

ISSN 2072-0297

МОЛОДОЙ УЧЁНЫЙ

МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ



51 2020
ЧАСТЬ II

16+

Молодой ученый

Международный научный журнал

№ 51 (341) / 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
Рахронов 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 Дилшоода 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)
Буриев Хасан Чутбаевич, доктор биологических наук, профессор (Узбекистан)
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 Сагинбекович, 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 *Валерий Александрович Подорога* (1946–2020), советский и российский философ, художественный критик, преподаватель.

Валерий Александрович родился в Москве. Он окончил философский факультет МГУ и аспирантуру Института философии АН СССР; был кандидатом философских наук, а также доктором философских наук. В 1992 году защитил докторскую диссертацию на тему «Выражение и смысл: коммуникативные стратегии в философской культуре XIX–XX веков. С. Кьеркегор, Ф. Ницше, М. Хайдеггер». Много лет Подорога проработал в Институте философии РАН, заведовал сектором аналитической антропологии. Также преподавал в РГГУ, МГУ, НИУ ВШЭ, университетах США, Франции и Германии.

Главным достижением Валерия Подороги считается разработка аналитической антропологии как философ-

ской дисциплины. В сферу его научных интересов входили философская и политическая антропология, история философии, философия искусства, психоанализ.

Он написал более 20 монографий, в том числе «Метафизика ландшафта», «Мимесис», «Вопрос о вещи», «Антропограммы», «Второй экран», и около 200 научных статей и эссе, посвященных самым разным темам, в том числе идеям западных философов, проблеме телесности, вопросам русской и зарубежной литературы, мирового кино.

Валерий Александрович являлся лауреатом премии Андрея Белого 2001 года «за тексты в книгах «Мастерская визуальной антропологии» и «Авто-био-графия. Тетради по аналитической антропологии».

Екатерина Осянина, ответственный редактор

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

Балакина А. С.

Понятие эффективности предпринимательской деятельности в современных условиях 71

Волкорез И. Е.

Оптимизация внешнеэкономической деятельности компании: цели и механизмы 73

Захаров Е. И.

Право государственной собственности на природные ресурсы как эффективный способ управления в природопользовании 76

Леваньков И. С.

Влияние миграционной политики правительства Самарской области на рынок труда 78

Матяшова Д. С.

Роль человеческих ресурсов в организации глобальной конкурентоспособности транснациональных корпораций 81

Матяшова Д. С.

Ресурсы современной мировой экономики: состояние и проблемы 83

Молоканова М. С.

Влияние налогообложения прибыли на финансовые результаты предприятий 85

Накарякова А. А.

Методы и подходы, применяемые в производстве зерна в Пермском крае 88

Нуриддинов Р. Х., Шосаворбеков Ш. Ш.

Таджикистан в глобальной экономике 90

Однобокова Д. С.

Детерминированный метод факторного анализа 92

Пилецкая А. В.

Жизненный цикл проекта 94

Пинягин А. А.

Современные факторы повышения конкурентных преимуществ организаций АПК 95

Плотникова Н. А.

Оценка рисков с помощью анализа финансовых показателей на примере ПАО «Новатэк» 97

Полесовщикова А. П.

Совершенствование государственного управления сферой основного общего образования в РФ на региональном уровне (на примере Самарской области) 100

Пустуева Д. В.

Ресурсы сетевого взаимодействия в управлении развитием учреждения в МАУ ДО Детско-юношеский центр «Вероника» города Тюмени 102

Сергеева А. А., Галкина Ю. Е.

Разработка конкурентной стратегии развития предприятия в секторе Дивизиона труб большого диаметра (на примере АО «ВМЗ») 105

Сигова А. С.

Рынок БАД после пандемии 108

Смирных Р. В.

Существование концепций «бережливое производство» и «проектное управление» 110

Спивак О. А.

Кадровое обеспечение системы государственного и муниципального управления 115

Старцев А. Ю.

Принципы организации логистической компании, обеспечивающие устойчивость в условиях кризиса 117

Трякина О. И.

Электронное правительство: основные теоретические аспекты 119

Трякина О. И. Электронное правительство как инструмент модернизации государственного управления и новый способ предоставления государственных услуг 121	Щетинкин А. Д., Некрасова Н. А. Сравнительный анализ различных подходов к определению начальной максимальной цены контракта в сфере информационных технологий 128
Турченко Е. А. Совершенствование развития личностных и профессиональных навыков руководителей..... 123	МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА И PR
Унчаева А. А. Проблемы формирования эффективной кадровой политики предприятия..... 125	Епифанов В. В. Этика нейромаркетинга 134
	Поддубная З. М. Анализ влияния персонализированных коммуникаций в сфере ювелирного бизнеса ... 137
	Ситникова Е. А., Сорокин О. Н. Скрытый представитель бренда 139

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

Понятие эффективности предпринимательской деятельности в современных условиях

Балакина Анна Сергеевна, студент магистратуры
Тольяттинский государственный университет

Исследование подходов понятий предпринимательской деятельности и ее эффективности приобретают все большую актуальность в настоящее время. Изучение факторов внешней и внутренней среды, оказывающих влияние на деятельности предприятия, позволяет оценить и ее эффективность. Показатели оценки эффективности предпринимательской деятельности охватывают все элементы ее функционирования. Система контроля при оценке эффективности предпринимательской деятельности имеет очень важное значение. Для достижения экономической эффективности требуется проведение масштабных и системных мероприятий.

Ключевые слова: эффективность, оценка, предпринимательская деятельность, показатели, прибыль.

The concept of business efficiency in modern conditions

Balakina Anna Sergeevna, student master's degree programs
Togliatti State University (Tolyatti)

The study of approaches to the concepts of entrepreneurial activity and its effectiveness is becoming increasingly relevant at the present time. The study of external and internal environmental factors that affect the company's activities allows us to assess its effectiveness. Indicators for assessing the effectiveness of business activities cover all elements of its functioning. The control system in assessing the effectiveness of business activities is very important. To achieve economic efficiency, large-scale and systematic measures are required.

Keywords: efficiency, evaluation, business activity, indicators, profit.

В настоящее время развитие предпринимательской деятельности является одной из приоритетных задач, что объясняется тем, что от того, насколько будет эффективно развитие предпринимательства, напрямую зависит и развитие экономики страны в целом. Успешность развития предпринимательской деятельности зависит от условий, которые участвуют в процессе формирования специфической предпринимательской среды.

Цель данной статьи — исследовать — понятие эффективности предпринимательской деятельности в современных условиях.

Используемые в исследовании методы. В данной исследовании применялись как общенаучные, так и специальные методы: системный, метод анализа и синтеза, индукции и дедукции.

В настоящее время законодательный подход к определению предпринимательской деятельности комплексно отражен в ГК РФ в п. 1 ст. 2 первой части: предпринима-

тельская — это деятельность самостоятельного характера, которую гражданин осуществляет на свой риск, ориентированная на получение прибыли систематически, будь то продажа товаров или оказание услуг, выполнение работ с учетом ее обязательной регистрации [1]. Как можно определить из данного понятия, признаки, характеризующие предпринимательскую деятельность, это:

- самостоятельный характера;
- получение прибыли;
- обязательная регистрация предприятия.

Рассмотрим подробнее данные понятия при помощи деления их на составляющие.

1. Самостоятельный характер предпринимательской деятельности предполагает, что гражданин принимает участие в гражданском обороте лично, действуя от собственного имени, в силу собственной воли и ради собственного интереса. Иначе говоря, предпринимательская — это такая деятельность, осуществля-

емая исключительно в силу собственной воли гражданина-предпринимателя, ради его собственного интереса, и совершенно не зависит от каких-либо третьих лиц [2].

Согласно определениям, содержащимся в научной литературе, под предпринимательской средой принято понимать комплекс из взаимосвязанных субъективных и объективных факторов, которые создают возможности для достижения определённых целей и получения успеха субъектом предпринимательской деятельности [6, с. 76]. Происхождение термина «предпринимательство» имеет глубокие английские корни, его автором принято считать ученого из Англии 18 века Ричарда Кантильона, согласно точке зрения которого предпринимательство — это экономическая деятельность, итогом которой является приведение в соответствие предложения и спроса на товар в условиях состояния постоянного риска. Кроме указанного автора, изучением понятия предпринимательской деятельности занимались и другие экономисты, в частности, можно отметить Карла Маркса, Торстейна Веблена, Йозефа Шумпетера. Каждый из них придерживался своего, отличимого от остальных мнения относительно данного понятия; они проводили сравнение предпринимательства с различными факторами производства [2]. В ГК РФ проводится определение предпринимательской деятельности, согласно которой под данным понятием понимается самостоятельная деятельность, которая осуществляется на свой страх и риск и направлена на систематическое получение прибыли от использования имущества, продажи товаров, выполнения определенных работ или оказания определенных услуг лицами, которые зарегистрировали себя в данном качестве и в установленном порядке [1].

Как известно, главная цель любой компании, любого предприятия, независимо от их масштаба — это повышение эффективности их деятельности, максимизация прибыли. Под эффективностью принято понимать умение получить желаемый результат с применением минимальных на это издержек.

На эффективность деятельности компании оказывают воздействие различные факторы, как внешней, так и внутренней среды. К внешним факторам относятся экономические, политические, правовые, природные и прочие факторы; к внутренним — непосредственно внутренняя среда компании, степень развитости форм собственности и пр.

Для эффективной оценки предпринимательской деятельности требуется применение показателей, охватывающих все элементы ее функционирования. Можно выделить следующие показатели эффективности предпринимательской деятельности: объем продукции; инвестиционная и инновационная деятельность предприятия; валовой продукт; экспорт и импорт основной продукции [6, с. 76]. Для проведения оценки деятельности предприятия требуется оценить показатели экономической эффективности. Именно благодаря им складывается общее представление о степени конечного результата в соотношении с понесёнными затратами или использо-

ванными ресурсами. Среди подобных показателей можно выделить общую рентабельность, рентабельность активов, уровень текущей ликвидности, уровень автономии, производительность труда, фондоотдачу, оборачиваемость оборотных средств, оборачиваемость кредиторской и дебиторской задолженности и другие. Именно после комплексной оценки данных показателей у руководства и управляющего персонала предприятия складывается объективная картина по поводу того, эффективно ли функционирует предприятие и не несёт ли оно убытки [3, с. 31].

Для роста показателей эффективности деятельности предприятия необходимо использовать системы контроля. Они необходимы для оценки управления (реакция на изменения внешней среды) и выявления факторов, негативно влияющих на достижение запланированных результатов. Предпринимательство — неотчуждаемая часть нынешнего рыночного общества. Именно от его эффективной деятельности зависит плодотворная, приносящая успех работа предприятий и их конкурентоспособность на рынке. Следовательно, для улучшения деятельности предприятия нужно уметь правильно оценивать эффективность предпринимательской деятельности, что можно достичь, применяя определенные системы контроля.

Желая увеличить эффективность деятельности, зачистую руководство компаний рассчитывает достигнуть конкретного финансового результата. Рассмотрим основные способы увеличения эффективности предпринимательской деятельности. Первый и, пожалуй, самый важный способ — это снижение затрат. Этого можно добиться, если оптимизировать производство, сократить ценовые условия по закупкам, сократить персонал или уровень его заработной платы. Повышение производительности труда, уменьшение объемов используемого сырья, отходов, автоматизация производства — это модернизация процессов (производства), что является вторым способом повышения эффективности предприятия.

Третий способ — это изменения в организационной структуре, которое позволяет затрагивать структуру управления, коммуникации, принципы и методы обслуживания клиентов. Усиление маркетинговой системы на предприятии является четвертым из основных способов. Его задача — это поиск новых возможностей для организации, максимальный рост объемов продаж товара, привлечение целевой аудитории и другое. Каждый из этих способов имеет свои методы осуществления и может быть детализирован в более полном объеме [5, с. 1427]. Повышение экономической эффективности должно сопровождаться инициативой сотрудников на любом уровне организации, поэтому вся система организации должна быть настроена на это. Очень часто комплекс мероприятий, повышающий эффективность предприятия, затрагивает сразу всю его деятельность. Такой подход позволяет использовать синергетический эффект, заключающийся в интеграции, соединении, слиянии отдельных частей

в единую систему. Руководство должно проводить регулярный анализ информации о состоянии внешней и внутренней среды, если оно заинтересовано в улучшении результатов своей деятельности. Исходя из этого анализа, будет ясно, какие из факторов можно применить в будущем для стратегического развития и повышения эффективности. Рассмотрим некоторые из таких факторов: Минимизация задействованных ресурсов. Организация тем эффективнее, чем меньше используется оборудования, технологий, персонала при сохранении объемов выпуска продукции; Улучшение производительности и эффективности персонала за счет повышения квалификации и обучения, оптимизации системы, поиска более профессиональных кадров, повышения мотивации; Повышение социально-психологических факторов. Большим толчком для развития может стать применение инстру-

ментов децентрализации; Использование результатов научно-технического прогресса. К снижению конкурентоспособности и дальнейшей ликвидации может привести игнорирование новых технологий или нежелание их внедрения в связи с необходимостью инвестиций. Использование инвестиционного капитала и других механизмов стороннего финансирования. Открыть пути повышения эффективности деятельности предприятия может даже приватизация [4, с. 22–24].

Таким образом, можно сделать вывод, что для достижения экономической эффективности требуется проведение масштабных и системных мероприятий. Даже не смотря на положение, в котором находится предприятие, грамотный подход, применение обоснованных методов и инструментов могут повысить эффективность деятельности любой компании.

Литература:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации: ГК: текст с изменениями и дополнениями на 4 октября 2020 года: [принят Государственной думой 21 ноября 1994 года: одобрен Советом Федерации 21 июня 1996 года]. — Москва: Эксмо-Пресс, 2020. — 640 с. — 3000 экз. — ISBN 978-5-04-116343-3. — Текст: непосредственный.
2. Грубенкова, Д. О. Предпринимательство в теориях Кантильона, Маркса, Веблена и Шумпетера: сравнительный анализ // Международный студенческий научный вестник. 2016. № 2.
3. Ещенко, Е. С., Лешина О. С. Теоретические и практические аспекты анализа эффективности деятельности предприятия // Молодой ученый. — 2015. № 11.3. с. 30–34.
4. Повышение эффективности предпринимательской деятельности / И. А. Горбунова, О. В. Галкина, Е. Е. Казанцева, А. Е. Радова // Наука без границ, 2017. № 11 (16). с. 22–24.
5. Садыкова, Л. Г. К вопросу о сущности категории «эффективность» // Молодой ученый. 2016. № 12. с. 1426–1430.
6. Теслин, С. В. Оценка эффективности предпринимательской деятельности АО «ЛЕДВАНС» на основе общего анализа показателей деятельности организации / С. В. Теслин, А. С. Кривцова. // Молодой ученый. 2019. № 16 (254). с. 206–210.

Оптимизация внешнеэкономической деятельности компании: цели и механизмы

Волкорез Иван Евгеньевич, студент

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

В рамках данной статьи автор анализирует основы активизации внешнеэкономической деятельности, и приводит в качестве примера два основных направления совершенствования работы на внешнем рынке: проактивную политику и реактивную политику. С помощью визуальных схем автор отражает набор мероприятий по выходу организации на международный рынок, и отражает элементы конкурентоспособности коммерческой организации в этой среде.

Ключевые слова: внешнеэкономическая деятельность, система, конкуренция, управление.

Сложная геополитическая ситуация в мире, которая связана с воздействием антироссийских санкций на экономику государства, вызывает возможность проводить поиск новых внешних рынков сбыта для большинства компаний, которые находятся на территории страны.

Любое предприятие в процессе выхода на международный рынок и осуществления соответствующей деятельности, может постепенно пройти через несколько

процедур, которые связаны с организационным, экономическим и производственным аспектам. Если использовать научно обоснованное и профессиональное образование такой деятельности, в составе которой будет процесс по распределению функций между всеми подразделениями внешнеэкономического отдела предприятия, то есть возможность увеличить эффективность организации и проведения сделки внешнеторгового характера.

Работа любой коммерческой организации, которая связана с формированием конкурентного продукта, имеет несколько ключевых направлений. Каждое из представленных направлений будет иметь набор внешнеэкономических позиций и функций. Для того, чтобы повысить эффективность внешнеэкономической деятельности коммерческой организации большую роль будет иметь возможность грамотно разделить все основные функции, а также обеспечить эффективную логистику. Осуществляя грамотную классификацию всех направлений работы предприятия, учитывая внешнеэкономические функции, можно добиться небывалых результатов в повышении конкурентоспособности. [3]

В составе производственной и хозяйственной деятельности имеется группа внешнеэкономических функций, которые будут связаны с обеспечением создания товаров, которые могут конкурировать на международном рынке. Кроме того, в рамках данного аспекта можно оценивать уровень конкурентоспособности всех основных мероприятий. Вместе с этим важно обеспечивать качественный анализ внешнего рынка сбыта. На этом этапе происходит создание единой стратегии организации, в составе которой отражены элементы экспорта продукции.

Следовательно, процедура по выходу на международные рынки, может быть осуществлена только благодаря созданию конкурентоспособного продукта. Для того, чтобы решить этот вопрос, используются различные хозяйственные и производственные инструменты внешне-

экономической деятельности. Их предприятие сможет выбирать только с учётом организации и анализа собственных конкурентных позиций, а также при учёте специфики деятельности.

В рамках организационного и экономического направления присутствует несколько функций внешнеэкономического характера, которые связаны с поиском и выбором методов, форм и инструментов работы на международном рынке. Есть возможность изучить все основные процедуры по выходу на такой рынок, и анализировать факторы, а также условия, свидетельствующие о качественном присутствии на нём.

Оперативное и коммерческое направление будет иметь перечень функций внешнеэкономического характера, которые направлены на подготовку, заключение и практическое использование внешнеторговых контрактов на предприятии. Все основные действия, которые предприятие может совершать для того, чтобы выходить на международный рынок, на наш взгляд важно интегрировать в рамках единого понятия: «процедура по выходу на внешний рынок». В составе этого процесса имеется несколько основных стадий и этапов, которые любому предприятию нужно проходить в определённой и качественно сформированной последовательности. Важно в этом случае учитывать все основные специфические моменты работы хозяйствующего субъекта.

Пример комплексной схемы выхода на внешний рынок любого предприятия представлен ниже:

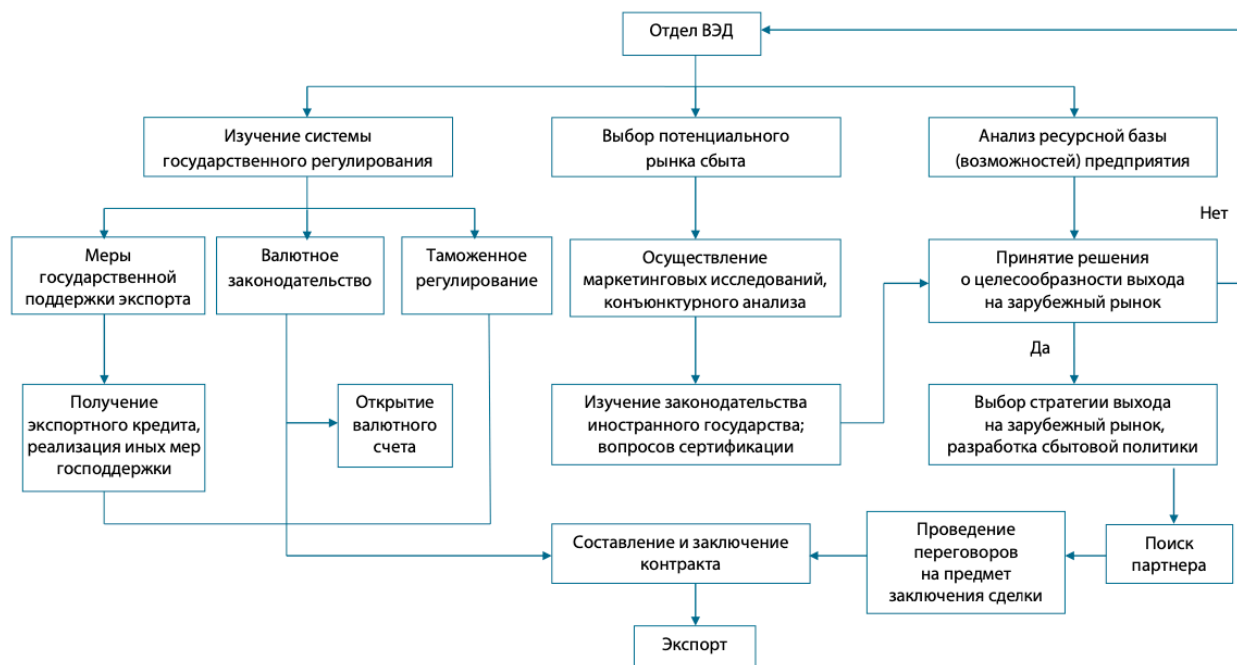


Рис. 1. Комплексный план по выходу предприятия на внешние рынки сбыта [1]

Использование научного подхода к улучшению и оптимизации процедуры выхода отечественных компаний на международный рынок состоит в комплексной организации таких процедур. В них будут включены все необходимые действия, которые осуществляет любой по-

тенциальный экспортёр в современных условиях ведения хозяйственной деятельности.

Первым этапом в этом процессе выступает создание всех мероприятий по анализу зарубежных рынков потен-

циального уровня. Их необходимо глубоко исследовать и охарактеризовать с точки зрения системного подхода.

Среди основных объектов, которые необходимо анализировать и изучать на международном рынке, важно выделить следующие: рыночная макроэкономическая среда; требования иностранного рынка ко всем свойствам и потребительским характеристикам товаров; факторы, которые позволяют обеспечивать привлекательность товаров на зарубежном рынке, экономические и технологические порядки; общая ёмкость внешнего рынка, а также необходимо анализировать эластичность спроса на нём; существующий уровень ёмкости рыночной экономики; степень и особенности рыночной конкуренции; формы и способы организации внешнеэкономической деятельности.

После того, как были определены все позиции и государства, с которыми отечественный производитель сможет наладить контакт, нужно изучить ключевые обстоятельства деятельности иностранного партнёра, особенности законодательного регулирования и иные таможенные тонкости.

Впоследствии важно разработать единую концепцию по изучению и анализу иностранного рынка, а также составить план реализации сбытовой политики.

На следующем этапе происходит поиск любого иностранного контрагента, и его важно выстраивать на базе конъюнктурного анализа и всех исследований маркетинговой среды. Если у организации существует небольшой

опыт в процессе построения внешнеэкономической деятельности, то можно привлекать посредника для этих операций.

Практика показывает, что имеется несколько различных подходов, которые позволяют организовать процедуру выхода предприятия на все внешние рынки. Но, в основном такие подходы, направлены на изучение и анализ внешнеэкономической деятельности, без возможности разделения её на составные элементы. Одними из самых распространённых подходов является проактивный и реактивный.

Роль реактивного подхода состоит в том, что предприятие сможет выбирать пассивное положение на рынке, и ожидает наступления случайных заказов, применяя тем самым только минимальные действия в процессе заключения контрактов.

Проактивный подход подразумевает возможность активного поиска и сегментации всех рынков для работы на них. В составе такого подхода имеется группа маркетинговых мероприятий, и необходимо опираться на личный опыт каждого менеджера в организации.

Рекомендуется в современных условиях конкурентной борьбы использовать совокупный потенциал данных подходов для совершенствования внешнеэкономической деятельности, а также оптимизацию выхода компании на любой внешний рынок. Благодаря этой позиции нами будет представлена на рисунке ниже комплексная схема по выходу компании на международный рынок.



Рис. 2. Элементы конкурентоспособности компании на международной арене [2]

В составе этой схемы необходимо выделить следующие три основных момента:

1. Обязательный выбор того рынка, на котором можно организовать сбыт продукции.
2. Анализ ресурсной базы, а также всех потенциальных возможностей хозяйствующего субъекта.

3. Исследование использования в последующем единой системы по государственному регулированию внешнеторговых операций.

В завершение нужно сделать вывод о том, что данный подход даёт возможность анализировать не только перечень факторов внешнего характера при выборе потенци-

альных поставщиков и партнёров, но и учитывать внутренние позиции. Они будут зависеть от работы самого предприятия, и в этом случае оптимизировать рекомен-

дуется ресурсную базу, а также в некоторых случаях привлекать сторонних участников для организации качественной поддержки.

Литература:

1. Ханькевич, А. В., Кулешов А. Э. Оптимизация внешнеэкономической деятельности: современные подходы // Национальные приоритеты социально-экономического развития России. — 2019. — с. 47–54
2. Мануйлов, А. А. Пути оптимизации затрат, связанных с внешнеэкономической деятельностью // Энигма. — 2020. — №. 23. — с. 23–29.
3. Гаврилов, В. В. Направления оптимизации управления внешнеэкономической деятельностью российских предприятий // Проблемы практической экономики России в условиях глобальных рисков. — 2019. — с. 178–183.

Право государственной собственности на природные ресурсы как эффективный способ управления в природопользовании

Захаров Евгений Игоревич, студент магистратуры
Уральский государственный экономический университет (г. Екатеринбург)

Для эффективного решения экологических проблем первоочередную значимость имеет четкое определение прав собственности, которая гарантируется с помощью законодательства. Актуальность и важность данной проблематики объясняется вниманием, которое уделяется вопросам права собственности во всех экономических школах мира. При этом трудности с установлением права собственности обуславливаются тем, что они имеют отношение к общественным благам, обладающим свойствами неизбирательности в потреблении (доступности) и неисключительности (полезность благ достается и тем, кто за них не платит).

Право собственности на природные ресурсы рассматривается как совокупность правовых норм, регулирующих данный вид собственнических отношений, которые закреплены в статьях 8, 9, 35, 36, 72 Конституции Российской Федерации, Гражданском кодексе Российской Федерации, а так же других правовых актах Российской Федерации. Право собственности в объективном смысле — это совокупность правомочий лица по владению, пользованию и распоряжению объектом собственности. Право собственности в субъективном смысле — это правоотношение, возникающее между собственником и иными лицами».

Содержание права собственности сводится к регулированию общественными отношениями, полного или частичного владения данным правом, использования (извлечения полезных свойств) и права распоряжения природным объектом. Право пользования и распоряжения предполагает обязательное наличие прав на владение данным природным объектом.

Институт собственности в отношении природных ресурсов весьма специфичен из-за двойственности их положения: с одной стороны, они являются компонентом

окружающей среды, с другой — объектом хозяйствования. Вышеуказанные признаки всегда находятся в единстве и не могут проявляться поодиночке. В определении, представленном Петровым В. В., данное обстоятельство предопределяет формирование эколого-экономической сущности института права собственности на природные ресурсы.

В современных условиях развития Российской Федерации одно из господствующих положений среди форм собственности занимает государственная собственность. Субъектами права государственной собственности на природные ресурсы, как имущества выступают как Российская Федерация в целом, так и субъекты Российской Федерации в частности.

Важно заметить, что на государство, как на собственника природных ресурсов возлагаются обязанности по недопущению разрушений естественной природы, разрушений механизма биотической регуляции, обеспечивающей устойчивость жизни на земле. Если государство выступает в роли пользователя природных ресурсов, оно должно само выполнять установленные требования.

В том случае, когда право пользования передается другим лицам, государство обязано на постоянной основе контролировать выполнение требований по соблюдению экологических ограничений в процессе природопользования этими лицами. Помимо определения правил эксплуатации природных объектов, осуществляемого под непосредственным государственным контролем, государство, как имеющее статус владельца, имеет право взимания части дохода с природопользователей через системы налоговых сборов и рентных платежей, то есть закрепление за собственником экономической власти над результатами использования природных ресурсов прак-

тически определяет и порядок распределения доходов от эксплуатации природных ресурсов, распределение ренты, которая рассматривается как доход собственника, сдающего природный ресурс в аренду (передачу в пользование).

В числе природных ресурсов особое значение придается земельным ресурсам. Они являются компонентами окружающей среды, средой обитания человека, им предстоит активное участие в общественном производстве, они являются средством производства и источником удовлетворения потребностей человека. Сказанное подчеркивает важность их сохранения и правильность использования, что во многом зависит от субъекта права собственности.

На сегодняшний день в земельном фонде страны преобладают земли под государственной и муниципальной юрисдикцией (92 % на 2020 г.). Структура собственности на земельные ресурсы в значительной степени обусловлена географическим (зональным) распределением различных видов угодий. Государственная и муниципальная собственность на земли является господствующей в северных и северо-восточных регионах страны, в степных и лесостепных районах весомую долю занимают земли в собственности граждан и юридических лиц. За период с 2010 по 2020 г. в структуре собственности на землю в целом по России наблюдалось небольшое увеличение государственной и муниципальной собственности (на 3001,5 тыс. га), сокращение площади земель, находившихся в собственности граждан (в абсолютном отношении на 9125,5 тыс. га) и увеличение собственности юридических лиц (на 8818,9 тыс. га). Самые значительные изменения произошли в Центральном (соответственно 3353,8 и 3050,9 тыс. га) и Приволжском федеральных округах (2995,8 и 2389,5

тыс. га), на долю которых пришлось соответственно 69,6 и 61,7 % изменений.

В настоящее время большинство исследователей считают, что собственником в отношении природных ресурсов, в том числе земельных, должно быть именно государство. Другая позиция заключается в том, что необходимо ускорение процесса реоформления в частную собственность ограниченных вещных прав, таких как постоянное (бессрочное) пользование и права аренды земельными участками.

Первая позиция видится оправданной. Так, представляется, что право собственности государства на природные ресурсы способствует их сохранению. Во-первых, приоритет права собственности не позволит каким-либо иным лицам использовать ресурсы, принадлежащие государству.

Во-вторых, штрафные санкции и запреты чаще оказываются достигающими цели, если они касаются объектов, имеющих собственника. В-третьих, без личного интереса, в большинстве случаев, люди не способны сохранять природу в силу отсутствия соответствующей экологической и правовой культуры. В-четвертых, государство как собственник предоставит природопользователю право пользоваться природными ресурсами на основе договорных отношений (разрешение, лицензия, договор), которые в обязательном порядке предусматривают условие экологизации процесса эксплуатации, что предполагает постановку постоянного надзора, реализацию контрольных функций со стороны государства.

Таким образом, реализация права государственной собственности на природные ресурсы способствует осуществлению воспроизводственной и охранной функций.

Литература:

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993) // Собрание законодательства РФ. — 2014. — № 31. — Ст. 4398.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 03.08.2018) // Собрание законодательства РФ. — 1994. — № 32. — Ст. 3301.
3. Аббасов, П. Р., Аббасова Е. В. Правовое регулирование реоформления юридическими лицами права постоянного (бессрочного) пользования // Инновационное развитие территорий: государство, бизнес, общество сборник трудов V Всероссийской научно-практической конференции научных, научно-педагогических работников и аспирантов, посвященной 20-летию Южно-Уральского института управления и экономики. Научные редакторы: О. С. Нагорная, А. В. Молодчик. 2015. с. 282–287.
4. Аббасов, П. Р. Порядок определения арендной платы за земельные участки // Наука ЮУрГУ материалы 61-й научной конференции. 2009. с. 179–182.
5. Макарова, Т. И. Право государственной собственности на компоненты природной среды: эколого-правовой аспект / Т. И. Макарова // Право.ВУ. — 2017. — № 5. — с. 85–91.
6. Петров, В. В. Экологическое право: учебник / В. В. Петров. — М.: БЕК, 1995. — 557 с
7. Сиротенко, А. С. Формы и виды собственности на природные объекты и ресурсы / А. С. Сиротенко // Современные научные исследования и инновации. — 2017. — № 1. — с. 628–630.
8. Федеральная служба государственной статистики. Охрана окружающей среды в России // Режим доступа. http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/do3

Влияние миграционной политики правительства Самарской области на рынок труда

Леваньков Игорь Святославович, студент магистратуры

Научный руководитель: Лукьянова Валентина Васильевна, кандидат экономических наук, доцент
Самарский национальный исследовательский университет имени академика С. П. Королёва

В данной статье приводится анализ рынка труда и проводимой миграционной политики Министерства труда, занятости и миграционной политики Самарской области.

Ключевые слова: миграция, миграционная политика, рынок труда, Самарская область.

Рынку труда в современных условиях экономических отношений принадлежит одна из важных ролей. Рынок труда, с одной стороны, является элементом экономической системы, от его эффективности зависит национальное благополучие, зависит стабильность общества и в целом эффективность социально-экономических преобразований.

Проанализируем рынок труда и вопросы государственного регулирования рынка труда на примере Самарской области.

В Самарской области на протяжении нескольких лет процент занятости находится на уровне выше 60 %, так, в 2016 году уровень занятости составлял 68,7 %, в 2017 году — 61,0 %, в 2018 году — 61,5 %. Вместе с тем рынок труда Самарской области не сбалансирован. Причиной этого являются следующие факторы [8]:

- наличие расхождений в предложении работодателей и спросе соискателей;
- уровень заработных план недостаточно высокий;
- мобильность населения низкая;
- кадры не соответствуют требованиям, предъявляемым работодателями.

Согласно статистическим данным, более 60 % безработных Самары — женщины в возрасте 25–29 лет, а также граждане предпенсионного возраста. Власти учитывают этот факт и стремятся предоставить женщинам как можно больше рабочих мест, соответствующих их образованию и опыту.

Известно, что на рынке труда Самарской области присутствует такой процесс, как трудовая миграция, являющаяся, в свою очередь, составной частью глобальных миграционных процессов, происходящих в современном мире.

В этой связи выбор экономических и правовых методов регулирования, направленных на привлечение мигрантов в необходимом для области количественном и качественном составе, выступает приоритетным целевым аспектом на ближайшую перспективу.

Эффективная реализация приоритетных компонентов миграционной политики Самарской области зависит от ее правового и экономического сопровождения, что заключается в следующем:

- кадровое обеспечение, заключающееся не только в достижении необходимого состава трудовых ресурсов

миграционных служб, но и в обеспечении их материально-технического оснащения;

- организация взаимодействия институтов публичной власти, а также гражданского общества, коммерческих и некоммерческих структур, направленных на нейтрализацию проблемных аспектов в сфере региональной миграционной политики;

- создание условий, в том числе инфраструктурных, материальных, организационных и административных, направленных на обеспечение беженцев и переселенцев рабочими местами, защиту их законных прав и интересов в соответствии с Федеральным законом «О беженцах» от 19.02.1993 № 4528–18 [1];

- оказание юридической помощи физическим лицам из числа мигрантов по развитию ими экономических форм хозяйствования на территории области;

- разработка и утверждение на муниципальном и, при необходимости, на федеральном уровне нормативно-правовых актов, предусматривающих реализацию мероприятий по обустройству мигрантов в регионе;

- систематическое освещение в СМИ программ, действующих на территории области в рамках проведения региональной миграционной политики;

- координация мероприятий, проводимых в рамках миграционной политики Самарской области, с иными аналогичными мероприятиями международного, федерального и регионального масштаба.

