законодательства РФ. — 12.12.2011. — N 50. — с. 7344.
2. Об одобрении Концепции развития бухгалтерского учета и отчетности в Российской Федерации на среднесрочную перспективу [Электронный ресурс]: приказ Минфина РФ от 01.07.2004 N 180 // Бухгалтерский учет, 2004. — N 16 — Справочно-правовая система «Консультант Плюс».
3. Организация и осуществление экономическим субъектом внутреннего контроля совершаемых фактов хозяйственной жизни, ведения бухгалтерского учета и составления бухгалтерской (финансовой) отчетности [Электронный ресурс]: информация Минфина России N ПЗ-11/2013 — Режим доступа: https://www.minfin.ru/ru/document/?id_4=20706-pz_-_112013_ob_organizatsii_i_osushchestvlenii_ekonomicheskim_subektom_vnutrennego_

- kontrolya_sovershaemykh_faktov_khozyaistvennoi_zhizni_vedeniya_bukhgalterskogo_ucheta_i_sost (Ружим доступа: 05.05.2020).
4. Сравнительный анализ основных требований к бухгалтерской (финансовой) отчетности в МСФО и РСБУ [Электронный ресурс] — Режим доступа: https://www.minfin.ru/ru/document/?id_4=5865-sravnitelnyi_analiz_osnovnykh_trebovanii_k_bukhgalterskoi_finansovoi_otchetnosti_v_msfo_i_rsbu_po_sostoyaniyu_na_avgust_2006_g (Режим доступа: 05.05.2020).
 5. Адамс, Р. Основы аудита: пер. с англ./под ред. Я. В. Соколова. М., 1995. с. 128
 6. Аренс, Э., Лоббек Дж. Аудит: Пер. с англ. — М.: Финансы и статистика, 2001. — с. 264
 7. Белов, Н. Г. Развитие внутреннего контроля в сельском хозяйстве/Белов Н. Г. // Бухгалтерский учет в сельском хозяйстве. 2011. № 1. с. 48-56.
 8. Буганов, А. А. Особенности организации системы внутреннего контроля в торговых организациях/Буганов А. А. // Молодой ученый. 2016. № 29. с. 367-369.
 9. Бычкова, С. М., Газарян А. В. Планирование в аудите. — М.: Финансы и статистика, 2001. — с. 100
 10. Воропаев, Ю. Н. Система внутреннего контроля организации/Воропаев Ю. Н. // Бухгалтерский учет. 2003. № 9. — с. 57
 11. Данилевский, Ю. А., Шапигузов С. М., Ремизов Н. А., Старовойтова Е. В. Аудит: Учебное пособие. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: ИД ФБК-ПРЕСС, 2002. — с. 288-289
 12. Додж Рой. Краткое руководство по стандартам и нормам аудита — М.: ФиС, ЮНИТИ, 1992.
 13. Качерин, Е. А. Основы государственного и управленческого контроля — Москва, 2000.
 14. Кочинев, Ю. Ю. Аудит. — СПб.: Питер, 2002. — с. 156
 15. Куприянова, Т. В. Нормативные основы организации системы внутреннего финансового контроля предприятий/Т. В. Куприянова, С. В. Бокатая // Финансовый вестник: финансы, налоги, страхование, бухгалтерский учет, 2016. — № 3.
 16. Робертсон Дж. Аудит: пер. с англ. Москва, 1997. С. 495.
 17. Родионова, В. М., Шлейников В. И. Финансовый контроль: учебник. Москва, 2002. — с. 320.
 18. Сотникова, Л. В. Внутренний контроль и аудит. — М.: ЗАО «Финстатинформ», 2000. — с. 102.
 19. Шеремет, А. Д., Суйц В. П. Аудит. — М.: ИНФРА-М, 2000. — с. 342.
 20. Орлова, О. Е. Внутренний контроль рисков предприятия [Электронный ресурс]/О. Е. Орлова // Актуальные вопросы бухгалтерского учета и налогообложения. 2012. № 7. — Справочно-правовая система «Консультант Плюс»

Влияние человеческого капитала на формирование цифровой экономики в Узбекистане

Отто Ольга Эдгаровна, кандидат экономических наук, доцент

Филиал Российского государственного университета нефти и газа (Национальный исследовательский университет) имени И. М. Губкина» в г. Ташкенте (Узбекистан)

В статье автор анализирует факторы формирования человеческого капитала в Узбекистане и влияние человеческого капитала на развитие цифровой экономики.

Ключевые слова: человеческий капитал, экономически активное население, рабочая сила, цифровая экономика, технологический уклад.

Как известно, любой тип экономической системы имеет свои основные характеристики, главной их которых является основной производительный ресурс данной системы. В настоящее время в развитых и в новых индустриальных странах преобладает постиндустриальная или информационная экономика, в которой опережающими темпами развивается сектор услуг, основанный на симбиозе науки, инноваций, образования и информатизации. Основным производительным ресурсом этой экономики является человеческий капитал.

Среди всех необходимых и достаточных факторов экономического развития американский экономист С. Кузнец выделил в качестве первичного уровень накопленного национального человеческого капитала. С. Кузнец утверждал, что существует некое пороговое значение накопленного национального человеческого капитала, без достижения которого переход к следующему технологическому укладу экономики невозможен [2, с. 18].

В настоящее время доля человеческого капитала в национальном богатстве в наиболее передовых и развитых

странах мира составляет 80-90% национального богатства (Таблица 1.) [1, с. 71].

В связи с особой значимостью человеческого капитала

в экономическом развитии, необходимо изучить факторы формирования человеческого капитала в отечественной экономике.

Таблица 1. Национальное богатство мира на начало XXI века

Страны	Национальное богатство		В том числе по видам капитала, в %		
	всего, трлн. долл.	на душу населения, тыс. долл.	человеческий	природный	физический
Весь мир	550	90	67	16	17
Страны «большой семерки» и ЕС	275	360	78	4	18
Страны ОПЕК	95	195	47	37	16
Страны СНГ	80	275	50	38	12
Прочие страны	100	30	65	15	20

Рассмотрим группы факторов, формирующих человеческий капитал.

Первая группа — это демографические факторы:

- численность населения;
- половозрастная структура;
- темпы прироста населения;
- средняя продолжительность жизни населения.

По состоянию на 1 января 2020 г. численность постоянного населения республики составила 33,9 млн. че-

ловек и увеличилась с начала 2018 г. на 0,6 млн. человек или на 1,8 процента (Таблица 2) [3].

Численность экономически активного населения в среднем за январь — декабрь 2019 года в целом по республике составила 19,0 млн. человек или 56,0 процента от общей численности населения. Численность занятого населения в экономике за январь — декабрь 2019 года составила 13,6 млн. человек и возросла по сравнению с 2015 годом на 3,8 процента.

Таблица 2. Демографические факторы, формирующие человеческий капитал в Узбекистане

	2015	2016	2017	2018	2019
численность постоянного населения (млн. чел.)	31,6	32,1	32,7	33,3	33,9
Численность трудовых ресурсов (млн. чел.)	18,3	18,5	18,7	18,8	19,0
в процентах к постоянному населению	57,9	57,6	57,2	56,5	56,0
Численность экономически активного населения (млн. чел.)	13,8	14,0	14,4	14,6	14,9
в процентах к трудовым ресурсам	75,4	75,7	77,0	77,7	78,4
Численность занятых в экономике (млн. чел.)	13,1	13,3	13,5	13,3	13,6
Численность безработных, (тыс. чел.)	709,4	724,0	837,0	1368,6	1330,0
Уровень безработицы, в процентах	5,1	5,2	5,8	9,4	8,9

Уровень занятости экономически активного населения (отношение численности занятых в экономике к экономически активному населению) в январе — декабре 2019 года составил 91,3 процента.

Очевидно, что для оценки нынешнего состояния и предпосылок для формирования цифровой экономики в Узбекистане, первостепенную роль играют сферы, в которых эти знания рождаются, хранятся, передаются в другие области, то есть наука и образование.

Вторая группа факторов, формирующих человеческий капитал — это социально-экономические факторы. К ним можно отнести;

- спрос на рабочую силу;
- общий уровень образования и профессиональной подготовки населения;
- условия использования рабочей силы;
- повышение квалификации;

— социальное развитие персонала.

Становление цифровой экономики должно привести к изменению спроса на рабочую силу вследствие диверсификации структуры экономики, появления и развития частного бизнеса, фермерского движения, ускоренного развития сферы услуг и сервиса. Как видно из данных таблицы (Таблица 3) [3] пока структура занятости по видам экономической деятельности не претерпевает значительных изменений. Так, например, за период с 2015 по 2019 гг. удельный вес занятых в сфере образования и здравоохранения остался примерно на том же уровне 8,5 и 4,5 процента соответственно.

Значительное влияние на качество человеческого капитала оказывают образование, наука и здравоохранение, финансирование которых, в основном, осуществляется из бюджета. В Узбекистане значительная часть расходов бюджета направляется именно на финансирование образо-

Таблица 3. Структура занятости по видам экономической деятельности (%)

	2015	2016	2017	2018	2019
Всего (%)	100	100	100	100	100
в том числе:					
Сельское, лесное и рыбное хозяйство	27,6	27,4	27,2	26,6	26,8
Промышленность	13,5	13,6	13,5	13,6	13,4
Строительство	9,4	9,5	9,5	9,1	9,1
Торговля	10,8	10,9	10,9	10,6	10,7
Перевозка и хранение	4,7	4,8	4,8	4,9	5,0
Образование	8,5	8,3	8,2	8,4	8,5
Здравоохранение и социальные услуги	4,6	4,5	4,5	4,6	4,5
Другие виды деятельности	20,9	21,0	21,4	22,2	22,0

вания, здравоохранение и науки. Так, например, за 2019 год на эти цели из бюджета было израсходовано 9.6% от ВВП.

Несмотря на то, что человеческий капитал, задействованный в сфере услуг, близок к индустриальной экономике, трудовая деятельность в этих секторах в условиях информационной экономики должна удовлетворять новым требованиям общества. В первую очередь таким, как постоянное совершенствование навыков, информатизация процесса, умение работать в команде. Рабочие места, тре-

бующие высокой квалификации и большого объема знаний в этих секторах, служат двигателем новой экономики.

Повышение уровня образования и квалификации человека, а также подготовка и переподготовка специалистов, связанных с информационной обработкой (причем с преимущественным использованием электронного и дистанционного обучения), будет способствовать экономическому росту и продвижению отечественной экономики по пути развития цифровой экономики.

Литература:

1. Корчагин, Ю. Человеческий капитал как фактор роста и развития: Монография. — Воронеж: ЦИРЭ, 2016.
2. Хабибуллина, З.Р. Хронология возникновения понятия и социально-экономической категории «человеческий капитал» // Казанская наука. — № 7, 2014.
3. Рынок труда. — Текст: электронный // Государственный комитет Республики Узбекистан по статистике: [сайт]. — URL: <https://stat.uz/ru/164-ofytsyalnaia-statistika-ru/6580-gynok-truda2> (дата обращения: 25.05.2020).
4. Предварительное исполнение государственного бюджета Республики Узбекистан за 2019 год. — Текст: электронный // Министерство финансов республики Узбекистан: [сайт]. — URL: https://www.mf.uz/media/file/state-budget/predv_ispolnenie/pred_rasx_2019.pdf (дата обращения: 25.05.2020).

Анализ качества услуг гостиницы на примере ООО «Гостиничный комплекс Владивосток»

Павличук Ксения Игоревна, студент
Владивостокский государственный университет экономики и сервиса

Материал статьи раскрывает анализ качества услуг гостиницы на примере ООО «Гостиничный комплекс «Владивосток». Качество гостиничных услуг, является главным показателем успеха любой гостиницы.

Данная статья раскрывает важность качества услуг в гостиничной индустрии, как показателя конкурентоспособности предприятия. Также важность гостиничной индустрии, как социально-экономического механизма управления организационно-технологическими показателями.

Ключевые слова: гостиница, отель, услуга, Российская Федерация, гостиничное обслуживание, Владивосток, категория номера.

Качество гостиничных услуг является одним из основных аспектов в деятельности гостиницы. Любая

гостиница направлена на привлечение и удержание потенциальных клиентов, а это не простая работа и чтоб до-

стичь популярности и завоевать признание гостей, отелям приходится трудиться и совершенствовать свои услуги.

Самым сложным этапом в построении процессного подхода является созданию бизнес-процесса. Бизнес-процесс в гостинице состоит из 6 под процессы: брониро-

вании, регистрации, предварительной оплаты, размещении в номере, предоставлении сопутствующих услуг, выезда и окончательной оплаты [1, с 5].

На рисунке 1 представлен бизнес-процесс гостиничного обслуживания.

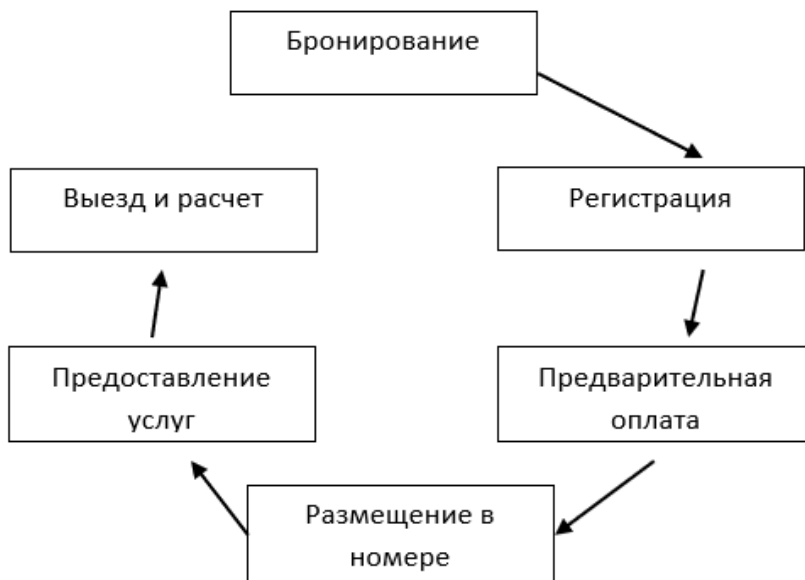


Рис. 1. Бизнес-процесс гостиничного обслуживания [1, с 60]

На рисунке 1 показан весь процесс гостиничного обслуживания от бронирования до выселения гостя. Для обеспечения качественного обслуживания на всех 6 этапах персоналу гостиницы необходимо уметь правильно детализировать информацию и быть вежливыми к гостям.

Отель «AZIMUT» Владивосток — это современный бизнес-отель в деловой черте города. Анализируя качество услуг данной гостиницы, было проведено сравнение отеля с конкурентами и нормативными документами.

На данной диаграмме проанализирована ценовая категория и количество номеров в отелях Владивостока.

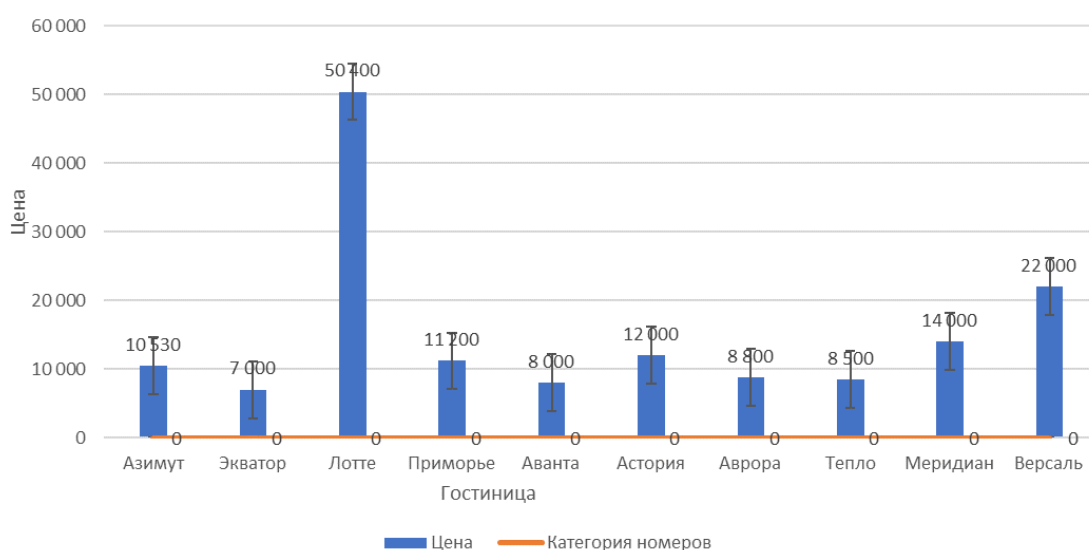


Рис. 2. Цены на гостиничные номера в гостиницах г. Владивосток [2]

Из данной диаграммы видно, что самая высокая цена у отеля «Лотте», самой минимальной ценной из данных гостиниц обладает гостиница «Экватор».

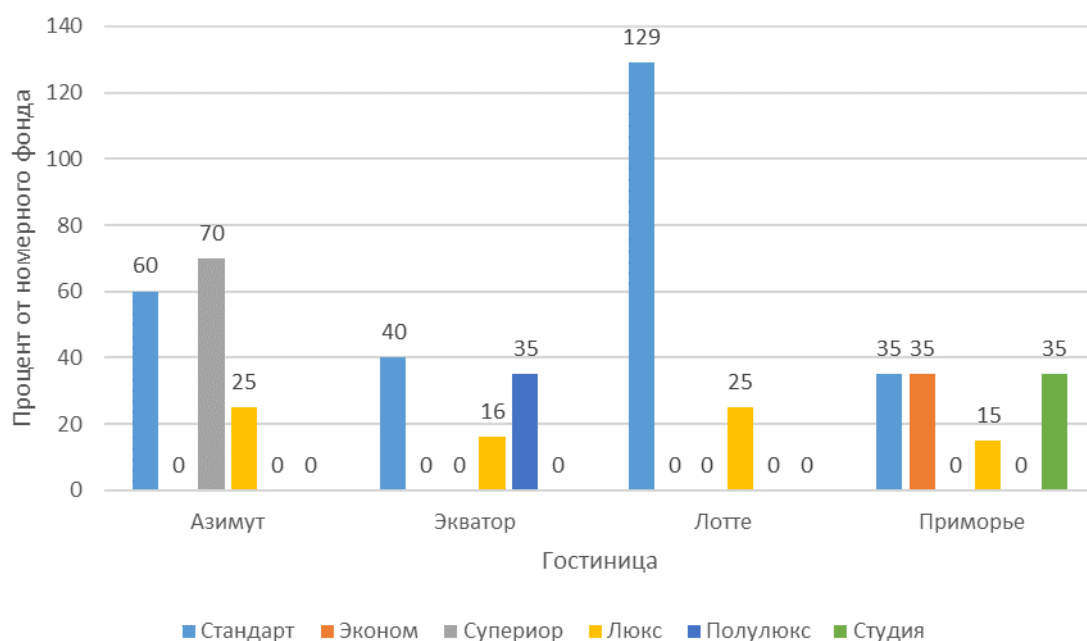


Рис. 3. Процентное содержание номеров в гостиницах Владивостока [2, 3, 4, 5]

На диаграмме видно, соотношение номеров категории: стандарт, эконом, супериор, люкс, полулюкс и студия в гостиницах Азимут, Экватор, Лотте и Приморье. Из данной диаграммы видно, что стандартных номеров больше всего в отеле Лотте, на втором месте Азимут-отель, на третьем месте — Экватор. Номера категории люкс, есть во всех гостиничных комплексах, их процентное соотношение практически одинаковое. Номер категории студия есть только в отеле «Приморье». Номера категории — по-

лулюкс из представленных комплексов имеются только в гостинице «Экватор».

Данные гостиницы были выбраны, исходя из того, что имеют большой номерной фонд и оказывают услуги.

В таблице 1 представлено сравнение отеля «AZIMUT» с двумя гостиницами Экватор и Приморье. Данные гостиницы были выбраны, так как наиболее близко расположены друг к другу.

Таблица 1. Основные и дополнительные услуги гостиниц [2; 3; 5]

Услуга	Гостиница		
	«Экватор»	«Приморье»	«AZIMUT»
Проживание	+	+	+
Завтрак	+	+	+
Ресторан/кафе	+	+	+
Бар	+	+	+
Бесплатная парковка	+	-	+
Побудка	+	+	+
Быстрая регистрация	+	+	+
Деление номерного фонда для курящих и некурящих	-	-	-
Наличие Интернета в номерах	+	+	+
Бизнес-центр	+	+	+
Салон красоты	+	+	+
Кабинет массажа	-	+	+
Камера хранения	+	+	+
Заказ такси	+	+	+
Наличие халатов, тапочек и полотенец во всех номерах	+	+	+

Анализируя таблицу 1, можно сделать вывод, что все три гостиницы имеют относительно небольшое количество дополнительных услуг. Из-за этого предприятие теряет возможность получения большей прибыли.

В пятизвездочном отеле «ЛОТТЕ», есть бассейн, в гостинице «Экватор» открыли музей посвященный временам СССР, в отеле «Тепло» действует скидка в размере 20 процентов за проезд в день бронирования. В отеле «AVANTA» гостям предоставляют скидку 30 процентов на бизнес-ланч с 12:00-16:00, также гостям ресторана скидка на меню 10 процентов, а при заказе свадебного банкета — номер в подарок. В гостинице «Меридиан», для туристов, приехавших в гостиницу с деловыми целями при бронировании VIP-номеров на срок более трех дней, действует скидка 15 процентов. Во всех вышеперечисленных отелях можно воспользоваться конференц-залами [4].

В гостинице «AURORA PARK HOTEL», при бронировании конференц зала действует скидка 10 процентов на проживание.

В период с 13 февраля по 23 февраля в отеле «Лотте» прошел фестиваль наваги [4].

Фестиваль наваги — второе гастрономическое событие от проекта Pacific Russia Food, посвященное зимней рыбе. Фестиваль ежегодно проходит в феврале и завершает сезон подледной рыбалки. Во время этого фестиваля рестораны «ЛОТТЕ» предлагают гостям попробовать традиционную жареную навагу, а также невероятное разнообразие блюд из наваги [4].

В «AZIMUT» отель Владивосток, для VIP-клиентов, проживающих на 11 этаже, есть шведский стол, где гости могут позавтракать и поужинать, доступ на клубный этаж других гостей, проживающих в гостинице — ограничен. Завтрак на 11 этаже проходит с 07:00-12:00, а ужин с 19:00-22:00, также весь день для гостей на клубном этаже отеля накрыт бар с напитками, чаем, кофе и десертами [2].

Ниже будет приведено сравнение нормативных документов с работой «AZIMUT» отеля.

Для начала дадим определение качеству гостиничных услуг.

Литература:

1. А. В. Сорокина Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах/А. В. Сорокина —1-е изд. — Альфа-М: Москва, 2013. — 304 с.
2. Отель azimuth-hotel-vladivostok <https://azimuthhotels.com>, [Электронный ресурс] // <https://azimuthhotels.com>: официальный сайт организации. — Режим доступа: <https://azimuthhotels.com>
3. Отель hotelequator.ru <https://www.hotelequator.ru>, [Электронный ресурс] // www.hotelequator.ru: официальный сайт организации. — Режим доступа: <https://www.hotelequator.ru>.
4. Отель. [lottehotel.com/vladivostok](https://www.lottehotel.com/vladivostok) <https://www.lottehotel.com/vladivostok-hotel/ru.html>, [Электронный ресурс] // <https://www.lottehotel.com/vladivostok-hotel/ru.html>: официальный сайт организации. — Режим доступа: <https://www.lottehotel.com/vladivostok-hotel/ru.html>.
5. Отель hotelprimorye.ru <https://hotelprimorye.ru>, [Электронный ресурс] // <https://hotelprimorye.ru>: официальный сайт организации. — Режим доступа: <https://hotelprimorye.ru>.
6. Правила предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации: утв. постановлением Правительства РФ от 9 октября 2015 г. № 1085.

Качество создает конкурентное преимущество. Качество — это правильно оказанные услуги. Услуги должны не только соответствовать потребностям клиента, но и вся система обслуживания должна быть сконструирована таким образом, чтобы обеспечивать удобство гостей.

Качество — это постоянство. Здесь имеется в виду необходимость предоставлять продукт/услуги на одном и том же уровне миллионы раз. Когда торговая марка не оправдывает ожиданий, формируется негативное восприятие.

Правила о «Предоставлении гостиничных услуг в Российской Федерации», в гл. 4, пункте 34, настоящих правил сказано, что «Исполнитель отвечает за сохранность вещей потребителя в соответствии с законодательством Российской Федерации» [6].

Статья 925, пункт 1, Гражданского кодекса Российской Федерации, гласит: «Гостиница отвечает, как хранитель и без особого о том соглашения с проживающим в ней лицом (постояльцем) за утрату, недостачу или повреждение его вещей, внесенных в гостиницу, за исключением денег, иных валютных ценностей, ценных бумаг и других драгоценных вещей» [7].

Постановление Правительства РФ от 16 февраля 2019 г. N 158 «Об утверждении Положения о классификации гостиниц», наличие звезд в отелях позволяет повышать конкурентоспособность гостиничных услуг и привлекательность гостиниц, направленное на увеличение туристского потока и развитие внутреннего и въездного туризма, за счет укрепления доверия потребителей к оценке соответствия гостиниц [8].

На практике все вышеперечисленные стандарты позволяют достичь единообразия в обслуживании, а также способствуют эффективному подходу к управлению гостиницей. Но излишняя стандартизация может привести к серьезным дефектам в обслуживании туристов, поскольку стандарты обязывают персонал отелей принимать решения исходя из шаблона стандартов. В связи с этим следует прийти к выводу, что все корпоративные стандарты должны быть пересмотрены и переделаны под определенное предприятие.

7. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть первая, вторая, третья, четвертая: по сост. на 1 апреля 2013 г. — Новосибирск: Норматика, 2013. — 480 с.
8. Об Утверждении положений о классификации гостиниц: Постановление Правительства Российской Федерации от 16 февраля 2019 г. № 158 // СПС «КонсультантПлюс». —Режим доступа: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi/>.

Концептуальные основы предупреждения финансовых кризисов

Смутина Екатерина Владимировна, студент магистратуры
Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова (г. Москва)

В статье представлены концептуальные основы предупреждения финансовых кризисов. В современных условиях применяется широкий подход к предупреждению кризисов, в рамках которого система осуществляет не только информационную функцию, но и предлагает меры по снижению вероятности возникновения кризисов и уменьшению их социально-экономических последствий. В ходе исследования используются методы логического исследования, прогнозирования, анализа и синтеза на основе системно-информационного подхода. Проанализированы модели раннего предупреждения, выявлены слабые и сильные стороны системы. Для мирового сообщества важно грамотное встраивание системы раннего предупреждения финансовых рисков для обеспечения устойчивого социально-экономического развития стран.

Ключевые слова: финансовый кризис, валютный кризис, фондовый кризис, управление рисками, система раннего предупреждения, модели раннего предупреждения, риск-менеджмент, устойчивое социально-экономическое развитие, системный подход.

Conceptual basis for the prevention of financial crises

The article presents the conceptual basis for preventing financial crises. Today, a broad approach is taken to prevent crises. The system provides an information function and measures to reduce crises and their socio-economic consequences. In article methods of a logical research, forecasting, the analysis and synthesis on the basis of system and information approach are used. The models of early warning are analyzed, weaknesses and strengths of the system are revealed. For the world community, it is important to correctly integrate an early warning system of financial risks to ensure sustainable socio-economic development of countries.

Key words: financial crisis, currency crisis, stock crisis, risk management, early warning system, early warning models, risk management, sustainable socio-economic development, system approach.

В настоящее время основой предупреждения финансовых кризисов является система раннего предупреждения (СРП). Различают огромное множество СРП в первую очередь по роду кризисов, для которых они предназначены. На сегодняшний день опыт использования СРП позволяет решать важнейшие вопросы для благополучного развития стран. Существуют системы по предупреждению военных конфликтов [5], голода [11], гидрометеорологических и геологических катастроф и других глобальных событий, оказывающих влияние на устойчивость социально-экономического состояния страны. Финансовые кризисы также имеют свои СРП, среди которых выделяют системы для предупреждения валютных кризисов [3], банковских [7], и корпоративных банкротств [9].

Природные катастрофы и финансовые потрясения имеют схожие последствия для социально-экономической сферы. Учитывая этот факт, рассмотрим особенности построения систем раннего предупреждения в целом для выделения их основных задач, функций и целей.

Концепции раннего предупреждения финансовых кризисов

Концепция использования систем раннего предупреждения понятие близкое к концепции устойчивого социально-экономического развития. Взаимосвязь этих понятий в целях, которые они преследуют. Обе концепции направлены на поддержание стабильности и благополучия как отдельных стран, так и всего мирового сообщества. Устойчивое социально-экономическое развитие главным образом ориентировано на состояние окружающей среды и сохранение ресурсов с возможностью приумножения. Данная концепция была разработана ООН в ответ на увеличение количества стран, острыми проблемами которых является бедность и ухудшение природных условий для жизни в следствие загрязнений. На сегодняшний день концепция остается востребованной и приобретает особую актуальность. Устойчивое социально-экономическое развитие имеет важнейший статус в управлении страной и требует решения большого

количества задач и комплексного подхода к изучению. В то время как система раннего предупреждения является частью этого процесса, решает более узкие задачи. В дополнение к различиям — постановка целей. Целью устойчивого развития является не только поддержание благополучия, но и улучшение текущего состояния. В концепции СРП целью является предотвращение кризисной ситуации, а значит поддержание состояния.

СРП выполняет ряд функций. Основными из которых являются:

- прогнозирование
- организация
- регулирование
- координация
- контроль

Алгоритм работы СРП включает в себя своевременное предоставление информации органам власти о предстоящих угрозах с целью минимизации возможных негативных последствий. Важной функцией является обеспечение состояния готовности к незамедлительным действиям. СРП занимается выявлением и устранением рисков для поддержания устойчивого социально-экономического развития. Грамотное применение методов СРП позволяет предотвратить множество рисков и катастроф, что значительно сокращает расходы и сохраняет ресурсы для развития общества. Важны системы раннего предупреждения рисков различных сфер, в том числе и финансовой. Общество, не применяющее меры по предупреждению рисков, подвержено снижению темпа социально-экономического развития и возвращению на ранние стадии. Таким образом, перспективы развития во многом связаны с функционированием СРП различных рисков.

Рассмотренные функции СРП ориентированы на достижение основной цели данного подхода. Цель системы раннего предупреждения в обеспечении и поддержании устойчивого социально-экономического развития общества в современных условиях глобализации. СРП является подсистемой в большей системе механизмов, подчиненных политике устойчивого развития. В этой связи цель, задачи СРП и их приоритетность соответствуют глобальным целям социально-экономической сферы. Соответственно при выборе действий из ряда предложенных СРП руководствуется целями устойчивого развития. Несомненно, этот принцип также относится к СРП финансовых кризисов.

Важнейшим этапом в системе предупреждения финансовых кризисов является описание надвигающейся угрозы. На сегодняшний день существуют комплексы мер по предупреждению кризисов почти что любого вида. Следует учитывать, что даже подробно изученные виды кризисов от случая к случаю могут изменяться по масштабам, последствиям и прочим критериям. Системы раннего предупреждения дополняются и развиваются все время, многие из них появились, только лишь как следствие нового кризиса. Одним из примеров такой системы

является программа ООН по предупреждению цунами в азиатско-тихоокеанском регионе разработанная после катастрофы землетрясения, цунами и последующего наводнения в Таиланде, Индии, Индонезии и на Шри-Ланке 26 декабря 2004 года, повлекшей огромные потери страховых и туристических компаний.

Следующим этапом в системе предупреждения финансовых кризисов является определение степени риска. Сложности могут возникнуть на этом этапе в связи с едва заметными изменениями показателями социально-экономического состояния страны. Важно правильно определить пороговые значения показателей и вовремя отреагировать на потенциальную угрозу. Медленно развивающаяся кризисная ситуация способна повлечь огромные потери ресурсов и требовать значительных средств для преодоления краха. Быстроразвивающийся кризис может оказаться менее разрушительным в сравнении с длительным. Проблемой неожиданных событий конечно же является нехватка времени на принятие решений.