Предпосылками миграционного движения выступают следующие факторы: большая разница в уровне жизни и экономических возможностях разных стран, увеличивающаяся поляризация мира и др. Вызов развитых наций к бедным странам — согласным продавать неквалифицированный и низкооплачиваемый труд мигрантов — рождает в свою очередь соответствующее положение в данных странах, которые обладают большим эмиграционным потенциалом, раскручивая маховик миграции тем самым. Таким образом формируется и воспроизводится миграционный режим, являющийся одним из ключевых модулей современного экономического порядка, поддерживающий и обслуживающий его.

Реформы, проводившиеся в России с XX века, в большей степени повлияли на все сферы жизнедеятельности россиян. Происходящие трансформации многих

видов социальных взаимоотношений в политической, экономической сферах жизнедеятельности общества главным образом отражаются на характере трудовых отношений.

Миграция на современном этапе является важным элементом в системе формирования современного российского рынка труда. В миграционном движении преобладает недобровольная миграция с вытекающими последствиями: повышенной нагрузкой на экономику, как Самарского региона, так и страны в целом, безработицей, усилением социальной напряженности. Вышеуказанные предпосылки позволяют относить миграцию к числу серьезнейших социальных проблем современного российского рынка труда.

Самарская область сохраняет свою миграционную привлекательность. В 2019 году в Самарской области отмечалось существенное увеличение миграционного прироста. Сальдо миграции достигло +8,9 тыс. человека (в 2018 году: — 0,4 тыс. человек), по этому показателю Самарская область вышла на 1-е место в Приволжском федеральном округе.

Это обусловлено высоким притоком граждан из стран СНГ (+10,2 тыс. человек против 3,7 тыс. человек за 2018 год), значительным сокращением оттока граждан в другие регионы России (-1,5 тыс. человек против — 4,0 тыс. человек соответственно), а также притоком граждан из стран дальнего зарубежья (+221 человек и — 52 человека соответственно).

Возобновилось положительное сальдо миграции в крупных городах области — Самаре (+3,7 тыс. человек), Новокуйбышевске (+183 человека) [10].

Самой распространенной целью въезда в регион иностранцев стала «частная причина» — 66 процентов от общего количества поставленных на миграционный учет по месту пребывания. 23 процента мигрантов приехали в Самарскую область для осуществления трудовой деятельности. И лишь два процента признались, что приехали в качестве туристов, а один процент — для получения образования [7].

На современный рынок труда Самарского региона миграция как социально-экономическое явление оказывает большее воздействие, нежели демографический фактор — рождаемость. Причем если рождаемость влияет только на количество трудовых ресурсов, то миграция — как на их количество, так и на качество.

Положительный миграционный прирост свидетельствует о достаточно высокой привлекательности региона в пределах России. Объяснением этого факта служит развитие ресурсных отраслей экономики, прежде всего нефтедобывающей промышленности.

Среди городов Самарского региона по количеству прибывших и выбывших мигрантов лидирует г. Самара, на втором месте находится г. Тольятти. Во всех крупных городах Самарского региона за период число прибытия мигрантов превышает показатели выбытия, динамика движения мигрантов муниципальных образований позволяет

сделать вывод, что в регионе преобладают миграционные процессы по выбытию. Отток мигрантов в крупные города Самарской области обусловлен тем, что объекты ведущих отраслей экономики (строительства, нефтяной промышленности и др.), которые требуют привлечения иных, нежели региональные трудовые ресурсы, находятся именно на территории ведущих городов региона.

В то же время в Самарском регионе присутствует и нелегальная трудовая миграция, что сегодня является определенной проблемой.

Таким образом, трудовая и вахтовая миграция, несмотря на временный характер пребывания трудовых мигрантов, оказывает определенное влияние на формирование трудовых ресурсов, трудового потенциала, социально-экономическую обстановку в регионе, но ее влияние на формирование населения Самарского региона остается незначительным, т. к. большинство трудовых и вахтовых мигрантов ориентированы на временный характер работы и имеют прочные установки по выезду из региона после окончания трудовой деятельности.

Это, в свою очередь, оказывает влияние на миграционную политику Правительства Самарской области. По этой причине разработка и интеграция направлений, нацеленных на регулирование миграционных процессов с учетом соблюдения конституционных норм и принципов, является первоочередной задачей в сфере проведения миграционной политики области для нейтрализации проблем, которые могут возникнуть при восполнении рабочей силы на предприятиях региона.

Говоря о влиянии миграционной политики Правительства Самарской области на рынок труда, важно отметить следующее.

Разработка и реализация политики в сфере трудовой миграции на федеральном и региональном уровне реализуется с помощью законов, актов, постановлений, государственных программ и т. д.

Органы власти при разработке и реализации данных нормативно-правовых актов исходят из анализа миграционной ситуации в стране и в регионе. На первом этапе принятия управленческого решения происходит диагностика и выявление проблем в регионе [5, с. 184].

Необходимую информацию о миграционной ситуации, для проведения анализа, предоставляет ГУ МВД РФ по Самарской области, которое совместно с Министерством труда, занятости и миграционной политики Самарской области разрабатывает альтернативы.

Такие действия направлены на решение следующих проблем в Самарской области в сфере трудовой миграции:

- отток коренного населения в другие регионы;
- недостаток мер необходимых для адаптации и интеграции мигрантов;
- незаконная миграция.

Так, например, для решения проблемы связанной с оттоком рабочей силы в другие регионы был принят План мероприятий («Дорожная карта») по обеспечению миграционного притока из субъектов Российской Федерации

в Самарскую область на 2019–2025 годы. Данная «Дорожная карта» содержит мероприятия, которые направлены на повышение миграционной привлекательности и содействие занятости населения Самарской области иностранных работников из-за рубежа [3].

Помимо этого, ежегодно Министерство для защиты национального рынка труда устанавливает жесткое ограничение числа прибывающих трудовых мигрантов из-за рубежа посредством утверждения региональных квот [6, с. 35].

Для стимулирования, создания условий и содействию добровольному переселению соотечественников, проживающих за рубежом, для социально-экономического и демографического развития Самарской области осуществляется с помощью государственной программы «Оказание содействию добровольному переселению в Самарскую область соотечественников, проживающих за рубежом» на 2014–2023 годы» [4].

В рамках данной программы участникам оказывают меры социальной поддержки, помощи в жилищном обустройстве и предоставления государственных и муниципальных услуг. Министерством ежегодно проводится информационная работа, направленная на привлечение соотечественников из числа научных работников, специ-

алистов, обладающих редкими профессиями, а также студентов.

В ходе утверждения и реализации государственной программы «Содействие занятости населения Самарской области на 2019–2023 годы», в рамках которой утверждена подпрограмма «Социальная адаптация мигрантов» будет решена проблема социальной адаптации иностранной рабочей силы [2].

Таким образом, можно заключить, что мероприятия, проводимые в рамках регулирования миграционных потоков Самарской области с учетом обеспечения конституционных и экономических аспектов воздействия, должны быть направлены, с одной стороны, на комплексное обустройство мигрантов на территории данного субъекта РФ для их активного и результативного включения в процессы социально-экономического развития.

С другой стороны, указанные мероприятия должны учитывать конъюнктуру и особенности развития Самарской области с тем, чтобы регулирование миграционных потоков, а также расселение, передвижение, проживание и содействия занятости мигрантов прошло гармонично и легитимно, что подразумевает следование положениям действующих нормативно-правовых актов РФ и Самарской области в сфере реализации миграционной политики.

Литература:

1. Федеральный закон от 19.02.1993 № 4528–1 (ред. от 31.07.2020) «О беженцах» // Российская газета, № 126, 03.06.1997.
2. Постановление Правительства Самарской области от 16.11.2020 № 895 «О внесении изменений в постановление Правительства Самарской области от 27.03.2019 № 171 «О реализации отдельных мероприятий государственной программы Самарской области «Содействие занятости населения Самарской области на 2019–2023 годы», утвержденной постановлением Правительства Самарской области от 04.12.2018 № 748». Режим доступа: URL: <https://trud.samregion.ru/category/otkrytoe-ministerstvo/gosudarstvennye-programmy/gosudarstvennaya-programma-samarskoj-oblasti-sodejstvie-zanyatosti-naseleniya-samarskoj-oblasti-na-2019-2023-gody/>
3. Распоряжение Правительства Самарской области от 13.02.2019 г. № 112-р «Об утверждении Плана мероприятий («дорожной карты») по обеспечению миграционного притока из субъектов Российской Федерации в Самарскую область на 2019–2025 годы». Режим доступа: URL: <https://trud.samregion.ru/2019/04/29/normativnaya-baza-2/>
4. Постановление Правительства Самарской области от 4.02.2014 г. № 48 (ред. от 10.02.2020 г.) Государственная программа Самарской области «оказание содействия добровольному переселению в Самарскую область соотечественников, проживающих за рубежом» на 2014–2023 годы». Режим доступа: URL: <https://trud.samregion.ru/category/deyatelnost/migratsionnaya-politika/sodejstvie-pereseleniyu-sootchestvennikov/>
5. Гродская, Г. Н., Деревяшкина М. Ю. Принятие управленческих решений в сфере трудовой миграции (на примере Самарской области) // Принятие управленческих решений в сфере трудовой миграции (на примере Самарской области): Сб. науч. тр. Уфа: Вестник науки, 2020. с. 184–189.
6. Кирова, А. А., Спиридонова М. А. Конституционные и экономические основы миграции (на примере Самарской области) // Вестник молодых ученых самарского государственного экономического университета. 2020. № 2. с. 34–37.
7. Миграционный учет в г. Самара // Российская газета. Режим доступа: URL: <http://www.rg.ru/2014/02/04/reg-pfo/migranti-anons.html>
8. Рынок труда и занятость населения // Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Самарской области. Режим доступа: URL: <https://samarastat.gks.ru/employment>
9. Самарская область в цифрах // Министерство экономического развития и инвестиций Самарской области. Режим доступа: URL: https://economy.samregion.ru/activity/ekonomika/values_so/#:~:text=%D1%87%D0%B5%D0%BB%D0%BE%D0%B

10. 2 %D0 %B5 %D0 %BA %20(%D0 %BD %D0 %B0 %20 24 %25 %20 %D0 %B1 %D0 %BE %D0 %BB %D1 %8C %D1 %88 %D0 %B5 %2C, %3A %20 %2D0 %2C4 %20 %D1 %82 %D1 %8B %D1 %81.

Роль человеческих ресурсов в организации глобальной конкурентоспособности транснациональных корпораций

Матяшова Диана Сергеевна, студент магистратуры

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

В данной статье охарактеризована роль и значимость человеческого капитала в достижение конкурентоспособности и преимуществ в работе ТНК.

Ключевые слова: ТНК, человеческий капитал, конкурентные преимущества, система отношений.

The role of human resources in organizing the global competitiveness of transnational corporations

Matjashova Diana Sergeevna, student master's degree programs

South-Russian Institute of Management (branch) of the Russian Academy of National Economy and Public Service under the President of the Russian Federation (Rostov-on-don)

This article describes the role and significance of human capital in achieving competitiveness and advantages in the work of TNCs.

Keywords: TNCs, human capital, competitive advantages, system of relations.

Международные компании могут успешно конкурировать друг с другом благодаря присутствию эффективного и подготовленного сотрудника, у которого имеется высокий объём квалификационных знаний и навыков. Транснациональные корпорации на сегодня выступают не только самыми крупнейшими, но и важнейшими работодателями во многих странах мира, поскольку они дают возможность установить ключевые параметры и оценить положение международного трудового рынка. В соответствии с данными, которые публикует ЮНКТАД, численность сотрудников в транснациональных корпорациях сельскохозяйственной отрасли за последние 25 лет увеличилось в три раза. Кроме того, нужно отметить, что количество сотрудников дочерних предприятий или филиалов транснациональных корпораций увеличилось в 2,5 раза.

Существует тенденция, которая свидетельствует об увеличении доли человеческого капитала в едином или совокупном капитале международных транснациональных корпораций. Например, в соответствии с оценкой Всемирного банка, ещё 25 лет назад доля составляла около 77 %, а сегодня она перевалила за 85 %, о чём говорят данные по состоянию на 2019 год.

В сфере управления и развития человеческих ресурсов за последние 20 лет происходили различные изменения. В будущем транснациональные корпорации будут функционировать в условиях определённого демографического

кризиса в развитых странах, поскольку там наблюдается старение населения. При этом, во многих транснациональных корпорациях сегодня работают сотрудники из развивающихся азиатских стран, поскольку количество населения там возрастает существенно ежегодно.

В последние десятилетия на трудовом рынке происходили различные негативные процессы, которые связаны с уменьшением количества сотрудников благодаря реструктуризации компаний и на основании кризиса, огромного прессинга и давления на работе, и были факты, которые свидетельствуют о переработке в различных организациях. Представленные тенденции отрицательно складываются на перспективных задачах основных транснациональных корпораций в сфере сельскохозяйственной отрасли, поскольку именно им нужно удерживать эффективную и мотивированную рабочую силу. Более половины транснациональных корпораций в сфере агропромышленного комплекса на территории Соединённых Штатов Америки основной проблемы выделяют дефицит квалифицированной рабочей силы. При этом, конечная стоимость обучения, подготовки и развития каждого сотрудника будет превышать размер как минимум двух месячных денежных окладов. [1]

Постепенно происходит переориентация современных процессов в бизнесе на каждого сотрудника, систему знаний и интеллектуальный капитал. Всё это связано в большей степени с качественными изменениями

в процессе управления, и благодаря динамике человеческих отношений. Основываясь на позиции Роберта Кантера нужно отметить, что уровень поощрения, с помощью которого руководители смогут обеспечивать поддержкой своих подчинённых, и давать им возможность использовать свой творческий потенциал в организации, постепенно увеличивается. Всё это способствует расширению конкурентоспособности организаций в долгосрочном периоде.

Важнейшей характерной чертой современных транснациональных корпораций является высокая степень адаптации. Она может быть обеспечена с помощью отбора самых лучших и качественных сотрудников, которых можно в перспективе обучать новым знаниям, предоставлять переподготовку, и перенаправлять в другие подразделения компании. Большинство транснациональных корпораций стараются набирать наиболее подготовленных кандидатов, которые смогут заниматься разработкой и селекцией новых сельскохозяйственных культур, так как обращаются за такими работниками в специализированные научные центры и институты.

Именно обучение организационного характера является базовым источником, который способствует регулярному совершенствованию и обновлению различных видов деятельности в структуре транснациональных корпораций, поскольку эти компании являются сертифицированными. Большинство сельскохозяйственных компаний на мировой арене стараются реализовать концепцию обучающегося предприятия, поскольку это позволяет постоянно улучшать уровень квалификации всех сотрудников, и развивать практические навыки деятельности.

Одним из ключевых конкурентных преимуществ современных транснациональных корпораций является увеличение знаний сотрудников. Мероприятия по подготовке, переподготовке и повышению квалификации будут напрямую связаны с созданием ключевых конкурентных преимуществ на международной арене. Инвестиции, которые вкладываются в каждого сотрудника, позволяют обеспечивать высокий уровень конкурентоспособности хозяйствующего субъекта на мировой арене, поскольку в сфере продовольственной деятельности выделение наиболее качественных и полезных продуктов питания для человека становится сегодня важнейшей и ключевой задачей. Большинство мероприятий по обучению и профессиональной подготовке сотрудников осуществляется в специализированных корпоративных университетах. В условиях распространения коронавирусной инфекции многие направления подготовки были переведены на дистанционный формат с помощью удалённого взаимодействия. [2]

Большинству транснациональных корпораций сегодня требуется обеспечивать гибкое межкультурное обучение своих работников в глобальных масштабах, так

как многие сотрудники таких компании работают в различных странах мира, где располагаются их структурные подразделения и филиалы. Особенную роль для построения любых конкурентных преимуществ транснациональных корпораций в сфере сельского хозяйства играет возможность присутствия эффективных и талантливых профессионалов, поскольку их деятельность будет построена только на стратегических и тактических знаниях. Эти сотрудники в основном работают в отделах, которые занимаются научно-исследовательским и опытно-конструкторским разработками, позволяя выстраивать грамотные финансовый анализ и обеспечивая механизм стратегического планирования.

Огромное количество различных человеческих ресурсов многими компаниями будет признаваться как ключевой фактор успеха на конкурентном рынке. Сотрудники большинства огромных транснациональных корпораций могут различаться между собой по национальной принадлежности, языку, религиозным позициям и верованиям, полу и возрасту. Но, руководителям кадровых служб в этом случае необходимо обеспечивать качественное сотрудничество и взаимодействие между этими участниками. Не всегда выбор руководителями в дочерних компаниях своих представителей позволяет обеспечивать качественную и конкурентоспособную деятельность. Связано это с тем, что в каждой стране присутствуют свои особенности менталитета, элементы развития культурного и нравственного характера.

Полагаем, что одним из ключевых факторов построения конкурентоспособных сотрудников в транснациональных корпорациях будет предоставление женскому полу равных возможностей вместе с мужчинами в организации профессиональных действий. Ежегодно увеличивается число транснациональных корпораций, которые находятся под управлением женщинами.

Иностранному филиалу транснациональной корпорации может подвергаться влиянию со стороны разнообразных факторов внутреннего и внешнего характера, и важно отыскать основные пути для поддержки законности на базе внутренней и внешней среды для деятельности любого филиала. Это положение дел в некоторой степени можно охарактеризовать как институциональную двойственность. [3]

Одним из базовых инструментов для поддержки конкурентоспособности транснациональных корпораций с помощью персонала выступают возможность их организации применять свои организационные инструменты в мировом масштабе. Следовательно, транснациональные корпорации желают применять свои уникальные практики организационного характера в области управленческой деятельности при решении кадровых вопросов. Но, возникает своеобразное противоречие между всеми потребностями в возможности обеспечивать глобальную интеграцию, и уменьшать давление со стороны локальных элементов.

Литература:

1. Райымбаев, Ч. К., Юсупов А. Ш., Шамшидинов У. Т. Возрастание роли инноваций в обеспечении конкурентоспособности крупных зарубежных компаний // Актуальные вопросы современной экономики. — 2019. — №. 1. — с. 194.
2. Курганский, В. И., Бударина Н. А. Транснациональные корпорации: проблемы и перспективы развития на российском рынке // Научный электронный журнал Меридиан. — 2020. — №. 11. — с. 262.
3. Рубинская, Э. Д. Роль транснациональных компаний в международной миграции высококвалифицированных специалистов // Peoples» Friendship Institute of the Caucasus. — 2019. — с. 58.

Ресурсы современной мировой экономики: состояние и проблемы

Матяшова Диана Сергеевна, студент магистратуры

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

В представленной статье особое внимание уделяется анализу двух ключевых ресурсов в мировой экономике: природные ресурсы, человеческие ресурсы. Отдельно раскрывается значение понятия «природно-ресурсный потенциал» каждого региона в мире, поскольку от этого зависит уровень развития мировых экономических связей. Вместе с этим, без человеческого фактора невозможно организовать сегодня мировую экономическую систему, что ослабляет использование человеческих ресурсов как важнейшего инструмента достижения общенациональных и мировых задач.

Ключевые слова: ресурсы, экономические связи, рост экономики, человеческие ресурсы, природные ресурсы.

На современном этапе развития мирового экономического хозяйства существует высокий уровень потребления различных ресурсов, среди которых можно выделить: природные, человеческие. Кроме того, актуальным является существенное усложнение процедуры взаимоотношений между обществом и природой, а также идентификацией и увеличением сферы проявления многих антропогенных и специфических процессов. Они будут созданы благодаря техногенному влиянию на природные процессы. Благодаря постепенному увеличению взаимозависимости и связей между государствами в мировой экономической системе нужно организовывать группу мероприятий по решению глобальных проблем всего человечества. Среди них особенное место занимает проблема наличия различных видов ресурсов и присутствие их дефицита.

Между всеми государствами природно-ресурсные технологии распределены крайне неравномерно. Связано это с тем, что каждое государство и действующие на её территории органы власти имеют определённое количество ресурсной базы для поиска и разведывания новых сырьевых источников. Приблизительно 20 стран в мире сегодня имеют более 5% всех мировых запасов определённого минерального сырья. В частности, такие страны как Российская Федерация, в Соединённые Штаты Америки, Австралия, ЮАР и Канада имеют практически все минерально-сырьевые ресурсы. Но, важно констатировать, что в мире сегодня не имеется ни одного государства, которое сможет иметь все виды природных, человеческих и интеллектуальных ресурсов. [1]

Для того, чтобы изучать наличие ресурсов в мировой экономике, важно исследовать природно-ресурсный потенциал. Важнейшим условием качественного размещения любых производительных сил на конкретной территории будет наличие природных ресурсов. Потенциал в этом направлении можно определить благодаря анализу и интеграции различных форм и видов природных ресурсов, которые сегодня известны человечеству. Кроме этого, используются такие природные ресурсы, которые в обозримом и перспективном будущем можно будет применять с учётом набора технологических критериев и особенностей. С помощью природно-ресурсного потенциала можно охарактеризовать богатство конкретной территории или всего государства, поскольку эти элементы находятся в процессе хозяйственного оборота. Такая территория может быть доступна в связи с широким природно-ресурсным потенциалом для освоения на уровне установленных технологий, и позволит совершенствовать социально-экономические отношения.

Структура, уровень потенциала, и необходимость использования отдельных категорий ресурсов постепенно могут меняться в виду воздействия факторов внешней и внутренней среды. Соответственно, оценка в этом направлении с исторической точки зрения будет в некоторой степени относительной. В процессе осуществления освоения крупнейших источников природных ресурсов могут быть созданы огромные центры промышленного развития, создаются уникальные хозяйственные процессы или экономические районы. Тем самым природно-ресурсный потенциал конкретного региона может

в целом оказать положительное воздействие на осуществление специализации в рыночной экономике, и установить место этого процесса в разделении труда на конкретной территории.

У всех природных ресурсов присутствуют свои ключевые признаки, которые можно разделить на две крупные категории. Тем самым, существует природная классификация с учётом происхождения природного ресурса, а также экономическая классификация, затрагивающая процесс использования этого механизма. В рамках природной классификации указана прямая принадлежность различных природных ресурсов к элементам окружающей среды. В составе этой классификации имеются следующие виды ресурсов: минеральные, представленные в виде полезных ископаемых; климатические ресурсы; почвенные и земельные ресурсы; растительные ресурсы; животные ресурсы; водные.

В дополнение к признаку происхождения необходимо выделить такую характерную черту как исчерпаемость и возобновляемость любых ресурсов. Это необходимо с точки зрения охраны природы и окружающей среды, и возможности обеспечивать качественное восстановление, а также наращивание запасов природных ресурсов.

Трудовые ресурсы в мировой экономике играют важнейшую роль, поскольку без использования человека в производственной деятельности невозможно добиться эффективного результата и обеспечить добычу и применение всех природных средств. В составе трудовых ре-

сурсов можно выделить население в трудоспособном возрасте. Кроме этого, в составе трудовых ресурсов имеется занятая и незанятая в экономической системе население трудоспособного уровня. [2]

С точки зрения экономической категории трудовые ресурсы могут отражать экономические связи и отношения, которые будут созданы в обществе на конкретном этапе его постепенного развития благодаря созданию, распределению или перераспределению населения каждого государства в его экономической системе.

За последние десятилетия количество населения Земли существенно увеличилось, и рост числа жителей планеты будет способствовать экономическому росту, так как увеличивается спрос на товары и услуги, а также возрастает число желающих работать на различных производствах. Постепенно увеличивающееся население планеты может обеспечивать потребности в рабочей силе для создания необходимого количества новых товаров и услуг. Но, избыток населения, или его дефицит, могут замедлять экономический рост. Способствует этому не грамотная государственная политика со стороны органов власти, высокая социальная разобщённость, а также неравенство среди людей, что в итоге порождает высокий уровень коррупции и криминализации общества.

Статистика по среднему темпу роста населения земли за последние десятилетия приведена на рисунке 1 ниже, и доказывает тот факт, что объём трудовых ресурсов увеличивается стремительно:

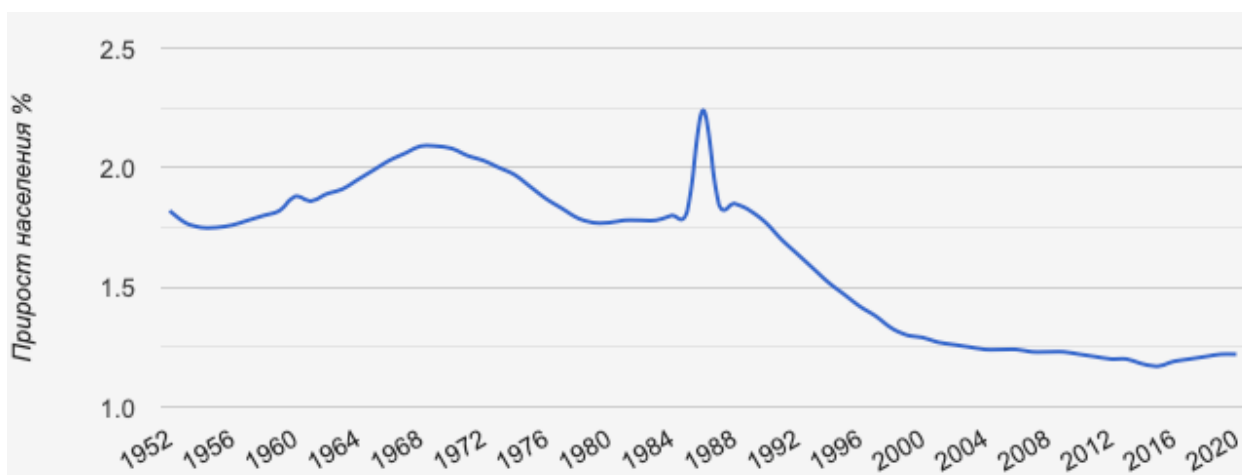


Рис. 1. Прирост населения земли с 1952 по 2020 годы в % [3]

Нужно заметить, что практически все развитые государства осуществили демографический переход от быстрого роста количества граждан к постепенному замедлению, и в некоторых ситуациях это приводит к общему сокращению. Несмотря на тот факт, что экономическое развитие будет важнейшим стимулятором для роста количества граждан, утрата высоких заработков или повышение затрачиваемых средств на образование приводит к полностью противоположному результату. Соответственно, в развитых государствах скорость и количе-

ство рождённых детей существенным образом снизилась. Рост населения замедлился или остаётся стабильным во многих европейских государствах.

В развивающихся странах наблюдается несколько иная картина, поскольку это связано с улучшением санитарного и медицинского обслуживания. По итогу возникает ситуация, когда разрыв между уровнем смертности и рождаемости возрастает.

Развивающиеся страны ранее пытались обеспечить экономический рост путём решения основных проблем

самостоятельно. Но, в основном такие действия обречены на полный провал, и решать подобные вопросы нужно только совместно, привлекая определённые ресурсы в единую систему международного разделения труда.

Если существует зафиксированный уровень технологического развития, и есть определённый объём земли и капитала, то незначительное количество населения не сможет обеспечить эффективное разделение трудового процесса. В этом случае полноценный эффект масштаба производства невозможно реализовать. Постепенно, благодаря увеличению числа жителей земли каждый новый сотрудник сможет добавлять к уже существующему объёму производства добавленную стоимость. Тем самым, предельный вклад дополнительными сотрудниками в состав национального дохода увеличивается.

Исходя из вышеизложенной информации нужно сделать вывод о том, что существующие природные и человеческие ресурсы в мировой экономике имеют свои

положительные стороны и недостатки. Среди основных положительных моментов природно-ресурсного потенциала можно выделить некоторый объём не ограниченных природных ресурсов, которые человек может добывать бесконтрольно. То же самое наблюдается и в рамках анализа человеческих ресурсов в системе мировой экономики, поскольку при благоприятных условиях существования экономических связей в разных странах люди могут увеличивать уровень рождаемости. Однако, некоторые важнейшие природные ресурсы в мировой экономике сегодня являются исчерпаемыми, и их постоянная добыча наносит огромный вред и урон национальным экономикам, а также всему мировому хозяйству. Вместе с этим, при наличии некачественного медицинского обслуживания и слабого социально-экономического развития государства, возникают проблемы при обеспечении качественной рождаемости населения.

Литература:

1. Крутаков, Л. В. Контуры нового миропорядка: изменение принципов и правил конкуренции за энергетические ресурсы //Власть. — 2019. — №. 3. — с. 28-33.
2. Егорова, И. В., Лаптева А. М. Л. Прогноз добычи минерального сырья и обеспеченность мировой экономики его ресурсами //Руды и металлы. — 2019. — №. 3. — с. 4-11.
3. Васенина, Я. А. Мировая экономика //Научный альманах. — 2020. — №. 4-1. — с. 16-18.

Влияние налогообложения прибыли на финансовые результаты предприятий

Молоканова Марина Сергеевна, студент магистратуры

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

В статье анализируется влияние налогообложения прибыли на конечные финансовые результаты деятельности организации (выручка, прибыль), определяется механизм влияния налога на прибыль на финансовый результат работы организации. Проанализированы показатели, формирующие различные виды прибыли в соответствии с формой № 2 «Отчёт о финансовых результатах». Представлено положительное и отрицательное влияние налога на прибыль на показатели деятельности организации

Ключевые слова: налоги, налогообложение, налогоплательщик, государство, налоговая нагрузка, влияние, прибыль, чистая прибыль, финансовые результаты

Основой теоретической базы экономического анализа финансовых результатов деятельности предприятия является принятая для всех предприятий, в зависимости от формы собственности, обобщенная модель хозяйственного механизма предприятия в условиях нынешних рыночных отношений, которая создана на формировании прибыли. Она показывает доступное всем предприятиям, действующим в условиях современного рынка, единство целей деятельности, показателей финансовых результатов деятельности, системы налогообложения, процессов формирования и распределения прибыли.

Устройство формирования и распределения прибыли устанавливаются нормативным, законодательным путём и зависит от уровня развития рыночных отношений в экономике страны и государственного регулирования деятельности организации [3, с. 148].

В настоящее время нормативно — правовыми актами установлен механизм определения прибыли в области налогообложения прибыли, формирования доходов и расходов [2, с. 37]. В соответствии с НК РФ и ПБУ 4/99 формирование прибыли производится в целях бухгалтерского и налогового учета. Налог на прибыль является налогом на финансовый результат организаций, сформированный

в бухгалтерском и налоговом учете по факту совершения операций за определенный налоговый период. Его расчет есть заканчивающий этап закрытия финансового года. Прибыль, как объект обложения налогом определяется после корректировки доходов, себестоимости и расходов.

Налогооблагаемая прибыль имеет стоимостную и количественную характеристику, что является возникновением обязанности по начислению и уплате налога.

В таблице 1 отражен механизм влияния налога на прибыль на финансовый результат работы организации.

Таблица 1. Механизм влияния налога на прибыль на финансовый результат работы организации [5, с. 99]

Выручка от реализации продукции, работ и услуг в действующих ценах без НДС и акцизов	
— себестоимость продукции, работ и услуг	
— коммерческие расходы	— управленческие расходы
Прибыль от реализации продукции, работ и услуг	
+ прибыль от прочей реализации	
+ внереализационные прибыли и убытки	
Балансовая (валовая) прибыль	
— сумма корректировок по доходам, исключаемым при расчете основного налога на прибыль	
Налогооблагаемая прибыль с учетом льгот	
+ — изменение отложенных налоговых активов	
+ — изменение отложенных налоговых обязательств	— текущий налог на прибыль
Чистая прибыль (убыток)	

При формировании годовой, а также промежуточной бухгалтерской отчетности организации наряду с балансом составляют форму № 2 «Отчёт о финансовых результатах», в ней образуется сумма чистой прибыли (убытка), которая приобретена предприятием за отчетный период, а также финансовый результат хозяйственной деятельности.

При заполнении формы «Отчёт о финансовых результатах» поэтапно образуются показатели финансовой деятельности организации. После этого показываются справочные данные, и даётся разъяснение отдельных статей прибыли и убытков. Рассмотрим содержательную часть показателей, формирующих разные виды прибыли согласно бухгалтерскому учету, более подробно (таблица 2).

Таблица 2. Показатели, формирующие различные виды прибыли в соответствии с формой № 2 «Отчёт о финансовых результатах» [6, с. 16]

Показатель	Состав
Выручка	Сумма денежных средств от реализации услуг, товаров, работ
Себестоимость продаж	Сумма расходов на закупку товаров и оказание услуг
Валовая прибыль (убыток)	Доходы от обычных видов деятельности
Коммерческие расходы	Затраты, связанные с реализацией продукции; в торговле — издержки обращения
Управленческие расходы	Затраты общехозяйственного обращения
Прибыль (убыток) от продаж	Финансовый результат от оказания услуг, продажи товаров, выполнения работ, т. е. осуществление предприятием операционной деятельности
Доходы от участия в других организациях	Поступления, связанные с участием в уставном капитале других организаций, включая доходы и проценты по ценным бумагам; прибыль, приобретенная организацией в результате совместной деятельности по договору простого товарищества
Проценты к получению	Проценты, полученные за предоставление в пользование денежных средств (депозит); процент за использование банком денежных средств на расчетном счете
Проценты к уплате	Сумма денежных средств, которые предприятия должны оплатить по полученным кредитам и займам, по купленным акциям, облигациям и т. п.
Прочие доходы	Доходы от сдачи имущества в аренду; признанные и присужденные должником штрафы, прибыль прошлых лет, другие доходы от операций, неустойки, пени и другие виды санкций за нарушение условий хозяйственных договоров, а также доходы от возмещения причиненных убытков; положительные курсовые разницы по валютным счетам, а также курсовые разницы по операциям в иностранной валюте и др.