Вслед за описанием природы риска и определением его степени стоит обратить внимание на скорость реализации. От этого фактора напрямую зависит методика предотвращения кризисной ситуации. Необходимо отслеживать показатели экономического развития, финансовых потоков и состояние рынков с целью получения достаточного количества информации для своевременного сигнала к реагированию. Резкие изменения потоков капитала, изменения стратегий инвесторов в кратчайшие сроки могут привести к падению рынков и обвалу цен — реализации финансового риска.

С каждым днем в условиях глобализации финансовая система претерпевает изменения. Рынки разрастаются, усложняется структура регулирования всей системы. В этой связи ежедневно возникают новые угрозы и риски. Следующий этап изучения в СРП — идентификация риска. Идентификация является одним из самых трудоемких этапов и требует кропотливой работы аналитиков. Выявление кризиса нового вида приносит много вопросов и часто является неожиданным для мирового сообщества. К таким происшествиям можно отнести мексиканский кризис 1994 г. и азиатский 1997 г., для которых было характерно состояние абсолютной неготовности к предотвращению угрозы. Финансовый кризис 1994 года в Мексике показал целый ряд экономических проблем, таких как зависимость от США и отсутствие механизмов регулирования внешних финансовых потоков. В ходе азиатского кризиса быстрый рост экономик Южной Кореи, Сингапура, Гонконга и Тайваня способствовал активному притоку капитала, госдолга, перегреву экономики.

Рассмотрев функции, цели, задачи и этапы СРП, перейдем к подходам построения системы. Принято выделять узкий и широкий подход. Узкий подход говорит о необходимости информирования соответствующих органов о развитии кризисной ситуации, к этой информации относится идентификация, степень и скорость реализации

риска, прогноз экономических показателей и описание возможных последствий. Широкий подход к построению системы раннего предупреждения подразумевает не только информативную, но и активную функцию, что может быть отражено в директивах ООН и реализовываться на мировом уровне.

Эволюция систем раннего предупреждения финансовых кризисов

Появление системы раннего предупреждения финансовых кризисов связано с рядом кризисов, произошедших в Латинской Америке после мексиканского кризиса. Как следствие в 1995 г. Международным валютным фондом (МВФ) было постановлено разработать систему раннего предупреждения финансовых кризисов. Развитие СРП происходило поэтапно. К первому этапу становления системы раннего предупреждения финансовых кризисов относят разработку модели предупреждения кризиса валюты. Ко второму этапу относят качественную доработку модели в соответствии с сегментацией финансового рынка. На данном этапе появились такие СРП как предупреждение кредитных, фондовых и долговых кризисов. СРП вошла в более крупную систему управления финансовыми рисками.

Первоначальная модель системы раннего предупреждения финансовых рисков, разработанная Международным валютным фондом, рассматривала лишь валютный рынок без учета других факторов финансового рынка. Результатом такой модели был прогноз момента возникновения кризиса. До 1999 г. Международный валютный фонд использовал данную модель в подсчетах, но вскоре были обнаружены существенные недостатки модели. К моменту кризиса 1997 г. в ЮВА модель показывала отсутствие угроз. В ответ на это подход МВФ был подвержен критике и потребовал кардинальных изменений. Основными проблемами модели на данном этапе были:

- расчет модели только с учетом количественных данных;
- неточность в определении времени начала кризисной ситуации;
- ограниченный спектр показателей;
- необходимость учета национальной специфики не была реализована;
- непредсказуемость реакции инвесторов и их влияния на обстановку;
- практическая невозможность прогнозирования внезапных событий;
- расчет одного определенного типа кризиса;
- значительная погрешность модели в виде большого количества ошибочных сигналов.

На втором этапе, вопреки критике модели раннего предупреждения валютных кризисов в 1997 г., МВФ продолжил их использование. В таблице 1 представлены пять моделей, используемых в МВФ:

1. Б и К — две модели разработаны для Фонда группами ученых, возглавляемыми Бергом и Камински

2. Голдмэн-Сакс (GS) — GS-Watch — эта и следующие модели разработаны крупнейшими инвестиционными банками,

3. Кредит Свисс Ферст Бостон (CSFB) — Emerging Market Risk Indicator,

4. Дойче банк (DB) — Deutsche Bank Alarm Clock [4].

Модели МВФ используют ежемесячные данные для выбора переменных, влияющих на развитие кризиса. Вероятность кризиса оценивается на основании регрессионной модели. Этот подход дает следующие преимущества:

1. модель предоставляет возможность определить значимость каждой переменной
2. объединяет кризисные индикаторы в обобщенный показатель вероятности возникновения валютного кризиса.

Модели МВФ имеют одинаковую цель — определение кризисной ситуации. Горизонт прогнозирования не существенно различается. Для модели Б К он составляет 2 года. Для моделей, разработанных крупнейшими инвестиционными банками горизонт планирования, составил 1-3 месяца. Основной задачей Международного валютного фонда является поддержание стабильности мировой валютной системы. Использование нескольких моделей одновременно позволяет повысить точность прогнозов. Расчеты используют разные показатели, а значит имеют расширенные возможности по определению и идентификации кризиса.

Перспективы использования СРП финансовых кризисов

Рассмотрев подробно модели раннего предупреждения, выделим их преимущества: ведение периодической статистической отчетности, отслеживание динамики показателей с их последующим анализом, прогнозирование наступления кризиса, автоматизированный расчет показателей, отсутствие субъективности экспертов, возможность своевременного определения кризиса, накопление данных и опыта, комплексное изучение множества показателей.

Показатели раннего предупреждения развиваются и в наши дни. Аналитики японского инвестбанка Nomura в 2018 году составили индекс «раннего оповещения» о валютных кризисах Damocles (название связано с древнегреческим мифом о дамокловом мече). Согласно индексу, ежеквартально формируется рейтинг 30 развивающихся рынков по степени возможного наступления кризиса [12].

В основе определения валютного кризиса согласно индексу Nomura сравнение национальной валюты к доллару в относительных и абсолютных величинах. Если два фактора: ослабление показателя, превышающее четыре стандартных отклонения по выборке изменений валюты ежемесячно с 1990 года и снижение номинального курса валюты минимум на 10%, произошли в течение года, индекс говорит о валютном кризисе. Показатели, применяемые в расчетах — коэффициент покрытия импорта страны объемом валютных резервов, отношение краткосрочной

Таблица 1. Основные характеристики моделей раннего предупреждения валютных кризисов МВФ

Параметры	Модели			
	Б К	GS	CSFB	DB
Определение кризиса	Средневзвешенное ежемесячное изменение валютного курса и официальных резервов, превышающие трехкратное стандартное отклонение	Средневзвешенные одномесячные изменения валютного курса и официальных резервов, превышающие определенные уровни	Обесценение валюты более чем на 5% и как минимум в два раза превышающее данные предыдущего месяца	Обесценение валюты более чем на 10% Рост процентной ставки более чем на 25%
Горизонт прогнозирования	2 года	3 месяца	1 месяц	1 месяц
Метод	Взвешенное среднее индикаторов, которые принимают значение 0 или 1 в зависимости от порога, устанавливаемого с целью снижения отношения сигнал/шум Регрессионная модель	Переменные принимают значение 0 или 1 в зависимости от их уровня, который определяется по авторегрессионной модели	Регрессионная модель Переменные представлены в логарифмическом виде Определены отклонения от среднего значения и приведены к стандартному виду	Система двух регрессионных уравнений для курса процентной ставки
Показатели	Изменение курса валюты Состояние платежного баланса Снижение официальных резервов Изменение товарного экспорта Уровень резервов Изменение отношения резервов к М2 Отношение к валютному курсу Отношение к экспорту Уровень отношения частного сектора Уровень отношения резервы/импорт Уровень цен на нефть Рост курса акций Рост ВВП Региональная цепная реакция распространения кризиса	Изменение курса валюты Рост экспорта Уровень отношения резервов к М2 Рост потребности в кредитах Рынок акций Политические события Международная валютная ликвидность Цепная реакция распространения кризисов Рост внутреннего кредитования	Изменение курса валюты Отношение внешнего долга к экспорту Рост кредитования частного сектора Уровень отношения резервы/импорт Уровень цен на нефть Рост курса акций Рост ВВП Региональная цепная реакция распространения кризиса	Изменение курса валюты Выпуск промышленной продукции Рост внутреннего кредита Состояние рынка акций Цепная реакция распространения валютных и финансовых кризисов Изменение процентных ставок

внешней задолженности к экспорту, уровень процентных ставок и т. д.

Первый этап создания системы раннего предупреждения основывался лишь на математической модели. Данный подход показал свои преимущества и недостатки. Решение проблемы требовало более широкого подхода. Применение статистических моделей кризисов валютных рынков вошло в новую, доработанную систему раннего предупреждения в комплексе с другими методами. Преимуществом моделирования является учет опыта событий прошлого. Именно эта особенность позволяет с хорошей точностью определить вероятность наступления кризиса. Однако для прогнозирования новых рисков требуется применение системного подхода.

Явление финансового кризиса связано с множеством факторов, многие из них неконтролируемы и внезапны. Модели Международного валютного фонда не учитывали необходимость системного подхода. Крупнейший азиатский кризис, рассмотренный выше и глобальный финансовый кризис 2008 г. не были спрогнозированы моделями. Данный негативный опыт дал импульс к преобразованию модели раннего прогнозирования в систему, заложив концептуальную основу предупреждения финансовых кризисов.

Преобразование математической модели должно включать в себя характеристику всемирного экономического состояния. Методы должны быть комплексны и рассматривать как количественные показатели, так и качественные, например общую обстановку банковской системы в стране. Должны быть рассмотрены, как внутренние, так и внешние факторы. Необходимо учитывать возможность возникновения цепной реакции, этот факт также должен быть спрогнозирован. Применение данного системного подхода поможет повысить устойчивость социально-экономического развития, сократить количество потерь ресурсов во время неизбежных кризисов, предотвратить прогнозируемые крахи финансовой системы.

Системный подход к раннему предупреждению включает в себя методы статистического и математического моделирования, различные рейтинги и экспертные оценки. Помимо контроля текущего состояния, осуществляется прогнозирование экономического состояния и планирование дальнейших мер по предупреждению кризиса.

Финансовый кризис — сложное и многофакторное явление, требующее применения знаний, накопленных годами. Последствия финансового кризиса могут быть разрушительными и не предсказуемыми. Среди самых распространенных последствий: голод, нищета, рост цен, дефицит продуктов, общественная паника, войны, катастрофы, цепная реакция из фондового, валютного и банковского кризисов, дисбаланс рынка, ухудшение уровня и качества жизни, угроза существования для организаций малого и среднего бизнеса и конечно подрыв устойчивости социально-экономического состояния страны, мирового сообщества.

Возможность таких устрашающих последствий говорит об обязательном применении комплекса мер, разработанных для системы раннего предупреждения. Разработка СРП началась в 90-е годы прошлого века и продолжается сегодня. В статье были рассмотрены примеры первых моделей и описаны современные методы моделирования. Все они нацелены на безопасность сложной, многофакторной финансовой системы. В настоящее время моделирование не единственный метод СРП. Узкий и широкий подходы к СРП имеют место быть и существовать одновременно, так, как метод математического моделирования зарекомендовал встал в основе предупреждения. Тем ни менее приоритетным решением проблем будет широкий подход к СРП, применяющий системный метод.

На основе анализа опыта международных организаций и центральных банков сформулирован следующий вывод. Сегодня применяется широкий подход к предупреждению кризисов, в рамках которого система осуществляет не только информационную функцию, но и предлагает меры по снижению вероятности возникновения кризисов и уменьшению их социально-экономических последствий.

В статье проанализированы модели раннего предупреждения прошлого (1990 г.) и настоящего (2018 г.), выявлены слабые и сильные стороны системы. Были рассмотрены концепции раннего предупреждения финансовых кризисов, эволюция систем раннего предупреждения финансовых кризисов и перспективы использования СРП.

Значение произведенной работы в доказательстве весомости такого инструмента как СРП. К неоспоримым преимуществам системного подхода по предупреждению кризисных ситуации относятся: повышенная точность моделирования кризиса, возможность составления прогноза финансовых показателей, разработка мер по сокращению затрат, частичная автоматизация процесса, участие экспертов и конечно безопасность всемирного сообщества. Для каждой страны важно грамотное встраивание СРП финансовых рисков с целью обеспечения устойчивого социально-экономического развития.

Система раннего предупреждения финансовых рисков требует дальнейшего тщательного исследования. Современные модели более совершенны, но во многом базируются на тех же показателях, что и первые модели раннего предупреждения. Для развития СРП необходимо постоянное совершенствование входящих в нее методов и техник анализа больших данных массивов информации, таких как глубинный анализ (классификация данных), краудсорсинг (большое число источников обрабатываемой информации), прогнозирование, машинное обучение, анализ сетевой активности (исследование общественных проблем через социальные сети). Только обобщив опыт прошлого и технологии будущего, представится возможность создать максимально эффективную систему предупреждения рисков.

Литература:

1. Монтес, М. Ф., Попов В. В. «Азиатский вирус или голландская болезнь? Теория и история валютных кризисов в России и других странах». — М.: Дело, 1999. — С. 15
2. Юго-Восточная Азия: год после смерти // Росбалт. — 2005. — 27 дек.
3. Abiad, A. Early Warning Systems for Currency Crises: A Markov-Switching Approach with Applications to Southeast Asia. Preliminary Draft of Ph. D. Dissertation in Economics, Department of Economics, University of Pennsylvania, 1999-60 p.
4. Berg, A., Borensztein E., Pattillo C. Assessing Early Warning Systems: How Have They Worked in Practice? // IMF Working Paper WP/04/52. IMF, 2004. — P. 44
5. Conflict and Peace Analysis and Response Manual/Forum on early warning and early response./2hd Edition — London, FEWER. — 1999. — 17 p.
6. Dorn, A. W. Early and Late Warning by the UN Secretary-General of Threats to the Peace: Article 99 Revisited*, in Woodcock, Ted and David, David (ed.), The Cornwallis Group V: Analysis for Crisis Response and Social Reconstruction, Canadian Peacekeeping Press, NS, 2000. — P. 357.
7. Jagtiani, J. A., J. W. Kolari, C. M. Lemieux, G. H. Shin (2000), Predicting Inadequate Capitalization: Early Warning System for Bank Supervision. — 35 p.
8. Lopes, C. Sustainable development: meeting the challenges of the millennium. — UN — DP, World summit on sustainable development, 2002.
9. Risk Early Warning System: Practical Ways to Embed Risk Management. Deloitte & Touche, 2003. Website: <http://www.deloitte.co.uk/>.
10. Subbaraman, R., Jones R., Shiraishi H. Damocles: Do Not Drop Your Guard. Lehman Brothers // Global Economics. — 2003. — April 7. — P. 27.
11. USAID FEWS Progect. Early Warning Primer: An Overview of Monitoring and Reporting./Prepared by C. Chopak. — 2000. — 84 p.
12. РБК: Аналитики Nomura разработали систему предупреждения о валютных кризисах <https://www.rbc.ru/newspaper/2018/09/12/5b96801f9a794718dadfd7c8>

Методические подходы к оценке эффективности деятельности органов государственной власти

Соколовская Оксана Владимировна, студент магистратуры
Волгоградский институт управления — филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации

Ключевые слова: оценка эффективности, подходы к оценке эффективности.

При анализе деятельности любой организационной единицы важно оценить, отвечает ли ее работа поставленным целям и задачам, насколько качественно и полно они выполняются, и как соотносятся результаты с затраченными ресурсами, то есть необходимо оценить эффективность работы данной организации. Для органов государственной власти такая оценка имеет особенно важное значение, так как эффективность их деятельности измеряется не только в оптимизации ресурсов при выполнении задач, а, прежде всего, в том социальном эффекте, который должен быть получен благодаря работе властных структур. Именно поэтому важно применять различные подходы к оценке деятельности государственных органов.

Итак, базовыми моделями оценки эффективности работы государственных органов являются модели, связывающие эффективность с определенными факторами.