Прочие расходы	Затраты на содержание законсервированных мощностей и объектов; присужденные или признанные пени и штрафы, убытки от списания дебиторской задолженности, по которой истек срок исковой давности, и других долгов, нереальных для взыскания; судебные издержки и арбитражные расходы; убытки по операциям с тарой и др.
Прибыль (убыток) до налогообложения	Финансовый результат общей деятельности предприятия
Текущий налог на прибыль	Налог на прибыль, единый налог на вмененный доход, единый налог при упрощенной системе
Изменение отложенных налоговых активов	Отложенные налоговые обязательства признаются при наличии временных разниц и приводят к росту налога на прибыль. По мере снижения или полного погашения временных разниц будут снижаться или полностью погашаться
Изменение отложенных налоговых обязательств	Отложенные налоговые активы — это часть отложенного налога на прибыль, приводящая к снижению налога на прибыль
Чистая прибыль (убыток)	Конечный финансовый результат деятельности предприятия

Оставшаяся после уплаты налогов чистая прибыль поступает в распоряжение организации и распределяется в фонды накопления (расширения производства) и распределения (социальная сфера).

Налог относится на финансовый результат деятельности организации и подразделяется как условно-пе-

ременный. Его особенность влияния выражается в том, что с увеличением объема производства, налоговые платежи растут. Он существенно влияет на все показатели деятельности организации в текущем и в будущем периодах. Это влияние можно оценить с положительной и отрицательной стороны (рисунок 1).



Рис. 1. Последствия влияния налогов на социальные и финансовые результаты деятельности организации

Отрицательное влияние обнаруживается в прямом снижении доходов и финансовых возможностей компании, в результате реализации фискальной функции налогов.

К положительному влиянию относится: стимулирование организаций к поиску способов роста эффективности употребления ресурсов, труда, производства и управления в организации. Рентабельно работающие организации образуют чистую прибыль, достаточную для развития производства. У них основываются соб-

ственные источники финансирования для развития и оснащения производства при оптимальном налогообложении прибыли либо, они могут развиваться. Поэтому налог влияет на экономические и социальные процессы в настоящем и будущем периоде [4, с. 98].

С целью повышения эффективности деятельности организации необходимо систематически проводить анализ влияния налоговых платежей на финансовые результаты работы предприятия.

Таким образом, налог на прибыль оказывает различное влияние на показатели деятельности организации. Хозяйствующим субъектам необходимо стремиться усилить положительное влияние налогов и ослабить их отрицательное влияние.

Итак, прибыль — обобщающий показатель, положительный либо отрицательный результат которого показывает эффективность производства, благополучие финансового состояния.

Налог на прибыль проявляет разное влияние на показатели деятельности организации, которой следует стремиться к усилению положительного влияния налога и ослаблению отрицательного влияния. Большой налог на прибыль организации, тем больше величина недополученной чистой прибыли. От величины чистой прибыли, остающейся в распоряжении организации после его оплаты, зависят ее финансовая устойчивость, финансовые возможности и рентабельность.

Литература:

1. Демчук, О. В., Арефьева С. Г. Прибыль и рентабельность предприятия: сущность, показатели и пути повышения // Проблемы экономики и менеджмента. — 2019. — № 8 (48). — с. 6-9.
2. Иванова, А. С. Методика проведения анализа финансовых результатов деятельности организации на основании данных отчета о финансовых результатах // Современные тенденции в экономике и управлении: новый взгляд. — 2018. — № 37-2. — с. 37-43.
3. Ковалев, В. В. Финансовый анализ. — Москва: Финансы и статистика, 2016. 432 с.
4. Коллас, Б. Управление финансовой деятельностью предприятия. — Москва: НИТИ, 2017. — 467 с.
5. Калинина, А. П. Анализ затрат, прибыли и рентабельности коммерческих организаций. — СПб. Бизнес-пресса, 2016. — 464 с.
6. Феттер, А. А. Управление финансовым результатом от основной деятельности предприятия // Новый университет. Серия: Экономика и право. 2019. — № 10 (44). — с. 16-18.
7. Экономика предприятия: Учебник для вузов./Под ред. Ф. К. Беа, Э. Дихтла, М. Швайцера. — Москва: Инфра-М, 2016. — 465 с

Методы и подходы, применяемые в производстве зерна в Пермском крае

Накарякова Анна Андреевна, студент

Научный руководитель: Марченко Алексей Викторович, кандидат экономических наук, доцент
Пермский государственный аграрно-технологический университет имени академика Д. Н. Прянишникова

Производство зерна является одним из важнейших направлений в сельском хозяйстве. Зерновая промышленность составляет значительную часть валовой продукции сельского хозяйства, а уровень производственных затрат и рентабельность продукции влияют на экономику региона в целом. Основной задачей этого направления является обеспечение населения качественной зерновой продукцией. В статье рассматриваются методы и подходы к производству зерна.

Ключевые слова: сельское хозяйство, инновационные технологии, зерно, урожайность, удобрение.

Производство зерновых культур играет важную роль в экономике региона. В Пермском крае зерновое производство не является основной отраслью. Причиной этому — недостаточно благоприятные климатические условия. На сегодняшний день главной проблемой производства зерна в Пермском крае является нестабильная урожайность зерновых культур, которая меняется из года в год, неблагоприятные природно-климатические условия, которые не позволяют увеличивать производство зерновых культур. Одной из задач, стоящей перед специалистами хозяйств, является повышение урожайности зерновых культур за счет использования передового опыта и технологий. Для того чтобы получить высокую урожайность зерновых культур, в хо-

зяйствах внедряют новые технологии, методы и инновационные подходы, позволяющие аграриям повышать урожайность, снижать издержки и минимизировать ущерб для экологии.

Целью внедрения инновационных технологий является получение высокой урожайности, снижение себестоимости и повышение качества зерновых культур.

Основные задачи при этом остаются следующие:

— снижение расхода энергоресурсов и уменьшение зависимости урожая от природных факторов;

— экономия материальных и трудовых затрат.

В настоящее время разрабатываются и внедряются новые инновационные технологии, позволяющие аграриям значительно повышать урожайность зерновых

культур и при этом снижать издержки. Перечислить их все просто невозможно, но можно отметить те, которые уже активно внедряются и пользуются наибольшим спросом у аграриев.

Многие сельхозпредприятия Пермского края внедряют в своей деятельности электронные карты полей. Используя их, можно с высокой точностью отметить площадь каждого поля. В отличие от бумажной карты электронный паспорт поля более наглядно показывает все его характеристики, что упрощает работу на данной территории. Имея электронную карту, легче рассчитать точное количество необходимых семян, удобрений, топлива для техники, лучше спланировать порядок обработки поля.

Любое сельхозхозяйство имеет данные о характеристиках почвы на каждом поле, чаще всего данные очень сильно обобщены и нередко являются устаревшими. Создав точную почвенную карту, содержащую множество параметров и характеристик грунта, предприятие получает возможность максимально рационально использовать данный участок. Благодаря почвенной карте, специалисты могут определить, какие лучше вносить удобрения, и в каком количестве, какие подходящие культуры нужно сеять.

Всё чаще сельхозпредприятия края стали использовать навигационные системы для сельхозтехники. В отличие от автомобильных навигаторов, эти приборы помогают трактористу или комбайнеру более точно обрабатывать поле, легко ориентироваться на поле ночью, в условиях сильного тумана или запылённости.

В Пермском крае за последние годы наблюдается незначительный рост урожайности, возможно, связано это с тем, что стали выращивать новые сорта зерновых культур, которые адаптированы к почвенным условиям края.

В крае выращивают как яровые, так и озимые зерновые культуры. Наибольшую долю в зерновом потоке занимают яровые культуры, ими засаживают — 85% всех посевных площадей, а на долю озимых приходится — 15%.

Почвы в Пермском крае нельзя отнести к плодородным землям. В большей части территории края преобладают песчаные почвы и достичь хорошего урожая не всегда удаётся. Одной из мер повышения урожайности и ее стабильности является внесение минеральных удобрений. По данным Министерства сельского хозяйства Пермского края, количество применяемых удобрений под посевы очень незначительны и составляют 14-21 кг/га (минеральные) и 1,5-2,0 т/га (органические). Используя минеральные удобрения, можно добиться высоких урожаев. Значительно повысить урожайность зерновых культур позволит применение жидких минеральных удобрений. Жидкая форма питания растений позволяет наиболее точно рассчитать, а значит и наиболее эффективно использовать питательные вещества для растений.

При комплексном подходе к созданию эффективного жидкого удобрения, создается продолжительный эффект его потребления растениями и имеет ряд неоспоримых преимуществ [2].

Урожайность и, соответственно, валовой сбор во многом зависят от качества семян. Посев семян, соответствующих стандарту и качеству, позволит сократить расходы и повысить урожайность на 20-25%.

Пермский край способен обеспечить потребности населения в продовольственном зерне, но не хватает качественного зерна пшеницы, ржи. Для того что бы решить проблему зерна в крае нужно увеличивать посевные площади под зерновые культуры, улучшать плодородие почв, выращивать интенсивные сорта зерновых культур и достаточном применении минеральных и органических удобрений.

Литература:

1. Марченко, А. В. Анализ и повышение эффективности производства зерна пшеницы в Пермском крае // Московский экономический журнал. 2019. № 9.
2. Никульников, И. В. Эффективность производства зерна и пути повышения его качества // Современные технологии менеджмента и маркетинга: сб. науч. статей. — Пенза, 2019.
3. Хамидуллова, М. Т. Эффективность производства зерновых культур в Российской Федерации // Вектор экономики. 2018. № 11. с. 136-139.
4. Зерно-онлайн. Информагентство. [Электронный ресурс] URL: <https://www.zol.ru/n/2da25> Дата обращения 30.11.2020.

Таджикистан в глобальной экономике

Нуриддинов Рафикджон Хабибуллоевич, магистрант;
Шосаворбеков Шодон Шосаворбекович, магистрант
Таджикский национальный университет (г. Душанбе, Таджикистан)

В статье была сделана попытка проанализировать экономическую ситуацию в Республике Таджикистан в 2010–2018 гг. В данной статье дается краткий обзор следующих макроэкономических показателей страны: ВВП и темпы роста, рабочая сила, внешняя торговля, иностранные инвестиции, трудовая миграция, и т. д. Республика Таджикистан — небольшая аграрно-индустриальная страна Центральной Азии, не имеющая выхода к морю. С первых дней государственной независимости Республика Таджикистан осуществила ряд важных мер путем реформирования национальной экономической системы путем перехода от системы централизованного государственного планирования к рыночной экономике. В связи с этим для осуществления реформ были приняты законы и другие нормативные правовые акты, определяющие и регулирующие экономические отношения.

Ключевые слова: Республика Таджикистан, экономические отношения, международная торговля, экономический кризис, экономическое развитие.

В течение первых десяти лет после завершения гражданской войны в 1997 году экономика Таджикистана интенсивно развивалась. Благоприятное внешнее окружение, наряду с быстро растущими ценами на основные статьи экспорта страны — хлопок и алюминий, способствовали устойчивому экономическому росту, который в период с 2000 по 2008 годы составлял приблизительно 8% в год. Быстрый рост экономики торговых партнеров стимулировал спрос на рабочую силу из Таджикистана, что привело к увеличению объемов денежных переводов трудовых мигрантов и последующему росту внутреннего потребления.

Темпы развития экономики, в период восстановления после последствий мирового финансового кризиса, носили весьма позитивный характер. Существенное улучшение макроэкономической ситуации прослеживается в 2012 и 2014 годах ввиду увеличения денежных потоков трудовых мигрантов, рост ВВП и ВВП на душу населения. В 2018 году экономический рост составил 7,4%. Данный показатель в 2010 году составил 6,5%. Экономический рост страны в основном обусловлен устойчивым развитием различных секторов национальной экономики, в том числе промышленности на 13,6%, сельского хозяйства на 7,1%, общего объема внутренней торговли на 9,0%, пассажирских перевозок на 10,9% и платных услуг на 2,9%.

Валовой внутренний продукт (ВВП) в 2018 году достиг 7,523 млрд. долл. США, что на 1,881 млрд. долл. США больше, чем в 2010 году. За 2010–2018 гг. произошло много изменений в отраслевой структуре ВВП. В 2018 году промышленность составляла 21,2% ВВП страны, но в 2010 году этот показатель составлял всего 14,7%. Правительство страны объявило индустриализацию страны главной целью экономического развития, и, следовательно, число промышленных предприятий в стране увеличивается, а доля этого сектора в ВВП увеличивается с каждым годом. Только после финансового кризиса доля промышленности в ВВП снизилась с 2010 по 2014 год, но с 2015 года ее доля увеличивалась. Сель-

ское хозяйство является основным сектором экономики страны, так как 60% трудоспособного населения работают в этом секторе. Поэтому доля сельского хозяйства в ВВП также значительна.

В 2019 году в структуре ВВП доля сельского хозяйства составила 19,8% промышленности, включая энергетику 17,4%, строительства 8,8%, услуг торговли, ремонта автомобилей, бытовых товаров, гостиниц и ресторанов 15,1%, транспорта и связи 10,4%, государственного управления и социального страхования 5,9%, услуг образования 5,7%, здравоохранения и социальных услуг 3,0%, других видов услуг 2,3% и косвенных налогов 10,4%.

В 2019 году уровень инфляции составил 8,0%, что обусловлено подорожанием продовольственных товаров на 10,9%, непродовольственных товаров — на 4,2%.

По данным Всемирного банка, население Республики Таджикистан в 2018 году составило 9100837 человек. Таджикистан — молодая страна с большой долей молодежи. Население страны в 2018 году по сравнению с 2010 годом увеличилось на 1573443 человек или на 17,2%. Наряду с естественным приростом населения, количество трудоспособного населения также увеличивается из года в год. Если в 2010 году число трудоспособных людей составляло 4,530 миллиона, то в 2018 году эта цифра достигла 5,427 миллиона. По состоянию на 2018 год уровень бедности в Таджикистане составляет 27,4 процента, что означает, что 27,4 процента населения живет за национальной чертой бедности. Кроме того, по данным Азиатского банка развития, 3,7 процента людей живут менее чем на 1,90 доллара в день.

Правительство Республики Таджикистан в качестве высшей стратегической цели до 2030 года определило: включение страны в группу стран со средним уровнем дохода; полное искоренение крайней нищеты, сокращение уровня бедности более чем в два раза и увеличения соотношения популяции среднего класса с 22% до 50%.

Республика Таджикистан имеет относительно открытую экономику и низкие тарифы. Таджикистан пред-

принял шаги по улучшению своей глобальной и региональной интеграции путем вступления в ВТО в 2013 году и участия в соглашениях о свободной торговле с СНГ. Таджикистан установил торговые отношения со многими странами ближнего и дальнего зарубежья. Основными торговыми партнерами являются соседние страны и страны СНГ. Если в 2010 году количество торговых партнеров Таджикистана составляло 100 стран, то в 2018 году Таджикистан имеет внешнеторговые отношения со 110 странами, включая 10 стран СНГ и 100 зарубежных стран. Хотя внешнеторговый оборот Таджикистана растет, импорт по-прежнему перевешивает экспорт, и торговый баланс остается отрицательным, как и в предыдущие годы. На долю импорта приходится 74,5% внешнеторгового оборота страны. Основная причина — экспорт сырья, которое дешево на мировом рынке и цена постоянно меняется. В то же время импортирует готовую продукцию, которая имеет высокие цены. Следующая таблица показывает внешнеторговую деятельность Таджикистана за 2010-2018 гг. Отношение внешнеторгового оборота к ВВП страны в 2018 г. составило 57%, в том числе экспортная квота — 15%, импортная квота — 42%, а среднее значение отношения внешнеторгового оборота к ВВП за период 2010-2018 гг. составило 60%. Импортная квота превышает экспортную в 2,8 раза, что, несомненно, свидетельствует о сильной зависимости страны от импортных поставок. Из приведенных данных можно сказать, что национальная экономика Таджикистана является открытой. По статистическим данным, средний уровень применяемых таможенных тарифов составляет 8,1%, что свидетельствует о высокой степени открытости отечественной экономики.

В 2018 году, внешнеторговый оборот Республики Таджикистан, составил 4222,9 млн. долларов США, что на 9% или на 372 млн. долларов больше чем в 2010 году. Если посмотреть на показатели за 2018 год, то доля стран СНГ во внешнеторговом обороте составляет 55,6% или 2346,8 млн. долл. США. Доля зарубежных стран составляет 44,4 процента или 1876,1 млн. долл. США. Дефицит торгового баланса со странами СНГ составил -1286,2 млн. долл. США а с зарубежными странами -790,0 млн. долл. США.

Согласно статистике, количество трудовых мигрантов в 2018 году сократилось на 30% по сравнению с 2010 годом,

но некоторые эксперты считают, что этот показатель выше, чем показывают статистические данные. В среднем 87% таджикских трудовых мигрантов — мужчины, и только 13% — женщины. В 2018 году граждане Таджикистана мигрировали в Россию (518,1 тысячи человек), Казахстан (9,7 тысячи человек) и другие страны.

Денежные переводы мигрантов являются основной движущей силой экономического роста, важным источником дохода и оказывают значительное влияние на сокращение бедности. В настоящее время денежные переводы составляют около 30% ВВП страны. Согласно имеющимся данным (диаграмма 3), денежные переводы с 2012 по 2014 год показывают хорошие результаты, но в последние годы снижаются. По итогам 2018 года объем денежных переводов сократился на 1,5 миллиарда долларов США по сравнению с 2013 годом. Сокращение денежных переводов в последние годы было связано с более низкими доходами трудящихся-мигрантов, что, в свою очередь, было связано с уменьшением числа мигрантов (в основном депортированных, которым запрещен въезд в Россию).

В течение 2007-2019 гг. иностранные инвестиции поступали в основном из КНР — 2,863 млрд. долл. США, России — 1,631 млрд. долл. США, США — 695,1 млн. долл. США, Великобритании — 680,2 млн. долл. США, Казахстана — 569,1 млн. долл. США и других стран. Прямые иностранные инвестиции охватывали в основном такие сектора как: горнорудной промышленности — 1191,9 млн. долл. США, промышленность — 749,7 млн. долл. США, энергетика — 596,8 млн. долл. США, финансовые услуги — 420,0 млн. долл. США, связь — 407,8 млн. долл. США, строительство — 358,8 млн. долл. США, транспорт — 119,8 млн. долл. США, сельское хозяйство — 101,4 млн. долл. США, образования — 46,3 млн. долл. США, торговля — 36,1 млн. долл. США, пищевая промышленность — 34,2 млн. долл. США, туризм — 28,2 млн. долл. США, здравоохранения — 5 млн. долл. США и другие отрасли.

В нынешних условиях наиболее привлекательными секторами для инвесторов в Таджикистане являются энергетика, горнодобывающая промышленность, химическая промышленность, строительство и производство строительных материалов, легкая и пищевая промышленность, сельское хозяйство, транспорт, связь и туризм.

Литература:

1. Агентство по статистике при Президенте Республики Таджикистан. Метаданные. Аналитические таблицы. База данных. <https://www.stat.tj/ru/>
2. Агентство по статистике при Президенте Республики Таджикистан. Статистические сборники. <https://www.stat.tj/ru/electronic-versions-of-publications>
3. Всемирная Торговая Организация. Tajikistan and the WTO https://www.wto.org/english/thewto_e/countries_e/tajikistan_e.htm
4. Всемирный банк. Доклад об экономике Таджикистана 2019 <https://www.vsemirnyjbank.org/ru/country/tajikistan/publication/economic-update-fall-2019>
5. Всемирный банк. Обзор по Таджикистану <https://www.vsemirnyjbank.org/ru/country/tajikistan/overview>

6. Всемирный банк. Прогноз макроэкономической ситуации в Таджикистане <https://www.vsemirnyjbank.org/ru/news/infographic/2020/04/27/tajikistan-macro-poverty-outlook-spring-2020>
7. Всемирный банк. Таджикистан экономический меморандум по стране <http://documents.vsemirnyjbank.org/curated/ru/532631560958676500/Tajikistan-Country-Economic-Memorandum-Nurturing-Tajikistan-s-Growth-Potential>
8. Государственный комитет по инвестициям и управлению государственным имуществом Республики Таджикистан. Статистика иностранных инвестиций <https://investcom.tj/ru/invest/investicionnaja-dejatelnost/107-statistika-inostrannyh-investicij.html>

Детерминированный метод факторного анализа

Однобокова Дарья Сергеевна, студент магистратуры
Курский государственный университет

В статье изучен метод факторного анализа экономики детерминирование, а также рассмотрены способы детерминированного анализа. Рассмотрены модели детерминированного факторного анализа.

Ключевые слова: факторный анализ, метод детерминирования, моделирование детерминированных факторов, аддитивное моделирование, мультипликативные модели, краткие модели, смешанные модели.

Deterministic method of factor analysis

The article examines the method of factor analysis of the deterministic economy, as well as the methods of deterministic analysis. Models of deterministic factor analysis are considered.

Keywords: factor analysis, determinism method, deterministic factor modeling, additive modeling, multiplicative models, short models, mixed models.

В компании все процессы, процедуры и явления в деятельности взаимосвязаны и взаимозаменяемы. В результате этого большое значение имеет объединение балансовых и факторных задач. Условия хозяйствования и причины, влияющие на процессы, понимают, как факторные.

Факторный анализ, является методикой комплексного, систематического исследования и измерения влияния факторов на результат деятельности. Это постепенный переход от начального до конечного значения результатов факторной системы, раскрытие количественных измерений факторов, которые оказывают влияние на изменение результатов показателя.

Рассмотрим наиболее распространенный метод факторного анализа — детерминирование. Этот метод исследования связан с воздействием на объект факторов, которые взаимодействуют с результатом воздействия функционально. Он проводится в несколько этапов:

- сначала происходит построение обоснованной модели детерминированного факторного анализа;
- потом идет выбор приема проведения анализа;
- осуществление расчета;
- последним этапом идет формулировка вывода и на основании полученных результатов расчета, произ-

водят вывод о состоянии и дается рекомендация дальнейших действий.

При построении моделей надо помнить, что все переменные в детерминированном факторном анализе жестко закреплены и каждому фактору соответствует изменение зависимой переменной.

Для расчета детерминированного метода факторного анализа пользуются следующими методами:

- 1) цепных постановок;
- 2) абсолютных разниц;
- 3) относительных разниц;
- 4) индексный;
- 5) пропорционального деления;
- 6) долевого участия;
- 7) интегральный;
- 8) логарифмический.

Первые три способа детерминированного факторного анализа экономики основаны на методе исключения влияния всех факторов на величину результативного показателя, то есть все факторы изменяются независимо друг от друга, например, когда изменяется один фактор, то другие остаются без изменения, следующим изменяются два при неизменности остальных.

Способ цепных постановок состоит в определении промежуточных значений, которые объединяют показатели путем последовательной замены базисных на отчетные значения факторов.

Сокращенным вариантом способа цепных реакций является способ абсолютных разниц. Этим способ пользуются при в мультипликативных и смешанных моделях. Изменение происходит способом разниц каждого фактора и определяется как произведение отклонения изучаемого фактора отчетное или базисное значение другого фактора в зависимости и выбранной постановки.

Способ относительных разниц используется, когда исходные данные содержат ранее определенные относительные отклонения факторных показателей, выраженных в процентах. Данный способ применяется в мультипликативных и смешанных показателях.

При расчете влияния факторов на результат показателя используют индексный способ. Достоинством этого способа является что при расчете под знаком суммы можно суммировать элементы, которые нельзя суммировать непосредственно.

Способ долевого участия заключается в определении долей фактора в общей сумме их прироста и унижается на общий прирост совокупного показателя. Данный метод используется в аддитивных моделях и для оценки влияния факторов второго и третьего порядков.

Моделирование детерминированных факторов состоит из следующих видов моделей:

аддитивное моделирование, проводится в том случае, когда результирующий показатель представляет собой алгебраическую сумму нескольких факторных показателей.

$$y = \sum_{i=1}^n xi = x1 + x2 + \dots + xn$$

Литература:

1. Блюмин, С. Л., Суханов В. Ф., Чеботарёв С. В. Экономический факторный анализ: Монография. — Липецк: ЛЭГИ, 2004. — 148 с.
2. Пракофьев, В. А., Носов В. В., Саломатина Т. В. Предпосылки и условия развития детеминированного факторного анализа/В. А. Пракофьев, В. В. Носов, Т. В. Саломатина // ЭТАП: экономическая теория, анализ, практика. — 2014. — № 4 — с. 1-14
3. Нефедов, С. А. История России. Факторный анализ/С. А. Нефедов. — М.: Книга по Требованию, 2012. — 374 с.
4. Такахаси Син. Занимательная статистика. Факторный анализ/Син Такахаси. — М.: ДМК Пресс, 2015. — 146 с.

мультипликативные модели, применяются в случае если результирующий показатель представляется как произведение нескольких факторов.

$$y = \prod_{i=1}^n xi = x1 * x2 * \dots * xn$$

краткие модели. Данный этап применяется в случае, когда результирующий показатель получается делением одного фактора анализа на величину другого.

$$y = \frac{x1x1}{x2x2}$$

смешанные модели — это комбинация всех выше перечисленных выше этапов, но не все комбинации, а только выражающие причину и следствие связей.

$$y = \frac{a}{b+c};$$

$$y = \frac{a+b}{c};$$

$$y = (a+b) * c.$$

Одним из примеров детерминированного метода факторного анализа — эта анализ влияния величин прибыли и стоимости оборотных средств на уровне рентабельности. Различные задачи детерминированного анализа — это своего рода распространенная группа задач при анализе хозяйственной деятельности.

При детерминированном моделировании факторного анализа происходит взаимосвязь факторов и результирующего показателя, если при расчете этого важного этапа будет допущена ошибка, то все дальнейшие расчеты не дадут верных результатов.

Жизненный цикл проекта

Пилецкая Антонина Валерьевна, студент магистратуры
Самарский государственный технический университет

Способность успешно управлять проектами во многом зависит от правильного понимания фаз и действий, составляющих жизненный цикл проекта. Поскольку любой вид проекта является «временным усилием, предпринимаемым для создания уникального продукта или услуги», он планируется, управляется и реализуется в рамках определенного жизненного цикла или в процессе реализации проекта. Жизненный цикл характеризует ограничение по времени и определяет, как скоро будут получены результаты проекта (продукт/услуга).

Ключевые слова: проект, жизненный цикл, цель проекта, планирование.

Есть 5 основных этапов, таких как: концептуализация, организация, развитие, реализация, оценка.

В некоторых книгах дается другая классификация, но ключевой момент остается прежним: любой проект, который может быть реализован в рамках подхода к планированию, основанному на деятельности, проходит через 5 этапов на протяжении всего своего жизненного цикла. На самом деле это означает, что если мы можем спланировать наш проект как серию действий и задач, которые будут выполняться в определенной желаемой последовательности в течение заданного периода времени, то этот проект будет иметь общую пятиэтапную модель. Обратите внимание, что подход к планированию служит ключом к определению того, какую модель использовать в конкретном проекте. Наряду с планированием на основе действий, которое определяет 5-фазную модель жизненного цикла, существует также планирование на основе этапов, которое исследует более глубокие и всеобъемлющие модели.

— Планирование на основе действий используется, когда проекты можно спланировать до запуска (цели и методы четко определены в самом начале). Такой подход лучше всего подходит для инженерных и строительных проектов.

— Планирование на основе этапов используется в проектах, в которых этапы (специальные флажки выполнения, показывающие выполнение проекта и статус результатов) представляют собой завершение жизненного цикла. Он лучше всего подходит для разработки продуктов и программных проектов.

Фаза 1. Концептуализация. Цель: определить проект и подготовить его к согласованию.

- Определите и объясните потребность проекта
- Укажите проблему, которую должен решить проект
- Определите проектное решение
- Перечислите преимущества, которые будут получены при успешном завершении проекта
- Разработать концепцию проекта
- Выполните технико-экономический анализ, чтобы доказать, что проект технически осуществим и экономически жизнеспособен.

— Определите, как проект соотносится с другими зависимыми/дочерними проектами, работающими параллельно

- Установить приоритет проекта
- Объяснять бизнес-предысторию и стратегическое содержание

- Определите этические соображения
- Определить варианты (альтернативы) предлагаемого решения

Фаза 2. Организация. Цель: определить и утвердить организационную структуру проекта.

- Назначьте менеджера проекта
- Собрать и собрать команду проекта
- Проведите анализ заинтересованных сторон, чтобы определить людей, затронутых проектом или заинтересованных в нем, проанализировать их потребности и принять решение об уровне участия (как заинтересованным сторонам разрешено влиять на принятие решений по проекту) [1].

- Определите широкий диапазон, включая:
- Ограничения и предположения
- Границы (включения и исключения)
- Определите структуру управления, включая: роли и обязанности, функции, делегации
- Разработайте организационный документ проекта и отправьте его на рассмотрение и утверждение высшему руководству.

Фаза 3. Развитие. Цель: разработать план реализации и обеспечить увеличение объема ресурсов.

- Определите объем, разбив работу по проекту на более мелкие элементы действий, такие как задачи и мероприятия.
- Разработайте график проекта на основе оценок продолжительности работ
- Составьте план управления рисками на основе оценки рисков
- Определите типы и количество ресурсов
- Разработайте план управления качеством
- Подготовьте план проекта, основанный на данных вспомогательного плана.

Этап 4. Реализация. Цель: воплотить утвержденный план проекта в жизнь и достичь поставленных целей. [2,3]

- Начать выполнение плана проекта
- Отслеживайте и контролируйте изменения, внесенные в ключевые параметры, такие как: объем, график, стоимость (бюджет), проблемы/риски, план передачи

- Управляйте ожиданиями заинтересованных сторон и коммуникациями
- Отчеты о производительности с помощью отчетов о состоянии и встреч
- Управление запросами на отклонение
- Подтвердите, что запланированные результаты получены

- Фаза 5. Оценка. Цель: интегрировать полученный результат в операционную среду
- Выполнить административное закрытие проекта и его мероприятий
 - Архивная проектная документация
 - Уволить персонал.

Литература:

1. Мазур, И. И., Шапиро В. Д. Управление проектами. М.: Издательство «Омега-Л», 2010. 960 с.
2. Вылегжанина, А. О. Информационно-технологическое и программное обеспечение управления проектом. М.-Берлин: Директ-Медиа, 2015. 429 с.
3. Боронина, Л. Н., Сенук З. В. Основы управления проектами. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2015. 112 с.

Современные факторы повышения конкурентных преимуществ организаций АПК

Пинягин Артем Алексеевич, студент

Пермский государственный аграрно-технологический университет имени академика Д. Н. Прянишникова

Одной из основных целей развития АПК является конкурентный потенциал, характерный для данной отрасли. В статье представлен анализ тенденций развития конкурентоспособности организаций АПК и сформулирован вывод по итогам проведенного анализа.

Ключевые слова: сельское хозяйство, общая экономика, добавленная стоимость, конкурентоспособность, агробизнес, агропромышленный комплекс.

Управление конкурентоспособностью на предприятиях АПК следует понимать как непрерывный, систематический и целенаправленный процесс, влияющий на факторы и условия, обеспечивающие создание качественной и конкурентоспособной продукции на всех уровнях развития агропромышленного предприятия. Управление конкуренцией рассматривается как корректирующий процесс формирования производства и потребления продукта с целью вывода на рынок конкурирующих продуктов и уменьшения влияния субъективных факторов.

Помимо финансовых и трудовых факторов, основными факторами, повышающими конкурентоспособность организаций АПК в современной экономике, являются организационные и технологические факторы. К этим факторам относятся:

1. Организационные факторы, повышающие конкурентоспособность организаций АПК в экономике [5]:
 - сбор, анализ и обработка информации о потенциальных агропромышленных конкурентах, их производстве и методах продаж;
 - эффективность и эффективность управления;
 - быстрое решение эффективно организовывать текущие задачи.
2. Технические факторы, повышающие конкурентоспособность сельскохозяйственных организаций в современной экономике:

- техническое оснащение сельскохозяйственных организаций;
- эффективная и разумная работа производственного процесса;
- регулярное обновление оборудования и технологий;
- использование новых технологий для производства сельскохозяйственной продукции, что позволит:
 - а) снизить основные производственные затраты;
 - б) создать производства товаров более высокого качества;
 - в) повысить прибыль сельскохозяйственных организаций.

При управлении корпоративной конкурентоспособностью обычно непосредственными объектами управления являются процессы, от которых зависят качество продукции, корпоративный персонал, финансовые ресурсы и производственные мощности. Разработка конкретного управляющего решения зависит от соответствия фактического состояния процесса характеристикам, заданным программой управления на предприятиях АПК.

Агробизнес так же относится к отраслям, которые занимаются сельским хозяйством или производят сельскохозяйственные ресурсы. Примеры агробизнеса включают производство сельскохозяйственной техники, поставки семян и агрохимикаты. В общем, термин «агробизнес» обычно относится к крупным сельскохозяйственным компаниям в сравнении с небольшими независимыми фермами. Од-

нако агропромышленные компании могут быть большими или маленькими, корпоративными или независимыми.

Агробизнес — это сокращенный способ описания компаний и организаций, связанных с выращиванием и переработкой пищевых продуктов и другой сельскохозяйственной продукции. Агробизнес также используется для описания организаций, которые занимаются маркетингом и распространением сельскохозяйственных продуктов, таких как склады, оптовые торговцы, переработчики, розничные торговцы и т.д. Любая компания, которая участвует в производстве, маркетинге, безопасности, распределении или воздействии на окружающую среду пищевых продуктов, участвует в агробизнесе. Использование термина «агробизнес» критиками создало ауру негатива вокруг этой концепции, ассоциируя ее с крупными корпорациями и компаниями, производящими экологически сомнительную неорганическую продукцию, при этом гарантируя, что небольшие, потенциально устойчивые фермы не смогут получать прибыль. Но эта отрасль охватывает малый и средний бизнес, а также глобальные конгломераты.

В настоящее время агропродовольственные системы претерпевают быструю трансформацию, обусловленную урбанизацией, глобализацией, диверсификацией рациона, концентрацией и расширением продовольственных рынков и торговли, среди других основных тенденций. Чтобы справиться с этими изменениями, требуется более широкая системная перспектива, в которой упор делается на координацию агропродовольственной цепочки добавленной стоимости, создание стоимости и институциональную среду, в которой функционируют цепочки добавленной стоимости, а это невозможно сделать без развития агробизнеса. Сектор агробизнеса, который включает в себя коммерческую деятельность от фермы до стола, является основным источником занятости и доходов во всем мире и способствует обеспечению продовольственной безопасности и питания. Он охватывает всю производственно-сбытовую цепочку, включая поставку сельскохозяйственных ресурсов, производство и переработку сельскохозяйственной продукции и их распределение конечным потребителям. Актуальность агробизнеса подчеркивается тем, что данные предприятия:

— часто являются основным источником занятости вне сельского хозяйства в сельских районах бедных стран;

— оказывают положительное влияние на сокращение бедности и расширение прав и возможностей женщин в странах, где производятся дорогостоящие экспортные агропродовольственные товары;

— создают возможности для трудоустройства вне фермы в агропромышленных компаниях, расположенных в сельской местности, повышая доход сельских домохозяйств за счет наемной занятости и побочных эффектов, которые могут повысить продуктивность сельского хозяйства на фермах за счет большей ликвидности для закупки ресурсов и расширения возможностей для внедрения технологий;

— также помогают наладить необходимую связь между сельским хозяйством и производственным сектором, что, в свою очередь, может катализировать развитие более широких отраслей обрабатывающей промышленности, обеспечивая материальные ресурсы для пищевой промышленности, текстиля и биотоплива [1].

Основные решаемые вопросы конкуренции организаций АПК включают [4]:

— ответственное сельскохозяйственное производство по контрактам для обеспечения инклюзивного доступа к рынкам, обеспечивающего наращивание потенциала, техническую и юридическую поддержку полевых проектов, защиту и распространение знаний;

— разработка устойчивых производственно-сбытовых цепочек в качестве целостного подхода к структурной трансформации, интеграция многомерных концепций добавленной стоимости и устойчивости и их применение при измерении, анализе и улучшении показателей продовольственной системы

— организация государственно-частных партнерств между государственным и частным производителями, которые представляют собой инновационные партнерства, объединяющие производителей, агробизнес, правительство и представителей гражданского общества. Они все чаще продвигаются как механизм для объединения столь необходимого финансирования при одновременном снижении некоторых рисков ведения бизнеса в сельскохозяйственном секторе;

— поощрение территориального подхода как средства привлечения трансформирующих инвестиций в агробизнес и координировать межсекторальные цели. Особое внимание уделяется агропромышленным паркам и агрокластерам, экономическим коридорам и особым экономическим зонам. Поощрение развития малых и средних организаций, предпринимательства, стартапов в агробизнесе и инноваций с помощью инклюзивных бизнес-моделей и инкубаторов агробизнеса. Программы институциональных закупок, с помощью которых правительства назначают публичные тендеры не только для удовлетворения потребностей государства в закупках, но и для одновременного решения социальных, экологических или экономических проблем [2].

Приведенные выше определения указывают на конкурентные преимущества в сфере экономики сельского хозяйства. Общая тема нехватки ресурсов и выбора использования проходит почти во всех этих определениях. Таким образом, экономика сельского хозяйства не отличается от общей экономики, т.к. все инструменты анализа, используемые в общей экономике, применяются также и в экономике сельского хозяйства. У нас есть те же отрасли экономики сельского хозяйства, то есть экономики производства, потребления, распределения, маркетинга, финансирования и планирования и разработки политики, что и в случае общей экономики. Также обычно проводится исследование на микро- и макроуровне для сельскохозяйственного сектора. Статический и динамический анализ также актуален для аграрного сектора экономики.

Чтобы быть более конкретным, эти определения указывают на то, что экономика сельского хозяйства изучает, как фермер выбирает различные предприятия, например, выращивание сельскохозяйственных культур или разведение крупного рогатого скота, и как он выбирает различные виды деятельности на одном предприятии. Например, какой урожай вырастить, а какой не эффективен; как минимизировать затраты; какая комбинация входов для деятельности должна быть выбрана. Экономика сельского хозяйства изучает не только поведение фермера на уровне фермы. Это своего рода микроанализ. Проблемы сельского хозяйства также имеют макроскопический аспект. Нестабильность сельского хозяйства и безработица в сельском хозяйстве — это проблемы, которые необходимо решать, в основном на макроуровне. Кроме того, существуют общие проблемы роста сельского хозяйства и проблемы, связанные с системами землевладения и схемами землевладения, исследованиями и услугами по распространению знаний, которые опять-таки имеют преимущественно макроэкономический характер. Такие

проблемы, их происхождение, их влияние и способы их решения являются предметом сельскохозяйственной экономики [3].

Конечно, не все так оптимистично и радужно для развития сельского хозяйства, но есть факторы, сдерживающие развитие сельского хозяйства:

- качество управления на низком уровне;
- система корпоративного управления, правовая структура, система внутреннего контроля, сводный отчет — еще не проработаны в агропромышленном комплексе.

Таким образом, при формировании тактики и стратегии развития АПК России центральное место должно отводиться государственному регулированию отрасли, в том числе и конкурентных преимуществ. В мировой практике существует много путей решения данной проблемы: от еще большего усиления роли государства в регулировании и поддержке агропромышленного комплекса до полного ухода государства со сферы деятельности АПК. При этом большинство стран, в том числе и Россия, формирует социальный тип рыночной экономики.

Литература:

1. Стадник, А. Т., Шелковников С. А., Лубкова Э. М. Развитие конкуренции на товарных рынках, связанных с АПК в регионах СФО// Экономика сельского хозяйства России. — 2020. — № 6. — с. 86-90.
2. Тогузаев, Т. Х., Кудяев З. Р. Разработка механизма управления предприятиями АПК в условиях растущей конкуренции// Национальные приоритеты и безопасность. Сборник научных трудов по материалам международной научно-практической конференции. — 2020. — с. 123-128.
3. Иванова, Л. А. Маркетинговые исследования: практика проведения анализа конкурентоспособности организации// Л. А. Иванова // Современное общество и власть. — 2018. — № 7. — с. 67-69
4. Казакова, Н. А. Современный стратегический анализ: учебник и практикум для магистратуры/Н. А. Казакова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2019. — 386 с.
5. Каткова, Т. В. Конкурентоспособность, как фактор взаимодействия предприятия с внешней средой/Т. В. Каткова // Актуальные вопросы управления, экономики и права. Современное образование и его роль в жизни общества: материалы международной научно-практической конференции. — Новосибирск. — 2018 — с. 55-59.

Оценка рисков с помощью анализа финансовых показателей на примере ПАО «Новатэк»

Плотникова Наталия Андреевна, студент магистратуры
Байкальский государственный университет (г. Иркутск)

В статье дана характеристика основным финансовым показателям и приведён пример оценки рисков на основе их анализа на примере ПАО «Новатэк».

Ключевые слова: риски, оценка рисков, коэффициенты платежеспособности, коэффициенты деловой активности, коэффициенты рентабельности.

Риск представляет собой возможность положительного (шанс) и отрицательного (ущерб, убыток) отклонения в процессе деятельности от ожидаемых значений [1]. А под оценкой риска понимают процесс определения вероятности возникновения события, связанного с риском [3].

Начальным этапом для оценки рисков является анализ финансовых показателей компании, которые позволяют определить способность погасить свои обязательства. Эти финансовые показатели могут состоять из следующих коэффициентов:

1. Коэффициенты платежеспособности
 - коэффициенты ликвидности
 - коэффициенты финансовой устойчивости
2. Коэффициенты деловой активности
3. Коэффициенты рентабельности.

Далее опишем эти показатели, укажем их формулы и рассчитаем по данным компании ПАО «Новатэк», чтобы оценить риски.

Коэффициенты платежеспособности дают количественную характеристику предприятия. С помощью этих коэффициентов оценивают финансовый риск, вероятность банкротства. К коэффициентам платежеспособности относятся коэффициенты ликвидности, которые характеризуют способность погашения обязательств в краткосрочном периоде и коэффициенты финансовой устойчивости, которые характеризуют способность погашения обязательств в долгосрочном периоде.

Таблица 1. Показатели ликвидности ПАО «Новатэк» за 2018-2019 гг.*

Показатели	2018	2019	Изменение, %
Текущая ликвидность	3,04	4,24	1,2
Быстрая ликвидность	2,82	4,12	1,3
Абсолютная ликвидность	0,89	1,42	0,53

*Составлено автором по данным: [4]

По таблице 1 видно, что все показатели ликвидности выросли и это означает, что у компании есть возможность погасить свои обязательства в краткосрочном периоде. Также следует отметить, что значения показателя быстрой ликвидности превышают 1 и это может означать, что после погашения текущих долгов у компании еще останется быстроликвидное имущество.

К коэффициенты финансовой устойчивости относятся:

— коэффициент автономии характеризует способность компании к самофинансированию при невозможности получения кредитов и займов, с другой стороны характеризует величину активов сформированных за счет собственных источников финансирования, то есть способность компании к воспроизводству после погашения всех обязательств [2];

$$K_{авт.} = \frac{\text{Собственный капитал}}{\text{Активы}} \quad (4)$$

Таблица 2. Коэффициенты финансовой устойчивости ПАО «Новатэк» за 2018-2019 гг.*

Коэффициенты	2018	2019	Изменение, %
Автономии	0,76	0,80	0,04
Финансовой зависимости	0,31	0,25	-0,06
Обеспеченность СОС	-0,01	0,16	0,17
Маневренность СК	-0,02	0,20	0,22

*Составлено автором по данным: [4]

Коэффициенты ликвидности же делятся на:

— коэффициент текущей ликвидности характеризует вероятность того, что в течение одного производственного коммерческого цикла компания окажется не в состоянии погасить свои текущие обязательства [2];

$$K_{т.л} = \frac{\text{оборотные активы}}{\text{краткосрочные обязательства}} \quad (1)$$

— коэффициент быстрой ликвидности характеризует вероятность того, что за счет денежных поступлений от дебиторов компании не сможет погасить свои текущие обязательства [2];

$$K_{б.л} = \frac{ДС+КФВ+КДЗ}{КО} \quad (2)$$

— коэффициент абсолютной ликвидности характеризует способность компании мгновенно реагировать на поступающие требования об оплате [2].

$$K_{а.л} = \frac{ДС+КФВ}{КО} \quad (3)$$

— коэффициент финансовой зависимости является прямой характеристикой финансового риска, характеризует агрессивность политики привлечения капитала компании [2];

$$K_{фз} = \frac{\text{Заемный капитал}}{\text{Собственный капитал}} \quad (5)$$

— коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами характеризует способность компании продолжать деятельность после погашения всех обязательств [2];

$$K_{обеспеч. СОС} = \frac{СОС}{\text{Активы}} \quad (6)$$

— коэффициент маневренности собственного капитала характеризует долю собственного капитала направленного на финансирование вложений в оборотные активы, чем выше значение данного показателя, тем выше степень риска потери собственного капитала [2].

$$K_{маневренности СК} = \frac{СОС}{СК} \quad (7)$$

По таблице 2 можно заметить, что в 2018 году отрицательные значения имели коэффициент маневренности СК и коэффициент обеспеченности СОС, но в 2019 году улучшили эти показатели путем увеличения своих активов на 157844619 тыс. руб., которые превысили краткосрочные и долгосрочные обязательства.

Для оценки внешних условий деятельности и рыночных факторов риска, расчет показателей платежеспособности дополняется анализом показателей деловой активности. Показатели деловой активности представляют собой скорость оборачиваемости активов и пассивов:

— оборачиваемость оборотных средств характеризует скорость оборота (эффективность использования) оборотных активов [2];

$$K_{оос} = \frac{\text{Выручка}}{\text{Средняя величина оборотных средств}} \quad (8)$$

— оборачиваемость запасов показывает, сколько раз в среднем продаются запасы предприятия за некоторый период времени [2];

$$K_{оз} = \frac{\text{Себестоимость}}{\text{Средняя величина запасов}} \quad (9)$$

— оборачиваемость дебиторской задолженности показывает сколько раз в среднем в течение года дебиторская задолженность превращалась в денежные средства [2];

$$K_{одз} = \frac{\text{Выручка}}{\text{Средняя величина дебиторской задолженности}} \quad (10)$$

— оборачиваемость кредиторской задолженности показывает сколько требуется оборотов для оплаты выставленных счетов [2];

$$K_{окз} = \frac{\text{Себестоимость}}{\text{Средняя величина кредиторской задолженности}} \quad (11)$$

— оборачиваемость активов показывает сколько денежных единиц реализованной продукции принесла каждая денежная единица активов [2];

$$K_{оа} = \frac{\text{Выручка}}{\text{Средняя величина активов}} \quad (12)$$

— оборачиваемость собственного капитала показывает сколько товаров и услуг было продано на каждый рубль привлеченных от собственников средств [2].

$$K_{оск} = \frac{\text{Выручка}}{\text{Средняя величина собственного капитала}} \quad (13)$$

Таблица 3. Показатели деловой активности ПАО «Новатэк» за 2018-2019 гг.*

Показатели	2018	2019	Изменение, %
ООС	3,46	2,15	— 1, 31
ОЗ	32,33	28,76	—3,57
ОДЗ	5,66	3,38	—2,28
ОКЗ	6,28	5,01	—1,27
ОА	0,81	0,64	—0,17
ОСК	1,07	0,82	—0,25

*Составлено автором по данным: [4]

Согласно таблице 3 все показатели деловой активности показывают отрицательную динамику. Это связано с уменьшением выручки и себестоимости с одновременным ростом запасов, кредиторской и дебиторской задолженности, активов, оборотных средств. Всё это говорит о снижении продаж.

Рентабельность представляет собой такое использование средств, при котором организация не только покрывает свои затраты доходами, но и получает прибыль.

Коэффициенты рентабельности делятся на:

— рентабельность активов показывает финансовую отдачу от использования активов предприятия [2];

$$\text{Рентабельность активов} = \frac{\text{чистая прибыль}}{\text{активы}} * 100 \% \quad (14)$$

— рентабельность собственного капитала показывает величину прибыли, которую получит предприятие на единицу стоимости собственного капитала [2];

$$\text{Рентабельность СК} = \frac{\text{чистая прибыль}}{\text{собственный капитал}} * 100 \% \quad (15)$$

— рентабельность продаж дает представление о том, какова доля прибыли в выручке предприятия [2];

$$\text{Рентабельность продаж} = \frac{\text{прибыль до налогообложения}}{\text{выручка от реализации}} * 100 \% \quad (16)$$

— рентабельность заемного капитала показывает сколько прибыли приходится на заемный капитал [2].

$$\text{Рентабельность ЗК} = \frac{\text{чистая прибыль}}{\text{заемный капитал}} * 100 \% \quad (17)$$

Таблица 4. Показатели рентабельности ПАО «Новатэк» за 2018-2019 гг.*

Показатели	2018	2019	Изменение, %
Рентабельность активов	21,13	26,36	5,23
Рентабельность СК	27,66	33,01	5,35
Рентабельность продаж	33,35	47,49	14,14
Рентабельность ЗК	89,53	130,90	41,37

*Составлено автором по данным: [4]

Рентабельность показывает хорошую динамику в сторону роста это означает, что доходы компании покрывают её расходы.

Проведя анализ показателей, можно сделать вывод, что компания является зависимой от рыночной конъюнктуры. Об этом говорит снижение продаж, а вместе

с тем выручка (-5,73%) и прибыль (-18,2%) от продаж. Падение продаж может быть обусловлено такими факторами как снижение цен на углеводороды и снижение спроса на рынке. Поэтому компании следует уделить особое внимание на снижение финансовых рисков по данным факторам.

Литература:

1. Панфилова, Э. А. Понятие риска: многообразие подходов и определений/Э. А. Панфилова // Теория и практика общественного развития. — 2010. — № 4. — с. 30-33.
2. Анализ финансово-хозяйственной деятельности ОАО «Авиакомпания «ЮТэйр» [Электронный ресурс]: https://studbooks.net/1956446/ekonomika/analiz_oborachivaemosti_aktivov_passivov_balansa
3. Касьяненко, Т. Г. Анализ и оценка рисков в бизнесе: учебник и практикум/Т. Г. Касьяненко, Г. А. Маховикова. — Изд. 2-е: Издательство «Юрайт», 2019. — 34 с.
4. Годовая бухгалтерская отчетность ПАО «Новатэк» [Электронный ресурс]: сайт ООО «Интерфакс-ЦРКИ» — Режим доступа: <https://e-disclosure.ru/portal/files.aspx?id=225&type=3>

Совершенствование государственного управления сферой основного общего образования в РФ на региональном уровне (на примере Самарской области)

Полесовщикова Анастасия Павловна, студент магистратуры
Самарский национальный исследовательский университет имени академика С. П. Королёва

В статье исследованы пути совершенствования государственного управления сферой основного общего образования в Самарской области. С помощью анализа был выявлен ряд проблем, способствующих негативному влиянию на работу образовательных учреждений. Пути решения данных проблем.

Ключевые слова: основное общее образование, общеобразовательное учреждение, улучшение качества образования, образование.

Improving public administration in the sphere of basic general education in the Russian Federation at the regional level (on the example of the Samara region)

Polesovschikova Anastasia Pavlovna, student master's degree programs
Samara National Research University named after academician S. P. Korolev

The article examines ways to improve public administration of basic General education in the Samara region. The analysis revealed a number of problems that contribute to the negative impact on the work of educational institutions. Ways to solve these problems.

Keywords: basic General education, General education institution, improving the quality of education, education.

Основное общее образование (5-9 классы) — это вторая ступень общего образования в России, необходимая для получения среднего (полного) образования и начального профессионального образования.

В современном мире существует тесная связь между результатами образования и развитием экономики, а значит, и уровнем жизни населения страны. Образование — важнейший структурный элемент цифрового общества и крупнейшее преимущество любого государства. Благодаря ему изменяются способы формирования, передачи

и фиксации знания, процесс личностного саморазвития. Знания сегодня имеют общедоступный характер, и их получение не зависит от финансов, связано это с развитием транснациональных и транскультурных отношений.

Образование решает главную государственную задачу, такую, как воспроизводство человеческого капитала, следовательно, в интересах государства сделать его доступным, конкурентоспособным и качественным.

Образование является основным фактором, определяющим состояние рынка труда и уровень социально-э

кономического развития. Связанно это с тем, что образование — основная область, благодаря которой человек реализует свое развитие.

В таблице 1 отражены основные функции современного образования.

Таблица 1. Основные функции современного образования

Название функции	Содержание
Социальная	Становление личности, выработка культурных и моральных ценностей, развитие и воспитание личности, подготовка человека к успешной деятельности в социуме, формирование ресурсного, интеллектуального и нравственного потенциала общества.
Культурная	Передача культурных ценностей с помощью ранее накопленных знаний, формирование потребности в прекрасном.
Экономическая	Создание структуры в обществе, направленной на эффективное использование научно-технических новшеств.
Сберегающая	Сохранение и передача культурного достояния общества из поколения в поколение.
Мировоззренческая	Помогает сформировать ученику собственные взгляды на жизнь.

22 октября 2014 года был принят закон «Об образовании в Самарской области», направленный на повышение уровня обучения в области. В данный момент на территории Самарской области реализовываются различные проекты, такие как: «Современная школа», «Цифровая образовательная среда», «Молодые профессионалы» и т.д., их задача заинтересовать учеников в обучении и сформировать базу для самостоятельной трудовой жизни.

В ходе ряда проверок общеобразовательных учреждений Самарской области, были выявлены такие проблемы, как: отсутствие участия родителей в образовательной деятельности, недостаточное финансирование для предоставления инновационных технологий в учреждениях, нежелание квалифицированных кадров работать в общеобразовательных учреждениях в связи с низкой заработной платой.

На основе данных проблем, представлен список рекомендаций, направленных на решение проблем.

Для повышения результатов обучения следует:

1. Повысить внимание учителей к самосовершенствованию, сделать более доступной систему повышения квалификации. Преподаватели должны узнавать как можно больше о современных методах обучения для того, чтобы сильнее заинтересовывать учеников в получении знаний.

2. Привлечение общеобразовательных учреждений для участия в различных проектах, оснащенных современными технологиями. Такие мероприятия замотивируют учеников 5-9 классов в получении новых знаний и сдачи государственных экзаменов на более высоком уровне.

3. Создание информационных форумов, которые помогут учителям и родителям вести диалог, дающий понять уровень подготовки ученика.

4. Создание материальной поддержки для преподавателей. Это стимулирует учителей на непрерывный профессиональный труд, получение новых знаний и развитие внутри своей специальности.

5. Внедрение как можно больше новых, современных оборудования: компьютеров, интерактивных досок

и электронных читальных залов. Так ученикам будет более доступно и понятно обучение, современные технологии заинтересуют детей.

6. Введение новой оценки квалификации учителей на основе европейских стандартов проекта «Worldskills». Это поможет учителям узнать новые, современные стандарты обучения в мире.

7. Обучение должно быть построено на диалоге между учеником и педагогом для того, чтобы ребенок не просто учился ради галочки, а получал новые знания. Учителя и ученики должны стараться для того, чтобы найти общий язык.

8. Изменение самой роли педагога: от демонстрации знаний и способов деятельности перейти к формированию индивидуального пути интеллектуального и личностного развития каждого ребенка и педагогической поддержки продвижения учащихся.

9. Внесение разнообразия учителями в учебный процесс, что создаст интерес детей к предмету. Например: организация групповых проектов, проведение уроков в игровой форме и использование практики в обучении, с помощью обучения экспериментальным путем.

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод, что основой для улучшения основного общего образования регионального уровня, является модернизация самой существующей модели управления этой системы. Общая тенденция развития должна быть направлена на управление процессом развития образовательных учреждений. Формирование четкого распределения компетенции и полномочий для создания системы управления образования на основном общем уровне.

Необходимо неуклонно расширять участие общества в выработке, принятии и реализации политико-правовых и управленческих решений в образовании. Это должно обеспечиваться как соответствующей нормативно-правовой базой, так и реальными механизмами действенного общественного участия в развитии образования (расширение функций и полномочий попечительских советов, общественных советов, ассоциаций и др.).

Из чего следует, что основой для предоставления образовательных услуг и развития образовательной сферы является распределение между исполнительными и пред-

ставительными органами нашего государства и органами местного самоуправления, а также сам процесс управления сферой в образовании.

Литература:

1. Доклад рабочей группы президиума Государственного совета Российской Федерации по вопросам реформы образования «Образовательная политика России на современном этапе». — Президент России [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/events/president/transcripts/21905> (дата обращения: 11.12.2020).
2. Закон Самарской области от 22 декабря 2014 года № 133-ГД «Об образовании в Самарской области» [Электронный ресурс]. — <http://docs.cntd.ru/document/464015750> (дата обращения 10.12.2020)
3. Стратегия развития системы образования г. о. Самара до 2020 года [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://gordumasamara.ru/news/proekt-strategiya-razvitiya-sistemy-obrazovaniya-gorodskogo-okruga-samara-do-2020-goda/?doing_wp_cron=1607718142.2192080020904541015625 (дата обращения 11.12.2020)
4. Адыкаева, Е. Н. Модификация высшего образования как фактор новой экономики // Е. Н. Адыкаева. — Национальная инновационная система России проблемы становления и развития: сб. науч. тр. — 2006. — с. 288-296.
5. Дудник, С. И. Образовательная политика в современной России: проблемы и перспективы [Электронный ресурс] // С. И. Дудник. — Образование и гражданское общество. 2002. № 1. с. 20. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemny-i-perspektivy-razvitiya-obrazovaniya-v-sovremennoy-rossii> (дата обращения 11.12.2020)

Ресурсы сетевого взаимодействия в управлении развитием учреждения в МАУ ДО Детско-юношеский центр «Вероника» города Тюмени

Пустуева Дарья Владимировна, заместитель директора
МАУ ДО Детско-юношеский центр «Вероника» г. Тюмени (г. Тюмень)

Особенностью системы дополнительного образования детей является ее интеграционный и межведомственный характер: дополнительные общеразвивающие программы реализуются в учреждениях дополнительного образования, общеобразовательных организациях, дошкольных организациях, охватывают различные сферы и направления деятельности — образование, культуру и искусство, физическую культуру и спорт, науку и технику.

Нами было проведено исследование по проблеме неэффективного использования ресурсов сетевого взаимодействия в управлении развитием учреждения.

Объектом исследования является процесс управления учреждением дополнительного образования.

Предмет исследования — влияние ресурсов сетевого взаимодействия в управлении учреждением дополнительного образования.

Цель исследования — реализовать комплекс мероприятий, направленных на повышение эффективности влияния сетевого взаимодействия в управлении МАУ ДО ДЮОЦ «Вероника» города Тюмени

Исследование проводилось на базе муниципального автономного учреждения дополнительного образования детско-юношеский центр «Вероника» города Тюмени (МАУ ДО ДЮОЦ «Вероника» города Тюмени).

Для разработки программы по формированию ресурсов сетевого взаимодействия в управлении развитием учреждения необходимо определить существующую модель сетевого взаимодействия.

Изучив типологию моделей сетевого взаимодействия (концентрированная ресурсная модель, координационная концентрированная модель, *распределенная модель*, модель цепи, модель распределенной сети) и проанализировав принципы взаимодействия ДЮОЦ «Вероника» с другими учреждениями и организациями в процессе формирования единой образовательной среды можно сделать вывод, что в учреждении сложилась модель распределенной сети (Рисунок 1).

Схема организации сетевого взаимодействия реализуется через заключение договоров о совместной деятельности между участниками сетевого взаимодействия, осуществление образовательного процесса, проведение различных мероприятий с обучающимися, через создание учебных планов.

Основной формой сетевого взаимодействия в МАУ ДО ДЮОЦ «Вероника» города Тюмени является взаимодействие с общеобразовательными учреждениями на основе договоров безвозмездного пользования имуществом, что позволяет реализовывать дополнительные общеобразовательные программы на базе школ.



Рис. 1. Модель сетевого взаимодействия МАУ ДО ДЮЦ «Вероника» города Тюмени

Основой сетевого взаимодействия учреждений дополнительного образования является совместная организация и участие в методических семинарах и мастер-классах в рамках межмуниципального методического объединения; участия в конкурсах, выставка, соревнованиях, проводимых данными учреждениями.

Важную роль в сетевом взаимодействии ДЮЦ «Вероника» играет взаимодействие с общественными организациями в рамках осуществления плана воспитательной работы.

В рамках сетевого взаимодействия происходит сотрудничество с организациями различных ведомств с целью организации досуговой деятельности и воспитательной работы: АУ СОН ТО и ДПО «Региональный социально-реабилитационный центр для несовершеннолетних «Семья» (творческие мастер-классы по декоративно-прикладному творчеству, мероприятия, посвященные Дню защиты детей); ГБУЗ ТО «Госпиталь для ветеранов войн» (концерт, посвященный празднованию 75-летия Победы в Великой Отечественной войне, неделя Добра для пожилых людей, акция «Подарки ветеранам!», акция «От добрых слов к поступкам добрым»); профилактические мероприятия совместно с ГБУЗ ТО «Областная клиническая больница № 2», центром гигиены и эпидемиологии в Тюменской области; управление ГИБДД по Тюменской области и УМВД России по Тюменской области и городу Тюмени (мероприятия по профилактике детского дорожно-транспортного травматизма, профориентационные мероприятия в дежурной части УМВД России по Тюменской области).

Межведомственное взаимодействие с учреждениями культуры города Тюмени: совместно с информационным — библиотечным центром для молодежи реализованы концерт для жителей Калининского округа, посвященный празднованию Дня Великой Победы; краеведческо-ту-

ристический фестиваль «Мы сами себе выбираем маршруты», концертная программа «Минута славы».

Проанализировав существующую модель сетевого взаимодействия ДЮЦ «Вероника», выявлены формы реализации сетевого взаимодействия — реализация дополнительных общеобразовательных общеразвивающих программ на территории школ на основе договоров безвозмездного пользования имуществом и взаимодействие с организациями различных ведомств в рамках сетевого партнерства на бессистемной основе, без правового оформления.

Для повышения эффективности влияния ресурсов сетевого взаимодействия в управлении развитием МАУ ДО ДЮЦ «Вероника» города Тюмени предлагаем программу мероприятий «Формирование ресурсов сетевого взаимодействия в управлении развитием учреждения МАУ ДО ДЮЦ «Вероника» города Тюмени:

1. Организационные: создание органа управления сетью — управленческо-педагогическая команда, призванная регулировать отношения между образовательными организациями, осуществляющими взаимодействие в рамках реализации дополнительных общеразвивающих программ, создается в целях объединения усилий и ресурсов для повышения качества и доступности дополнительного образования. Правовое оформление органа управления закрепляется Положением, определяющим функционал органа управления. Разработка программы мониторинга эффективности сетевого взаимодействия образовательных организаций с целью выявления проблем и возможностей в каждой отдельной общеобразовательной организации.

2. Нормативно-правовые: внесение дополнений в должностную инструкцию педагогов дополнительного образования в связи с участием в реализации образовательных программ в сетевой форме; внесение изменений в существующие локальные акты (положение о правилах

приема обучающихся; положение о формах, периодичности и порядке текущего контроля успеваемости; положение о порядке и основаниях перевода, отчисления и восстановления обучающихся); создание положения «О порядке реализации программ в сетевой форме», заключение договоров о сетевой форме реализации образовательных программ с организациями-участниками и организациями, обладающими ресурсами. (предоставляет возможность реализации образовательной программы с использованием ресурсов нескольких организаций).

3. Материально-технические: создание реестра материально-технических ресурсов (помещения, спортивный и игровой инвентарь, методические средства, технические устройства) согласно договорам о сетевой форме реализации образовательных программ и договорам о сетевом взаимодействии с сетевыми партнерами.

4. Финансовые: создание уточненного годового плана развития платных образовательных и иных услуг с целью получения дополнительных финансовых средств для улучшения условий реализации образовательных программ в сетевой форме, сетевых проектов.

5. Кадровые: подбор педагогических сотрудников, отвечающих требованиям конкретного сетевого проекта, анализ профессиональных компетентностей.

6. Информационные: информационное продвижение новых образовательных услуг (образовательных программ в сетевой форме) с помощью информационных ресурсов участников сетевого взаимодействия — предоставление информации на официальных сайтах, взаимодействие со СМИ, выпуск печатной продукции, создание банка инновационной научной и педагогической информации в печатном и электронном вариантах, наличие скоростного доступа к сети Интернет.

7. Мотивационные: создание мер стимулирующего характера для педагогов — возможность участия в конкурсах профессионального мастерства, участие в конкурсе дополнительных общеобразовательных общеразвивающих программ, внесение пункта о реализации программ, мероприятий в рамках сетевого взаимодействия в лист анализа показателей эффективности деятельности педагога дополнительного образования.

8. Научно-методические: разработка, утверждение и реализация образовательных программ в сетевой форме; разработка и реализация сетевого проекта.

В рамках работы по исследованию ресурсов сетевого взаимодействия в управлении развитием учреждения МАУ ДО ДЮЦ «Вероника» города Тюмени нами был разработан план по внедрению мероприятий программы «Формирование ресурсов сетевого взаимодействия в управлении развитием учреждения МАУ ДО ДЮЦ «Вероника» города Тюмени».

Подготовительный этап (январь-август 2019 года). На данном этапе осуществлялась разработка программных мероприятий по формированию ресурсов сетевого взаимодействия в управлении развитием учреждения МАУ ДО ДЮЦ «Вероника» города Тюмени.

Основной этап (сентябрь 2019-сентябрь 2020 года). На основном этапе были реализованы приоритетные программные мероприятия.

Заключительный этап (октябрь-декабрь 2020 года). На последнем этапе прошла оценка результатов внедрения программных мероприятий.

На подготовительном этапе осуществляется создание координирующего органа — создание управленческо-педагогической команды с представителями МАУ ДО ДЮЦ «Вероника» города Тюмени, МАОУ Гимназия № 49, медиахолдингом «Радио Западной Сибири», Центром туризма и краеведения г. Тюмени (ГАУ ДО ТО «ДТиС «Пионер») для реализации образовательной программы по журналистике «Медиамир» и образовательной программы «Туризм» в сетевой форме. В состав управленческо-педагогической команды входят заместители директоров, методисты данных организаций, а также педагоги ДЮЦ «Вероника», реализующие данные образовательные программы. С целью функционирования данного органа управления были разработаны совместные планы мероприятий с использованием ресурсов организаций-участников сетевого взаимодействия.

Большое значение на этапе планирования сетевого взаимодействия уделяется созданию нормативно-правовых условий. После подбора педагогических кадров, реализующих образовательные программы в сетевой форме в их должностные инструкции были внесены изменения.

Актуализированы существующие локальные акты, внесены изменения в части реализации образовательных программ в сетевой форме в положение о правилах приема обучающихся; положение о формах, периодичности и порядке текущего контроля успеваемости; положение о порядке и основаниях перевода, отчисления и восстановления обучающихся; разработано и утверждено на заседании педагогического совета 31.08.2019 года положение «О порядке реализации программ в сетевой форме».

Заклучены договоры о сетевой форме реализации образовательных программ с организациями-участниками: договор о сетевой форме реализации дополнительной общеобразовательной общеразвивающей программы по журналистике «Медиамир» с МАОУ Гимназия № 49, медиахолдингом «Радио Западной Сибири»; договор о сетевой форме реализации дополнительной общеобразовательной общеразвивающей программы «Туризм» с МАОУ Гимназия № 49. Центром туризма и краеведения г. Тюмени (ГАУ ДО ТО «ДТиС «Пионер»).

Для повышения мотивации педагогических работников, реализующих образовательные программы в сетевой форме в лист анализа показателей эффективности деятельности педагога дополнительного образования был добавлен пункт «Участие в реализации образовательных программ в сетевой форме», «Участие в реализации сетевого проекта».

Еще одной формой сетевого взаимодействия является разработка и реализация сетевого проекта: городского конкурса детского рисунка «Физкультура — путь к творчеству».

На основном этапе исследования в период с сентября 2019 года по июль 2020 года были реализованы образовательные программы в сетевой форме. Дополнительная общеобразовательная программа по журналистике «Медиамир» была реализована совместно с МАОУ Гимназия № 49 города Тюмени и медиахолдингом «Радио Западной Сибири». Занятия для 45 обучающихся проводились с привлечением материально-технических ресурсов Гимназии № 49, а также с проведением систематических мастер-классов специалистов «Радио 7» и радио «Красная армия». Дополнительная общеобразовательная программа «Туризм» в сетевой форме реализовывалась на базе Гимназии № 49 с привлечением ресурсов центра туризма и краеведения г. Тюмени, количество обучающихся — 60 человек.