Первый подход основан на концепции лидерства. Представители такого направления связывают эффективность со стилем управления, лидерскими навыками, качествами и личностными характеристиками руководителей государственных органов, системами подбора, оценки реализации задач, профессиональным развитием и мотивацией служащих.

Второй подход развивает теорию рациональной бюрократии. В данном направлении уделяется внимание функциональной специализации, иерархической структуре, наличию конкретных принципов регламентации профес-

сиональной деятельности служащих. Все это рассматривается как базовые предпосылки для эффективной работы органов власти.

Третий подход к эффективности деятельности властных структур связан с теорией жизненных циклов. В нем делается акцент на рассмотрение эффективности государственного управления как его взаимосвязь с оценкой влияния циклично и постоянно действующих групп влияния или коалиций в государственных органах.

В рамках четвертой концепции, именуемой концепцией профессионализма, эффективная деятельность напрямую зависит от профессионализации властных структур, наличия компетентных чиновников, от уровня их профессионализма.

В соответствие с пятым — экономическим подходом, повысить эффективность деятельности органов власти можно при наличии механизма конкуренции среди ведомств, системы внедрения новшеств, а также социальной и политической подотчетности государственных органов, в первую очередь перед налогоплательщиками.

Шестой подход — экологический, в его основе лежит утверждение о том, что результаты деятельности органов власти зависят от характера внешней среды, то есть экологии организации, и способности государственных органов управлять инновациями и изменениями в целях адаптации к этим новшествам.

Последний подход базируется на концепции управления качеством. Он основывается на необходимости создания в государственных органах системы непрерывного совершенствования процессов и государственных услуг, вовлечении в данную работу государственных служащих, организуя их групповую работу и по максимуму используя творческий потенциал.

Другая же модель предназначена для оценки эффективности непосредственного воздействия органов государственной власти на процессы в обществе. Она содержит несколько подходов.

Правовой подход оценивает отсутствие нарушений в ходе деятельности государственного органа. Такая оценка осуществляется на основе данных проверок прокуратуры, контрольно-ревизионных, налоговых и других контролирурующих органов.

В социально ориентированном подходе в основе оценки лежит отсутствие или наличие жалоб, а также положительные отзывы граждан о деятельности органа государственной власти. Базой для оценки данного подхода является анализ публикаций в прессе, обращений граждан, опросы общественного мнения.

Экспертный подход берет за основу оценки мнение компетентных сотрудников об эффективности деятель-

ности государственного органа и его общественной полезности.

Прагматический подход базируется на качественных и количественных индикаторах, которые оценивают непосредственно результат деятельности органа власти. Оценка производится на основе данных квартальных и годовых отчетов, статистических и других сведений [1, с. 62].

Именно последний подход взят за основу оценки органов власти субъектов Российской Федерации. На сегодняшний день методики такой оценки утверждены постановлением Правительства Российской Федерации от 17 июля 2019 года № 915. Методики рассчитываются по следующим показателям:

1. Количество высокопроизводительных рабочих мест во внебюджетном секторе экономики.
2. Численность занятых в сфере малого и среднего предпринимательства, включая индивидуальных предпринимателей.
3. Производительность труда в базовых несырьевых отраслях экономики.
4. Уровень реальной среднемесячной заработной платы.
5. Объем инвестиций в основной капитал, за исключением инвестиций инфраструктурных монополий (федеральные проекты) и бюджетных ассигнований федерального бюджета.
6. Уровень бедности, образования и доступности жилья.
7. Естественный прирост населения.
8. Количество семей, улучшивших жилищные условия.
9. Доля городов с благоприятной городской средой.
10. Качество окружающей среды.
11. Доля соответствующих нормативным требованиям автомобильных дорог регионального значения и автомобильных дорог в городских агломерациях с учетом загруженности [2].

Можно отметить, что при оценке результативности деятельности данных органов власти первостепенное значение имеет тот социальный эффект, который должен быть получен в результате их работы.

Таким образом, исследование подходов к оценке эффективности деятельности органа государственного управления показало, что это достаточно объемный процесс, но крайне необходимый, так как от результатов работы властных структур зависит благосостояние населения, для защиты интересов которого и созданы органы власти.

Литература:

1. Нагимова, А. М. Эффективность деятельности государственных органов управления как фактор повышения качества жизни в регионе: проблемы оценки и измерения: монография/А. М. Нагимова; Казанский государственный университет. — Казань: Казан. гос. ун-т, 2009. — 188 с.

2. Правительство РФ. Постановление. Об утверждении методик расчета показателей для оценки эффективности деятельности высших должностных лиц (руководителей высших исполнительных органов государственной власти) субъектов Российской Федерации и деятельности органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации, а также о признании утратившими силу некоторых актов Правительства Российской Федерации (с изменениями на 27 марта 2020 года). Постановление от 17 июля 2019 г. № 915/Правительство РФ. Постановление. — Доступ из СПС Гарант (дата обращения: 15.05.2020). — Текст: электронный.

Методы управления ресурсо- и энергосбережением в зарубежных странах

Сумской Никита Валерьевич, студент;
Березин Алексей Осипович, доктор экономических наук, профессор
Санкт-Петербургский государственный архитектурно-строительный университет

Важной отраслью экономики России является жилищно-коммунальное хозяйство. В настоящее время существуют множество нерешенных проблем, в области применения ресурсосберегающих технологий. Одними из самых значимых проблем считается: уровень качества жилищных и коммунальных услуг, политика ресурсосбережения, устаревание инженерных коммуникаций. Именно поэтому предлагается рассмотреть опыт зарубежных стран в сфере жилищно-коммунальных услуг, и рассмотреть особенности процессов внедрения ресурсосберегающих технологий, а также сравнить на уровне государственной поддержки.

Ключевые слова: ресурсосбережение, энергоэффективность, утилизация отходов, зарубежный опыт.

Ресурсосбережение является одним из приоритетных направлений развития экономики России. Этому способствует огромное количество факторов:

- Увеличение стоимости. Затраты на транспортные услуги, при перевозке органического топлива в труднодоступные регионы с суровыми природно-климатическими условиями;

- Увеличение мировых цен на нефть и газ;

- Обеспечение производства промышленного и сельскохозяйственного сектора, которое должно удовлетворяться за счет экономии энергоресурсов.

Одним из приоритетных видов ресурсосбережения в жилищно-коммунальной сфере является эффективное использования сырья. Данная отрасль развивается вместе с обществом и научно-техническим прогрессом. В России проблеме ресурсосбережения всегда уделялось достаточное количество внимания, но проанализировав современную ситуацию, связанную с экологией в области использования сырья, ресурсов и их переработку, данной проблеме необходимо уделять еще больше внимания.

Как пример решения проблем, связанных с ресурсосбережением, можно рассмотреть комплексную систему, которая действовала в Советском Союзе, при функционировании плано-административной экономики.

В Советском союзе идеология комплексного сбора отходов была поистине масштабной для того времени. Уполномоченные органы в лице Госснаб, отвечали за сбор статистической информации об использовании и переработки отходов, обогащения полезными ископаемыми, и ресурсосбережением, во всем Союзе. Было принято разделить сбор мусора по основным категориям: Стекло; Макулатура; Текстиль; Полимерные материалы; Шины.

Государство осуществляло поддержку и стимулирование производственных компаний. Применялись программы и задачи направленные на увеличения отдачи от накопленного экономического потенциала.

Создавалась мощная инфраструктура для переработки не выгодного сырья, которого была экономически не выгодно, компенсировалось тем, что часть этих затрат входила в себестоимость продукции той или иной промышленности.

Также были организованы инженерно-технических программы. К таким программам можно отнести введение общего положения, при котором, производство нового вида материала или продукции, должен сопровождаться не только созданием производственных мощностей для его выпуска, но и разработку технологии для переработки и дальнейшим использованием после истечения срока службы или эксплуатации. [1]

Если говорить о формировании современного рынка жилищно-коммунальных услуг с развалом советского союза произошла глобальная модернизация в экономике страны, от системы бюджетного финансирования произошел переход к модели самофинансирования.

С развитием промышленных технологий в области энергетики необходимо в первую очередь учитывать экологическую составляющую. На примере Советского союза была рассмотрена модель ресурсосбережения в плане переработки отходов, как одну из составляющих данной отрасли.

Но при переходе к рыночной экономике в России экологическую составляющую отодвинули на второй план, хотя данное направление является приоритетным у многих зарубежных стран, которые научились совме-

щать экологическую и экономическую выгоду в сфере ресурсо- и энергосбережения. Наглядным примером можно продемонстрировать уровень управления данной отраслью в России и ряда зарубежных стран.

Таблица 1. Анализ методов ресурсосбережения в зарубежных странах

Страна	Методы ресурсосбережения	Экономическая выгода	Экологическая выгода
США	Внедрение закона об энергетической политики	Реализация полного потенциала территорий и грамотное распределение энергетических ресурсов	Использование новых отдаленных территорий избегая утечки опасных отходов
	Финансирование и поощрение внедрения энергоэффективных технологий	Развитие заинтересованных предприятий и внедрение успешных технологий в других организациях	Ограничение использования ресурсов только в необходимых количествах
	Пропаганда и стимулирование населения	При выполнении определенных норм и правил, население получает дополнительные средства, например от сдачи на переработку отходов	Сохранение экологии путем вторичной переработки и меньшее использование ресурсов
Германия	Поддержание системы смешанного энергообеспечения	Снижение уровня зависимости отрасли от иностранных экспортеров	Смешанное энергообеспечение позволит экономить ресурсы
	Введение постановления об «Энергетической характеристике зданий»	Определяется конкретный уровень затрат ресурсов на здание, тем самым экономятся затраты на оплату неиспользуемых излишек	Снижается уровень использования ресурсов
Дания	Замена стальных трубопроводов на трубы из полимерных материалов.	Исключение износа, разгерметизацию стыков, что в дальнейшем отразится на экономии ресурсов	Исключается выброс газа
Япония	Государственные программы по повышению энергоэффективности	Заинтересованность общественности в экономии ресурсов что в последствии повлияет на экономию денежных средств	Уменьшение потребления невозобновляемых ресурсов
Китай	Создание инвестиционного фонда для финансирования программ ресурсосбережения	Организации стремятся к производству энергосберегающих технологий	Уменьшение потребления невозобновляемых ресурсов

На сегодняшний день Россия отстает от многих стран в области ресурсо- и энергосбережения. Проблемы в отсутствии развития заключаются в:

- 1) Несовершенство и устаревание законодательной базы в области ресурсо- и энергосбережения;
- 2) Отсутствие мер экономического стимулирования отрасли;
- 3) Неэффективная политика системы инвестирования в энергоэффективность;
- 4) Отсутствие системы внедрения и поощрения энергосберегающих технологий;

5) Отсутствие информирования и пропаганды населения о преимуществе энергосберегающих технологиях.

Решение данных проблем и ориентирование на страны где успешно внедряются и применяются комплексные системы ресурсо- и энергосбережения, позволят России выйти на новый уровень развития жилищно-коммунального хозяйства. Такие действия благоприятно скажутся на всех сферах жизнедеятельности населения, а также на экономике страны и научно-техническом прогрессе. Государство должно быть заинтересованно в развитии отрасли ресурсо- и энергосбережения, так как именно эта отрасль позволит эффективно расходовать имеющиеся ресурсы во благо страны.

Литература:

1. Березин, А.О Прогнозирование структуры энергосберегающих мероприятий в сфере ЖКХ с учетом интенсивности их внедрения // Вестник гражданских инженеров. 2020, № 1 (78) февраль — 0,3 п.л.
2. Есина, Е. А. Национальное объединение организаций операторов в области обращения отходами//Ресурсосбережение — основа процветающей экономики России XXI века// URL.: URL.: <http://roswaste.ru/d/dokladyesinaparlamentskiyeshlushaniya6fevralya.pdf> (дата обращения 19.05.2020).

3. Опыт стран Европы и Азии в энергосбережении // Портал по энергосбережению «ЭнергоСовет». 2019. URL.: <http://www.energsovet.ru/stat58.html> (дата обращения 19.05.2020).
4. Москалев П.А, Саенко И. А. Разработка плана ресурсосбережения для России на основе зарубежного опыта в ЖКХ// Проблемы Науки. 2017. № 16 (98). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razrabotka-plana-resursosberezheniya-dlya-rossii-na-osnove-zarubezhnogo-opyta-v-zhkh> (дата обращения 19.05.2020).

Как оценить роль HR-менеджера в компании

Таракановский Андрей Юрьевич, студент

Бурятский государственный университет имени Доржи Банзарова (г. Улан-Удэ)

Любой бизнесмен стремится к успешной и конкурентоспособной деятельности на рынке. Для этого необходимо обеспечить эффективную систему оценки и управления персоналом в компании. В настоящее время специалисты этого направления становятся все более востребованными, ведь все большее значение придается работе с персоналом организации, постановке этой работы на научный фундамент, учитывается отечественный и зарубежный опыт работы в сфере управления персоналом. В современных условиях кризиса вопрос кадровой политики на предприятиях стоит довольно остро. Рассмотрим такой пример: руководство в связи с банкротством может сократить численность штата, и кто как ни специалист в области управления персоналом может осуществить этот процесс быстро и безболезненно, а оставшийся штат распределить таким образом, чтобы он приносил максимальную отдачу. Также в условиях экономического подъема компания может расширяться. Процесс набора, обучения персонала проводит также специалист в области HR. Зачастую на малых предприятиях функцию такого специалиста берет на себя сам руководитель. Проблемность ситуации заключается в двух точках зрения по поводу того, кто должен работать с кадрами на предприятии: непосредственно руководитель или специалист по работе с персоналом.

Задачи, решаемые таким специалистом, могут быть самые разнообразные:

- Подбор и найм персонала
- Разработка и воплощение в жизнь систем материального и нематериального стимулирования сотрудников, а также систем увольнения
- Проведения оценки деятельности сотрудников, аттестации, обучения сотрудников (как внешнего, так и внутреннего)
- Ведение кадрового делопроизводства
- Адаптация новых сотрудников среди коллектива
- Создание работоспособной команды, способной выполнять поставленные перед ней задачи
- Соблюдения законодательных норм труда, норм безопасности труда.

Менеджер по персоналу организует работу с кадрами в соответствии общими целями предприятия

для достижения определенного уровня развития компании. Его деятельность должна соответствовать ее целям. Безусловно, кто как ни руководитель знает, как должна развиваться компания, как быстро и до какого уровня. Таким образом деятельность менеджера по кадрам должна согласовываться с руководителем предприятия. Зачастую, владельцы бизнеса не в полной мере представляют, насколько обширен круг задач, которые можно решать с помощью собственного специалиста в области HR, боятся расширить круг его полномочий, стремятся сэкономить на этом, на первый взгляд, затратном направлении деятельности компании. Стоит признать, что эффективность работы HR-щика довольно сложно оценить на первый взгляд, но и сам менеджер иногда не имеет представления, как показать свою важность и незаменимость.

Обычно, при создании компании, роль HR-специалиста выполняет сам руководитель, но с ее развитием, с ростом количества работающих в ней людей руководитель начинает делегировать работу в кадровой сфере другому лицу (обычно заместителю). Существует множество точек зрения о пороговой численности работников, с которой необходимо нанимать профессионала. Дело в том, что деятельность такого специалиста для начинающих компаний является довольно затратной. На мой взгляд, стоит привлекать специалиста, когда численность сотрудников достигает 30–40 человек. Безусловно, есть случаи, когда менеджер по персоналу нанимался, когда количество работников достигало и 7–9 десятков, или только «переваливало» за 10. Но если компания нацелена на быстрый рост и стремительный выход на рынок, составление достойной конкуренции другим «стартапам», необходимо организовывать кадровую политику как можно раньше. Приведем статистику. В журнале «Кадровое дело», в 2007 году на вопрос: «Кто у вас занимается кадрами?», 22 % респондентов ответили, что секретарь, 26 % — бухгалтер, а 6 % случаях заявили, что никто ими вовсе не занимается. Допустим, что 6 % — стартапы, тогда 48 % не имеют специалистов в области управления персоналом, что немало расстраивает. Как правило, грамотный подбор персонала, чем и занимается менеджер по персоналу — залог успеха.

Так что же мешает владельцам 54 % предприятий (48 % + 6 %) нанять специалиста? В первую очередь это, конечно, упомянутое выше желание сэкономить. На малых предприятиях зарплаты менеджеров по кадрам без опыта работы составляют от 25 до 30 тыс. рублей в Москве и порядка 13–18 тыс. в регионах. Причем очень важно учесть, что в малых организациях наблюдается большое количество «универсальных» работников. Помимо основных требований, кандидаты на место работы в малом предприятии должны владеть разными технологиями рекрутинга, в том числе массового, опыт составления должностных инструкций, положений и документов по работе с персоналом, навыки создания кадрового резерва. Малые предприятия заинтересованы в специалистах с опытом работы единственным кадровым менеджером в компании, так называемым дженералистом (старший менеджер по персоналу). Таким «универсалам» платят в среднем 40–55 тыс. рублей в Москве, 30–45 тыс. — в Санкт-Петербурге и 22–32 тыс. в других российских городах. Спрос на кадровых менеджеров со стажем более трех лет не слишком высок. Их заработная плата в столице составляет 60–80 тыс. рублей, в Санкт-Петербурге — 45–60 тыс., в среднем по регионам — 30–40 тыс. рублей.

Что же говорить о средних и крупных компаниях. Хотя и здесь есть интересный факт. Согласно исследованиям рекрутингового агентства «АНКОР», компании с численностью до 100 человек платят сотрудникам на 10–60 % больше, чем крупные компании-бренды. Производится это для удержания перспективных сотрудников в компании.

Во-вторых, бизнесмены не всегда понимают важность построения кадровой политики, не понимая, как оценивать работу HR-щика, вернее выгоду от его содержания. Многие руководители компаний до сих пор считают, что управление персоналом — это второстепенная задача, не оказывающая серьезного влияния на успешность бизнеса. По статистике, 83 % ведущих российских компаний имеют кадровую политику, но из них только в 58 % есть критерии оценки работы HR-службы. Затраты на персонал (включая фонд заработной платы) в российских компаниях составляют 11 % от оборота (в американских — 22 %). В конечном итоге производительность труда в России в 2–4 раза ниже, чем на западе. Пока бизнесменов это мало беспокоит, но с ростом конкуренции на рынке, игнорирование низкой производительности труда может привести к достаточно плачевным последствиям.

Отдачу от инвестиций в кадровый менеджмент очень удобно рассчитывать по модели ROI, разработанной Филиппом, по сути, представляющей собой дополнение к методу оценки эффективности обучения Дональда Киркпатрика, состоящему из четырех уровней оценки:

1. Реакция на обучение.
2. Объективные результаты обучения.
3. Изменение рабочего поведения.
4. Бизнес-результаты компании.

Филипп добавил 5-й уровень оценки, который переводит результаты 4-го уровня в материальный эквивалент. По сути, ROI — это разница между полученной от программы прибыли (на выходе) и затратами (на входе). Чтобы адекватно оценить эффект от реализованной программы, еще на этапе ее разработки выделяются релевантные показатели (объем продаж, прибыль, производительность труда по отдельным операциям). Они измеряются до и после обучения. Зафиксированные изменения переводятся в денежное выражение и суммируются. Определяются затраты на обучение. Затем рассчитывается ROI (возврат на инвестицию) по формуле: $ROI = ((\text{доход от обучения} - \text{затраты}) / \text{затраты}) \times 100 \%$.

В последнее время ROI стал универсальным инструментом оценки возврата на капитал, вложенный не только в обучение персонала, но и в другие мероприятия в области управления кадрами.

Одной из первых, кто воспользовался этим методом были компания «Спортмастер». В 2003 году на протяжении 10 месяцев «Спортмастер» обучал менеджеров. Руководство волновал вопрос о том, что же дало это обучение. Ответом стал довольно быстрый рост тех профессиональных навыков, по которым и проводились тренинги. Почти на 1/3 выросли такие качества, как направленность на клиентов и опыт проведения презентаций, а профессиональные навыки — на 1/4. На более значимые показатели для компании развитие именно этих навыков повлияло сильнее всего. Рост объема продаж составил 60 %, произошло увеличение количества успешных сделок, возросла средняя сумма контрактов. Расширение клиентской базы возросло на 25 %, а круг городов на 35 %.

Конечно, на рост показателей влияют и другие факторы, однако специалистам удалось определить, что повышению эффективности работы на 21 % способствовала именно программа обучения.

Также говоря об оценке эффективности вложений можно сопоставить ряд показателей:

- все расходы компании на персонал к операционным расходам компании;
- компенсационные расходы на персонал (т.е. расходы на фиксированную и переменную часть заработной платы, расходы на социальные льготы и услуги, затраты на различного рода надбавки и доплаты и т. д.) ко всем расходам на персонал в компании;
- компенсационные расходы в их социальной части ко всем компенсационным расходам на персонал.

В-третьих, найм менеджера по персоналу связан с определенным риском. Говоря простым языком, когда «не тех» поставили «не туда», снижается работоспособность организации. Также риски могут быть связаны с нарушением трудового законодательства, непониманием векторов развития компании.

Таким образом, на вопрос «Стоит ли нанимать специалиста в области управления персоналом?», теперь мы можем совершенно точно ответить — стоит. Если пред-

приниматель хочет быстрого роста — стоит. Надо лишь поставить четкие цели развития компании и задачи для их выполнения. Взаимодействие менеджера по кадрам и директора компании должно быть на партнерском уровне.

Их взгляды на различные ситуации должны совпадать. Конечно, в компанию, численностью 5–10 человек, нанять специалиста не стоит, но с ростом количества сотрудников это сделать необходимо.

Литература:

1. Таракановский, А. Ю. Менеджер по кадрам и его роль в извлечении прибыли малого предприятия: курсовая работа [Электронный ресурс], — Режим доступа: <http://spaces.ru/files/?r=main/view&Read=59263208&name=HACKER13042012>
2. Деловая неделя [Электронный ресурс], — Режим доступа: <http://www.abbyy.ru/Default.aspx?DN=e9cde0cc-9593-45d7-8d6b-0194abd4ea10>

Принципы и методы налогового контроля

Татаренко Анастасия Александровна, студент магистратуры

Волгоградский институт управления — филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации

В статье автор рассматривает важность принципов и методов для детального понимания сущности налогового контроля.

Ключевые слова: налоговый контроль, методы налогового контроля, принципы налогового контроля.

В настоящее время налоговый контроль признается неотъемлемым элементом эффективной налоговой системы в стране. Если не проводится эффективный налоговый контроль, то сложно рассчитывать государству на своевременное пополнение бюджета страны. Поскольку именно налоги являются одним из главных источников увеличения бюджета. Налоговый контроль призван устранять проблемы, связанные с нарушением предусмотренных платежей, осуществляемых налогоплательщиками. Методы и принципы, выбранные для рассмотрения, позволят более полно понять сущность налогового контроля.

В первую очередь обратимся к понятию налогового контроля. Согласно Налоговому кодексу Российской Федерации ст. 82. налоговым контролем признается деятельность уполномоченных органов по контролю за соблюдением законодательства о налогах и сборах в порядке, установленном настоящим Кодексом [1, с. 144]. Методы налогового контроля исходят из форм, к которым относятся налоговые проверки, учет налогоплательщиков, проверка данных налоговой и бухгалтерской отчетности. Так как налоговые проверки делят на камеральные и выездные, то рассмотрение методов также будет происходить отдельно по каждому из них.

На рис. 1 продемонстрированы основные методы налогового контроля в зависимости от форм.

Камеральная налоговая проверка представляет собой проверку соблюдения законодательства о налогах и сборах на основе налоговой декларации и документов, которые налогоплательщик самостоятельно сдал в на-

логовую инспекцию, а также документов, которые имеются у налогового органа [2]. Выездные налоговые проверки проводятся налоговым инспектором на территории налогоплательщика, однако в случаях, когда налогоплательщик не может предоставить помещение для проверки, то она проводится на территории налогового органа. Учет налогоплательщиков служит для проверки правильности ведения учета.

Представленные методы позволяют оценить важность налогового контроля, а также предполагают действия, которые позволяют эффективно проводить налоговый контроль.

Теперь перейдем к рассмотрению принципов налогового контроля. Выделяют следующие принципы:

- принцип всеобщности;
- принцип правомочности;
- принцип полноты;
- принцип единства;
- принцип соблюдения налоговой тайны;
- принцип объективности и достоверности [4, с. 64].

Принцип всеобщности гласит о том, что все налогоплательщики, то есть юридические и физические лица, должны быть охвачены системой налогового контроля

Принцип правомочности предполагает, что налоговый контроль осуществляется только уполномоченными государством органами, действующие в соответствии со своими полномочиями и уровнем компетенции, установленными федеральным законодательством. Согласно принципу полноты система контроля должна охватить все законодательно установленные налоги и сборы независимо от суммы пла-



Рис. 1. Методы налогового контроля на основании форм [3, с. 731]

тежей. Принцип единства сосредоточен на единстве форм, методов и порядка проведения налогового контроля.

Принцип соблюдения налоговой тайны подразумевает соблюдение налоговой тайны всеми, кто причастен к налоговому контролю, а именно налоговые органы, следственные органы, органы внутренних дел и другие. Исключение составляет информация, которая является общедоступной: нарушения налогового законодательства, сведения об ИНН и прочее.

Заключительный принцип объективности и достоверности исключает предвзятость со стороны налоговых органов по отношению к налогоплательщикам. Нарушения

должны быть подтверждены документально, а вынесенное решение — соответствовать фактическим нарушениям.

Так, вышерассмотренные принципы предоставляют возможность налоговым органам осуществлять налоговый контроль в соответствии с установленными законодательством требованиями, не нарушая права самих налогоплательщиков.

Таким образом, рассмотренные методы и принципы позволяют более детально понять сущность налогового контроля, обязанности налоговых органов. Также принципы служат для равноправия всех налогоплательщиков по отношению к соблюдению законодательства страны.

Литература:

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (части первая и вторая): [федер. закон: принят Гос.Думой 19 июля 2000 г.: по состоянию на 10 февраля 2019 г.]. — Москва: Проспект, 2019. — 1131 с.

2. Официальный сайт Федеральной налоговой службы России: <http://www.nalog.ru> (дата обращения: 12.05.2020)
3. Маржохов, Х. Х. Механизм налогового контроля и значимость его развития для налоговой системы России / Х. Х. Маржохов // Аллея науки. — 2018. — Т.3. — № 6 (22). — с. 727–733. — Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=35326680>
4. Сайдулаев, Д. Д. Сущность налогового контроля и основные принципы его осуществления / Д. Д. Сайдулаев, И. Х. Агаева // Экономика и бизнес: теория и практика. — 2018. — № 11–2. — с. 64–67. — Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=36589214>

Методический инструментарий увеличения стоимости компаний отраслей МСК за счет использования нематериальных активов

Цегалко Максим Игоревич, студент магистратуры

Российский государственный геологоразведочный университет имени Серго Орджоникидзе (г. Москва)

Ключевые слова: МСК (Минерально-Сырьевой Комплекс), нематериальные активы, методика.

Одним из ведущих практиков в применении нематериальных и, в целом, интеллектуальных активов является профессор Й. Руус. Он вместе с другими авторами предлагает использовать методику процесса управления интеллектуальным капиталом (ICMP — Intellectual Capital Management Process). Данная методика может применяться также для использования нематериальных активов с целью увеличения стоимости компании отрасли МСК. Методика предполагает выполнение руководством компании отрасли МСК пяти шагов:

- 1) проанализировать стратегию компании и желаемую стратегическую позицию в настоящем и будущем;
- 2) идентифицировать ресурсы компании и построить их иерархическое дерево;
- 3) принять решение относительно того, каким образом будут использоваться данные ресурсы для реализации стратегии компании — составить карту ресурсов;
- 4) проанализировать и оценить результативность карты ресурсов, определить, как она может быть изменена и усовершенствована;
- 5) сформировать инструмент для оценки эффективности использования ресурсов и создания стоимости, а также отслеживания достигаемых результатов.

На основе представленной методики процесса управления интеллектуальным капиталом (ICMP) и модели создания стоимости Еленой Роиновой Беликовой был разработан алгоритм использования ресурсов компании, в том числе нематериальных активов, направленного на рост стоимости компании. Данный алгоритм представлен на рисунке 1. [1].

Первые два шага, которые следует выполнять параллельно, — это анализ краткосрочной и долгосрочной стратегии и анализ текущей структуры ресурсов компании. По результатам первого шага у руководства компании складывается понимание целевой структуры, или дерева ресурсов («как должно быть»), а по результатам

второго шага — текущей структуры («как есть»). Если целевая и фактическая структура ресурсов совпадают, то можно переходить к следующему этапу. Если нет, необходимо сформировать план по изменению этой структуры: то есть либо избавиться от некоторых непрофильных активов, либо нарастить недостающие виды активов.

Затем, снова параллельно, происходит определение необходимых трансформаций ресурсов, которые должны произойти для реализации стратегических целей компании, и анализ уже существующих трансформаций. Сравнивая состояния трансформационной матрицы «как должно быть» и «как есть», руководство компании принимает решение об ее изменении (в том числе с учетом плана по изменению структуры ресурсов). Определяя, какие трансформации должны быть добавлены или упразднены, руководство компании задает направления использования нематериальных активов.

После того, как определен план изменения структуры активов и направления их использования, необходимо сформировать систему ключевых показателей результативности (KPI) и отчетности. Они нужны для отслеживания результатов внутри компании и презентации этих результатов во внешнюю среду (собственникам, инвесторам, кредиторам). Эти ключевые показатели результативности (KPI) необходимо определить как для материальных, так и для нематериальных ресурсов компании. Поскольку работа посвящена изучению нематериальных активов, то был разработан алгоритм оценки эффективности использования нематериальных активов путем определения ключевых показателей результативности (KPI). Данный алгоритм представлен на рисунке 2.

Система ключевых показателей результативности (KPI) и отчетности строится с верхнего уровня: должна быть выбрана модель стоимостно-ориентированной концепции, в которой будет определен ключевой показатель, отражающий создание стоимости в компании.