На основном этапе исследования был реализован сетевой проект «Городской конкурс детского рисунка «Физкультура — путь к творчеству». Конкурс был проведен в апреле-мае 2020 года в онлайн-формате. В номинациях «Твой ЗОЖ в рисунке», «Социальный видеоролик» приняли участие 82 обучающихся учреждений дополнительного образования города Тюмени, общеобразовательных и дошкольных образовательных учреждений. Данный сетевой проект расширяет возможности кадровых ресурсов за счет обмена опытом педагогов из разных образовательных учреждений.

На заключительном этапе был произведен мониторинг эффективности влияния сетевого взаимодействия

в управлении учреждением, разработаны дальнейшие рекомендации.

В ходе реализации программы мероприятий «Формирование ресурсов сетевого взаимодействия в управлении развитием учреждения МАУ ДО ДЮЦ «Вероника» города Тюмени» нами были достигнуты следующие результаты:

1. Создан орган управления «Управленческо-педагогическая команда» с целью реализации дополнительных общеобразовательных общеразвивающих программ в сетевой форме.
2. Разработана нормативно-правовая база, регламентирующая процесс сетевого взаимодействия
3. Расширены материально-технические ресурсы за счет привлечения сетевых партнеров.
4. Привлечены дополнительные финансовые средства для реализации в сетевой форме дополнительной общеобразовательной общеразвивающей программы «Медиамир».
5. Повышение профессиональной компетентности педагогов, участвующих в сетевом взаимодействии.
6. Информационные: обеспечение открытости и доступности информации о реализации различных форм сетевого взаимодействия путем размещения на официальных информационных ресурсах учреждения
7. Приняты меры стимулирования мотивации педагогов к участию в сетевом взаимодействии.
8. Разработаны и реализованы в сетевой форме дополнительные общеобразовательные общеразвивающие программы, сетевой проект.

Разработка конкурентной стратегии развития предприятия в секторе Дивизиона труб большого диаметра (на примере АО «ВМЗ»)

Сергеева Алина Андреевна, студент магистратуры;

Галкина Юлия Евгеньевна, кандидат экономических наук, доцент

Муромский институт (филиал) Владимирского государственного университета имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых

В статье авторы пытаются разработать конкурентную стратегию развития предприятия.

Ключевые слова: предприятие, стратегия, анализ, продукция.

Проведем SWOT-анализ деятельности ДТБД с целью выявления сильных и слабых сторон его продукции (труб большого диаметра), а также возмож-

ности и угрозы ДТБД на рынке. Далее в таблице 1 проведен анализ сильных сторон продукции ДТБД АО «ВМЗ».

Таблица 1. Анализ сильных сторон продукции ДТБД АО «ВМЗ»

№ п/п	Сильные стороны	Повышает ли сильная сторона удовлетворенность клиента?	Повышает ли сильная сторона прибыль компании?	Создает ли сильная сторона отличие от конкурентов?
1	Высокие производственные мощности	+	+	+
2	Широкий ассортимент выпускаемой продукции	+	+	+

3	Гибкая ценовая политика. Наличие скидок и бонусов	+		
4	Налаженная система доставки продукции	+		
5	Высокий уровень технологического оснащения продукции	+	+	+
6	Наличие патентов и лицензий. Инвестиции в НИОКР	+	+	+
7	Квалифицированный персонал	+	+	+
8	Налаженные связи с ведущими заказчиками в секторе ТБД		+	+
9	Наличие финансовых ресурсов для инвестирования	+	+	+

В таблице 2 представим анализ возможностей развития завода в сегменте ТБД.

Анализ угроз предприятия в сегменте ТБД представлен в таблице 3.

Таблица 2. Анализ возможностей развития завода в ДТБД АО «ВМЗ»

№ п/п	Возможности	Может ли возможность повысить удовлетворенность клиента?	Может ли возможность увеличить прибыль компании?	Существуют ресурсы на реализацию возможности??
1	Повышение качества продукции за счет внедрения новых технологий.	+	+	+
2	Новые рынки сбыта		+	+
3	Освоение новых видов производства. Расширение сортамента производимых труб	+	+	+
4	Внедрение ресурсосберегающих технологий снижающих себестоимость продукции		+	+
5	Привлечение новых крупных заказчиков. Заключение долгосрочных контрактов		+	+
6	Поиск новых поставщиков сырья и материалов. Проведение политики импортозамещения		+	+
7	Разработка маркетинговой компании направленной на расширение сбыта	+	+	+
8	Повышение мотивации персонала, вовлечение его в управление компанией.		+	+

Таблица 3. Анализ угроз для развития ДТБД АО «ВМЗ»

	Угрозы	Может ли угроза снизить удовлетворенность клиента?	Может ли угроза снизить прибыль компании?	Угроза возникнет в течении 5 лет?
1	Снижение рыночной доли в сегменте ТБД		+	+
2	Укрепление позиций на рынке ключевых конкурентов		+	+
3	Снижение спроса на рынке в секторе ТБД		+	
4	Изменение требований к качеству продукции	+	+	
5	Появление на рынке новых более сильных игроков	+	+	
6	Рост затрат и стоимости сырья, опережающий рост доходов	+	+	+
7	Изменение законодательства, в том числе и налогового	+	+	+

8	Появление новых технологий в сфере потребления продукции ТБД. Появление товаров-заменителей	+	+	
9	Колебание валютных курсов	+	+	+

Матрица SWOT-анализа для продукции ДТБД АО «ВМЗ» представлена в таблице 4

Таблица 4. Матрица SWOT-анализа для продукции ДТБД АО «ВМЗ»

СИЛЬНЫЕ СТОРОНЫ		СЛАБЫЕ СТОРОНЫ	
Рейтинг	Параметр	Рейтинг	Параметр
1	Высокие производственные мощности	1	Снижение качества продукции. Рост рекламаций со стороны покупателей
2	Широкий ассортимент выпускаемой продукции	2	Проигранные крупные тендеры на поставку ТБД
3	Наличие финансовых ресурсов для инвестирования	3	Рост себестоимости и снижение рентабельности производства
4	Высокий уровень технологического оснащения продукции	4	Низкая мотивация труда и вовлеченность персонала. Рост текучести кадров
5	Квалифицированный персонал	5	Снижение производительности труда
6	Наличие патентов и лицензий. Инвестиции в НИОКР	6	Снижение имиджа ОМК и ВМЗ на рынке
7	Гибкая ценовая политика. Наличие скидок и бонусов	7	Отсутствие рекламной деятельности
8	Налаженные связи с ведущими заказчиками в секторе ТБД	8	Отсутствие налаженных каналов продвижения
9	Налаженная система доставки продукции		
ВОЗМОЖНОСТИ		УГРОЗЫ	
Рейтинг	Параметр	Рейтинг	Параметр
1	Повышение качества продукции за счет внедрения новых технологий. Внедрение новой системы контроля качества	1	Снижение рыночной доли в сегменте ТБД
2	Новые рынки сбыта (географическая экспансия)	2	Укрепление позиций на рынке ключевых конкурентов
3	Освоение новых видов производства. Расширение сортамента производимых труб	3	Снижение спроса на рынке в секторе ТБД
4	Повышение мотивации персонала, вовлечение его в управление компанией.	4	Изменение требований к качеству продукции
5	Привлечение новых крупных заказчиков. Заключение долгосрочных контрактов	5	Появление на рынке новых более сильных игроков
6	Внедрение ресурсосберегающих технологий снижающих себестоимость продукции	6	Рост затрат и стоимости сырья, опережающий рост доходов
7	Разработка маркетинговой компании направленной на расширение сбыта в сегменте ТБД	7	Изменение законодательства, в том числе и налогового
8	Поиск новых поставщиков сырья и материалов. Проведение политики импортозамещения	8	Появление новых технологий в сфере потребления продукции ТБД. Появление товаров-заменителей
		9	Колебание валютных курсов

Таким образом, для удержания конкурентных позиций и развития АО «ВМЗ» на рынке труб большого диаметра необходимо больше внимания уделять качеству производимой продукции, внедрить более совершенную систему контроля качества, а также внедрить ресурсосберегающие технологии, позволяющие снизить себестоимость производимой продукции.

Больше внимания руководству ВМЗ необходимо уделить каналам сбыта и инструментам продвижения продукции ТБД на рынок. Очень важно своевременно проводить исследование тенденций рынка, участвовать в тендерах, расширять круг покупателей.

Литература:

1. Ермакова, И. А. Основные стратегии повышения конкурентоспособности предприятия // Молодой ученый. — 2017. — № 16. — с. 256-259.
2. Зубкова, А. Г. Стратегический менеджмент: учебник / А. Г. Зубкова. — М.: Academia, 2018. — 576 с.
3. Милова, Ю. Ю., Чернышенко М. С. Сравнительный анализ инструментов комплексной оценки внешней и внутренней среды предприятия // Вестник Иркутского государственного технического университета. 2015. № 11 (106). с. 245-251.
4. Подготовлен обзор отрасли металлургии по итогам 2019 года [Электронный ресурс] Режим доступа: https://riarating.ru/industry_newsletters/20200403/630161202.html

Рынок БАД после пандемии

Сигова Анастасия Сергеевна, студент

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

В странах с высоким ростом доходов на душу населения пандемия COVID-19 увеличила производство и потребление БАД. Биологически активные добавки — это не лекарства, однако их регулярное применение может оказывать выраженный оздоравливающий эффект на многие органы и системы нашего организма. Данная статья посвящена стремительному росту рынка БАД на фоне пандемии, автором сделан вывод о том, что «мода» на БАД останется еще надолго после COVID-19.

Ключевые слова: биологически активные добавки, мировой рынок БАД, фармацевтическая отрасль, маркетинг, здоровье, COVID-19.

Пищевые добавки — это добавки, которые предназначены для обеспечения питательными веществами, которые затруднительно получать в достаточных количествах естественным путем (обычное питание) — витамины, минералы, белки, аминокислоты. Растущее осознание ответственности за свое здоровье и интерес потребителей к активному образу жизни являются одними из основных факторов, движущих рынком БАД.

Согласно отчету Grand View Research Inc., прогнозируется, что мировой рынок БАД к 2024 году достигнет \$278 млрд и покажет среднегодовой рост на уровне 9,6% [1]. С момента начала пандемии врачи напоминали, что микронутриенты, такие как витамины С и D и цинк, укрепляют иммунную систему и снижают риск респираторных инфекций. Поскольку коронавирус является респираторной инфекцией, эти питательные вещества были прописаны и рекомендованы специалистами здравоохранения с самого начала пандемии.

Витамины и минеральные добавки доступны без рецепта и поставляются в таблетках, порошках или жидкостях и обеспечивают достаточное количество жизненно важных питательных веществ и минералов, которые сохраняют или укрепляют здоровье человека. Потребительское предпочтение, отдаваемое органическим добавкам, является ключевой тенденцией на рынке витаминов и минеральных добавок.

В 2020 году был замечен существенный переход к вегетарианской и органической пище, и эта тенденция вскоре может стать образом жизни для многих людей, по-

скольку считается, что пандемия COVID-19 связана с потреблением мяса животных, поэтому теперь люди более осторожны в отношении продуктов питания. Это может привести к значительному росту спроса на органические и вегетарианские продукты.

Ожидания мирового рынка БАД о значительном росте в 2020 году превзошли все прогнозы. Потребители всего мира обратились к витаминам и диетическим добавкам для решения как острых, так и общих проблем со здоровьем, а профилактика, питание и благополучие стали всеобщими потребностями с учетом COVID-19. В результате, глобальный рост ускорился с 1% в 2019 году до более 4% в 2020 году [2].

До COVID-19 глобальный спрос на витамины и пищевые добавки был связан со старением (учитывая традиционный профиль постоянного пользователя этих продуктов). Наиболее быстрорастущие категории во всем мире включали глюкозамин (для здоровья суставов), пробиотики (для пищеварения), продукты для здоровья глаз и продукты общего назначения, такие как многокомпонентные тоники; продукты, предназначенные для детей (поливитамины, пробиотики), были всегда весьма популярными, особенно в Азии.

Вовремя COVID-19 потребители решительно перешли на витамины и пищевые добавки, ориентированные на иммунитет (витамины С, витамин D, эхинацею, женьшень, пробиотики), а также на продукты общего назначения, такие как базовый мультисенсор. Хотя доминирующие ингредиенты для иммунитета меняются

в каждом регионе, общая реакция во всем мире была единообразной: после удара COVID-19 потребители перешли на продукты для иммунитета.

Также наблюдается всплеск глобального роста количества травяных и традиционных диетических добавок, поскольку потребители все больше тяготеют к ингредиентам, которые связаны с иммунитетом — от ингредиентов традиционной китайской медицины, таких как грибы линчжи и рейши, до аюрведических продуктов, таких как куркума, тулси или чаванпраш. Приверженность витаминам и биологически активным добавкам традиционно сильно различается в зависимости от возраста: чем старше потребитель, тем выше вероятность, что он будет постоянно употреблять витамины и пищевые добавки.

Опрос Euromonitor International по вопросам здоровья и питания в 2020 году показал, что респонденты в возрасте 60+ в мире в два раза чаще принимают витамины и пищевые добавки ежедневно или почти каждый день (32% респондентов во всем мире) по сравнению с респондентами в возрасте от 15 до 29 (всего 16%). В результате стареющее глобальное общество в последние годы принесло ощутимую пользу рынку витаминов и пищевых добавок [3].

Во всем мире форматы БАД (таблетки/капсулы/гели) доминируют на рынке витаминов и пищевых добавок, и почти 80% глобальных респондентов из вышеупомянутого опроса Euromonitor сообщили об использовании этого формата. Однако потребительский спрос меняется.

Например, в США и Азии жевательные конфеты становятся все более распространенным явлением и имеют более высокую цену по сравнению с формами на основе таблеток. Популярностью также пользуются порошковые и жидкие версии. Эти форматы преобладают на многих рынках по всему миру, особенно в Азии, где концентрированные тоники для энергии и иммунитета уже много лет являются обычным продуктом в магазинах шаговой доступности.

Растущее использование пищевых добавок в современном образе жизни является ключевым фактором, сти-

мулирующим рост рынка витаминов и минеральных добавок. Питание играет важную роль в поддержании баланса иммунной системы, и добавление микроэлементов, таких как витамины С и D, цинк и омега-жирные кислоты в рекомендуемых верхних пределах безопасности, является эффективной и относительно недорогой стратегией, помогающей поддерживать оптимальную иммунную функцию у пациентов, перенесших COVID-19 и другие заболевания дыхательных путей.

Очевидно, что влияние, которое имеет COVID-19 в 2020 году будут продолжаться в 2021 году и в последующий период. Когда New Hope Network опубликовал обзорные данные по рынку пищевых добавок в июне 2020 года, он прогнозировал нормализацию кривой роста в ближайшие годы до 6% в 2021 году и 3% в 2022 году. Однако сейчас нет никаких признаков снижения роста. Фактически, *NBI* постоянно прогнозирует постоянный подъем в отрасли, достигнув в 2023 году почти на 1,4 миллиарда долларов больше, чем прогнозы до COVID-19 [4].

Исследование потребителей New Hope Network показало, что даже при самых оптимистичных сценариях пандемии большинство потребителей, употребляющих добавки, планируют продолжать использовать то же количество данных продуктов или увеличат их использование. В том же опросе потребителей попросили описать свое будущее использование добавок в сценарии, при котором «эффективная вакцина COVID-19 становится доступной». 21% потребителей сообщили, что ожидают увеличения использования добавок, 78% не ожидают изменений в использовании добавок и только 2% прогнозируют снижение использования.

Думается, что здоровье и хорошее самочувствие будут одной из устойчивых тенденций еще долго после завершения пандемии. Забота о себе и более активный подход к оздоровлению стимулировали спрос. Интерес к БАД, повысившийся с весны 2020 года, не ослабеет еще долгое время после пандемии и будет стимулировать покупательские модели.

Литература:

1. Резник, И. Дорога к премиуму [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://plus.rbc.ru/news/5ddd02487a8aa9a1653d5284> (дата обращения: 13.12.2020)
2. Зивере, А. Как потребители меняют индустрию биологически активных добавок [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://www.vedomosti.ru/partner/articles/2020/11/16/846805-potrebiteli-menyayut> (дата обращения: 13.12.2020)
3. Bill Giebler Dietary supplements 2020: A global perspective [Electronic resource] // Access mode: <https://www.newhope.com/market-data-and-analysis/dietary-supplements-2020-global-perspective> (date of request: 13.12.2020)
4. Claire Morton Reynolds The Analyst's Take: What will the supplement industry look like in 2021? [Electronic resource] // Access mode: <https://www.newhope.com/market-data-and-analysis/analysts-take-what-will-supplement-industry-look-2021> (date of request: 13.12.2020)

Сосуществование концепций «бережливое производство» и «проектное управление»

Смирных Роман Вахидович, студент магистратуры

Уральский институт управления — филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (г. Екатеринбург)

Распространенность различных концепций корпоративного управления и их модификаций, ставит вопрос о совместном применении различных концепций и их взаимном влиянии друг на друга, а также возможного перехода от одной концепции к другой. На сегодняшний день на крупных производственных предприятиях России лидирующую позицию занимают концепция «Бережливое производство» и концепция «Проектного управления». Также развивается практика совместного применения указанных концепций в рамках одного предприятия. Организации, вставшие на путь совместного использования «бережливого производства» и «проектного управления», сталкиваются с различного рода сложностями в реализации концепций. В то же время изучение базовых понятий приведенных концепций наталкивает на противоречия в совместном их применении, а в дополнении к базовым понятиям, инструментарий, используемый для реализации одной концепции, имеет ограниченную возможность применения в рамках смежной концепции, либо имеет возможность применения с большим количеством изменений, либо не имеет совсем таковой возможности. Перечисленные сложности могут поставить под сомнение применения какой-либо из концепций, что несомненно является тормозящим развитие фактором. Непредвзятый анализ концептуальных понятий, дает возможность сформулировать противоречия и поставить вопросы, требующие решения в совместном развитии двух концепций. в свою очередь сглаживание обозначенных противоречий и поиск ответов на поставленные вопросы даст толчок для дальнейшего совместного развития концепций.

Ключевые слова: бережливое производство, проектное управление, концепция управления, инструмент управления, промышленное предприятие, производственное предприятие.

Coexistence of the concepts of «lean manufacturing» and «project management»

The prevalence of various concepts of corporate governance and their modifications raises the question of the joint application of various concepts and their mutual influence on each other, as well as a possible transition from one concept to another. Today, the Lean Manufacturing concept and the Project Management concept occupy a leading position at large manufacturing enterprises in Russia. The practice of joint application of these concepts within the framework of one enterprise is also developing. Organizations that have embarked on the path of joint use of «Lean Manufacturing» and «Project Management» face various difficulties in the implementation of concepts. At the same time, the study of the basic concepts of the given concepts encounters contradictions in their joint application, and in addition to the basic concepts, the toolkit used to implement one concept has a limited applicability within the framework of an adjacent concept, or has the ability to apply with a large number of changes., or does not have such a possibility at all. The listed difficulties can call into question the application of any of the concepts, which undoubtedly is a factor inhibiting development. An unbiased analysis of conceptual concepts makes it possible to formulate contradictions and raise issues that require solutions in the joint development of two concepts. in turn, the smoothing of the indicated contradictions and the search for answers to the questions posed will give an impetus for the further joint development of concepts.

Крупные российские предприятия, история которых началась в советском прошлом страны, под воздействием как внешних (смена технологического уклада, высокая международная конкуренция, различного рода кризисные ситуации), так и внутренних (низкая производительность труда и вовлеченность персонала, устаревшие подходы к управлению) факторов применяют различные концепции управления, успешность которых подтверждена опытом зарубежных компаний. К основным внедряемым концепциям относятся «бережливое производство» и «проектное управление».

В текущий момент времени имеется большой опыт внедрения обеих концепций на крупных российских предприятиях [4,7,12,13]. Так же существует практика внедрения обеих концепций в рамках одного предприятия.

Концепции «Бережливое производство» и «Проектное управление» по отдельности хорошо описаны научным сообществом и проверены на практике.

Концепция «Бережливое производство» сформулированная Тайити Оно в 1950-х, является предметом исследования и по нынешнее время. Так, многими авторами, Ахрамович А.А., Борисова Е.В., Медведева В.Р., Коренков М.М. Филимонова Ю.В., Арсентьева Д.Д. и дру-

гими, рассматриваются различные аспекты данной концепции применительно к различным производственным предприятиям, в том числе и наукоемким.

Концепция «Проектное управление», в настоящее время задает вектор развития многим предприятиям и организациям. Такие авторы как: Логинов М.П., Марков О.А., Муринович А.А., Исакова Д.А. и другие рассматривают различные пути развития, аспекты и методы проектного управления совершенно в разных предприятиях и организациях, начиная с малого бизнеса и заканчивая международными корпорациями органами государственной власти.

Однако, несмотря на широкую огласку обеих концепций, широкому кругу лиц не представлен теоретический подход или опыт совместного сосуществования концепций или развитие одной из них в рамках второй.

Так, в связи с различными подходами к управлению и к пониманию приведенных концепций возникают организационные трудности практической реализации функционала «проектного управления» и «бережливого производства» при их сочетании, что в свою очередь ставит под сомнение целесообразность применения той или иной концепции.

Таким образом, встает вопрос, по какой причине возникают концептуальные противоречия, если обе концепции направлены на повышение качества продукции, повышение производительности и прочих общих показателей эффективности предприятия.

Целью данной статьи является обоснование имеющихся противоречий на основе анализа концепций и их инструментов, а также поиск и формирование направлений совместного функционирования концепций.

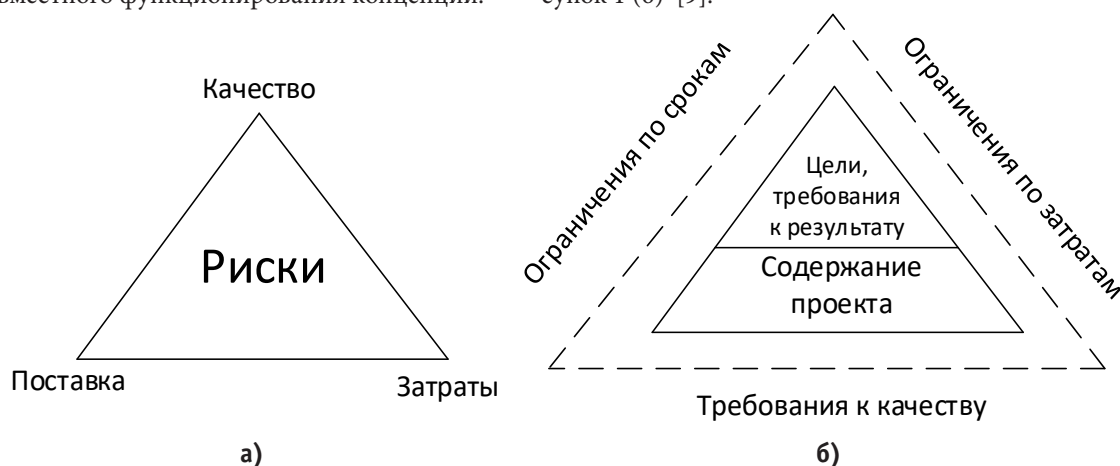


Рис. 1. Треугольник эффективности: а — в «Бережливом производстве», б — в «Проектном управлении»

В теории проектного управления понятия, формирующие «треугольник эффективности», приведенный на рисунке 1 (а), являются функциональными областями управления проектом [9,11], и к ним применяется иной подход, нежели в теории «бережливого производства».

В проектном управлении требования к качеству продукта проекта закладываются на этапе инициации проекта, формулируются на пред инвестиционной фазе

Опираясь на историю формирования концепции «бережливого производства», можно сделать вывод, что она сформирована в условиях существующего, налаженного и приносящего результат производственного цикла, и ее формирование, в первую очередь, было обусловлено необходимостью снижения издержек (потерь) именно существующего процесса [1,10].

В свою очередь, уже из определения понятия «проект» видно, что проектная деятельность в определении РМВОК и IPMA ICV связана с уникальной для предприятия или его части деятельностью в рамках ограничений. С одной стороны ограничения подталкивают команду проекта искать самые оптимальные с их точки зрения решения в ходе реализации проекта, с другой уникальность деятельности в ходе реализации проекта становится основным фактором, затрудняющим применение оптимальных, методов воплощения продукта проекта в жизнь [2,9].

В концепции бережливого производства, направленной на снижение всевозможных потерь в процессе путем поиска оптимальных методов, формулируется модель «треугольника эффективности» рисунок 1 (а). В понимании данной концепции качество — соответствие результатов процесса требованиям заказчика, затраты — расходы на производство, поставка — возможность произвести необходимое количество продукта в нужное время, риски — возможные отклонения одной из вершин из оптимального, на данный момент, состояния в сторону ухудшения [1,10].

В проектном управлении так же существует понятие «Треугольника эффективности», и для его формирования частично используются схожие названия ограничений рисунок 1 (б) [9].

и уточняются в начале инвестиционной и представляют собой одно из базовых ограничений. Как правило, ввиду новизны продукта проекта, данные требования носят вероятностный характер, в виду того, что базируются на ряде исследований и предположений и в ходе реализации проекта могут варьироваться в существенных пределах [2,9,11]. В бережливом производстве «качество» формируется из уже имеющихся требований

к выпускаемому продукту и варьируется не значительно [1,10].

Затраты, или стоимость реализации проекта, является вторым ключевым ограничением, включает в себя стоимость всего необходимого для воплощения продукта проекта в жизнь, в том числе стоимость реакции на рискованные события. Как и «требование к качеству» проекта «стоимость» формируется на этапе реализации, и так же носит вероятностный характер. Часто, в ходе реализации проекта, ввиду большого количества неопределенностей стоимость в ходе реализации проекта увеличивается [2,9,11]. В бережливом производстве стоимость зафиксирована текущим ее показателем и в предложенной модели включает в себя все минимально необходимое для производства единицы продукции и в перспективе времени снижается за счет «отсекания» всего лишнего от потока создания ценности [1,10].

При реализации проекта под термином «поставка» понимается закупка услуги или товара необходимых для реализации работ проекта включенных в структурную декомпозицию работ. В силу ряда обстоятельств, чаще всего в связи с имеющейся неопределенностью или реализовавшимися рисками, приходится вносить изменения в план поставок, как по объемам закупок, так и по составу, и качеству, что требует весьма серьезного оперативного контроля. Крупные поставки в проектной деятельности могут быть оформлены как отдельный проект [9]. В «Бережливом производстве» термин «Поставка» имеет несколько иное значение и соответственно подход. С одной стороны «Поставка» — это закупка необходимых для функционирования производственного цикла товаров и услуг, аналогично проектному управлению, но при их закупке неопределенность и риски сведены к минимуму ввиду однородности поставляемых товаров и услуг с устоявшимися показателями качества [1,10]. С другой стороны, «поставка» — это производственный показатель, на базе которого сформирован один из инструментов бережливого производства — «вытягивающая система», характеризуется производственными заказами от одного производственного участка другому [13].

Отношение к понятию (Риск) у концепций «Проектного управления» и «Бережливого производства» схожие и рассматриваются как возможные отклонения, каких-либо показателей деятельности от запланированных [2,9,10], в проектном управлении, или устоявшихся, в бережливом производстве, норм в сторону ухудшения. В рассматриваемых концепциях, риски, ведущие к ухудшению показателей, следует по возможности минимизировать. Расхождения в понимании рисков у концепций имеются при рассмотрении «положительных» рисков. Так в бережливом производстве они уже не рассматриваются как риски, а рассматриваются как улучшения процесса производства, соответственно имеют другую концепцию управления, а в проектном управлении реализовавшиеся риски с положительным влиянием на проект, продолжают рассматриваться как риски

с той лишь разницей, что их воздействие нужно усиливать.

Таким образом, можно сделать вывод, что базовые понятия концепции «Бережливого производства» несмотря на схожесть наименований с понятиями принятыми в «проектном управлении» имеют существенную разницу в их понимании и подходами к управлению. То есть существует вероятность, что специалисты по реализации концепции «бережливого производства» при внедрении «Проектного управления» будут иначе, чем требуется указаниями, описанными в IPMA ICB и PMBOK, подходить к управлению определенными предметными областями проектного менеджмента. Однако исход такого подхода не предопределен, но базируясь на том, что большинство указаний IPMA ICB и PMBOK выработаны на основе лучших практик, можно с большой долей вероятности предположить, что данный подход принесет больше вреда для реализуемого проекта, чем пользы. Кроме того, можно сделать и обратное умозаключение, о том, что специалисты по «Проектному управлению» при реализации концепции «Бережливого производства» столкнутся с подобным расхождением в базовых понятиях, что так же с большой долей вероятности не принесет пользы текущему производственному процессу.

Кроме базовых понятий и определений, любая концепция управления представлена конкретными инструментами, с помощью которых ее можно реализовать. Так концепция бережливого производства, в зависимости от уровня ее развития на предприятии, может быть представлена более чем двадцатью инструментами [10]. Наиболее широкую огласку и применение приобрели следующие инструменты бережливого производства [12,13]:

- Визуализация
- Картирование потока создания ценности (Value Stream Mapping)
- Выявление потерь в производственном цикле
- Вытягивающее производство
- Система 5С
- Кайдзен

Рассмотрим, имеют ли данные инструменты аналоги в проектном управлении, или могут ли данные инструменты быть применены в проектном управлении, и если могут, то с какими ограничениями, дополнениями, изменениями или без них.

В концепции «бережливого производства» визуализация — это любое средство, информирующее о том, как должна выполняться работа [7]. Она может быть представлена на уровне рабочих мест, в следующем виде: оконтуривание, цветовая маркировка, метод дорожных знаков маркировка краской, информационные стенды «Было» — «стало», графические рабочие инструкции, а на уровне менеджмента диаграммами, схемами, графиками. В данном понимании целью визуализации является безошибочное выполнение, какого-либо процесса или выявление потерь в данном процессе. В проектном управлении визуализация так же широко применяется, но в основном представлена

лишь диаграммами, схемами, графиками и служит для понимания объекта управления, а не процесса [9]. Таким образом, применительно к концепциям управления, можно сделать вывод, что «визуализация» как подход к обобщению и упрощению понимания информации имеет одинаковое назначение, но направлена она на разные цели и подход, используемый в бережливом производстве, может быть использован при выполнении конкретных работ проекта, то есть ограниченно использован в проектном управлении.

В бережливом производстве поток создания ценности — это совокупность всех действий (операций), которые совершаются в процессе получения продукта

или услуги [6,10,13]. Картирование потока — это наглядное графическое изображение материальных и информационных потоков необходимых для создания продукта или услуги. Картирование служит для наглядного выявления производственных не производственных затрат с целью минимизации последних. Результатом картирования потока создания ценности является и разработка плана улучшения. В проектном управлении имеется, на первый взгляд, схожий инструмент — построение структурной декомпозиции работ [9,11]. Однако при детальном рассмотрении в данных инструментах имеются следующие расхождения:

Структурная декомпозиция работ	Картирование потока создания ценности
Охватывает весь жизненный цикл проекта.	Охватывает один производственный такт
Строится исходя из экспертной оценки и опыта команды управления проектом	Строится исходя из текущих показателей производства
Не отображает временных показателей работ	Имеет информацию о времени выполнения операции, строится с учетом шкалы времени.
Не отображает стоимостных показателей работ	Дополняется стоимостным показателем операции
Не отображает входящих и выходящих продуктов работы.	На входе и выходе каждой операции отображается получившийся продукт.

Как видно из сравнения, структурная картирование потока — более точное описание процесса создания продукта, однако на этапе создания продукта, данную схему построить невозможно, структурная декомпозиция работ в свою очередь не дает необходимой конкретики и нуждается в дополнительных инструментах, таких как разработка плана-графика и бюджета.

Потери в концепции бережливого производства представлены в виде: перепроизводства, ожиданий, излишней обработки, излишних запасов, излишних перемещений персонала в процессе производства, брака, недооценённого потенциала [1,3,7,10]. Все перечисленные виды потерь являются универсальными для любой системы. В системной модели проектного управления предметные области управления проектом могут быть рассмотрены как конкретные действия, направленные на минимизацию представленных потерь. Так, например, управление персоналом может служить для снижения потерь от недооценённого потенциала сотрудников, а управление временем снижением потерь от ожидания, управление предметной областью — снижением потерь от излишней обработки, и перепроизводства и т. д. Таким образом, можно предположить, что методы проектного управления изначально настроены не на снижение потерь, а на их недопущение при реализации проекта, с учетом имеющихся неопределенностей.

Вытягивающая система производства — схема организации производства таким образом, что объем выпуска продукции технологического участка определяется исключительно потребностью следующих этапов [1,10], а в конечном итоге потребителем продукта. Исходя из описания данного инструмента, можно сделать вывод, что закупающим, производство товара или услуги, агентом

является потребитель. В проектном управлении инициация проекта происходит в виду, какой-либо внутриорганизационной потребности или потребности рынка [4,5]. С этой точки проектное управление является вытягивающей системой производства. Кроме того, при составлении структурной декомпозиции работ и календарного плана графика команда проекта, также чаще всего исходит из требований к продукту проекта, а объемы закупаемых или производимых товаров и услуг, необходимых для создания продукта проекта, так же формируются из требований к продукту проекта. Исходя из вышесказанного можно сделать вывод, что при проектном управлении происходит применение вытягивающей системы производства, но без упоминания и описания данного термина.

Одним из самых известных инструментов концепции бережливого производства является Система 5С. Данный инструмент нацелен на создание такого рабочего места, которое позволит максимально реализовать его потенциал. Система 5С формируется из следующих регламентирующих понятий: сортировка, рациональное расположение, уборка, стандартизация, совершенствование. Наибольший положительный результат, проявляющийся снижении потерь при применении системы 5С проявляется на производственных рабочих местах. На административных рабочих местах внедрение 5С показывает меньший положительный результат. В ходе реализации проекта, особенно на начальной его стадии, в количественном показателе доминируют административные рабочие места, а производственные рабочие места могут либо полностью отсутствовать, либо быть созданы на поздних стадиях реализации проекта, что нивелирует применение системы 5С и на этапе создания рабочих мест, сводится к рациональной их организации. В дальнейшем,

в ходе полноценного функционирования производственных рабочих мест, они однозначно будут переформатированы еще более рациональным образом, в чем система 5С может сыграть ключевую роль.

Кайдзен — в понимании бережливого производства более широкое понятие, чем инструмент, служащий для реализации концепции [10]. Данный термин переводится с японского языка как — постоянное совершенствование. Кайдзен объединяет большинство инструментов в «философию», направленную на постоянное их применение, то есть, несмотря на текущее совершенствование, в следующем производственном цикле, данный процесс можно сделать более совершенным. В проектном управлении, на этапе формирования системы управления проектом в нее закладывается система управления изменениями [9]. Изменения, необходимость в которых возникает в ходе реализации проекта, обусловлены тем, что команда на ранних стадиях реализации проекта создает такую систему управления, которая в данный момент ей представляется наиболее оптимальной. Однако в ходе реализации проекта у проектной команды появляются новые знания об окружении проекта, о заинтересованных сторонах и в конечном итоге о самом продукте проекта и, исходя из этих новых знаний, команда корректирует управление проектом, таким образом, чтобы процесс управления стал более совершенным, а результат достигнут. Таким образом, видно, что «философия» постоянного улучшения — кайдзен предусмотрена методологией проектного управления как один из необходимых процессов.

Проведя анализ приведенных инструментов бережливого производства, представляется возможным понять, что несмотря на существенные расхождения в базовых понятиях, некоторые инструменты имеют аналог в проектном управлении и реализуются в нем, часть инструментов может быть применена на поздних этапах реали-

зации проекта с целью достижения лучших результатов, часть инструментов, как и базовые понятия, имеет другое, нежели в проектном управлении назначение, и их применение в чистом виде может негативно влиять на процессы реализации проекта.

Так же можно предположить, что часть инструментов бережливого производства может быть применена в проектном управлении после их адаптации к процессам управления проектами.

Подводя итоги анализа базовых понятий методологий «бережливое производство» и «проектное управление», а также частично рассмотрев инструментарий бережливого производства в контексте проектного управления, можно сделать ряд общих выводов, ставящих ряд ограничений для успешного совместного применения обеих концепций относительно одного объекта управления:

1. Совместное применение концепций «бережливое производство» и «проектное управление» в отношении одного объекта управления приводит к противоречиям в подходах к управлению.
2. В случае одновременного существования двух концепций в рамках одного предприятия, необходимо четкое понимание понятийного аппарата обеих концепций и расхождений в нем.
3. Существует ряд транс концептуальных инструментов, применение которых дает возможность реализации обеих концепций в рамках одного предприятия.
4. Наилучший результат реализации двух концепций возможен при наличии хорошо подготовленного персонала и сложившейся корпоративной культуры в отношении обеих концепций, то есть у каждой из концепций должен быть высокий уровень зрелости.

На основании данного итога следует выработать стратегическую модель организационного поведения с целью успешного совместного функционирования концепции Бережливого производства и Проектного управления.

Литература:

1. Japan Management Association (1985). Канбан и «точно вовремя» на Toyota. Менеджмент начинается на рабочем месте. // Издание на русском языке, перевод, оформление. ООО «Альпина Бизнес Букс», 2008. Tokyo, с. 266
2. Андреев, А. А., Бурков В. Н. и соавторы (2010). Управление проектами. Основы профессиональных знаний. Национальные требования к компетентности специалистов. // М. ЗАО «Проектная практика» С.
3. Ахрамович, А. А., Борисова Е. В., Одинокоев С. А. (2017). Бережливое производство в России: миф или реальность? // Качество. Инновации. Образование. № 10 (149). с. 70-75.
4. Исакова, Д. А. (2019) Влияние корпоративной культуры компании на успех проекта по внедрению корпоративной системы управления проектами // Научные исследования и разработки. Российский журнал управления проектами. Т. 8. № 1. с. 28-38.
5. Логинов, М. П., Марков О. А. (2017). К вопросу об оценке эффективности внедрения систем управления проектами субъектами хозяйствования // Вопросы управления. № 1 (44) С. 183-188.
6. Марков, Д. А. (2017). Бережливое производство и быстро реагирующее производство // Вектор экономики. № 9 (15). с. 30.
7. Медведева, В. Р., Коренков М. М. (2017). Формирование эффективной системы управления наукоемким производством через призму концепции «бережливое производство» (на примере ПАО «Казаньоргсинтез») // Управление устойчивым развитием. № 3 (10). с. 31-44.

8. Муринович, А. А., Логинов М. П. (2016). Управление проектами как основа развития экономики уральского федерального округа // Материалы Международной научно-практической конференции. С. 126-130.
9. Полковников, А. В., Дубовик М. Ф. (2013) Управление проектами: Полный курс МВА // ЭКСМО М. С. 522
10. Сигео Синго (2010). Изучение производственной системы тойоты с точки зрения организации производства // Перевод с английского — Институт комплексных стратегических исследований. М. с. 312
11. Соолятэ, А. Ю. (2012). Управление проектами в компании: методология, технологии, практика // Московский финансово-промышленный университет «Синергия». М. с. 816
12. Тресницкий, А. Б., Зимакова Л. А., Штефан Я. Г. (2017). Приоритетные критерии оценки экономических субъектов, внедряющих бережливое производство // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. с. 252-264.
13. Филимонова, Ю. В., Арсентьева Д. Д. (2017). Повышение эффективности производства на основе применения инструментов концепции «Бережливое производство» // Вестник Ангарского государственного технического университета. № 11. с. 283-289.

Кадровое обеспечение системы государственного и муниципального управления

Спивак Оксана Алексеевна, студент магистратуры
Челябинский государственный университет

В статье рассматриваются понятие и особенности кадрового обеспечения системы государственного и муниципального управления. Особое внимание уделяется анализу современного состояния кадрового обеспечения системы государственного и муниципального управления Курганской области.

Ключевые слова: Курганская область, государственная служба, муниципальная служба, служащий, кадровое обеспечение, государственная власть, кадровый резерв, профессиональное развитие, служебная деятельность

Один из наиболее важных вопросов, стоящих перед муниципальными образованиями сегодня — это проблема кадрового обеспечения. Связано это с тем, что, во-первых, кадровое обеспечение значительного количества властно-управленческих структур остается слабым. Во-вторых, некоторая часть государственных и муниципальных служащих не обладает качествами, необходимыми для успешной работы в новых условиях.

В сфере государственного и муниципального управления работают люди, занятые специфическим видом общественного труда — управленческим трудом. Деятельность государственного и муниципального служащего, безусловно, является одним из многогранных и исключительно ответственных видов профессиональной деятельности и предъявляет к нему большие и разнообразные требования.

Актуальность темы исследования связана с тем, что эффективное решение задач государственного управления и местного самоуправления требует соответствующего кадрового обеспечения. «Муниципальные служащие непосредственно занимаются решением насущных проблем населения. По результатам их работы люди судят о власти вообще, поскольку они являются своеобразным буфером между государством и населением. Этим и вызваны высокие требования к муниципальным служащим» [6].

Кадровое обеспечение административно-государственного управления требует функциональной специализации и рациональности, выделения руководящего

ядра и постоянно действующего аппарата профессионалов, которые концентрируют в своих руках исполнительно-распорядительные полномочия. Кадры государственных органов — государственные служащие — это корпус профессионально подготовленных специалистов разносторонней квалификации, способные по своим личным, деловым качествам и образованию компетентно выполнять функции административно-государственного управления [4].

Кадровое обеспечение административно-государственного управления реализуется через государственную кадровую политику. Цель государственной кадровой политики — формирование дееспособных трудовых коллективов, рациональное использование человеческих ресурсов страны, создание благоприятных условий для их всемерного развития [5].

Государственная гражданская служба Российской Федерации (далее также — гражданская служба) — вид государственной службы, представляющей собой профессиональную служебную деятельность граждан Российской Федерации (далее — граждане) на должностях государственной гражданской службы Российской Федерации (далее также — должности гражданской службы) по обеспечению исполнения полномочий федеральных государственных органов, государственных органов субъектов Российской Федерации, лиц, замещающих государственные должности Российской Федерации, и лиц, заме-

щающих государственные должности субъектов Российской Федерации [2].

Муниципальное управление — относительно новое явление в современной России. Как особый вид управления, как научная дисциплина и как область практической деятельности муниципальное управление появилось в стране лишь в 90-х годах XX века вместе с возрождением местного самоуправления. Согласно Конституции России, органы местного самоуправления не входят в систему органов государственной власти [1]. В силу этого муниципальное управление имеет свою специфику, отличающую его от других видов управленческой деятельности, в том числе от государственного управления.

Муниципальная служба — профессиональная деятельность граждан, которая осуществляется на постоянной основе на должностях муниципальной службы, замещаемых путем заключения трудового договора (контракта) [3].

В целях реализации положений федерального законодательства о государственной гражданской службе в Курганской области сформирована правовая база по вопросам государственной гражданской службы Курганской области, отнесенным к компетенции субъекта Российской Федерации. Регистр правовых актов Курганской области дополнили акты, направленные на внедрение механизма ротации на государственной гражданской службе субъекта Российской Федерации, представление государственными гражданскими служащими Курганской области сведений о своих расходах и расходах членов своей семьи и организацию их проверки и другие.

В период с 2016 по 2019 год деятельность Правительства Курганской области была направлена на совершенствование управления государственной гражданской службой Курганской области через кадровые технологии. Совершенствуются методики отбора кандидатов в кадровый резерв органов государственной власти Курганской области, обязательными стали процедуры анкетирования, тестирования, выполнения специальных конкурсных заданий. Применяются формы компьютерного тестового контроля знаний, дистанционной оценки. Состав кадрового резерва органов государственной власти Курганской области формируется с учетом выявленной потребности [7].

Замещение более 50% вакансий осуществляется из состава кадрового резерва, сформированного на конкурсной основе. Корректируются процедуры оценки государственных гражданских служащих Курганской области через аттестацию и квалификационный экзамен. Усовершенствован алгоритм самооценки государственного гражданского служащего Курганской области в ходе аттестации, уточнено содержание сведений о результатах служебной деятельности государственных гражданских служащих Курганской области за аттестационный период. Введено аттестационное тестирование с применением информационно-коммуникационных технологий. Ежегодно проводятся отчеты государственных гражданских служащих Курганской области по итогам календарного года по выполнению показателей результативности, утверж-

денных должностными регламентами. Анализ ежегодных отчетов позволяет выявить проблемы в организации служебной деятельности государственного гражданского служащего Курганской области, провести корректировку должностного регламента. В 2018 году проведена работа по дополнению должностных регламентов квалификационными требованиями к профессиональным знаниям и навыкам в области информационно-коммуникационных технологий [7].

Профессиональное развитие государственных гражданских служащих Курганской области осуществляется на основе программ, разработанных в исполнительных органах государственной власти Курганской области, а также индивидуальных планов профессионального развития государственных гражданских служащих Курганской области. Сформировалась практика ежегодных отчетов по выполнению индивидуальных планов профессионального развития. Повышение квалификации и профессиональная переподготовка государственных гражданских служащих Курганской области осуществляется в соответствии с требованиями законодательства [7].

Разработан и одобрен Кодекс этики и служебного поведения государственных гражданских служащих Курганской области (одобрен решением Совета по вопросам государственной гражданской службы Курганской области от 12 апреля 2011 года № 22) [8].

В Курганской области накоплен опыт исполнения действующего законодательства о муниципальной службе. Используя программный метод, удалось обеспечить взаимодействие и координацию деятельности структурных подразделений Правительства Курганской области, органов местного самоуправления, ассоциации «Совет муниципальных образований Курганской области», научных учреждений по развитию муниципальной службы в Курганской области, что позволило на региональном и местном уровнях закрепить правовые, организационные и финансово-экономические принципы муниципальной службы.

Определены основные подходы к формированию кадрового состава муниципальной службы, к реализации механизма выявления и разрешения конфликта интересов на муниципальной службе, обеспечения соблюдения муниципальными служащими в Курганской области ограничений и запретов, установленных федеральным законодательством, сформирована система дополнительного профессионального образования муниципальных служащих.

В органах местного самоуправления появился опыт конкурсного замещения вакантных должностей муниципальной службы в Курганской области, ежегодно формируется кадровый резерв, организовано проведение аттестации, повышение квалификации и профессиональная переподготовка муниципальных служащих в Курганской области. Разработаны и утверждены должностные инструкции муниципальных служащих в Курганской области.

Кадровый резерв сформирован на 1344 должности муниципальной службы Курганской области (50% от общего количества должностей муниципальной службы в Кур-

ганской области). В 2019 году 35% вакантных должностей муниципальной службы в Курганской области замещено из состава кадрового резерва, 15% — по результатам конкурса. Вместе с тем методики проведения данных кадровых технологий необходимо совершенствовать.

Большое внимание уделено подготовке кадров для органов местного самоуправления. За период с 2016 по 2019 год различными формами дополнительного профессионального образования охвачены практически 100% муниципальных служащих в Курганской области.

Как любая система управления, кадровое обеспечение государственного и муниципального управления Курганской области имеет некоторые проблемы:

1. неполнота правового регулирования в сфере профилактики коррупционных правонарушений на государственной гражданской службе Курганской области;

2. несовершенство механизмов проверки соблюдения государственными гражданскими служащими Курганской области ограничений и запретов, исполнения ими обязанностей, установленных законодательством о противодействии коррупции;

3. недостаточная объективность показателей результативности служебной деятельности государственных гражданских служащих Курганской области;

4. недостаточность участия представителей гражданского общества в деятельности исполнительных органов государственной власти Курганской области.

Кратко проанализировав кадровое обеспечение государственного и муниципального управления Курганской области, мы отмечаем эффективность работы функционирующей системы, однако, существуют проблемы, которые требуют незамедлительного решения.

Литература:

1. Конституция Российской Федерации (с поправками от 14 марта 2020 г.);
2. Федеральный закон от 27.07.2004 № 79-ФЗ «О государственной гражданской службе Российской Федерации» (в ред. от 31.07.2020);
3. Федеральный закон от 02.03.2007 № 25-ФЗ «О муниципальной службе в Российской Федерации» (ред. от 27.10.2020);
4. Атаманчук, Г.В. Конституционные основы государственной службы и кадровой политики: Лекции. М., — 2007. — с. 9;
5. Кафидов, В.В. Управление персоналом/В.В. Кафидов. — М.: Академический проект, 2017. — 81 с. — Текст: непосредственный;
6. Харченко, Н. П./Н.П. Харченко, М.А. Лебедева. — Текст: непосредственный // Сборник научных трудов Сев-КавГТУ. — 2007. — № 5. — с. 34;
7. Кадровая работа и государственная служба. — Текст: электронный // Департамент образования и науки Курганской области: [сайт]. — URL: http://don.kurganobl.ru/index.php?option=com_content&view=section&id=13&Itemid=127 (дата обращения: 13.12.2020);
8. Кодекс этики и служебного поведения государственных гражданских служащих Курганской области. — Текст: электронный // Департамент образования и науки Курганской области: [сайт]. — URL: (дата обращения: 13.12.2020).

Принципы организации логистической компании, обеспечивающие устойчивость в условиях кризиса

Старцев Артем Юрьевич, студент магистратуры
Национальный исследовательский Томский государственный университет

В статье автор анализирует кризисные явления в логистической отрасли, связанные с пандемией 2020 г., и возможности организации логистического бизнеса, защищенного от подобного кризиса.

Ключевые слова: логистика, кризис, логистическая компания, логистический бизнес.

2020 год стал испытанием не только для жизни многих людей, но и для ситуации в мире в целом. Существенное сокращение производства, закрытие границ, режим самоизоляции нарушил привычные взаимоотношения, нанес удар по глобальным связям. Цепочки по-

ставок товаров и услуг под ударом пандемии претерпели значительные изменения, выявив слабые места и несоответствия системы логистического бизнеса. Сложившаяся ситуация ставит на повестку дня вопрос о принципах организации логистики в целом и логистической компании

в частности, которые бы обеспечивали устойчивость системы поставок и выживание бизнеса.

7 апреля 2020 года Международный союз дорожного транспорта (IRU) и Международная федерация работников транспорта обратились с открытым письмом к правительствам с просьбой о поддержке транспортной отрасли в условиях распространения COVID-19 [1]. В письме пояснялось, что изменения спроса, приостановки производств и введение ограничений вызвали дисбаланс грузопотоков. Это выразилось в том, что грузопотоки снизились в мировом и локальном масштабе из-за закрытия границ, массового закрытия торговых точек, удорожания доллара, неопределенности потребителей, а также в том, что отсутствовали правила игры для логистики мира в условиях карантина. Поэтому Правительствам государств необходимо поддержать непрерывности и прочности цепочек поставок присвоить наивысший приоритет.

Потери транспортных компаний в связи с пандемическим кризисом наблюдаются во всех странах. Первым удар принял Китай, сильно зависящий от международных цепочек поставок. Привычные мультимодальные схемы оказались разрушены. Пришлось срочно искать альтерна-

тивы. Гибкое реагирование, быстрое переориентирование с автомобильных на другие виды перевозки (в частности, на железнодорожные), эффективная работа таможенных служб (например, открытие «зеленых коридоров» для приоритетных грузов) позволило Китаю достаточно быстро возобновить работу предприятий и нормализовать грузоперевозки.

Логистика Евросоюза пострадала сильнее, по оценке экспертов грузоперевозки упали на 40%. В этой ситуации правительства европейских государств предпринимают меры по поддержке компаний от налоговых льгот до нормативного регулирования вопроса прекращения договора поставки без возмещения, признав эпидемические обстоятельства как форс-мажорные [2].

Российские логистические компании переживают тоже нелегкие времена. По данным InfraOne 50% потерь от эпидемии в инфраструктурных отраслях выпадает на транспортные перевозки [1]. При этом размеры потерь разнятся в зависимости от вида перевозок. Из рисунка 1 видны потери пассажирских грузоперевозок, больше всех страдают авиаперевозки, на втором месте — железнодорожные перевозки, и на третьем — автомобильные.

ПОТЕРИ РОССИЙСКИХ ТРАНСПОРТНЫХ КОМПАНИЙ ОТ ОГРАНИЧЕНИЙ В СВЯЗИ С КОРОНАВИРУСОМ (МЛРД РУБ.) ИСТОЧНИК: INFRAONE RESEARCH.



Рис. 1. Потери российских транспортных компаний

Грузовые автоперевозки, разумеется, тоже под давлением эпидемических ограничений. Здесь отмечаются следующие явления:

- увеличение сроков перевозок из-за дополнительных санитарных проверок;
- увеличение сложности в простраивании кольцевых маршрутов грузоперевозок из-за снижения их объема;
- на некоторые направления (в первую очередь европейские) водители просто отказываются везти груз;
- компании вынуждены экономить, поэтому автопарк не обновляется.

Управленческие команды логистических компаний сейчас находятся в поиске путей преодоления кризиса

отрасли, вызванного пандемией. Для этого оперативно прорабатываются к использованию все доступные меры господдержки и разрабатывается дальнейший план действий. Параллельно с этим, сейчас настало время пересматривать стандарты работы и искать новые пути развития. Анализ ситуации на рынке перевозок в период кризиса дает основание выделить те принципиальные моменты, которые позволяют сейчас и позволят в будущем логистическим компаниям быстро адаптироваться к разного рода кризисным ситуациям. Среди них можно отметить следующие меры:

1. Разработка антикризисного плана действий и наличие финансовой подушки безопасности компании.

2. Развитие кооперации, объединение компаний, оказывающих сервисные услуги, и логистических компаний. В таком случае они смогут предлагать уникальные комплексные предложения клиентам и усилить свои позиции [3].

3. Развитие аутсорсинга по комплектации сборных грузов. Поскольку в условиях кризиса происходит уменьшение партий доставляемых грузов, то умение «заполнять» транспортные средства сборными грузами и группировать отправки станет взаимовыгодным сотрудничеством фирм.

4. В условиях COVID-19 в логистике свершилась IT-революция, о которой говорили давно. IT-платформы должны активно использоваться логистическими компаниями для обмена тарифами и ставками [4]. Например, платформа Multiroad. online, цифровой логистический сервис, помогает грузовладельцам мгновенно находить оптимальные маршруты по лучшей цене, а перевозчикам и экспедиторам получать новые заказы на 90% быстрее.

5. Будущее логистики — за высокоавтоматизированными логистическими сервисами с мобильным доступом. Грузовладельцы хотят получать полный спектр логистических услуг с мобильного устройства, одним нажатием кнопки. Сейчас подобный сервис доступен только

для физических лиц (предлагает, например, Почта России, Dostavista, Voxberry, Яндекс Доставка).

6. Развитая сеть внутренних грузоперевозок и логистических цепочек, что позволит не зависеть от экспортных доставок [5].

7. Развитие бесконтактной доставки. Такая мера — забота об отправителях и получателях, и те компании, которые смогут предложить наиболее безопасный способ доставки, окажутся в выигрыше. В том числе здесь можно говорить об использовании «дронов» для доставки мелких грузов.

8. Возможность перевода сотрудников компании на постоянной основе на удаленную работу. Для этого необходимо провести оптимизацию бизнес-процессов, их автоматизацию.

9. Проведение всех бизнес-процессов логистических компаний в онлайн-режиме.

Итак, сложившаяся ситуация на рынке грузоперевозок показывает, что после пандемии логистика уже не будет прежней. Выживут те транспортные компании, которые могут быстро адаптироваться к меняющимся условиям, управляют ситуацией, создают актуальные услуги и усиливают свои позиции [6]. И, что особенно важно, те, кто умеет гибко реагировать на ситуацию, объединять усилия с другими игроками, чтобы выйти из кризисного состояния.

Литература:

1. Киреева, В. Логистические тренды 2020-2021 года: жизнь во время и после пандемии/В. Киреева, О. Пирогова, Е. Мясникова [электронный ресурс] — Режим доступа. — URL:// www.corex-depot.com.
2. Handelsblatt — Funf Szenarien fur die Zukunft der Logistik [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL:// http://www.handelsblatt.com/unternehmen/logistik-spezial/branchenstudie-enarien-fuer-die-zukunft-der-logistik.
3. Земскова, О. М. Логистика в России и за рубежом: сравнительный анализ/О. М. Земскова // Экономика и современный менеджмент: теория и практика, № 12 (54), 2018 — с. 40-51.
4. Волков, М. Логистика в России: новые пути раскрытия потенциала/М. Волков, О. Дунаев/Торгово-промышленная палата Российской Федерации, TheBostonConsultingGroup, 2017. — с. 5-12.
5. Дятленко, С. А., Развитие транспортно-логистического рынка в условиях внешних вызовов // Вклад аграрной науки в развитие земледелия Юга Российской Федерации. Инновационное развитие АПК: Материалы Межд. научно-практической конференции (Волгоград, 16-19 июль 2019 г.). — Волгоград: ООО «СФЕРА», — 2019. — с. 488.
6. Иванов, Д. Тенденции развития логистики в Германии: практика, наука, образование/Д. Иванов // Анализ рынков. — 2017 — № 4 — с. 32-34.

Электронное правительство: основные теоретические аспекты

Трякина Ольга Ивановна, студент

Самарский национальный исследовательский университет имени академика С. П. Королёва

Электронное правительство представляет собой пакет технологий и набор организационных мер, имеющих нормативно-правовое обеспечение. Основная задача этого направления — предоставление цифрового взаимодействия между органами государственной власти различных уровней, гражданами, а также другими субъек-

тами экономики. При этом личное взаимодействие между участниками минимизировано, используются информационные и мобильные технологии, интернет.

Электронное правительство выступает частью мероприятий, имеющих отношение к административной реформе, основная задача которой развитие цифровой эко-

номики. Данные мероприятия способствуют повышению эффективности функционирования экономики страны, созданию условий для свободного доступа к информации и необходимым услугам.

Анализ теоретической сущности электронного правительства позволил выделить его основные задачи, среди которых присутствуют следующие:

- оптимизация текущих форм взаимодействия государственных органов, создание новых;
- оптимизация процесса предоставления государственных услуг различным субъектам (в том числе населению и бизнесу);
- осуществление поддержки населения, модернизация сектора самообслуживания;
- информирование и поддержание осведомлённости граждан по технологическим вопросам;
- уменьшение воздействия географического фактора (отсутствует необходимость привязки к конкретному субъекту РФ).

На основании вышеуказанных задач электронное правительство обеспечивает:

- эффективное и менее затратное администрирование;
- кардинальное изменение взаимоотношений между обществом и правительством;
- совершенствование демократии и повышение ответственности власти перед народом.

На современном этапе выделяют четыре сферы функционирования электронного правительства. Во-первых, предоставление электронных услуг. Это означает, что желающие могут получить нужную информацию, программы, стратегии и услуги круглосуточно в любой день. К данной категории также относят доступ к разным службам, оказание услуг в электронной форме и т. д.

Во-вторых, электронное управление (наличие внутренних информационных систем, позволяющих поддер-

живать управленческо-административные функции государственных учреждений).

В-третьих, развитие электронной демократии. Данное направление реализуется посредством использования информационных технологий в качестве инструмента, помогающего устанавливать приоритеты политики страны, формировать политические меры, а также принимать непосредственное участие в их внедрении в консультационной форме. Это возможно, например, посредством осуществления электронных консультаций или голосования. Данное направление относится в первую очередь к тем мероприятиям, которые повышают степень участия граждан в городских собраниях (в том числе виртуальных), опросах и форумах, необходимых для дальнейшего развития и эффективного функционирования государственного аппарата.

В-четвёртых, не стоит забывать и об электронной коммерции, которая предполагает обмен денег на правительственные товары или услуги посредством интернета. В качестве примеров выступают: уплата налогов и услуг ЖКУ, продление регистрации транспортных средств. Правительство, в свою очередь, осуществляет электронные государственные закупки, тем самым приобретая необходимый для работы инвентарь.

На основе вышесказанного были сформулированы основные виды взаимодействия электронного правительства и субъектов:

- между государством и гражданами;
- между государством и бизнесом;
- между различными представителями и уровнями органов государственной власти;
- между государством и государственными служащими.

Сама концепция электронного правительства обладает как положительными, так и отрицательными моментами. Некоторые из них представлены в таблице 1.

Таблица 1. Положительные и отрицательные аспекты функционирования электронного правительства [2; 3, с. 69]

	Критерий	Характеристика
Преимущества	Оперативность	Увеличение скорости оказываемых услуг (например, быстрое получение справок)
	Снижение уровня коррупции	Отсутствует непосредственный контакт с должностными лицами
	Удобство	Отсутствует необходимость посещать государственные структуры: все операции можно совершать из дома с помощью личного кабинета
	Разгрузка традиционной системы администрирования	Снижение очередей в отделениях оказания государственных услуг
	Универсальность	Увеличение количества услуг, предоставляемых дистанционно
Недостатки	Ограниченность	Ограниченный объём услуг и ограниченный круг людей, использующих данный сервис
	Сбой работы программы	Возможность сбоя или возникновения ошибки по причине воздействия человеческого фактора
	Негативный человеческий фактор	Согласно исследованию портала «БалтИнфо», система электронного правительства не сможет повлиять на отношение чиновников, которые смогут также присылать отписки, но уже в электронном виде.

Проведённый анализ свидетельствует о том, что электронное правительство не является аналогом или дополнением традиционного правительства. Электронное правительство выступает лишь как новый эффективный способ взаимодействия между различными субъектами и государством. Данное взаимодействие базируется на основе информационных технологий, что позволяет повысить эффективность предоставления государственных услуг.

На основе вышесказанного были сформулированы основные цели электронного правительства:

- оптимизация предоставления правительственных услуг населению и бизнесу;
- поддержка и предоставление возможности самообслуживания граждан;
- рост технологической осведомлённости и квалификации граждан;

Литература:

1. Федеральный закон «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления» от 09.02.2009 N 8-ФЗ // КонсультантПлюс [Электронный источник] — URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_84602/. Дата обращения: 17.12.2020.
2. BaltInfo: Балтийское информационное агентство [Электронный источник]. — URL: <http://www.baltinfo.ru/>. Дата обращения 17.12.2020.
3. Черемных, В. Ю., Яковлев Л. С. Электронное правительство: модели и перспективы // Вестник Поволжского института управления 2017. Том 17. № 1. — с. 68-74.

Электронное правительство как инструмент модернизации государственного управления и новый способ предоставления государственных услуг

Трякина Ольга Ивановна, студент

Самарский национальный исследовательский университет имени академика С. П. Королёва

На современном этапе информационные технологии способствуют активному развитию различных секторов экономики, а также улучшению жизни общества в целом. Сегодня государственное управление неразрывно связано с социальными процессами и отношениями между субъектами. Основная задача государственного управления заключается в координации эффективного взаимодействия населения и государства, но для этого необходимы инновации.

Вышесказанное позволяет сформулировать основной тезис о концепции электронного правительства, который выступает наиболее актуальным вопросом сегодня. Основная идея данной концепции заключается в том, чтобы добиться положительных изменений в системе органов власти, с целью повышения эффективности их функционирования, информационной открытости, а также оптимального оказания государственных услуг населению.

На сегодняшний день отсутствует единое определение категории «электронное правительство», однако совре-

— снижение воздействия географического фактора.

Таким образом, электронное правительство необходимо для проведения преобразований, с целью повышения доступности для населения, а также повышения эффективности работы государственного аппарата. Электронное правительство позволит стимулировать содействие гражданского участия в государственной жизни, поскольку данный канал является более удобным способом взаимодействия, при котором снижается риск возникновения коррупционных действий.

Подводя итоги, необходимо отметить, что электронное правительство должно обеспечить более эффективное, но в то же время менее затратное администрирование. В качестве результата выступит кардинальное изменение взаимоотношений между обществом и правительством и, как следствие, улучшение демократии и повышение ответственности власти перед населением.

менные исследователи чаще всего используют этот термин в двух смыслах: в узком и широком [3, с. 70].

В первом случае электронное правительство выступает в качестве информационно-коммуникационной технологии, способствующей эффективному функционированию органов государственной власти. Например, оказание услуг населению и бизнесу, организация государственных закупок, осуществление различных финансовых операций, получение и предоставление информации.

В широком смысле электронное правительство выступает в качестве процесса трансформации внутренних и внешних взаимодействий в общей системе государственного управления посредством использования информационных средств. Данные мероприятия способствуют улучшению качества обслуживания граждан, обеспечению их конституционных прав и, как следствие, оптимизации государственного управления.

Внедрение электронного правительства требует как участия со стороны государства, так и общественных организаций, предпринимателей, населения. Результатом данного взаимодействия должно стать повышение качества принимаемых решений, работы государственного аппарата в целом, создание новой культуры взаимодействия, основанной на поиске компромиссов на взаимовыгодных условиях. Таким образом, введение электронного правительства позволит государственному аппарату осуществлять свою деятельность более прозрачно и эффективно, а граждане, в свою очередь смогут увидеть реальный результат, соответствующий их ожиданиям.

Были определены черты, характерные для электронного правительства [1, с. 200]:

- наличие и обеспечение доступа к государственной информации для граждан: одна из наиболее распространённых форм цифровой деятельности;
- стимулирование соблюдения правовых норм: электронное правительство может предоставлять доступ к услугам, позволяющим выполнять определённые правила и требования;
- наличие дистанционного доступа для населения к услугам, связанным со льготами и пособиями, например, к денежным перечислениям (возможность оформления заявления на социальную помощь или компенсацию в режиме онлайн);

— осуществление закупок (в том числе учитывается предложение цены, покупки и оплаты). Таким образом, государственные учреждения получают выгоду, поскольку реализуют товар в частный сектор посредством приложения (электронная коммерция). Наличие электронных каталогов, а также совершение покупки и оплаты, позволяет осуществлять сделки внутри правительства, а также между государственными органами и частным сектором. В итоге удовлетворяются потребности как государственных учреждений, так и частных торговых партнёров;

— происходит объединение межправительственной информации и сервисов (речь идёт о программах по предоставлению услуг государственными учреждениями различным уровням государственной власти). В результате реализуется процесс совместного использования электронной информации;

— политическая вовлечённость населения. Возможен доступ к выборным должностным лицам, дискуссионным форумам, избирательной регистрации и, в итоге, дистанционному голосованию. Данное направление ориентировано на граждан.

Существует несколько предпосылок возникновения электронного правительства. Они перечислены в таблице 1 [2, с. 69].

Таблица 1. Предпосылки возникновения электронного правительства

Группы	Описание причин
Экономические	Увеличение спроса на услуги, которые предоставляет государство. Наличие значительного количества проблем при их выполнении. Ограниченность ресурсов (материальных и трудовых), что выступает причиной отсутствия решения управленческих проблем имеющимися способами.
Социальные	Совершенствование и развитие гражданского и информационного общества. Присутствие демократических преобразований. Неудовлетворённость населения результатами действий государственных структур, предъявление постоянных требований к повышению результативности и эффективности выполняемой работы.
Технологические	Постоянное развитие информационных и коммуникационных технологий

Вышесказанные аспекты позволяют сформулировать основные задачи электронного правительства:

- улучшение и совершенствование работы органов государственной власти;
- усиление подотчетности и ответственности органов государственной власти;
- повышение эффективности управления государственными ресурсами;
- создание более безопасного общества;
- улучшение корпоративной отчётности.

Таким образом, электронное правительство модернизирует государство в открытую систему, активно использующую информационно-коммуникационные технологии. Она является противоположной традиционной структуре, которая включает в себя иерархическую бюрократическую систему. Кроме того, государство стано-

вится катализатором происходящих изменений и теряет свои лидирующие позиции, поскольку влияние населения на политический процесс, становится возможным и на негосударственных ресурсах.

Подводя итоги, необходимо отметить, что создание и реализация электронного правительства является существенным шагом в развитии демократического общества. Это безусловно важный критерий для России. Данный процесс выступает как современный инструмент совершенствования государственного управления, взаимодействия государства и населения. Однако для эффективного внедрения данного направления необходимо также учесть технологические и финансовые возможности общества на современном этапе, характер политической системы, уровень политической культуры населения, доступности информации и образования.