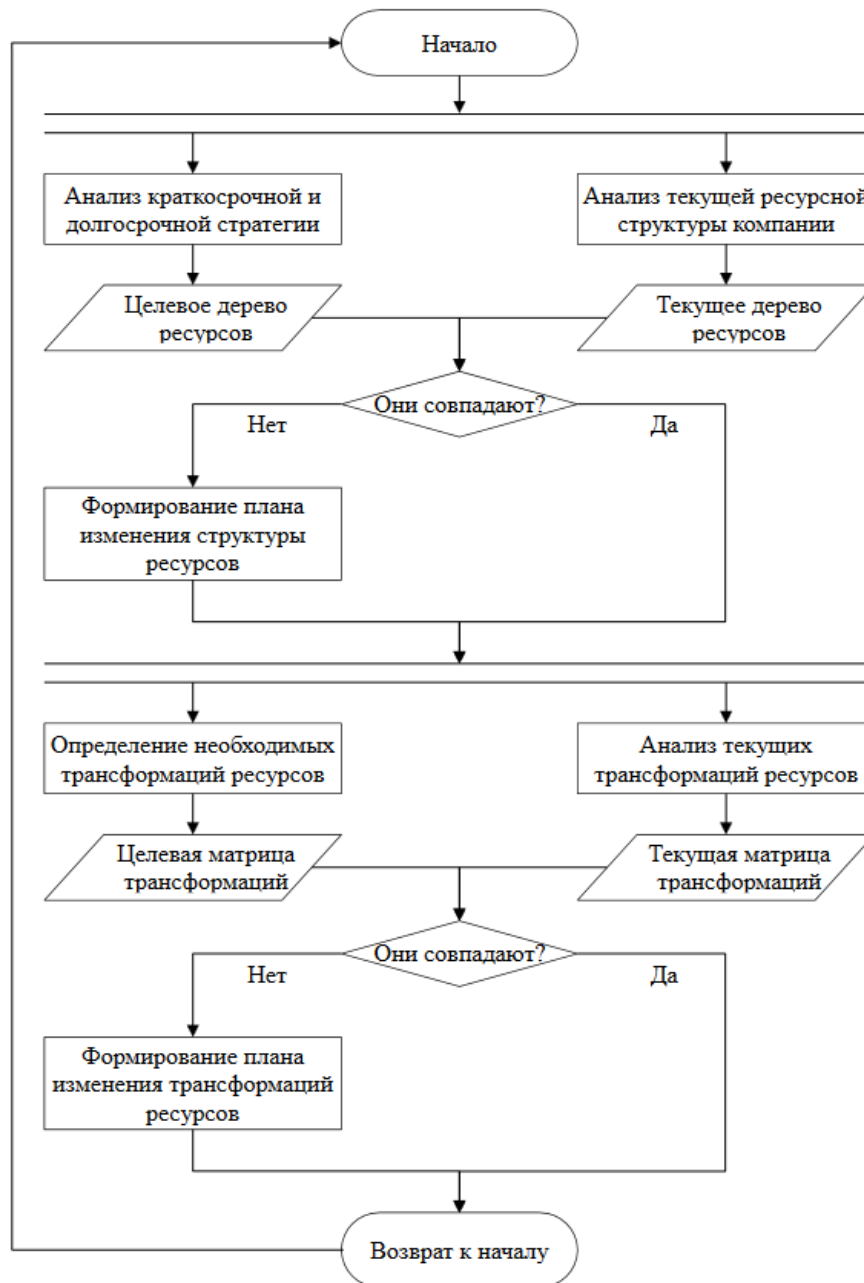


Рис. 1. Алгоритм использования ресурсов компании, в том числе нематериальных активов, направленного на рост стоимости компании

Затем этот показатель каскадируется на финансовые ключевые показатели результативности (KPI). Следующими шагами, выполняющимися параллельно, является определение ключевых показателей результативности (KPI) для четырех групп конкурентных преимуществ: клиентов, затрат, инфраструктуры, обучения и развития. Исходя из выбранных клиентских и затратных ключевых показателей результативности (KPI), определяются показатели для оценки эффективности использования клиентских нематериальных активов. Ключевые показатели результативности (KPI) для составляющих инфраструктуры и обучения и развития будут основой ключевых показателей результативности (KPI) для оценки эффективности использования струк-

турных активов. После этого определяются ключевые показатели результативности (KPI) для оценки эффективности использования человеческих нематериальных активов.

Созданные ключевые показатели результативности (KPI) должны быть внедрены в деятельность компании на всех уровнях, с их помощью должны быть конкретизированы (то есть выражены в конкретных значениях) как стратегические цели компании в целом, так и краткосрочные цели для различных отделов, подразделений и сотрудников. Кроме того, выработанные показатели оценки результативности должны быть положены в систему отчетности компании об использовании нематериальных активов.

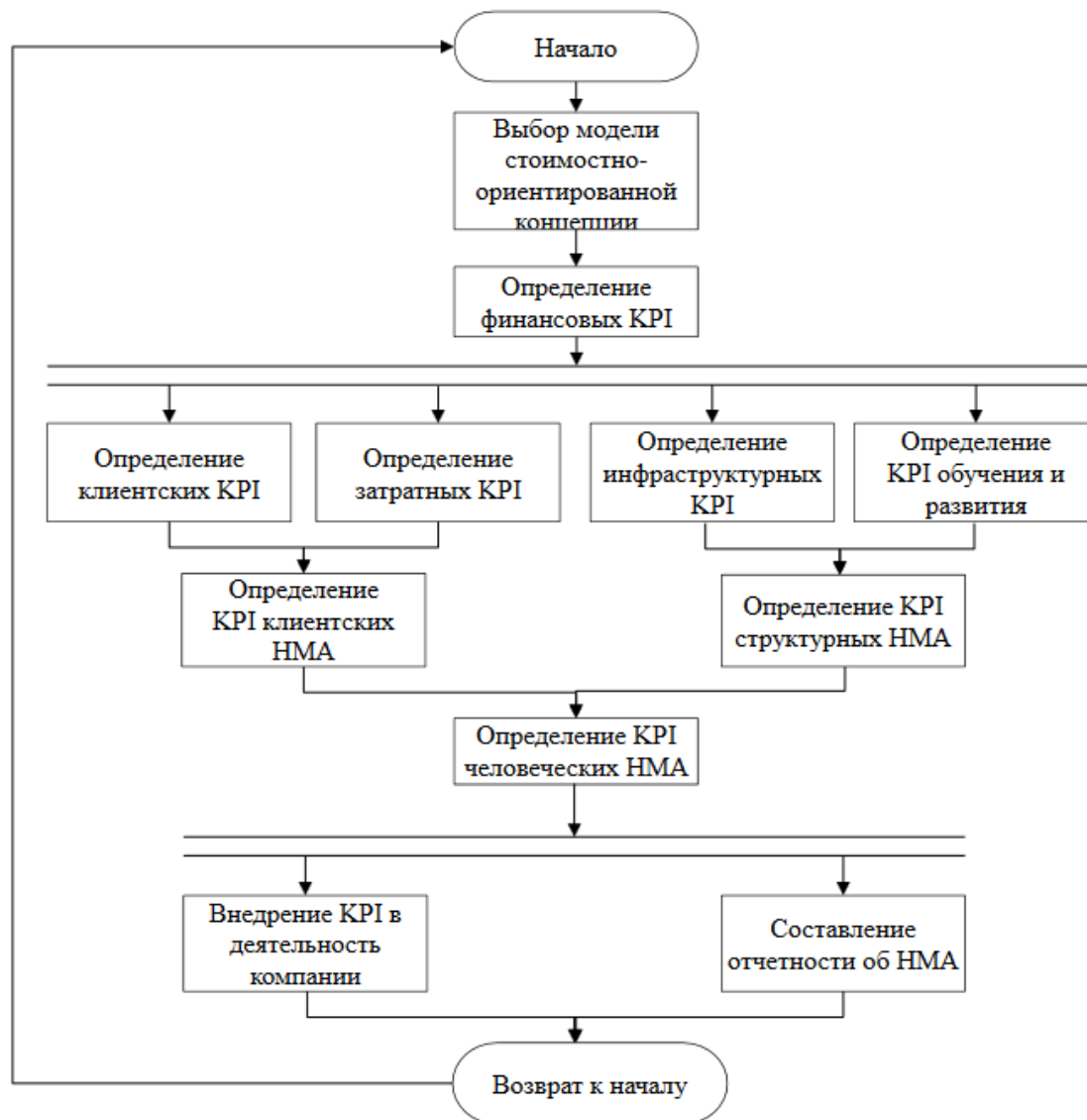


Рис. 2. Алгоритм оценки эффективности использования нематериальных активов путем определения ключевых показателей результативности (KPI)

Приведенный алгоритм не требует значительных затрат, однако для его реализации необходима прозрачность и доступность информации на всех уровнях компании.

Литература:

1. Беликова Е.Р. Влияние нематериальных активов на стоимость компании: измерение и моделирование // [http://old.fa.ru/dep/ods/autorefs/Documents/2018 год/Беликова ЕР/автореферат Беликова Е.Р.pdf](http://old.fa.ru/dep/ods/autorefs/Documents/2018%20год/Беликова%20ЕР/автореферат%20Беликова%20Е.Р.pdf)

Проблемы теории и практики разработки и принятия государственных решений и пути их решения

Шахмин Денис Вячеславович, студент магистратуры

Приднестровский государственный университет имени Т. Г. Шевченко (г. Тирасполь, Молдова)

В статье рассматриваются проблемы эффективности государственного управления России и на основе анализа проблем рассмотрены вероятные пути их решения, и создания полноценного гражданского общества.

Ключевые слова: Россия, государственное управление, либерально-демократическая модель, методология.

Проблемами теории и практики разработки и принятия государственных решений продолжают заниматься ученые многих областей науки. Вопрос эффективности государственного управления особенно остро стал на современном этапе развития Российского государства и от того как он будет решен будет зависеть дальнейшее будущее всего российского государства. От эффективности разработки и реализации государственных решений зависит жизнь и процветания многих народов проживающих на территории современной России и от того как эти решения разрабатываются и притворяются в жизнь и формируется авторитет государственной власти, становится он популярной в народе или же призраемой.

Изучение теории и методологии принятия и реализации государственных решений показывает, что на всех этапах развития социально-политической мысли качество жизни общества зависело от модели государственного управления. В то же время социально-политическая деятельность способствовала изменению механизмов принятия государственных решений в частности и моделей государственного управления в целом. Следовательно, можно утверждать о диалектической связи между развитием общества и способами управления социумом.

В современном мире создано значительное количество и моделей принятия государственных решений, разработанных в основном на Западе и активно используемых различными политическими акторами управления в России. Принятие данных решений часто осуществляется без учета социально — экономических, культурных, правовых, социально-психологических особенностей Российского государства. Существующие способы разработки, принятия и реализации государственных решений в основном не приводят к получению желаемого результата по различным причинам. В то же время теории и методологии испытанные российской действительностью не используются, а если и используются, то с задержкой в несколько лет, что подтверждает несформированность концепций и механизмов принятия государственных решений в отечественной науке и государственной практике.

Особенностями процесса реализации и принятия государственных решений в России являются:

— неотделимость политики и экономики, социальных и личных отношений. Политика неразрывно связана

с другими сферами жизни из-за неразвитости институтов гражданского общества, которые должны ее контролировать и ограничивать. Неразвитость гражданского общества является особенностью политического процесса в России. В такой ситуации ни один вопрос экономического, социального и духовного развития не решается без вмешательства власти.

При переходе России к рыночной экономике статусная расслоенность сталкивается с социально-экономической, классовой. Неравенство в обществе, вызванное приватизацией и перераспределением государственной собственности, сформировало массу политических интересов и выражающих их сил. В этих условиях влияние государства уменьшается и растет желание правящего класса сохранить свое экономическое, политическое влияние и превосходство, и создать партию власти.

— отсутствие согласия между участниками политической жизни.

В России не было традиции согласия между различными участниками политической жизни государства и ее невозможно было упрочить за несколько лет реформ. Другая же причина отсутствия согласия кроется в различном взгляде различных политических сил и элит на понимании свободы и демократии, а также в неравных возможностях их участия в разработке и реализации государственных решений и удовлетворения собственных интересов.

— неорганизованность и высокая степень интеграции политических ролей. Фиктивное многообразие участников политического процесса, поскольку их возможности и влияние на принятие решений весьма ограничены. Политические партии не способны в полной мере выражать интересы гражданского общества. Это связано с тем, что интересы гражданского общества только начинают формироваться, а сами политические партии мало кого представляю и сами партии больше похожи на объединение единомышленников вокруг лидера, а не на формулу связи власти с гражданским обществом. [1]

— отсутствие тесного взаимодействия участников принятия государственных решений, в результате чего в обществе отсутствует единая коммуникационная система. Вертикально организованный процесс принятия государственных решений выполняет свои функции с помощью диалога власти и общества, в котором общество

доносит свои требования до властных структур с помощью разветвленной системы представительства.

— в основе процесса принятия государственных решений лежит навязывание обществу нововведений со стороны государства. Активная роль государства, как в формировании проблем, так и объединение интересов различных групп вызвана культурно-религиозной, этнической и политической неоднородностью общества.

Во взаимодействии «власть — общество» инициатива принадлежит государству, так как оно концентрирует ресурсы в своих руках

— особенностью процесса принятия государственных решений является огромная концентрация государственной власти и ресурсов в руках правящей элиты, что заставляет оппозицию выступать в качестве радикальных движений, а не политических соперников. Борьба правящей элиты и оппозиции является следствием культурно-политической неоднородности самой элиты, которая ориентируется, как на либеральные, так и на социалистические ценности. Этим и объясняется невысокая эффективность разработки и реализации принимаемых государственных решений.

— следующей особенностью процесса принятия государственных решений в России является размывание традиций посткоммунистического общества, привело к тому, что лидера ради удержания власти в своих руках прибегали к помощи других государств. [1]

Данные особенности и оказали пагубное влияние на особенность построения и работоспособность системы принятия государственных решений в России.

Ярким примером является «Административная реформа. Ставились цели сокращения и удешевления аппарата, увеличение эффективности государственного управления. Получилось, по мнению большинства экспертов, следующее. Хаотизация управления в первый год, доходившая до паралича управляемости, рост «эффективного количества высокооплачиваемых должностей государственных руководителей, удорожание аппарата, неработоспособность в отдельных звеньях (например, законотворческой работы правительства). С позиций заявленных целей можно говорить о провале реформы. Продолжая рассмотрение особенностей механизма принятия государственных решений в России, следует отметить, что сегодня важную роль в государственном управлении выдвигается задача социальной интеграции. К этому обязывает рост сложности и масштабы возникающих социальных проблем, требующих при принятии решений всестороннего учета интересов заинтересованных участников. Чем разнообразнее круг субъектов — участников процесса принятия государственных решений, тем выше способность политической системы своевременно реагировать на назревшие проблемы и интересы общества. [2]

Для решения этих проблем необходимо провести ряд нижеследующих мер, которые могут помочь укреплению российского государства, формированию гражданского общества, повышению роли законодательных и испол-

нительных органов власти, и именно: следует исключить некоторые недостатки в управлении страной Государственной думе и Совету Федерации, оказывая более эффективную помощь в своевременном получении качественных заключений правительства Российской Федерации на вносимые законопроекты;

— необходимо более четко узаконить механизмы взаимодействия федеральных и региональных органов государственной власти в сфере дифференциации полномочий по предметам совместного ведения;

— важную роль в повышении эффективности механизма принятия государственных решений должны сыграть становление и развитие системы изучения правоприменительной практики, а также среднесрочного прогнозирования и планирования законодательных приоритетов. Установление прямой связи полномочий и расходных обязательств, предусмотренных законами, скорее всего приведет к сокращению доли внешних законов. изучение законодательства и практики в сфере правоприменения может стать важным методом осуществления государственного надзора;

— необходимо углубить принципы демократии в формировании механизма принятия государственных решений;

— целесообразно сосредоточить внимание на основных направлениях деятельности в области государственных решений: с политической целесообразности — к эффективности, оцениваемой по целевым и функциональным показателям;

— следует развивать контекстуальный подход к эффективности, связанный с оптимизацией сопряжения основных ветвей власти при сохранении их независимости;

— согласовывать и координировать парламентскую деятельность по вертикали (федеральный, региональный, местный уровни) и по горизонтали (внутрипарламентское взаимодействие);

— должно иметь место превосходство гуманистических ценностей в целевых и функциональных показателях, стандартах и критериях эффективности механизма принятия государственных решений; предельное сочетание представительных и профессиональных подходов в формировании структур парламента;

— увеличение профессионализма аппарата и научно экспертных начал в оценке эффективности механизма принятия государственных решений;

— развитие информационной открытости государственных структур. [3, с.24]

Таким образом, можно прийти к выводу что необходимо отойти от либерально-демократической модели управления, так как меньшинство населения с демократических позиций не имеют законных основ на выработку системы ценностей и целей, неприемлемых для большинства населения. Нужно вернуться к модели управления, когда государство при принятии государственных решений отражает интересы не отдельной социальной группы, а всего населения. Что касается проблемы кон-

фликта интересов меньшинства и большинства, то данная проблема решается как в теоретическом, так и эмпирическом плане. [4, с 3–4]

Кроме того, методически важно отметить отсутствие ценностного подхода к созданию философии государственного управления. Идеологическая карта мира указы-

вает на то, что ведущие государства мира строят свое будущее на основе ценностей, основанных на тех или иных идеологиях (европеизма и др.) и только политические акторы современной России уверены в том, что отсутствие государственной идеологии на протяжении двух десятилетий — это нормальное явление.

Литература:

1. Исаев, Б. А., Баранов Н. А. Политические отношения и политический процесс в современной России. Учебное пособие. — СПб.: Питер, 2009. с. 24.
2. Сосунов, Д. В. Процесс принятия политических решений в современной России (федеральный и региональный уровень). Автореферат дис... канд.полит.наук. Воронеж, 2008.
3. Трубицын, Андрей Витальевич. Механизмы регулирования деятельности муниципальных органов власти и управления на региональном уровне (политологический анализ). Автореферат дисс...канд.полит.наук: Ростов на Дону, 2013.
4. Сулакшин, С. С. Ценностное, мотивационное, градиентное государственное управление как российский вызов // Труды Центра проблемного анализа и государственно-управленческого проектирования. — Вып. 13. — М.: Научный эксперт, 2009.

Внутренний контроль операций по поступлению и выбытию основных средств

Штам Анна Олеговна, студент магистратуры
Российский университет дружбы народов (г. Москва)

Научная статья посвящена исследованию роли внутреннего контроля при управлении операциями поступления и выбытия основных средств. Рассмотрены теоретические аспекты понятия «основных средств» и «внутренний контроль». Перечислены основные задачи процесса внутреннего контроля за операциями по поступлению и выбытию основных средств на предприятии.

Ключевые слова: основные средства, внутренний контроль, основные фонды, поступление и выбытие активов, бухгалтерский учет.

Internal control of transactions for receipt and disposal of fixed assets

A scientific article is devoted to the study of the role of internal control in managing the operations of the receipt and disposal of fixed assets. The theoretical aspects of the concept of «fixed assets» and «internal control» are considered. The main tasks of the process of internal control over the operations on receipt and disposal of fixed assets at the enterprise are listed.

Key words: fixed assets, internal control, fixed assets, the receipt and disposal of assets, accounting.

В быстро развивающейся стране предприятиям экономики России особое внимание следует уделить факторам, влияющим на их конкурентоспособность, устойчивость и эффективность функционирования, поскольку именно они являются ключевыми аспектами успешного бизнеса. В связи с динамичностью внешней среды отечественной экономики, руководство каждой компании формирует задачи по совершенствованию своего бизнеса, путем повышения эффективности функционирования производственных процессов. Одним из наиболее акту-

альных способов реализации данной стратегии является развитие системы внутреннего контроля операций по поступлению и выбытию основных средств.

Актуальность исследования связана с тем, что основные средства и контроль за их изменениями позволяют формировать основу производственной деятельности предприятия. Основные средства — это совокупность производственных, материально-вещественных ценностей, которые действуют в процессе производства в течение длительного периода времени, сохраняют при этом

на протяжении всего периода натурально-вещественную форму и переносят их стоимость на продукцию по частям по мере износа в виде амортизационных отчислений [1].

Согласно общероссийской практике, основные средства компании, которые можно иными словами назвать основными фондами, разделяются на две ключевые группы:

- материальные основные фонды;
- нематериальные основные фонды.

Наиболее важными комплектующими основных средств для организаций являются производственные сооружения, здания, машины и оборудования, инвентарь, транспортные средства и промышленные технологии. Тем самым, именно эти активы принимают активное участие во время основных бизнес-процессов фирмы.

Однако, для современных предприятий российской экономики присущими является общая проблема — экономическая неэффективность использования, распределения и управления основными средствами. По итогу влияния данного недостатка создаются условия, при которых экономические показатели производственной деятельности предприятия снижаются, финансовая устойчивость ухудшается, а инвестиционная привлекательность приводит к низкой стоимостной оценке бизнеса.

Исходя из этого, важным является использование механизмов совершенствования деятельности, среди которых, организация системы внутреннего контроля операций по поступлению и выбытию основных средств.

Внутренний контроль операций по поступлению и выбытию основных средств — это процесс обеспечения системы управления предприятием информацией, необходимой для принятия тех или иных управленческих решений по распределению и использованию основных средств [2].

Конечной целью внутреннего контроля основных средств в организации является обеспечение ее финансового результата и успеха. Для этого, система внутреннего контроля за операциями по поступлению и выбытию основных средств нацелена на решение следующих задач, среди которых [2; 3]:

- обеспечение эффективной производственной деятельности организации;
- соблюдение законодательных и нормативно-правовых норм и активов по формированию бухгалтерского учета основных средств фирмы;
- формирование достоверной отчетности;
- контроль за сохранностью всех видов основных средств предприятия;
- осуществление контроля за соблюдением сметы;
- ревизия всех финансовых сделок и операций, которые влияют на состояние предприятия;
- защита предприятия от совершения ошибок в рамках бухгалтерского учета основных средств;
- контроль за целевым назначением при использовании основных средств на предприятии.

Процесс построения системы внутреннего контроля операций по поступлению и выбытию основных средства на предприятиях состоит из следующих этапов [2]:

- определение задач внутреннего контроля под стратегию бизнеса организации;
- определение объектов внутреннего контроля среди активов основных средств предприятия;
- формирование процедур контроля, субъектов и организационной структуры контроля, отчетности;
- разработка положений, стандартов и других документов организации системы внутреннего контроля.

Таким образом, подводя итоги исследования, можно сделать заключение о том, что благодаря процессу организации внутреннего контроля за операциями по поступлению и выбытию основных средств предприятия возможно формирование условий их эффективного использования и управления, что способно напрямую повлиять и на финансовые результаты и успех деятельности бизнеса. К тому же, организация процесса внутреннего контроля за поступление и выбытию основных средств позволяет обеспечивать устойчивость и экономическую безопасность целевого использования и назначения данных внеоборотных активов предприятия.

Литература:

1. Волков, О. И., Скляренко В. К. Основные фонды предприятия: понятие, классификация, учет и оценки // Интер-Сервис. URL: http://interservis.info/lib/i7/12_1.html (дата обращения: 25.05.2020).
2. Федоренко, И. В. Организация внутреннего контроля на предприятиях // Решетневские чтения. 2017. № 21–2.
3. Когденко, В. Г. Развитие концепции внутреннего контроля // Международный бухгалтерский учет. 2013. № 15.

Принципы формирования проектных команд

Шувалова Ксения Александровна, студент;

Королев Александр Сергеевич, студент

Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова (г. Москва)

В статье рассматриваются современные принципы формирования команды участников проекта. Автор в наглядной форме описывает, по каким критериям подбирать состав команды проекта для достижения максимального результата.

Ключевые слова: проект, инициатива, менеджер проекта, команда проекта, участники проекта.

Principles of forming project teams

The article discusses the modern principles of forming a team of project participants. The author clearly describes the criteria for selecting the project team to achieve maximum results.

Keywords: project, initiative, project Manager, project team, project participants.

В настоящее время вопросу формирования эффективной проектной команды уделяется все больше внимания со стороны как руководителей различных уровней управления, так и со стороны инвесторов проекта. Это связано, в основном, со спецификой внедряемого проекта, его сложностью, значимостью и, конечно же сроками. В реализации проекта могут быть задействованы специалисты различных организаций, а также отдельные профессионалы. От того, насколько правильно будет подобран состав команды, насколько профессионально и слажено эта команда будет работать, напрямую зависит успех внедряемой инициативы, выполнение плана реализации проекта. Таким образом, очевидно, что правильный подбор проектной команды — это половина успеха проекта.

Впервые определение проектной команды и членов проектной команды, которое было внесено в глоссарий, опубликовало издание «Project Management Institute» в 2013 году, и звучало оно так: «множество людей, которые поддерживают руководителя проекта в выполнении работы проекта для достижения целей» [1]. В последствии определение много раз изменялось и перефразировалось, но, по мнению автора, данное определение наиболее точно выражает его суть.

На данный момент тема формирования команды проекта и эффективного взаимодействия между ее участниками хорошо и всесторонне проработана. Существует большое количество публикаций, освещающих как один, так и второй вопрос, в основе которых лежат знания из таких областей науки, как менеджмент, управление проектами, социология, маркетинг, статистика, психология и др. [2].

Разработкой методологии эффективного управления проектами и вопросами управления проектными командами занимались многие зарубежные и отечественные ученые, среди них В. И. Воропаев, А. В. Цветков, В. Н. Бурков, Дж. Пикто, И. Голжратт и др. В своих трудах

они затрагивают тему теории и практики проектного управления в целом и начала разработки в изучении управления бизнес-процессами [3].

Синтез вышеперечисленных направлений и работ способствует рассмотрению проблем эффективного командообразования наиболее широко и разносторонне. На практике, проектное управление и управление проектами с применением инструментов формирования команды применяется в менеджменте уже достаточно давно, как в отечественной практике, так и в зарубежной [2].

При формировании проектной команды выделяют два основных принципа:

1. Подрядчик и заказчик формируют собственные группы, которыми управляют назначенные ими же менеджеры. Координирует их совместную работу, по согласованию, менеджер от группы подрядчика или от группы заказчика.

2. Для реализации проекта создается только одна группа, которая управляется одним менеджером. В ее составе могут быть представители и подрядчика, и заказчика, выполняющие свои функции в заранее определенных зонах ответственности.

Формирование команды проекта и налаживание ее работы — сложный процесс, требующий значительных временных и финансовых затрат, поскольку поиск и подбор нужных сотрудников длительный и дорогостоящий процесс. В некоторых случаях для экономии времени и затрат, на предприятии создается, или назначается, рабочая группа проекта, однако эффективность ее работы далека от эффективности командной работы.

Есть много факторов, так, или иначе влияющих на принципы формирования команды. Наиболее распространенные из них, это:

— специфика внедряемого проекта. От этого фактора зависит количество участников команды, ее структура, состав необходимых специалистов и требуемых от них умений, навыков и знаний;

— влияние внешней и внутренней среды. Внешняя среда влияет извне на предприятие, внутренняя — ограничивает установленными коллективными нормами, распределением власти и влияния, распределением ролей, коммуникативными ограничениями, моральными принципами;

— тип лидерства руководителя (менеджера) проекта. Менеджер может вникать в каждую мелочь, связанную с проектом, или же развивать в членах команды способность к большей самозанятости [4].

Перечисленные факторы, крайне необходимо, по мнению автора, учитывать при подборе участников и формировании команды. В дальнейшем от этого будет зависеть климат в коллективе команды, эффективность ее работы и успех проекта в целом.

При поиске и найме участников проектной команды также необходимо учитывать некоторые факторы, менее очевидные чем опыт работы и квалификация, но не менее значимые, а именно:

— умение решать проблемы. При реализации сложного проекта всегда возникают непредвиденные трудности и проблемы, поэтому крайне необходимо иметь в команде людей, которые могут выявлять проблемы и самостоятельно их разрешать;

— наличие нужных специалистов. Так случается, что имеющиеся в команде работники — совсем не те, кто нужен. Или имеющиеся в наличии приглашенные нужные специалисты уже перегружены в других проектах, и от них, вероятнее всего, большой пользы не будет;

— наличие технологической квалификации. Не нужно нанимать в команду специалистов, которые слишком хорошо осведомлены в какой-то одной конкретной области. Может случиться так, что их знания только теоретические, не имеющие за собой практической базы. От них, в итоге, будет мало пользы;

— доверие. Доверие к проекту формируется и укрепляется по репутации людей, которые над ним работают. Поэтому при подборе команды обращать особое внимание на репутацию ее участников;

— связи. Бывает так, что внедряемый проект находится в компетенции какой-то конкретной организации, или отдела на предприятии, поэтому крайне важно иметь в составе команды участника, или участников, состоящих в доверительных отношениях с сотрудниками указанной организации, или отдела;

— энергичность, честолюбие, инициативность. Нельзя недооценивать названные качества, поскольку они, как правило, компенсируют существующие у специалиста недостатки [5].

В достижении эффективной и слаженной работы команды крайне необходимо на начальном этапе установить и донести до других членов команды основные правила. Это можно осуществить на первом, вводном собрании команды, либо на специально организованном для этих целей собрании. Члены команды должны четко понимать, что от них требуется и что от них ожидают, какие цели и уровни достижимости реализуемого проекта, каковы правила совместной работы и взаимодействия членов команды.

Ниже приведем для примера нормы командного взаимодействия, позаимствованные у высокоэффективных команд:

1. Не существует закрытых тем. Участники команды могут задавать любые вопросы, касаемые проекта.

2. Строгое соблюдение конфиденциальности. Без общего одобрения никакая информация не должна выходить за пределы проекта.

3. Просчеты и промахи допустимы, но недопустимо их сокрытие. Необходимо как можно быстрее ставить в известность других членов команды о возможных срывах промежуточных или основных сроков проекта.

4. Спор допустим. Спорьте, но, если команда приняла решение — выполняйте независимо от того, согласны вы с ним, или нет.

5. Уважение к другим членам команды вне зависимости от своего положения.

6. Периодический отдых. Много работать — не значит мало отдыхать.

Это примерные нормы, каждый руководитель проекта может их расширить, или же наоборот, убрать. Однако установление норм в командной работе необходимо и для придания им большей значимости можно создать устав команды, где все эти нормы будут прописаны [5]. Не менее важную роль в установлении климата в команде играет личный пример руководителя в соблюдении им же установленных норм. Если руководитель будет придерживаться норм, и при их нарушении открыто об этом говорить — то и подчиненные будут поступать также.

Литература:

1. Project Management Institute. A Guide to the Project Management Body of Knowledge—Six Edition. Newtown Square, PA: Project Management Institute Project Management Institute, 2014.
2. Синягин, Ю. В., Шебураков И. Б. Механизмы и инструменты формирования эффективных проектных команд в органах исполнительной власти субъектов Российской Федерации. М: 2017.
3. Деркач, А. А., Калинин И. В., Синягин Ю. В. Стратегии подбора и формирования управленческой команды. М.: Изд-во РАГС, 1999.
4. Проектная команда — <https://finswin.com/projects/personal/komanda-proekta.html>, режим доступа 21.05.2020.
5. Создание высокоэффективных проектных команд — https://project.dovidnyk.info/index.php/obschie-upravlenie-proektami/232-sozdanie_vysokoeffektivnyh_proektnyh_komand, режим доступа 21.05.2020.

МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА И PR

Использование интегрированных маркетинговых коммуникаций в продвижении бренда на примере Procter&Gamble

Бурдин Артём Дмитриевич, студент
Российский университет дружбы народов (г. Москва)

В настоящее время компаниям, которые занимаются производством качественной, но при этом относительно недорогой продукции, необходимо привлекать к своему продукту как можно больше потребителей. Такое привлечение нередко происходит при применении некоторых инструментов, как, например, размещение информации о продукте, которая могла бы заинтересовать конечного потребителя и убедить его в том, что именно этот товар ему необходим. Такой метод помогает компаниям удерживаться на рынке и достигать хороших показателей эффективности как производства, так и продаж. Естественно, данный метод применяется в совокупности с оценкой качества самой продукции и поддержанием цены на необходимом и, что немаловажно, приемлемом уровне.

В условиях конкуренции и большого выбора альтернатив, компаниям нередко сложно быть уверенными в своем успехе на рынке на 100%. В связи с этим, руководство компаний пытается привлекать и в дальнейшем поддерживать интерес потребителей к производимой продукции. Для того, чтобы достичь в этом успеха, используются коммуникации, которые занимают ключевую позицию в маркетинговой политике всей компании.

Выделяют следующие виды маркетинговых коммуникаций:

1. Реклама — оповещение аудитории различными способами (баннеры, реклама на телевидении, радио и т.д.) для создания широкой известности товару или услуге, с целью привлечения потребителей и как следствие увеличения объемов продаж;

2. Формирование благоприятного общественного мнения о компании и производимой продукции, что также называется «public relations».

3. Директ-маркетинг — прямая коммуникация или личные контракты/продажи. Данный вид маркетинговой коммуникации осуществляется посредством личных встреч, переговоров и представления товаров или услуг конкретным группам лиц, которые являются

потенциальными приобретателями представленного продукта.

4. Мероприятия, позволяющие проводить комплексное продвижение продукции и содействие продажам. Наиболее известными считаются ярмарки, выставки, обучение персонала, в частности, продавцов и т.д. Данные мероприятия помогают не только продвигать товары и услуги на потребительский рынок, но и исследовать сам рынок, заключать двух и многосторонние договоры, продавать товар и т.д., что естественно помогает ведению предпринимательской деятельности в части маркетинга.

Бренд и брендинг также входят в комплекс маркетинговых коммуникаций. По сути, бренд — это представление потребителя о товаре, которое возникает у него в голове при упоминании какого-либо товарного знака. Наиболее успешными примерами использования этого инструмента являются такие компании как McDonalds, Apple, Pampers. В нынешних условиях бренд имеет очень важное значение, поскольку при прочих равных больший процент потребителей выберет продукцию, о которой он где-то ранее слышал или имеет какое-то представление.