Литература:

1. Киселёв, А. С. Электронное правительство в Российской Федерации: генезис и современное состояние // Социально-экономические явления и процессы. — Т. 10, № 10, 2015. — с. 199-204
2. Черемных, В. Ю., Яковлев Л. С. Электронное правительство: модели и перспективы // Вестник Поволжского института управления. — 2017. Том 17. № 1. — с. 68-74.
3. Чумаков, Д. В. Электронное правительство как новый способ предоставления государственных услуг // Международный журнал «Science Time». № 3. — 2019. — с. 69-71.

Совершенствование развития личностных и профессиональных навыков руководителей

Турченко Екатерина Аркадьевна, студент магистратуры

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

В настоящей статье анализируется развитие личностных и профессиональных навыков менеджеров, выполняющих управленческую функцию в современных организациях. Исследования показывают, что существует необходимость развития навыков менеджеров с помощью набора различных методов и инструментов. С течением времени был создан ряд моделей развития управленческих навыков, которые рекомендуют потенциальные пути реализации этих процессов.

Проведя анализ описанных моделей развития личностных и профессиональных навыков менеджеров и обобщив результаты конкретных исследований, проведенных в организациях, можно констатировать, что процесс развития навыков нуждается в совершенствовании.

На основе результатов исследования в статье предлагается целостный процесс развития, реализация которого показала его эффективность.

Ключевые слова: менеджер, развитие навыков, модель развития, развитие персонала, процесс, менеджмент.

Все управленческие уровни в современных организациях нуждаются в талантливых, хорошо подготовленных топ-менеджерах, и эта потребность постоянно возрастает, а эффективность управления становится одним из важнейших условий успеха предприятия. Это связано с различными причинами: глобализацией, изменением характера труда, увеличением разнообразия людей, имеющихся на рынке труда, миграцией граждан, действиями конкурентов, пытающихся «охотиться» за квалифицированными кадрами и т. д. [2]. Менеджеры в организациях постоянно сталкиваются с новыми вызовами, требующими новых решений и идей. В связи с этим менеджеры ищут новые методы, направленные не только на поддержание качества товаров и услуг, но и на сохранение лояльности персонала и организационной стабильности. Это означает, что развитие личностных и профессиональных качеств руководителей стало инструментом обеспечения качественных характеристик управленческого персонала организации. Организация, которая найдет эффективный способ развития менеджеров, не будет испытывать дефицита талантливых, эффективных по времени менеджеров; она минимизирует свои временные и ресурсные затраты на поиск квалифицированных кадров и сможет сохранить компанию.

Развитие навыков менеджеров — одно из направлений деятельности по управлению персоналом — является

частью развития персонала, используемого в процессе управления [5]. Анализируя данную проблему, необходимо не только исследовать само развитие как процесс, но и проанализировать имеющиеся модели.

Многие программы, улучшающие работу менеджера, основаны на применении конкретных теорий управления. Обзор исследований, выполненных на основе таких теорий, показал, что все эти методы позволяют повысить качество выполняемых менеджером обязанностей. Однако многие исследователи не раскрыли, происходит ли повышение эффективности от применения теории или, скорее, от приобретения межличностных и управленческих навыков [3].

На практике широко применяется ряд моделей организации развития, направленных на развитие не только руководителей, но и всех сотрудников. Так, модель организации повышения квалификации менеджеров основана на групповом методе. Он подразумевает создание групп, состоящих из сотрудников, которые имеют высокий потенциал занять новые должности в будущем. Развитие необходимых навыков у таких лиц достигается путем расширения должностных инструкций и делегирования новых обязанностей. Таким образом происходит быстрый темп обучения и более четкая оценка возможностей карьерного роста.

Еще одной довольно часто применяемой моделью организации развития является метод теории социальных наук. Последний зарекомендовал себя как один из наиболее эффективных инструментов развития управленческих навыков [1]. В качестве методов развития навыков используются как когнитивная работа (связанная с познанием), так и поведенческая деятельность. Различные варианты этого метода используются по-разному: как во время обучения на работе, так и во время семинаров менеджеров. Исследования по пониманию подобных навыков показали, что эффективность этого метода может быть повышена при трех важных условиях.

1) Во-первых, применяемые поведенческие принципы должны основываться на психологических теориях.

2) Во-вторых, обучаемый должен понимать свой уровень компетентности и быть достаточно мотивированным для ее дальнейшего развития.

3) В-третьих, в модели развития должно быть условие применимости.

Для того, чтобы выжить в постоянно меняющемся обществе, человек должен многому научиться самостоятельно: чаще всего это связано с обучающими семинарами по компетенциям, переподготовкой кадров, поддержанием уровня профессиональной компетентности, развитием личностных и профессиональных навыков. Самостоятельное развитие и самообучение легче реализовать, применяя стратегию мобильности в организациях: в компании подчеркивается важность высшего образования, поскольку предполагается, что люди с более высоким уровнем образования имеют гораздо больше возможностей для переквалификации и адаптации к новым требованиям работы.

Таким образом, проведя анализ описанных моделей развития личностных и профессиональных навыков менеджеров, представляется необходимым обозначить способ, состоящий из следующих действий:

1) Определение руководителей личной и профессиональной квалификацией.

2) Выбор сотрудников и оценка имеющихся навыков.

3) Выбор наиболее подходящего инструмента для оценки имеющихся личных и профессиональных навыков.

4) Систематизация личностных и профессиональных навыков руководителя, подлежащих развитию.

5) Возложение большого количества управленческих обязанностей на высокопотенциальных сотрудников, поставив перед ними цели развития в процессе разработки анкет.

6) Реагирование на меняющиеся ситуации и внесение соответствующих поправок в планируемые процессы развития.

7) Объединение нескольких инструментов разработки.

8) Использование как можно большего числа различных инструментов краткосрочного развития.

9) Выбор наиболее актуальных программ развития навыков.

10) Выбор программы, составленной специально для персонала организации.

11) Убеждение менеджеров, участвующих в тренинге, что ключ к успеху находится в их собственных руках.

12) Определение роли непосредственного руководителя в процессе разработки.

13) Побуждение обучаемого самостоятельно контролировать свое развитие, так как самостоятельное формирование своих планов приводит к более мотивированному и эффективному их выполнению.

14) Назначение наставников-супервайзеров обучающимся, обладающим широкими организационными знаниями и опытом.

15) Составление плана продвижения на более высокие позиции. По мере того как обучаемый переходит из одной позиции в другую, он испытывает определенные трудности, которые необходимо обсудить с обучаемым. Только так создается возможность для развития необходимых навыков. При перемещении менеджера на более высокую должность необходимо оценивать возможные реакции, так как формула успеха, идеально работающая в одном случае, может оказаться неприменимой в другом.

Перечисленные рекомендации по развитию личностных и профессиональных качеств менеджеров не являются окончательными и исчерпывающими. Постоянное наблюдение и контроль, а также творческий подход к решению проблем необходимы для улучшения процесса развития менеджеров [4]. Однако реализация уже упомянутых выше рекомендаций может привести к эффективному развитию личных и профессиональных навыков в организации.

Таким образом, в условиях глобализации и интернационализации экономики проблема управления организациями все более обостряется. Руководители организаций сталкиваются с новыми ситуациями, требующими применения современных методов, организационных форм и процессов управления. В результате этих вызовов личностные и профессиональные навыки менеджеров должны изменяться и развиваться. Совершенствование развития этих навыков становится важным инструментом, обеспечивающим условия для успешной деятельности организации.

Стремясь обеспечить целостный подход к развитию управленческих навыков, процесс должен быть организован с применением процессно-деятельностного подхода, то есть создавать систематизированный комплекс развивающих действий и реализовывать его в процессе развития. Практическое применение обозначенных моделей показало, что деятельность, направленная на развитие личностных и профессиональных качеств менеджеров, является эффективной и дает положительные результаты.

Литература:

1. Буравцова, Н. В., Коваленко В. И. Психологические факторы, обуславливающие развитие организационно-управленческих навыков будущих менеджеров // МНКО. 2019. № 4 (41). с. 12-16.
2. Кислякова, М. Д., Филатов М. И. Профессиональная подготовка кадров залог успеха предприятия // Известия ОГАУ. 2018. № 1-1. с. 23.
3. Пыткин, А. Н., Поносова Е. В. Ключевые направления применения теории управления в менеджменте промышленных предприятий // Вестник ЧелГУ. 2018. № 24 (278). с. 45-49.
4. Тамбиев, С. Г., Резанович И. В. Компетентностный подход к повышению квалификации менеджеров // МНКО. 2010. № 6-1. с. 4-8.
5. Фомин, А. А., Мамонтова И. Ю. Современный HR-менеджмент: навыки, востребованные в 21 веке // Московский экономический журнал. 2020. № 1. с. 2-6.

Проблемы формирования эффективной кадровой политики предприятия

Унчаева Анна Александровна, студент

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

В статье рассматриваются проблемные вопросы определения формирования эффективной кадровой политики предприятия. По мнению автора, на формирование кадровой политики оказывают влияние факторы внешней и внутренней среды, следовательно, формирование кадровой политики должно быть увязано со стратегией развития предприятия.

Ключевые слова: кадровая политика, кадры, персонал, управление персоналом, трудовой коллектив, виды кадровой политики, факторы внешней и внутренней среды, муниципальная кадровая политика.

Кадровая политика — это мощный инструмент воздействия на формирование трудового коллектива предприятия. Она включает всю совокупность инструментов и методов управленческого воздействия, выработанных теорией менеджмента и практическим опытом. От эффективности формирования кадровой политики самым непосредственным образом зависит эффективность функционирования предприятия в целом.

Значение кадровой политики в современных условиях хозяйствования сложно переоценить. Уже давно доказано, что кадры решают все, от эффективного управления человеческими ресурсами зависит успех любого мероприятия. При этом цель кадровой политики предприятия — обеспечение бесперебойного функционирования и поступательного развития организации за счет эффективной системы управления человеческими ресурсами.

Исходя из этого, определение кадровой политики предприятия может выглядеть, как представлено на рисунке 1.

Выделим следующие ключевые задачи кадровой политики предприятия:

- разработка внутренней локальной документации, регулирующей процессы управления человеческими ресурсами, включая Положения по отделам и Должностные инструкции;

- обеспечение оптимального использования человеческих ресурсов организации — кадровая политика позволяет установить оптимальное количество рабочих

мест, исходя из размеров и организационной структуры организации, а также сформировать должностные обязанности персонала;

- обучение персонала и повышение уровня его квалификации в соответствии с изменениями факторов внутренней и внешней среды;

- разработка и внедрение эффективных методов мотивации персонала с целью обеспечения высокого уровня производительности труда;

- организация процесса подбора, набора и отбора персонала, как при приеме новых работников, так и при внутренних перестановках при смене организационной структуры или других перемещениях трудовых ресурсов;

- организация процесса аттестации и оценки трудовых ресурсов, с целью установления соответствия кадров, занимаемым должностям, а также с целью разработки планов обучения;

- регулирование организации отдельных управленческих институтов, например, института наставничества;

- разработка социальной политики предприятия, направленной на поддержание чувства уверенности трудовых ресурсов в завтрашнем дне;

- разработка графиков рабочего времени и правил трудового распорядка, что особенно актуально учитывая современные условия пандемии. В этих условиях популярными становятся удаленные места работы, и гибкие графики рабочего времени.

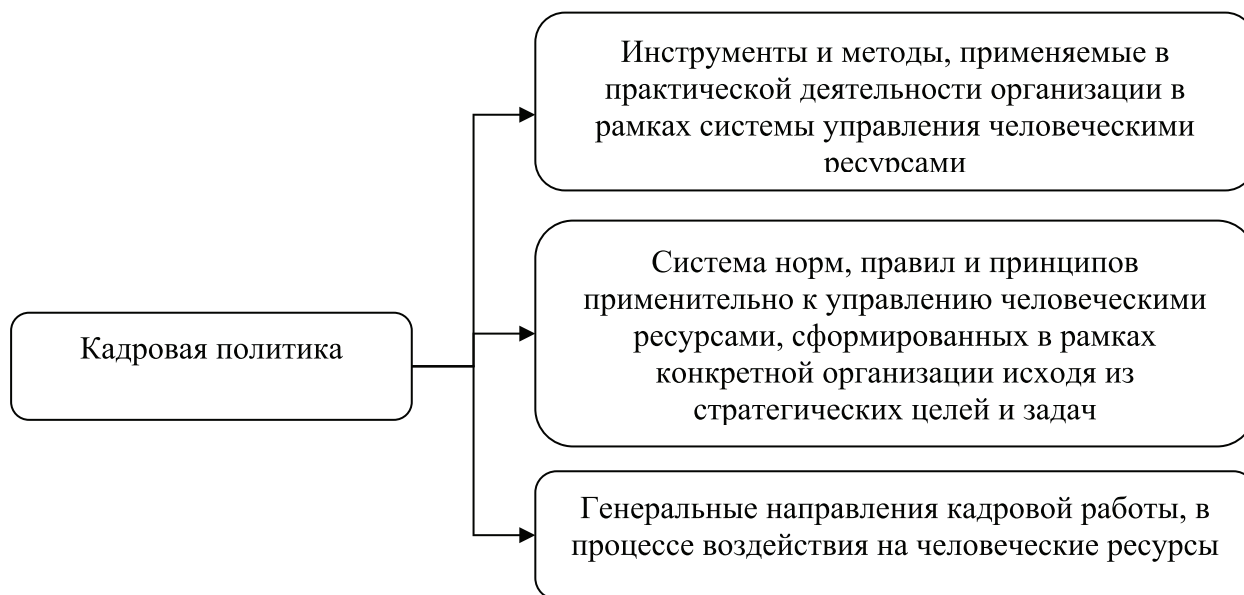


Рис. 1. Комплексный подход к определению кадровой политики предприятия

Совокупность задач может быть расширена, однако дополнительные задачи будут лишь детализировать приведенные ранее.

На формирование кадровой политики предприятия оказывают влияние факторы внешней и внутренней среды. Так, основными внешними факторами, влияющими на формирование кадровой политики организации, будут выступать следующие [4, с. 91]:

- существующее законодательство в сфере трудовых отношений — на основании трудового кодекса РФ формируются внутренние локальные документы и непосредственно сама кадровая политика как документ. Так, например, организация не может определить рабочую неделю свыше норматива рабочего времени, установленного в Трудовом кодексе РФ. Этот момент касается и установление остальных параметров трудовой сферы;

- объективные внешние специфические условия функционирования организации — так, например, чем сложнее природные условия, тем больше должно быть стимулов воздействия на персонал, с целью мотивации эффективной трудовой деятельности. Не случайно, для работников, осуществляющих свою трудовую деятельность в северных районах, устанавливаются особые рабочие режимы (дополнительные отпуска, гибкие графики рабочего времени), выплачивается повышенный уровень оплаты труда и др.;

- сложившаяся обстановка на рынке трудовых ресурсов по стране в целом и в конкретном регионе в частности — недостаток определенных трудовых ресурсов приводит к увеличению спроса на них, что в свою очередь, ведет к формированию особых условий для их привлечения и удержания. И, напротив, избыток определенных трудовых ресурсов удешевляет рабочую силу ввиду превышения предложения над спросом;

- объективно сложившиеся макроэкономические условия осуществления финансово-хозяйственной деятель-

ности. Ухудшение макроэкономической обстановки негативно отражается на эффективности функционирования предприятия. Как следствие, в условиях недостатка финансовых ресурсов руководство организации предпринимает меры экономии, в части кадровых процессов это может быть сокращение финансирования социальной политики, снижение затрат на проведение корпоративных мероприятий, а в отдельных случаях сокращение работников и снижение уровня оплаты труда [1, с. 42].

В свою очередь внутренние факторы, определяющие кадровую политику предприятия, выглядят следующим образом:

- организационная структура управления предприятием и ее возможные изменения в будущем. Особенно данный фактор актуален для крупных вертикально-интегрированных компаний и корпораций, чем больше компании и сложнее организационная структура, тем более многослойной является кадровая политика. В рамках изложенного можно выделить еще один фактор — это размеры предприятия;

- видение собственников (учредителей) организации и высшего менеджмента того, как должны протекать основные кадровые процессы, общий выбранный стиль управления (авторитарный, демократический, либеральный и др.). Также на формирование кадровой политики влияет понимание собственниками компании, какой должна быть корпоративная культура и необходимость ее развития;

- наличие четких целей и задач стратегического и тактического развития организации. В этой ситуации обязательно оценивается потребность в различных ресурсах, включая трудовые ресурсы, что требует формирования эффективной и четкой кадровой политики организации;

- конкурентоспособность и успешность компании. Получение положительных финансовых результатов —

это возможность для дополнительного поощрения и выработки эффективной системы мотивации.

— уровень квалификации менеджеров в целом и менеджеров, занятых формированием кадровой политики организации в частности;

— другие факторы, связанные с организацией системы управления трудовыми ресурсами [3, с. 48].

Выделяют четыре типа кадровой политики предприятия, что иллюстрируется рисунком 2.



Рис. 2. Виды (типы) кадровой политики предприятия

Также различают открытую и закрытую кадровую политику предприятия.

Кадровая политика является особо приоритетным направлением как государственной политики в целом, так и муниципальной политики в частности, так как от высокопрофессиональных кадров, обладающих высокими нравственными и деловыми качествами, зависит уровень развития местного сообщества.

В настоящее время возрастает роль и значение органов муниципального управления. В связи с этим можно выделить ключевые функции муниципальной кадровой политики [2, с. 1]:

- накопление и реализация кадрового потенциала;
- регулирование кадровой системы муниципального образования;
- диагностика кадровой работы с целью выявления и решения проблем в реализации кадровой политики;
- активное использование методов кадровой работы.

Содержание муниципальной кадровой политики определяется особенностями функционирования конкретного

муниципального образования и выработанными подходами к управлению трудовыми ресурсами.

Таким образом, независимо от объективно сложившихся условий функционирования организации, должен быть обеспечен взвешенный и тщательный подход к формированию кадровой политики организации. Кадровая политика должна совершенствоваться и изменяться параллельно с теми изменениями, которые происходят как во внешней среде, так и внутри организации. Сущность муниципальной кадровой политики выражается в том, что она призвана отражать уровень развития муниципального образования, а также состояние и потребность органов муниципального управления в квалифицированных кадрах. Кадровая политика в органах муниципального управления зависит от общественно-политического, социально-экономического положения самого муниципального образования, а также определяет перспективы в профессиональном отборе, развитии кадров.

Литература:

1. Алехина, Е. С. Основные факторы успеха формирования кадровой политики организации [Текст]/Е. С. Алехина, Т. А. Артюхов, В. Р. Гаджиев // В сборнике: Экономика, управление, право: актуальные вопросы и векторы развития. Сборник статей IV Международной научно-практической конференции. Петрозаводск: Международный центр научного партнерства «Новая наука», 2020. — с. 40-46.

2. Болотова, И. О. Совершенствование кадровой политики в органах местного самоуправления [Текст]/И. О. Болотова, Е. М. Лещенко // Регион: государственное и муниципальное управление. — 2020. — № 1 (21). — с. 1.
3. Разумов, И. А. Роль кадровой политики в повышении эффективности муниципального управления [Текст]/И. А. Разумов // Студенческий форум. — 2020. — № 2 (95). — с. 46-48.
4. Цветкова, О. А. Этапы построения эффективной кадровой политики [Текст]/О. А. Цветкова // Матрица научного познания. — 2020. — № 2. — с. 90-92.

Сравнительный анализ различных подходов к определению начальной максимальной цены контракта в сфере информационных технологий

Щетинкин Алексей Дмитриевич, студент магистратуры;
Некрасова Надежда Анатольевна, студент магистратуры
Тольяттинский государственный университет

В работе рассмотрены три подхода к определению начальной максимальной цены контракта, их особенности, достоинства и недостатки применительно к сфере информационных технологий (ИТ).

Ключевые слова: информационные технологии, информационное общество, цифровая экономика, контракт, цена, ценообразование

Comparative analysis of various approaches to determining the maximum contract price in the field of information technology

The article considers three approaches to determining the initial maximum contract price, their features, advantages and disadvantages in relation to the field of information technologies (IT).

Keywords: information technologies, information society, digital economy, contract, price, pricing

В настоящее время основным в Российской Федерации утверждена и реализуется Стратегия развития информационного общества в Российской Федерации на 2017-2030 годы [1]. Одним из механизмов реализации данной стратегии является национальный проект «Национальная программа «Цифровая экономика Российской Федерации» на 2019-2024 годы. Суммарное финансовое обеспечение национального проекта запланировано на уровне 1627146,47 млн. рублей, в том числе:

за счёт федерального бюджета — 1099583,04 млн. рублей;

за счёт консолидированных бюджетов субъектов Российской Федерации — 300,00 млн. рублей;

за счёт внебюджетных источников — 527513,43 млн. рублей.

Таким образом, финансирование национального проекта более чем на две трети осуществляется из бюджетов различного уровня бюджетной системы. Соответственно, механизм государственного и муниципального заказа, определенный в Федеральном законе от 05.04.2013 N 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» [2] является главным инструментом ис-

пользования финансовых ресурсов для решения поставленных задач.

Рассматриваемая предметная область — «цифровая экономика» — характеризуется высокой скоростью изменений, обусловленных как развитием аппаратно-программных платформ цифровизации экономики, так и расширением сфер применения информационных технологий. Указанные особенности предметной области обуславливают большой удельный вес инновационных разработок, проводимых в форме научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ (далее — НИОКР). Для расчёта начальной максимальной цены (далее — НМЦ) государственного контракта на выполнение НИОКР применяются три основных подхода — затратный, сравнительный (на основании работ-аналогов) и доходный.

Затратный подход

Согласно ПБУ 17/02 [3] основными статьями затрат на проведение НИОКР являются:

— затраты на заработную плату исполнителей с учетом страховых взносов;

— затраты, относящиеся непосредственно к выполнению работ по НИОКР, но не связанные с оплатой труда;

— накладные (общехозяйственные) расходы на выполнение НИОКР.

Как при конкурентном, так и при неконкурентном способе размещения заказа на выполнение НИОКР научно-исследовательская организация должна обосновать предполагаемые расходы по указанным статьям затрат и обобщить их в единую калькуляцию (расчётно-калькуляционные материалы, смету).

Затраты на заработную плату и страховые взносы рассчитываются на основе планируемой трудоемкости работ и количественного состава непосредственных исполнителей. При этом используются либо отраслевые методические рекомендации по нормированию труда на выполнение НИОКР, либо стандарты и нормативы трудозатрат, принятые непосредственно на предприятии (в организации, учреждении).

К затратам, относящимся непосредственно к выполнению работ по НИОКР и не связанных с оплатой труда, относятся:

— затраты на материалы и комплектующие, необходимые для выполнения конкретных работ в соответствии с техническим заданием, за исключением затрат, связанных с проектированием, изготовлением или приобретением специального оборудования;

— затраты на приобретение и изготовление специального оборудования, приспособлений и инструментов, приборов, аппаратов, стендов, установок и других устройств, необходимых для выполнения конкретной работы, включая расходы на проектирование, транспортировку и установку этого оборудования;

— прочие прямые затраты (командировочные расходы, затраты на изучение и подготовку специальной информации, оплата научно-технических экспертиз, затраты

на пользование платными информационными ресурсами, расходы на испытания, проведение исследований на уникальном оборудовании и т.п.);

— затраты на работы, выполняемые сторонними (специализированными) организациями.

Общехозяйственные не прямые (накладные) расходы включают следующие расходы на организацию и проведение НИОКР:

— расходы на оплату труда административно-управленческого персонала, включая страховые взносы;

— расходы, связанные с эксплуатацией энергетических и инфраструктурных объектов;

— расходы на обслуживание научного оборудования, принадлежащего организации и задействованного для выполнения НИОКР;

— расходы на оплату аренды помещения и коммунальных услуг (при обосновании необходимости);

— расходы на оплату информационных, консультационных, юридических и аудиторских услуг;

— расходы на содержание и обслуживание вычислительной и другой оргтехники, задействованной для выполнения НИОКР;

— расходы, связанные с оплатой услуг связи, банков и т.д.

Достоинства и недостатки затратного подхода к определению НМЦ контракта существенно отличаются в зависимости от того, рассматривается ли данная проблема с точки зрения государственного заказчика, или с точки зрения исполнителя. Результаты анализа особенностей затратного метода с учётом отраслевой специфики сферы информационных технологий приведены в таблице 1.

Таблица 1. Анализ затратного подхода к определению НМЦ

Заказчик Достоинства	Исполнитель Достоинства
1. Наиболее точный (по сравнению с доходным и сравнительным) метод определения начальной максимальной цены контракта. 2. Минимизированы коррупционные риски. Снижение данного вида рисков достигается за счёт использования при расчёте более достоверных и объективных источников ценовой информации (методических рекомендаций, прогнозов экономического развития, индексов-дефляторов, показателей рентабельности и т.д. вместо субъективных мнений экспертов). 3. Риски необоснованного занижения стоимости выполнения работ фактически переносятся на исполнителя (исполнитель обязан выполнить контракт даже при условии в случае превышения фактической стоимости работ установленное в договоре значение).	1. Расширение возможностей участия в реализации государственного и муниципального заказа. При использовании сравнительного подхода к определению начальной максимальной цены контракта фирмы, не имеющие базы сравнения в виде ранее выполненных работ практически лишаются возможности участия в закупке.

Недостатки (ограничения)	Недостатки (ограничения)
<p>1. Высокая трудоёмкость оценки представленных расчётно-калькуляционных материалов (ориентировочно — для НИОКР со сроком выполнения от 3 до 5 лет и стоимостью более 100 млн. рублей объём расчётно-калькуляционных материалов от каждого участника закупки составляет более от 500 до 1500 печатных листов.).</p> <p>2. Трудности с организации конкурентной закупки. С учётом высокой трудоёмкости подготовки конкурсной документации организации, потенциально способные выполнить НИОКР с заданными требованиями, зачастую уклоняются от участия в закупочных мероприятиях.</p>	<p>1. Высокая трудоёмкость подготовки расчётно-калькуляционных материалов. При этом в случае выбора заказчиком другого поставщика затраты на разработку конкурсной документации не возмещаются.</p> <p>2. Повышенные риски, связанные с недостоверностью прогнозов социально-экономического развития. В частности, при расчёте цены на покупные материалы и комплектующие изделия и сроке выполнения НИОКР в 3-5 лет ошибка в определении цены может достигать 50-100%. В большинстве случаев допущенные ошибки компенсируются за счёт прибыли организации.</p>

Сравнительный подход

В рамках данного подхода расчёт цены базируется на изучении информации об известных ценах контрактов на выполнение НИОКР, аналогичных оцениваемой НИОКР по назначению, продолжительности, структуре затрат, предполагаемым результатам работ.

При наличии на предприятии собственной базы данных о ранее выполненных НИОКР работы-аналоги отбираются по следующим критериям:

— вид НИОКР (фундаментальные, прикладные исследования, экспериментальные разработки, разработка документации для серийного производства);

— схожая тематика и предметная область исследования;

— совпадение по смыслу отдельных пунктов технического задания (как правило — не менее 50-70% от объёма требований технического задания);

— схожий перечень ожидаемых результатов (перечень отчётной научно-технической документации, состав разработанных опытных/экспериментальных образцов, полученных результатов интеллектуальной деятельности);

— разница в количестве исполнителей оцениваемой НИОКР не превышает 10-20% от численности работников, участвовавших в выполнении работы-аналога;

— работа-аналог завершена не ранее, чем за 5-7 лет до планируемого срока начала выполнения оцениваемой НИОКР.

Цены отобранных работ-аналогов приводятся к расчётному периоду с учётом отраслевой специфики выполняемой НИОКР. Например, для выполнения НИОКР в рамках государственного оборонного заказа (далее — ГОЗ) следует руководствоваться приказом Министерства экономического развития РФ от 1 апреля 2020 г. N 190 [4]. При наличии нескольких аналогов определяется средняя цена работы-аналога по формуле:

$$C_a = \sum_{i=1}^n \frac{C_{ai}}{n}$$

C_a — средняя (приведённая к расчётному периоду) цена работы-аналога;

C_{ai} — приведённая к расчётному периоду цена работы-аналога;

где n — число подобранных аналогов;

i — порядковый номер аналога.

Если найденные работы-аналоги не сопоставимы по отдельным критериям с оцениваемой НИОКР, допускается использовать корректирующие коэффициенты, определяемые в соответствии с отраслевой спецификой по формуле:

$$K_{кор} = \frac{K_{эф}(\text{НИОКР})}{K_{эф}(\text{аналог})}$$

где $K_{кор}$ — корректирующий коэффициент;

$K_{эф}(\text{НИОКР})$ — коэффициент эффективности выполнения оцениваемой НИОКР;

$K_{эф}(\text{аналог})$ — коэффициент эффективности выполнения работы-аналога;

При наличии нескольких критериев, требующих корректировки, итоговый корректирующий коэффициент определяется по формуле:

$$K_{кор(общий)} = K_{кор1} \cdot K_{кор2} \cdot \dots \cdot K_{кори}$$

где i — порядковый номер критерия, требующего корректировки;

$K_{кори}$ — корректирующий коэффициент по i -му критерию.

Стоимость оцениваемой НИОКР с учётом корректирующих коэффициентов определяется по формуле:

$$C_{НИОКР} = \sum_{i=1}^n \frac{K_{кори} \cdot C_{ai}}{n}$$

При отсутствии на предприятии собственной базы данных о ранее выполненных НИОКР источником информации о ценах работ-аналогов могут служить сайты операторов электронных площадок сайты ([5] и др.). Корректировка цен работ-аналогов в таком случае может осуществляться только на инфляцию, поскольку требования заказчика, содержащиеся в техническом задании на сайте оператора электронной площадки не представлены.

Результаты анализа достоинств и недостатков сравнительного подхода к определению начальной максимальной затратного метода с учётом отраслевой специфики сферы информационных технологий приведены в таблице 2.

Таблица 2. Анализ затратного подхода к определению НМЦ

Заказчик	Исполнитель
<p>Достоинства</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Наименее трудоёмкий метод определения начальной максимальной цены контракта. 2. Позволяет учитывать особенности каждой НИОКР с учётом поправочных (корректирующих) коэффициентов. 	<p>Достоинства</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Низкая трудоёмкость расчётов при наличии собственного портфеля ранее выполненных НИОКР.
<p>Недостатки (ограничения)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Необходимость экспертной оценки при применении корректирующих коэффициентов. 2. Высокие коррупционные риски (необходимо обеспечить независимость экспертов и обосновать применение поправочных коэффициентов в антимонопольных и иных контрольных органах). 3. Крайне желательно иметь собственный опыт выполнения НИОКР. Прямого запрета на проведение НИОКР Заказчиками, ранее не имевшими подобного опыта, нет. Вместе с тем для сравнения с работами-аналогами необходим доступ к техническим заданиям на работы-аналоги и отчётным документам по результатам их выполнения. 4. Не для всех работ возможно подобрать работы-аналоги 	<p>Недостатки (ограничения)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Высокий входной порог для новых участников рынка. В IT-сфере достаточно высока доля предприятий, не имеющих длительной истории. Соответственно, они не имеют портфеля ранее выполненных работ и не могут воспользоваться данным методом. 2. Трудности при подборе работ-аналогов. Даже при схожих требованиях в технических заданиях на различные работы реальная трудоёмкость выполнения НИОКР может существенно отличаться. При этом существуют риски ошибки при определении начальной цены контракта как в большую, так и меньшую стороны. Если для Заказчика данные риски в значительной степени минимизированы, то Исполнитель от риска неверной оценки стоимости не защищён.

Доходный подход

Доходный подход применим к определению стоимости выполнения НИОКР, если в результате её выполнения ожидается получение реального экономического эффекта, например:

— получение реальных платежей от предоставления правообладателем права на использование результата НИОКР (лицензии, патенты и т.д.). Для IT-сферы наиболее наглядным примером подобного использования результата НИОКР является создание программного продукта (программы для электронно-вычислительных машин) и последующая продажа лицензий конечным пользователям [6];

— получение преимущества в прибыли или в объеме реализации продукции благодаря использованию результата НИОКР. Для IT-сферы примером может служить создание новых отечественных производств средств вычислительной техники и их компонентов ([7], [8]);

— выигрыш в себестоимости продукции или снижение эксплуатационных затрат. В качестве примера может служить создание федеральных и региональных порталов предоставления государственных и муниципальных услуг ([9], [10]).

Результаты анализа достоинств и недостатков доходного подхода к определению начальной максимальной цены контракта приведены в таблице 3.

Таблица 3. Анализ доходного подхода к определению начальной цены контракта

Заказчик	Исполнитель
<p>Достоинства</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Позволяет ответить на вопрос о целесообразности выполнения НИОКР. То есть оценить возможность извлечения реальной экономической выгоды. 2. Позволяет реализовать долгосрочные проекты, для которых затруднительно определение стоимости с помощью затратного подхода, а также проекты, не имеющие аналогов. 	<p>Достоинства</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Получение имиджевого (маркетингового, репутационного) эффекта от сопричастности к крупному и успешному проекту. 2. Приобретение опыта реализации крупных инфраструктурных проектов (создание собственной команды и инновационной инфраструктуры).

3. При наличии собственной инновационной инфраструктуры у Заказчика появляется возможность выполнять большую часть работ собственными силами, что снижает затраты заказчика на привлечение сторонних исполнителей (вплоть до полностью самостоятельной разработки).

Недостатки (ограничения)

1. Не все заказчики нацелены на извлечение прибыли. Например, получение дополнительных денежных поступлений от продажи лицензий на использования ПО возможно для госкорпораций «Ростех», «Росатом» и др., а также подведомственных им организаций и предприятий, но невозможно для правительства РФ, министерства обороны РФ, правительства Москвы и др.
2. Доходный подход возможен только в случае создания конкурентоспособного (по цене, качеству, уровню сервиса) продукта. Необходимой инновационной инфраструктурой для реализации подобного рода проектов обладает очень ограниченный круг заказчиков. Прежде всего это госкорпорации, крупнейшие кредитные учреждения, федеральные министерства и ведомства, а также наиболее экономически развитые регионы РФ.

Недостатки (ограничения)

1. Все результаты НИОКР, позволяющие извлечь реальную экономическую выгоду, исполнитель передаёт заказчику.
2. У исполнителя нет полной информации о целях заказчика и его намерениях по использованию результатов НИОКР. Соответственно — для успешного завершения проекта заказчик должен иметь собственный проектный офис, в результате чего в ходе реализации проекта возникает дублирование и конкуренция между проектными офисами заказчика и исполнителя.