Зачастую современные компании применяют маркетинг-микс совместно с маркетинговыми коммуникациями, что позволяет им увеличить уровень интереса к продукции.

Необходимо, помимо видов маркетинговых коммуникаций, также рассмотреть и их элементы. Конечно, в связи с многообразием подходов и взглядов, количество и их названия могут отличаться, однако принято выделять следующие:

1. Предоставление информации и убеждение потенциальных потребителей. Для успешного продвижения товара или услуги, а также для увеличения объема продаж, компании стремятся как можно быстрее донести информацию как можно большему проценту потенциальных потребителей. В настоящее время для достижения этой цели используются различные

инструменты: наружная реклама, предоставление сэмплов при покупке, дегустации, проведение мероприятий, презентаций и тд. Все эти инструменты так или иначе позволяют компаниям убедить потребителей в том, что именно их продукция кардинально отличается от других и необходима им.

2. Места контактов. Для того, чтобы занять свою нишу на рынке, необходимо доводить информацию до потенциальных потребителей. Для этого необходимо выяснить, где наиболее вероятен контакт товара и потребителя. Сегодняшние условия предоставляют широкий выбор таких мест, начиная от розничных магазинов и ярмарок, заканчивая домом потребителя (посредством рекламы на телевидении или в интернете, предоставляя номер горячей линии в рекламе для того, чтобы потенциальный потребитель мог позвонить и узнать всю необходимую ему информацию о товаре.).

3. Цели. Первостепенной целью маркетинговых коммуникаций является увеличение объемов продаж и извлечение максимальной прибыли путем создания положительного образа продукции и, как следствие, положительного мнения потребителей как о самом товаре, так и о компании, производящей его. [1]

Рассмотрим применение интегрированных маркетинговых коммуникаций на примере компании Procter & Gamble. Для начала рассмотрим историю основания и становления компании.

Компания Procter & Gamble была основана в 1837 году в штате Огайо, США, изначально это был маленький семейный бизнес по производству мыла. На сегодняшний день, компания представляет на международном рынке свыше 300 торговых марок в 160 странах мира. Общий годовой оборот компании составляет более 70 миллиардов долларов. Основная деятельность компании направлена на производство товаров с высокими потребительскими свойствами в пяти основных категориях: косметика и средства по уходу за личной гигиеной, товары для ухода за домом, товары семейного пользования и средства по уходу за ребенком, а также корма для домашних питомцев. Наиболее известными торговыми марками компании P&G, завоевавшими расположение потребителей по всему миру, являются: Pampers, Tide, Ariel, Always, Oral-B, Duracell, Head&Shoulders, Gillette, и многие другие бренды. [2]

Основная миссия компании Procter & Gamble — слушать потребителя. Компания слышит свою целевую аудиторию и определяет её самые сокровенные нужды и потребности. Подробное исследование своей целевой аудитории предоставляет компании возможность совершенствовать свой продукт, тем самым увеличивая уровень доверия потребителей к своим торговым маркам. [3]

Формат маркетинговых коммуникаций напрямую зависит от продукта и потребностей, ожиданий целевой аудитории. Для продукта, нацеленного на массового потребителя, основными формами коммуникации являются реклама и стимулирование быта во всех его выражениях.

Важно уметь представить коммуникацию бренда в прямой и краткой форме. Краткое изложение наиболее значимых преимуществ, которые предлагает бренд, является ключевым фактором быстрого привлечения внимания покупателей.

Интегрированные маркетинговые коммуникации — это осмысленный разговор бренда с клиентом, применение всех тех ресурсов, благодаря которым сообщение компании будет услышано, а потребитель будет мотивирован совершить покупку.

Эффективная коммуникация с потребителем возможна только в том случае, когда вы внимательно его слушаете. Чем внимательнее компания слушает своего клиента, тем более точным и побуждающим к покупке будет сообщение. Для более точного и правильного понимания запросов своих клиентов, многие фирмы используют систему постоянного отслеживания и анализа обращений клиентов с жалобами и предложениями.

Постоянное исследование, анализ статистических данных и его использование необходимы для того, чтобы установить прочную связь между потребителем и брендом, тогда потребитель будет готов заплатить деньги за действительно нужный ему продукт.

Интегрированные маркетинговые коммуникации позволяют компании принимать во внимание мнение потребителя, что в дальнейшем позволяет наиболее качественно выстроить коммуникацию с клиентом и наладить все процессы производства и реализации товара или услуги, удовлетворив при этом потребности и ожидания потребителя. В таком случае бренд, торговая марка становятся значительно сильнее. [4]

Деятельность компании, охватывающая несколько уровней взаимодействия как с конечным потребителем в лице домохозяйки, так и с промежуточным в лице юридических лиц: магазины потребительских товаров и парфюмерии, а также рекламные агентства.

Помимо получения максимальной прибыли, в Procter&Gamble ориентированы на «внедрение» своего продукта в головы потребителей и укрепление позиций компании на рынке. Пример проведенной Procter&Gamble кампании «Спасибо, Мама!» ориентирован на широкие массы потребителей, но в то же время, «меседж» кампании о милосердии, любви к своей семье и сострадании — общепризнанных моральных ценностях.

Успех данной кампании объясняется перечнем ключевых факторов:

1. Правильный расчёт и использование маркетинговых коммуникаций: своевременное размещение роликов в период проведения Олимпийских игр, сопровождающихся деятельностью, направленной на активное использование социальных сетей и других медиа.

2. Интенсивное сотрудничество с Российским Олимпийским комитетом.

3. Акцент кампании, основанный на психологическом аспекте, а именно на подробном понимании психологии потребителя.

4. Выделенный на проведение кампании значительный бюджет.

5. И психологическая составляющая — как ключевой и наиболее значимый фактор успеха проведенной Procter&Gamble рекламной кампании.

6. Визуальный ряд видео-ролика демонстрировал идеальную положительную эмоцию: мама, испытывающая гордость и радость за своего ребенка, который добился высоких результатов, безотчетная любовь матери и ребенка — все то, что вызывает резонанс среди родителей любых национальностей и религий. Видео, в котором отображается неоценимая моральная поддержка и помощь родителей детям, на их тяжелом пути к становлению олимпийскими чемпионами.

Кроме этого, видеокomпания P&G разместила на своем аккаунте на платформе YouTube множество короткометражных роликов, которые принесли каналу еще большее количество просмотров. Одним из наиболее популярных видео на канале стало «Становление олимпийца: Габриэль Дуглас», которое набрало более 2,5 миллионов просмотров. Такой ход помог компании предоставить информацию о себе широкой общественности. [5]

Все эти действия позволили наделять душой и «человеческим лицом» образ P&G, что, естественно, произвело впечатление и нашло отклик у потребителей. Как следствие, все экономические показатели компании,

такие как стоимость акций, чистая прибыль и прочие, заметно улучшились. Кроме того, в сравнении с прямыми конкурентами у P&G значительно увеличился охват аудитории.

В результате, на канале практически отсутствуют негативная критика в комментариях к рекламному ролику, а если такая есть, то, как правило, аргументированная и конструктивная. Это объясняется тем, что критика таких вещей как любовь к семье, родителям, детям с трудом будет восприниматься в пользу комментатора и, скорее всего, вызовет негатив по отношению к нему, поскольку всё перечисленное это общечеловеческие ценности, которые находят отклик в сердце каждого.

В заключение хотелось бы отметить, что интегрированные маркетинговые коммуникации и их грамотное использование играют важную роль в жизни компаний. Эти коммуникации, в большинстве своём, направлены на формирование и поддержание интереса и лояльности потребителя к брендам компании, сохранение репутации компании на высоком уровне, производство продукта высокого качества и понимание требований потребителя. Совершив покупку однократно и убедившись в том, что ваш продукт действительно лучший в своем сегменте, а бренд полностью удовлетворяет потребностям, клиент обратится снова, а его лояльность будет осмысленной и неоспоримой.

Литература:

1. Ресурс Psyera, Сущность и виды маркетинговых коммуникаций [Электронный ресурс] — Режим доступа: <https://psyera.ru/2742/sushchnost-i-vidy-marketingovyh-kommunikaciy>
2. Ресурс Procter&Gamble [Электронный ресурс] — Режим доступа: <https://www.procterandgamble.ru/o-nas/>
3. Ресурс Cyberleninka, Организационная структура Procter&Gamble [Электронный ресурс] — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/organizatsionnaya-struktura-procter-gamble-kak-otrazhenie-strategii-mezhdunarodnogo-marketinga/viewer>
4. Джефри Стэм, Правила маркетинга Procter&Gamble [Электронный ресурс] — Режим доступа: http://www.al24.ru/wp-content/uploads/2012/11/procter_gamble.pdf
5. Ресурс Cyberleninka Социальные кампании Procter&Gamble [Электронный ресурс] — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnye-pr-kampanii-v-fmcg-kompaniyah-na-primere-kampanii-spasibo-mama-ot-procter-gamble-i-ih-vliyanie-na-obschestvennost/viewer>

Гуманистический маркетинг как новый этап развития общества

Лакизенко Елизавета Дмитриевна, студент магистратуры
Российский государственный университет имени Косыгина А. Н. (Технологии. Дизайн. Искусство) (г. Москва)

В статье выявлен новый этап становления маркетинговых реалий, обусловленный глобальными изменениями существующего общества. Автор рассматривает становление гуманистического маркетинга на примере тренда бодипозитива и его использования в рекламных кампаниях брендов.

Ключевые слова: психология, маркетинг, реклама, тренды, бодипозитив.

На протяжении последнего десятилетия происходят коренные изменения человеческого со-

знания. На смену идеи гиперпотребления для удовлетворения своего эго, приходит осознанность. Аутентичность

и творческая самореализация вытесняют максимальное поглощение, приведшее к глобальному кризису — техническому, экологическому, духовному.

Новая маркетинговая реальность представляет собой гуманистическую философию потребления, которая направлена на отказ от возможного максимума в пользу необходимого минимума. Импульсом для человека становится возможность найти себя с помощью оптимального использования имеющихся ресурсов. В основе любой маркетинговой стратегии лежит психология человеческого поведения, поэтому все глобальные общественные изменения находят моментальный отклик в рекламной сфере [1].

б) Новый этап развития невозможен без новых методов реализации. Перед брендами появилась сложная задача: предлагать не просто модные вещи, а продукцию, способную помочь человеку быть самим собой независимо от обстоятельств [2]. Поиск внутреннего «я» начинается с осознания своей уникальности: особенности внешности перестают считать недостатками. Естественность становится основополагающим фактором, который используют маркетологи для привлечения внимания. Будь то текст, сопровождающий продукт или же визуальный контекст — все направлено на поддержание тенденции раскрытия личности перед обществом, без масок, без напускной надуманности. Просто и искренне.

Одним из наиболее ярких трендов 2019 года, который плавно перешел в 2020 является бодипозитив. Объяснить его появление достаточно просто: люди устали пытаться походить на кого-то другого, гнаться за недостижимыми весовыми результатами и формами. Чтобы быть счаст-

ливым не нужно соответствовать стандартам, достаточно любить себя таким, какой ты есть — лозунг гуманистического общества.

Бодипозитив — движение, направленное на принятие особенностей как своего тела, так и чужого, на уважительное отношение к внешности каждого человека. Первые попытки отстоять право не соответствовать навязанным стандартам были предприняты в США и Европе еще в начале 19 века. В 1967 году в ходе проведения протеста против оскорбления полных людей, появилась Национальная ассоциация помощи полным американцам. «Миф о красоте» Наоми Вульф 1991 года и организация «The body positive», организованная Элизабет Скотт и Конни Собчак в 1996 году принято считать точкой отсчета современного понимания бодипозитивизма. Начало бодипозитива в массмедиа положили Джемми Ли Кертис в 2002 году с фотосессией журнала More, модель плюс-сайз Тесс Холлидей, ставшая настоящей иконой в инстаграмме и Эшли Грэм, появившаяся на обложке Glamour в 2009 году.

Однако бодипозитив — это не только про формы. В основе лежит глубокая идея принятия всех особенностей человеческого тела: врожденные и приобретенные болезни кожных покровов, травмы и увечья, полученные в ходе несчастных случаев, независимо от внешнего вида, любой человек имеет право на уважительное отношение к себе. Начиная с 2014 года, брендов, освещающих тему бодипозитива в своих рекламных кампаниях, становится все больше. В Таблице 1. представлен комплексный анализ раскрытия темы бодипозитива в рекламе с 2014-2020 год.

Таблица 1. Бодипозитивизм в рекламе

Рекламная кампания	Бренд, год
	Designual, фотосессия «Polka Dots», 2014 год.
	Lush, рекламная кампания «We perfect to go naked», 2015

	<p>Elle, рекламная кампания #vosenasarra, 2015</p>
	<p>Dressmen, рекламная кампания «Underwear for perfect men», 2016</p>
	<p>Cosmopolitan, «Tess Holiday wants the Haters to kiss her ass», 2018</p>
	<p>Gucci, рекламная кампания линейки губной помады «Rouge à Lèvres Satin», 2019</p>
	<p>Dolce&Gabbana, весна-лето 2020, 2020 год</p>

Визуальный контент данных рекламных кампаний составлен с учетом анатомических особенностей нашего зрения [3]. Мы не тратим время на обработку информации в поисках смысла. Графическая структура очень проста: имеется главное изображение и сопроводительный текст. Компании Designual и Dolce&Gabbana пошли по пути минимализма и ничуть не прогадали.

В случае Designual фотография модели по центру привлекает абсолютно все внимание, логотип в правом верхнем углу служит ориентиром к действию. Dolce&Gabbana спрятал свой логотип в «картине», разглядеть его можно только хорошо присмотревшись. Lush и Dressmen использовали похожую структуру, добавив вдохновляющий лозунг для создания атмосферы и объяснения

контекста. Elle и Cosmopolitan прибегли к стандартной журнальной верстке. Реклама Gucci отличается: композиционная сетка располагается по центру, а цвет текста, вторящий цвету губной помады, практически сливается с фоном.

Поведенческие и психографические мотивы становятся ведущими аспектами в рекламных кампаниях. Акцент смещается в сторону удовлетворения интересов

определенного человека и не ставится на форме, возрасте или половой принадлежности, что значит, более персонализированное отношение с каждым клиентом. Визуальные образы мимикрируют под состояние окружающей среды с целью соответствия существующим общественным трендам, для формирования большей лояльности к бренду, как следствие, увеличению аудитории и продаж.

Литература:

1. Котлер, Ф., Келлер К. Маркетинг и менеджмент. — 12-е изд. — СПб. — Питер. 2006. — 237 с.
2. Марк Эко Я — бренд. — СПб.: Питер, 2015. — 304 с. ISBN 978-5-496-01180-8
3. Хоменко, О.В. Семиотика дизайна: Дизайн как средство коммуникации // Омский государственный университет. — Омск, 2018. — 184-193 с.

Молодой ученый

Международный научный журнал
№ 22 (312) / 2020

Выпускающий редактор Г. А. Кайнова
Ответственные редакторы Е. И. Осянина, О. А. Шульга
Художник Е. А. Шишков
Подготовка оригинал-макета П. Я. Бурьянов, М. В. Голубцов, О. В. Майер

За достоверность сведений, изложенных в статьях, ответственность несут авторы.
Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов материалов.
При перепечатке ссылка на журнал обязательна.
Материалы публикуются в авторской редакции.

Журнал размещается и индексируется на портале eLIBRARY.RU, на момент выхода номера в свет журнал не входит в РИНЦ.

Свидетельство о регистрации СМИ ПИ №ФС77-38059 от 11 ноября 2009 г. выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор)

ISSN-L 2072-0297

ISSN 2077-8295 (Online)

Учредитель и издатель: ООО «Издательство Молодой ученый»

Номер подписан в печать 10.06.2020. Дата выхода в свет: 17.06.2020.

Формат 60×90/8. Тираж 500 экз. Цена свободная.

Почтовый адрес редакции: 420126, г. Казань, ул. Амирхана, 10а, а/я 231.

Фактический адрес редакции: 420029, г. Казань, ул. Академика Кирпичникова, д. 25.

E-mail: info@moluch.ru; <https://moluch.ru/>

Отпечатано в типографии издательства «Молодой ученый», г. Казань, ул. Академика Кирпичникова, д. 25.