Выводы

1. Несмотря на отмеченные недостатки в настоящее время наиболее точным и распространённым на практике является затратный подход к определению начальной максимальной цены контракта. Для компенсации выявленных возможно применение различных методов (в зависимости от отраслевой принадлежности заказчика):

— в государственной корпорации «Роскосмос» существует единый центр экспертизы в области ценообразования (ФГУП «Организация «Агат»), который по отдельным направлениям деятельности взаимодействует с ФГУП «ЦНИИмаш», ФГУП «Центр Келдыша», ФГУП «НПО «Техномаш» [11];

— в государственной корпорации «Росатом» действует отраслевой стандарт закупок [12], согласно которому «Росатом» имеет возможность напрямую воздействовать на ценообразование (например, с помощью механизма согласования экономических показателей предприятий-исполнителей);

— в сфере государственного оборонного заказа (в том числе и при создании автоматизированных систем) для контроля обоснованности затрат при планировании и выполнении НИОКР используется институт военных представительств (военных приёмов) [13].

2. В сфере информационных технологий такого единого центра экспертизы в настоящее время не создано, однако последние шаги Правительства Российской Федерации в части совершенствования деятельности институтов развития [14] создают определённые предпосылки для его появления.

3. Доходный подход целесообразно использовать при расчёте НМЦ контракта в случае долгосрочных проектов (например, при разработке федерального и региональных порталов предоставления государственных услуг в рамках системного проекта «Электронное правительство Российской Федерации», [15]). При этом возможно достижение реального экономического эффекта в виде снижения стоимости и повышение доступности государственных и муниципальных услуг, однако данный метод требует от заказчика наличия собственного высококвалифицированного проектного офиса.

4. При наличии собственной инновационной инфраструктуры наиболее радикальным методом снижения затрат и повышения эффективности государственных проектов в сфере цифровой экономики является повышение удельной доли работ, выполняемых собственными силами. Примером такого подхода может служить Центр обработки данных правительства Москвы [16].

Литература:

1. Указ Президента РФ от 9 мая 2017 г. N 203 «О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017-2030 годы». — СПС «Гарант». — URL: — <http://ivo.garant.ru/#/document/71670570/> (дата обращения: 10.10.2020);

2. Федеральный закон от 5 апреля 2013 г. N 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд». — СПС «Гарант». — URL: — <http://ivo.garant.ru/#/document/70353464/> (дата обращения 31.10.2020).
3. Приказ Министерства финансов Российской Федерации от 19 ноября 2002 года N 115н «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Учет расходов на научно-исследовательские, опытно-конструкторские и технологические работы», ПБУ 17/02. СПС «Гарант». — URL: <https://base.garant.ru/12129182/> (дата обращения 31.10.2020).
4. Приказ Министерства экономического развития РФ от 1 апреля 2020 г. N 190 «Об утверждении Порядка применения индексов цен и индексов-дефляторов по видам экономической деятельности, а также иных показателей в составе прогноза социально-экономического развития Российской Федерации при формировании цен на продукцию, поставляемую по государственному оборонному заказу». СПС «Гарант» — URL: — <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/74112564/> (дата обращения 31.10.2020).
5. Единая информационная система в сфере закупок. — URL: — <https://zakupki.gov.ru/epz/main/public/home.html> (дата обращения 31.10.2020).
6. Официальный сайт АО «НПО «РусБИТех». — URL: — <https://rusbitech.ru/products/> (дата обращения 31.10.2020).
7. Kraftway. Products and Solutions. — URL: — <https://kraftway.ru/en/products-and-solutions/> (дата обращения 31.10.2020).
8. DEPO computers. — URL: — <https://www.depo.ru/> (дата обращения 31.10.2020).
9. Public Services Portal of the Russian Federation. — URL: — <https://www.gosuslugi.ru/foreign-citizen?lang=en> (дата обращения 31.10.2020).
10. Госуслуги Москвы. Портал государственных услуг Москвы. — URL: — <https://www.mos.ru/uslugi/> (дата обращения 31.10.2020).
11. Информационный центр Роскосмоса по вопросам закупочной деятельности. — URL: — <https://www.roscosmos.ru/22120/#Положение> (дата обращения 31.10.2020).
12. Единый отраслевой стандарт закупок (положение о закупке) государственной корпорации по атомной энергии «Росатом». — URL: — <https://www.rosatom.ru/upload/iblock/e7a/e7a85ed98df89f3be37ddd9c3e27f626.pdf> (дата обращения 31.10.2020).
13. Постановление Правительства РФ от 11.08.1995 г. № 804 «О военных представительствах Министерства обороны Российской Федерации». — URL: — <http://government.ru/docs/all/15617/> (дата обращения 31.10.2020).
14. Распоряжение правительства РФ от 24.11.2020 г. № 3093-р — URL: — <http://static.government.ru/media/files/xa9sWBOXvocAyPiYJKDkIqYxsOсBCzсw.pdf> (дата обращения 31.10.2020).
15. Системный проект электронного правительства Российской Федерации. — URL: — <https://digital.gov.ru/uploaded/files/sistemnyii-proekt-elektronnogo-pravitelstva-rf.pdf> (дата обращения 31.10.2020).
16. Центр обработки данных. — URL: — <https://www.mos.ru/city/projects/cod/> (дата обращения 31.10.2020).

МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА И PR

Этика нейромаркетинга

Епифанов Владимир Владимирович, студент магистратуры
Московская международная высшая школа бизнеса «МИРБИС»

В статье представлен обзор нейромаркетинга, истории его возникновения, исследований, технологий, современных сценариев использования. Рассмотрена этическая сторона вопроса и дана краткая рекомендация для бизнеса с учетом динамики развития общества.

Ключевые слова: нейромаркетинг, методы исследования потребителя, этика.

В 1971 году, еще до возникновения понятия «нейромаркетинг», американским психологом Г. Кругманом было проведено первое исследование на стыке нейрофизиологии, психологии и маркетинга. Испытуемый некоторое время смотрел телевизор, а затем читал книгу. На протяжении всего исследования регистрировалась его электроэнцефалограмма. Целью эксперимента было выявление отличий паттернов электрической активности мозга во время этих двух разных занятий. [1, с. 3] За этим экспериментом последовали несколько похожих.

В 1984 году была опубликована статья «Brain wave analysis» (Анализ мозговых волн). Авторы статьи обосновывали подобные эксперименты возможностью получить достаточно точные результаты, в отличие от классических маркетинговых исследований, когда испытуемый дает ответы под воздействием социальных, культурных и личностных факторов. [2, с. 156]

Введение в эксплуатацию понятия «нейромаркетинг», а также создание его концепции произошло в 1990 годах на кафедре Психологии Гарвардского университета. В основу концепции легла теория, что за мыслительную и эмоциональную деятельность человека отвечает его подсознание. Другими словами, мы пользуемся результатами этих процессов, но не контролируем сами механизмы их работы. Выяснение того, какие части мозга ответственны за те или иные решения, дает возможность воздействовать на потребителя, вырабатывая у него нужные поведенческие паттерны.

В том же Гарвардском университете в 1999 году был проведен первый официальный нейромаркетинговый эксперимент с использованием метода магнитно-резонансной томографии под руководством профессора Г. Зальтмана. Эксперимент позволил создать технологию стимулирования покупок через демонстрацию специ-

ально подготовленных изображений, вызывающих яркий положительный эмоциональный отклик и активацию скрытых образов — метафор. Технология была запатентована как «Метод извлечения метафор Зальтмана» (Zaltman Metaphor Elicitation Method или ZMET). В 2004 году в Хьюстоне состоялась первая конференция по нейромаркетингу, на которой были сформулированы его определение и цель. [3, с. 249]

Нейромаркетинг — это комплекс методов изучения и анализа когнитивных, сенсомоторных, эмоциональных ответов потенциальных потребителей на различные стимулы, основанный на разработках когнитивной психологии, нейрофизиологии и маркетинга.

Цель нейромаркетинга — поиск способов объективного определения предпочтений потребителя без использования субъективных методов получения информации о них, а также формирование рекламных сообщений таким образом, чтобы склонить потребителя к покупке до того, как он их осознал и выработал свою позицию. [4, с. 284]

К нашему времени нейромаркетинг получил достаточное развитие в виду явной коммерческой заинтересованности бизнеса, крупных компаний и корпораций. Сегодня в арсенале специалистов присутствует ряд эффективных инструментов изучения покупателя, в числе которых:

1. Позитронно-эмиссионная томография. С помощью ПЭТ-сканера позволяет отслеживать распределение в организме меченных биологически активных соединений. Результаты интерпретируются в данные о внимании, памяти, стрессорности головного мозга.

2. Психолингвистическое исследование. Определяет взаимоотношение языка, мышления и сознания. Позволяет выявить реакцию человека на те или иные фразы, тембр голоса и прочее.

3. ЭКГ-исследование. Изменение ритмов сердца, параметров сердечно-сосудистой системы в ответ на внешние раздражители.

4. Регистрация кожно-гальванической реакции. Выделение пота и изменение электрического сопротивления кожи в ответ на эмоционально-значимые стимулы.

5. Регистрация сокращений лицевых мышц при помощи электромиографии (ЭМГ). Исследование биоэлектрических потенциалов, возникающих в скелетных мышцах при возбуждении волокон с помощью электродов. Позволяет связать внешнюю эмоцию с соответствующей мозговой активностью.

6. Электроэнцефалография (ЭЭГ). Регистрация электрической активности головного мозга позволяет отмечать быстрые изменения в ответ на внешние стимулы.

7. Функциональная магнитно-резонансная томография (фМРТ). В сочетании со структурной томографией мозга позволяет получать карты деоксигемоглобина, отражающие локальную активацию нервных клеток во время психической деятельности. Дает информацию о деятельности глубоких мозговых структур, которые отвечают за эмоциональные проявления.

8. Транскраниальная магнитная стимуляция (ТМС). С помощью стимуляции коры головного мозга короткими магнитными импульсами позволяет выявить конкретные области мозга, ответственные за характер решения задач.

9. Регистрация движений глаз. Видеофиксация движения глазных яблок, размера зрачка, длительности задержки взора позволяет определить степень концентрации внимания, порядок просмотра информации. [5, с. 201]

Результатом множества проведенных исследований с выборками различного объема стало понимание механизма поведения потребителя на уровне физиологии, разработка практических инструментов гарантированного воздействия на человека, прогнозирования его поведения. Главными объектами изучения и воздействия стали три части головного мозга:

1. Древний, рептильный мозг. Самое древнее образование, отвечающее за инстинкты и рефлексы, связанные с безопасностью, едой, продолжением рода. Запускает мощные реакции в ответ на раздражители, решение принимает без участия сознания.

2. Средний мозг (лимбическая система). Отвечает за эмоциональную сферу. Является более молодым образованием и является вторым по приоритету управления организмом.

3. Неокортекс. Отвечает за рационализм, аналитику, сравнение. Именно его продуктом является человеческое сознание. Является самым молодым образованием, имеет самый низкий приоритет и, фактически, действительно контролировать организм может только в отсутствие

внешних угроз или сильных сексуальных, эмоциональных стимулов. То есть тогда, когда более древние структуры позволяют ему это. [2, с. 304]

Технологии нейромаркетинга позволяют формировать точные, короткие сообщения, апеллирующие к базовым, низшим потребностям. Добавление в такое сообщение также и эмоционального триггера позволяет добиться нужного реагирования сразу двух мощных структур, рептильного и среднего мозга, которые, фактически, подавляют неокортекс, не дают ему принять осознанное решение. Взрослый человек, благодаря приобретенным на протяжении жизни способностям к самоконтролю и осознанию, способен в разной степени противостоять такому воздействию. Ребенок же практически не имеет такой возможности.

Примерами компаний, проводящих нейромаркетинговые исследования и применяющих на практике нейромаркетинговые технологии являются несколько крупных брендов:

1. Frito Lay. В 2008 году компания решила сменить образ закусок Cheetos на более провокационный, соответствующий тенденциям. Новая маркетинговая компания «The Orange Underground» стартовала с видеоролика, где девушка мстит подруге, подбрасывая маркие закуски в постиранное белье. Фокус группа заявила, что реклама им не понравилась, так как героиня демонстрирует отрицательное поведение. Однако результаты ЭЭГ показали позитивное отношение к ролику на уровне мозговой активности. Запущенная реклама увеличила продажи на 11,3%.

2. Sunsilk. При разработке новой упаковки продукта была применена технология отслеживания взгляда. Для сравнения были созданы две версии плаката. На одной модель смотрит на покупателя, а на другой — на изображение продукта. В первой случае на продукт посмотрели 6% респондентов, а во втором — 84%. При создании рабочей версии упаковки производитель учел неконтролируемый поведенческий паттерн по отслеживанию взгляда собеседника.

3. McDonald's. Компания использует доступные данные из областей нейрофизиологии, психологии и результаты собственных исследований с использованием фМРТ для разработки маркетинговой стратегии и создания рекламных материалов. Макдональдс концентрируется, в первую очередь, на детях и их родителях, создавая для ребенка максимально привлекательную среду с игрушками, клоунами, шариками, музыкой и эксплуатируя естественное желание родителей «быть хорошими», балуя свое чадо.

Когда факт нейромаркетинговых исследований и применения нейромаркетинговых технологий стал достоянием широкой общественности, последовала мощная негативная реакция, протесты против массового манипулирования потребителями. Особенно сильна была общественная позиция во Франции, где активистам удалось добиться судебного решения о ча-

стичном запрете. Сегодня в ряде стран на законодательном уровне не допускается проведение нейромаркетинговых исследований, однако компании используют подрядчиков в странах, где такого запрета нет. Применение технологий, разработанных на основании нейромаркетинговых исследований, ограничить не представляется возможным, в виду сложности их идентификации среди других маркетинговых инструментов. С точки зрения этики нейромаркетинг сегодня имеет ряд проблем:

1. Нарушение конфиденциальности. Объем информации, полученный в ходе исследований, может превышать запланированный и содержать конфиденциальную информацию об испытуемых.

2. Дискриминация по физиологическому признаку. Данные могут содержать информацию о том, что тот или иной продукт является целевым для людей с определенными физиологическими особенностями, недостатками.

3. Влияние на низшие звенья регуляции. Например, реклама с эротическим содержанием воздействует на низшие, базовые потребности человека.

4. Отсутствие обязательной этической комиссии для контроля и сертификации исследований.

5. Применение инструментов нейромаркетинга для воздействия на детей, которые не способны анализировать информацию и регулировать свое поведение.

6. Возможность продажи некачественных продуктов и услуг через манипулирование потребителем. [4, с. 292]

Сегодня маркетинговые технологии могут работать на благо человечества и планеты — например, эко-маркетинг. Вместе с тем многие крупные компании используют доступные инструменты воздействия, чтобы искусственно сформировать у человека новую потребность, а затем продать ему свой продукт. Таким образом, они стимулируют развитие так называемого общества потребления, что приводит к дополнительной эксплуатации природных ресурсов, увеличению объемов производства, загрязнения окружающей среды, увеличению объемов генерируемого мусора.

Заключение. Доступ к информации, ее открытость, возможность стремительного распространения делает нерентабельным использование технологий манипулирования. Такой факт становится известен широким массам и наносит урон репутации компании, который не может быть компенсирован выгодой от использования этих технологий. Маркетинг, основанный на манипулировании, обмане потребителя, не позволит построить надежный, успешный бизнес. Будущие лидеры — это компании, действительно заботящиеся о своих клиентах, выстраивающие взаимовыгодные, осознанные и прозрачные отношения. Такие компании перестают быть только бизнесом, но становятся сообществом близких по духу людей, центром коммуникации и развития.

Литература:

1. Krugman, H. E. Brain wave measures of media involvement // *Journal of Advertising Research*. — 1971. — Т. 11. — №. 1
2. Льюис, Д. Нейромаркетинг в действии. Как проникнуть в мозг покупателя: Манн, Иванов и Фербер; М. 2015
3. Belden, S. R. A. Neuroeconomics and Neuromarketing. Practical Applications and Ethical Concerns // *Journal of Mind Theory*. — 2008
4. Ariely, D., Berns G. S. Neuromarketing: the hope and hype of neuroimaging in business // *Nature Reviews Neuroscience*. — 2010. — Т. 11. — №. 4
5. Fortunato, V. C. R., Giraldo J. M. E., de Oliveira J. H. C. A Review of Studies on Neuromarketing: Practical Results, Techniques, Contributions and Limitations // *Journal of Management Research*. — 2014. — Т. 6. — №. 2

Анализ влияния персонализированных коммуникаций в сфере ювелирного бизнеса

Поддубная Злата Михайловна, студент магистратуры

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

В статье рассматривается современная тенденция влияния персонализированных коммуникаций в сфере ювелирного бизнеса, заключающаяся в индивидуальном подходе к каждому потребителю исходя из его интересов, поведения и желаний. Обозначены проблемы и рекомендации по применению данного направления в будущем.

Ключевые слова: маркетинг, персонализированные коммуникации, ювелирные бренды, потребительское поведение.

Современная маркетинговая среда характеризуется постоянными изменениями, поэтому в ней не перестают возникать новые условия и факторы повышения эффективности маркетинговой деятельности. Благодаря этим трансформациям происходит эволюционный рост маркетинговых инструментов, которые облегчают общение между участниками рынка, передачу информации о спросе, предложении, товарах, ценах и т.д. Таким образом, между производителями, потребителями, формируются системы экономических и социальных контактов, отвечающие за правильное функционирование потребительского рынка.

Маркетинговые коммуникации — один из важнейших маркетинговых инструментов, который способствуют развитию системы взаимоотношений и взаимосвязей. В маркетинге происходят изменения, влияющие на возрастающую роль информационных и коммуникационных компонентов. Тематические области маркетинговых коммуникаций подтверждаются влиянием на формирование потребительского поведения.

Определение термина «коммуникация» заключается в процессе обмена информацией в системе управления.

Есть несколько основных сфер деятельности, которые влияют на способность добиться успеха на рынке. Одна из таких областей — поведение потребителей. Развитие рыночных отношений и усиление конкуренции в России вынуждают организации пересмотреть работу своего маркетингового комплекса и вывести работу с потребителем на центральное место. Проблема того, как работают предприятия, заключается в недооценке важности изучения потребителя как личности и его покупательского поведения.

Постоянно усиливающаяся конкуренция между производителями ювелирных изделий, концентрация на рынке большого количества однотипных товаров с одинаковой ценой и аналогичным качеством существенно усложняет деятельность розничных сетей. Также на ювелирном рынке России есть проблемы с внедрением современных маркетинговых инструментов. Для достижения высокого уровня продаж им необходимо внимательно изучить предпочтения, возможности и поведение потребителей, искать новые подходы к процессу формирования маркетинговых стратегий.

У большинства российских ювелирных сетей отсутствует продуманная маркетинговая стратегия, это приводит к тому, что доля зарубежной ювелирной продукции на российском рынке составляет свыше 65-70%. Производители отечественной продукции продолжают вести конкурентную борьбу, однако этого недостаточно.

Отсюда очевидно, что для эффективного продвижения товара необходимы не просто коммуникации продавца и покупателя, а более специализированные инструменты. Таким инструментом могут быть персонализированные коммуникации, основанные на поведении потребителя, на эмоциональном восприятии адресованной ему информации.

Персонализированные коммуникации в корне меняют логику массового маркетинга, ориентируясь на потребности каждого отдельного клиента. Они становятся обратимыми и интерактивными. Компании уделяют все больше внимания обслуживанию ключевых клиентов, их удержанию и вовлечению в процесс взаимодействия для достижения лояльности.

Актуальность данной темы связана, прежде всего, с тем, что отношения между потребителем и производителем строятся таким образом, что потребитель находится в центре интересов производителя, является его основной целью и объектом целевого воздействия. Это один из основных факторов, подтверждающих необходимость изучения потребителя с психологической, экономической, социологической и культурной точек зрения.

Ювелирные бренды вызывают у покупателей «правильные» эмоции с помощью программы лояльности, которая ориентирована на персонализацию предложения. Это помогает не только стимулировать покупательскую активность, но и передавать ценности бренда внешнему миру. Происходит диверсификация ассортимента, основанная на возрастных и гендерных категориях (ювелирные линейки для мужчин, включая браслеты, кулоны и даже серьги).

Растет индивидуализация украшений: именные подвески, чармы (тематические подвески на браслет), конструкторы индивидуальных украшений. Например, дизайнеры Bvlgari разработали часовую коллекцию Serpenti, в которой материалы, цвет ремешка и корпуса, циферблат

покупатель выбирает сам. А Jaquet Droz позволяет персонализировать выбранные часы с помощью художников ювелирного дома.

Обратимся к известным ювелирным брендам, которые создают прочные связи со своими постоянными клиентами.

Pandora регулярно проводит поощрительные акции для покупателей: дарит в подарок второе украшение, проводит розыгрыши в социальных сетях. Так же члены клуба получают персонализированные подборки наконечников важных дат (день встречи второй половинки, помолвка) и на основе теста характера дарят подарки на день рождения. Privilege Club предугадывает желания клиентов и обеспечивает индивидуальный подход к каждому клиенту. Более половины клиентов ожидают от компаний персонализированных предложений. Pandora успешно работает с участниками программы лояльности и консультирует их по ювелирным изделиям, исходя из их личности и интересов.

Ювелирный бренд Swarovski для постоянных клиентов, бренд запустил программу лояльности Swarovski Crystal Society с платным членством. Клиент может сделать взнос и получить эксклюзивные привилегии: подарки, возможность приобрести украшения из лимитированной коллекции, бесплатные экземпляры корпоративного журнала, доступ к новостям компании в числе первых, приглашения на мероприятия. Участники программы лояльности могут один раз бесплатно посетить Музей Хрустальных миров Сваровски в Австрии.

PalmBeach Jewelry — это онлайн-каталог ювелирных украшений, который сочетает в себе разнообразие ассортимента и доступные цены. Для постоянных клиентов бренд запустил Клуб лояльности ювелирных изделий PalmBeach. Бренд предоставляет клиентам бонусы за действия: совершение покупок, подписка на рассылку новостей по электронной почте, публикацию сообщений в социальных сетях и даже приглашение друзей в программу лояльности по специальной реферальной ссылке. После запуска Клуба лояльности компании удалось увеличить частоту повторных покупок на 10%, увеличить клиентскую базу магазина на 10%.

Из всего выше сказанного можно сделать выводы:

— Персонализированные коммуникации помогают выделиться на фоне конкурентов. Компании, которые работают в одной сфере, различаются между собой не только количеством сотрудников и логотипом. Но часто эта разница незаметна. Индивидуальный подход заметно выделит такую компанию над конкурентами.

— Персонализированные коммуникации помогают поддерживать связи с клиентами. В рамках персонали-

зированного маркетинга есть смысл создать живой чат на сайте или одностраничнике. Этот инструмент помогает лучше взаимодействовать с потребителями.

— Персонализированные коммуникации помогают занять нишу в отрасли. При разработке лендинга недостаточно изложить информацию о компании. Одностраничник должен стать настоящей витриной с проработанным дизайном и контентом. Когда у посетителя сразу формируется положительное впечатление о бренде, есть надежда на долгосрочное сотрудничество. Поэтому уделите максимум внимания качеству проработки сайта. Всё должно быть действительно интересным и полезным.

Так же необходимо обратить внимание на каналы, через которые лучше всего работать с потребителем:

1. Рост аудитории и мобильных поисковых запросов предполагает, что основное внимание будет уделяться форматам мобильной рекламы.

2. Веб-сайты компаний получают больше трафика от обычного поиска и прямых переходов. Большинство компаний также активно используют платный поиск в контекстной рекламе и медийном размещении.

3. Один из самых эффективных каналов общения с пользователями — YouTube — не полностью используется брендами. Практически все брендовые каналы созданы только для размещения в них рекламных роликов.

4. Брендам необходимо освоить ювелирную нишу на рынке мобильных приложений, поскольку мобильная аудитория постоянно растет, а конкуренция низкая. Лишь небольшая часть брендов в выборке имеет мобильное приложение.

Таким образом, в условиях роста конкуренции и кризисных проявлений на ювелирном рынке России целью маркетинговой деятельности ювелирного предприятия является повышение конкурентоспособности продукции, что требует разработки эффективной маркетинговой стратегии, учитывающей конкретные запросы потребителей.

Сегодня традиционных маркетинговых приемов недостаточно для привлечения клиентов и стимулирования продаж. Современный потребитель уже адаптировался к рекламе и PR-воздействию, и многие приемы уже не работают. Сегодня клиент стремится получить новые впечатления от самого процесса покупки и от продукта, поэтому многие компании активно используют персонализированные маркетинговые коммуникации. Персонализированные коммуникации позволяют компании индивидуально взаимодействовать с каждым клиентом, что способствует созданию положительного имиджа организации, формированию лояльности потребителей и, как следствие, увеличению продаж.

Литература:

1. Жуковский, В. А. Понимание своих потребителей: Кн. 1/Пер. с англ./В. А. Жуковский. — Москва: МИМ ЛИНК, 2003. — 109 с. — Текст: непосредственный.

2. Маслов, Д. Удовлетворение потребителей по-японски/Д. Маслов. — Текст: электронный // Энциклопедия маркетинга: [сайт]. — URL: http://www.marketing.spb.ru/lib-mm/tactics/japanese_customers_satisfaction.htm. (дата обращения: 15.12.2020).
3. Васильев, Г. А. Поведение потребителей/Г. А. Васильев. — Москва: Вузовский учебник, 2006. — 240 с. — Текст: непосредственный.
4. Алексунин, В. А. Маркетинг/В. А. Алексунин. — Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2005. — 204 с. — Текст: непосредственный.
5. Синяева, И. М. Интегрированные маркетинговые коммуникации: Учебник/И. М. Синяева. — Москва: Юнити, 2012. — 504 с. — Текст: непосредственный.
6. Дементьева, И. Н. Теоретико-методологические подходы к изучению потребительского поведения/И. Н. Дементьева. — Текст: непосредственный // Проблемы развития территории. — 2018. — № 1. — с. 122-132.
7. Дзинько, Т. Сравнявай, не сравнивай... = Расчет и эмоции в принятии решений о покупках/Т. Дзинько. — Текст: непосредственный // Новый маркетинг. — 2012. — № 11. — с. 97-99.
8. Абдульманов, С. Евангелист бизнеса. Рассказы о контент-маркетинге и бренд-журналистике. Интегрированные маркетинговые коммуникации: Учебник/С. Абдульманов. — Москва: Манн, Иванов и Фербер, 2017. — 2016 с. — Текст: непосредственный.
9. Беквит, Г. Без раздумий. Скрытие силы, заставляющие нас покупать/Г. Беквит. — Москва: Альпина Паблишер, 2017. — 232 с. — Текст: непосредственный.
10. Голубкова, Е. Интегрированные маркетинговые коммуникации. Учебник и практикум/Е. Голубкова. — Москва: Юрайт, 2017. — 364 с. — Текст: непосредственный.

Скрытый представитель бренда

Ситникова Екатерина Андреевна, студент;
 Сорокин Олег Николаевич, кандидат исторических наук, старший преподаватель
 Оренбургский государственный университет

В данной статье раскрыта одна из новейших маркетинговых систем — программа амбассадорства. Приведен эффективный способ запуска данной программы, состоящий из семи этапов.

Ключевые слова: бренд, скрытый представитель, амбассадор, продвижение, результат.

Бренд (от англ. brand — «клеймо») — это комплекс ассоциаций, оценочных суждений и представлений о продукте или услуге, который устойчиво заложен в сознании потребителей [1]. За каждым брендом стоит определенная группа людей, но в настоящее время работает система скрытых представителей.

Скрытый представитель бренда — человек, который представляет определенную компанию. Он не является официальным членом, к нему нельзя прийти с претензиями и вопросами о продукции, это скорее народный человек, который сам пользуется продукцией или услугами компании и активно об этом рассказывает, тем самым продвигая товар. Данных представителей еще называют амбассадорами.

Программа амбассадоров бренда — одна из самых эффективных маркетинговых систем, известных в мире электронной коммерции. Это довольно новый формат, с помощью которого компании формируют лояльность к своим продуктам и повышают продажи. Потенциал прибыльности (ROI) не имеет равных в индустрии. Return on investment (ROI) — окупаемость инвестиций (финансовая

величина), характеризующая прибыльность или убыточность бизнеса.

Программа масштабирует маркетинговые кампании, направляя на сайт поток новых клиентов, это приводит к увеличению аудитории в социальных сетях компании. Данный формат по продвижению создает бесплатный контент, формирует и спасает репутацию бренда, а также является идеальной фокус — группой для тестирования.

Что бы запустить программу понадобится несколько этапов:

1. Определить цели.

Под целями будем понимать совокупность желаемых результатов, какое состояние должно быть достигнуто в результате проекта.

Например: повысить узнаваемость бренда, увеличить объем продаж, повысить конверсию сайта, увеличить аудиторию в социальных сетях и так далее.

2. Разработайте систему поощрений.

Различные российские лидеры все чаще стали прибегать к такому маркетинговому инструменту, как бонусная система поощрения.

Уже само название — программы поощрения — указывает на то, что её мотивом является предоставление выгод покупателям, ведь лояльность поддерживается благодаря высокому стандарту обслуживания.

Лучший способ поощрить любого человека — это дать ему (или пообещать) какую-либо выгоду (материальную, эмоциональную или психологическую). В чем смысл в этой системе?

Во-первых, клиент рекомендует ваши товары и услуги и получает за это подарки (деньги, скидки, другие бонусы).

Во-вторых, к вам приходят новые заинтересованные клиенты.

В систему поощрений может входить:

— скидка на следующую покупку (человек, который привел нового клиента, получает приятную скидку при покупке вашего очередного продукта);

— подарок (может быть из вашего ассортимента, но лучше — что-нибудь не связанное с вашей деятельностью);

— выплата комиссионных (определенный процент от стоимости каждого заказа «завербованного» клиента);

— выдача сертификатов (например, сертификат на 5000 руб., который можно использовать при покупке у вас товара на 10000 руб.);

— уменьшение суммы ежемесячного счета за предоставленные услуги (этот прием хорошо действует в консалтинге).

3. Найдите своих скрытых представителей.

Можно запустить проект по поиску представителей бренда, обозначить правила при которых будет осуществляться скрытая реклама. В чем будет выгода для амбассадора? Он сможет бесплатно получать товар данного бренда и активно его использовать. Выгода для компании будет состоять в том, что аудитория, окружающая представителя, будет знакомиться с товаром. Следовательно, повысится узнаваемость бренда, это в свою очередь приведет к расширению круга потребителей данного товара.

Часто представителями становятся известные личности. Но у обычного человека тоже есть возможность при определенных условиях.

Условия: амбассадор все время демонстрирует собственную любовь к бренду (глядя на это, люди, которые доверяют рассказчику, начинают доверять и бренду). Скрытый представитель же обязательно сам должен пользоваться брендом. По крайней мере, так должна думать его аудитория.

Например, модель Ирина Шейк — амбассадор бренда Intimissimi, в своих историях (в социальной сети Instagram) она на прогулке в одежде этого бренда. Никаких рекламных призывов, но люди видят бренд и интересуются им.

4. Подготовьте коммуникационные материалы.

К коммуникационным относятся материалы рекламного характера, внутренняя и внешняя документация компании (печатная продукция журнального формата, брошюры, информационные бюллетени, годовые отчеты и т.д.), а также разного рода пиаровские кампании фирмы [2].

Проще говоря, коммуникационные материалы — это все, что может рассказать потенциальному клиенту о реальных преимуществах Вашей продукции.

5. Настройте процесс рекрутинга.

Рекрутинг — это бизнес-процесс по подбору и отбору специалистов для компании-заказчика [3].

Важно определить, на кого должны быть ориентированы ваши рекрутинговые усилия, включая такие характеристики, как уровень производительности, уровень квалификации, и статус на рынке.

Процесс рекрутинга состоит из:

1) Поиск специалиста с помощью объявления.

2) Собеседование с претендентами.

3) Отбор на основе собеседований.

6. Постройте сообщество скрытых представителей бренда.

Создайте собственное закрытое сообщество для амбассадоров бренда и развивайте, усиливайте их внутренние связи как с брендом, так и друг с другом.

7. Продавайте, замеряйте и оптимизируйте.

Постоянно увеличивайте количество новых амбассадоров и следите за их активностью. Замеряйте количество взаимодействий бренда с представителями и количество качественных единиц контента, созданных им. Следите за упоминаниями и охватами постов, связанными с вашим брендом и так далее.

Скрытый представитель бренда — это, конечно же, лицо компании. Специалист, который «горит» идеей проекта и несет свой энтузиазм в массы: и внутри коллектива, и на медийных площадках за его пределами.

Девиз программы: доверие — это маркетинговый инструмент и вообще все строится только на доверие.

За рубежом амбассадоринг уже доказал свою эффективность. Он может стать неотъемлемой частью управления территориальным брендом. Первая попытка внедрить амбассадоринг в России была предпринята в 2019 году Комитетом по туризму и Проектным офисом по развитию туризма и гостеприимства города Москвы. Разработанная программа «Амбассадоры Москвы» носит имиджевый характер. Первым амбассадором Москвы стал посол по туризму UNWTO Вячеслав Фетисов [4].

В России институт амбассадоринга плохо развит и дело не в точечных промахах, а в том, что нет единого понимания того, как можно организовать подобную работу и зачем. Известные бренды привыкли искать «лицо марки», но лицо бренда — это рекламный образ, а амбассадор — это лидер аудитории, завоеватель доверия у масс.

Литература:

1. Лиана Санамян «Бренд» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.beboss.ru/journal/104-brend>
2. Коммуникационные материалы [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://leksi.org/17-54375.html>
3. HR-Portal. Что такое рекрутинг? [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://hr-portal.ru/>
4. Федорова, М.С. Амбассадоринг как механизм продвижения территории на рынке туризма. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/ambassadoring-kak-mehanizm-prodvizheniya-territorii-na-rynke-turizma/viewer>

Молодой ученый

Международный научный журнал
№ 51 (341) / 2020

Выпускающий редактор Г. А. Кайнова
Ответственные редакторы Е. И. Осянина, О. А. Шульга, З. А. Огурцова
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 30.12.2020. Дата выхода в свет: 06.01.2021.

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.