

ISSN 2072-0297

МОЛОДОЙ УЧЁНЫЙ

МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ



46 2021
ЧАСТЬ II

16+

Молодой ученый

Международный научный журнал

№ 46 (388) / 2021

Издается с декабря 2008 г.

Выходит еженедельно

Главный редактор: Ахметов Ильдар Геннадьевич, кандидат технических наук

Редакционная коллегия:

Абдрасилов Турганбай Курманбаевич, доктор философии (PhD) по философским наукам (Казахстан)

Бердиев Эргаш Абдуллаевич, кандидат медицинских наук (Узбекистан)

Жураев Хусниддин Олтинбоевич, доктор педагогических наук (Узбекистан)

Иванова Юлия Валентиновна, доктор философских наук

Каленский Александр Васильевич, доктор физико-математических наук

Куташов Вячеслав Анатольевич, доктор медицинских наук

Лактионов Константин Станиславович, доктор биологических наук

Сараева Надежда Михайловна, доктор психологических наук

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

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

Кошербаева Айгерим Нуралиевна, доктор педагогических наук, профессор (Казахстан)

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

Семахин Андрей Михайлович, кандидат технических наук

Сенцов Аркадий Эдуардович, кандидат политических наук

Сенюшкин Николай Сергеевич, кандидат технических наук

Султанова Дилшода Намозовна, доктор 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)
Досманбетов Динар Бакбергенович, доктор философии (PhD) (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)
Рахмонов Азиз Боситович, доктор философии (PhD) по педагогическим наукам (Узбекистан)
Ребезов Максим Борисович, доктор сельскохозяйственных наук, профессор (Россия)
Сорока Юлия Георгиевна, доктор социологических наук, доцент (Украина)
Султанова Дилшода Намозовна, доктор архитектурных наук (Узбекистан)
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 изображена *Вера Рубин* (1928–2016), американский астроном.

Вера Рубин (урожденная Купер) родилась в Филадельфии в семье еврейских эмигрантов, отец был родом из Вильнюса, мать — из Бессарабии.

Рубин начала работать в астрономии, когда в эту науку почти не пускали женщин, и важную роль в этом сыграл ее отец, инженер-электрик, который помог ей собрать любительский телескоп.

Большую часть жизни Рубин проработала в Институте Карнеги (Вашингтон), где и было сделано ее открытие, доказавшее наличие в галактиках излишков невидимого вещества, сегодня называемого темной материей.

В 1965 году Рубин начала работать в отделении земного магнетизма Института Карнеги, где молодой сотрудник Кент Форд только что построил высокоточный спектрограф, позволявший изучать далекие объекты, куда более слабые, чем были под силу инструментам того времени. Рубин и Форд задались целью понять, с какими скоростями движутся звезды в галактиках на разных расстояниях от центра, и выбрали для наблюдений ближайшую к Млечному Пути спиральную галактику Андромеды. Основываясь на ньютоновской теории тяготения, ученые предполагали, что в таких галактиках более далекие от центра звезды должны двигаться медленнее. Однако, к своему удивлению, астрономы убедились, что на деле это не так: более далекие звезды движутся так же быстро, как и те, что находятся ближе к центру.

К концу 1970-х годов Рубин с коллегами исследовали уже десятки подобных галактик и пришли к таким же выводам. Это означало, что звезды в галактиках удерживались чем-то кроме той массы видимого вещества, что можно наблюдать в телескоп, — звезд, пыли и газа. Анализ движения звезд показал, что большинство спиральных галактик погружены в сферическое гало темной материи, которое никоим образом не выдает себя в оптическом диапазоне, в 5–10 раз более массивно, чем видимое вещество галактик, и простирается гораздо шире, чем видимая часть галактики.

К аналогичным выводам пришел и австралийский астроном Кен Фриман. Правда, в те годы к заключениям Рубин в научном мире относились осторожно как к противоречащим законам

Ньютона. Однако позднее ее открытие получило всеобщее признание в научном мире.

«Существование темной материи произвело революцию в нашем понимании Вселенной. Продолжающиеся попытки понять роль темной материи породили целые подобласти внутри астрофизики и физики частиц», — считает астроном Эмили Левеске из Университета штата Вашингтон.

За свою работу Рубин была неоднократно награждена: так, она стала второй в истории женщиной, удостоенной золотой медали Королевского астрономического общества. Кроме этого, она была членом Национальной академии наук США и была награждена национальной научной медалью.

В течение многих лет Рубин называли возможной претенденткой на присуждение Нобелевской премии по физике, однако этого так и не случилось. «Альфред Нобель завещал, что премия по физике признает «самые важные открытия» в этой области. Если темная материя не важное открытие, то я не знаю, что важное», — сказала Левеске.

В своей карьере Рубин приходилось пробивать существовавшие гендерные стереотипы и в самой науке. Так, в 1965 году она стала первой женщиной, получившей доступ к работе на Паломарской обсерватории в Южной Калифорнии. Приехав туда, она обнаружила, что там нет женской уборной. «Она отправилась в свою комнату, вырезала из бумаги юбку и приклеила на дверь ванной. И сказала: ну вот, теперь у вас есть женская уборная», — вспоминала астроном Нета Бакалл в интервью журналу *Astronomy*.

«Моя жизнь была интересным путешествием. Я стала астрономом, потому что не могла даже представить, как можно жить на Земле и не думать о том, как устроена Вселенная. Моя научная карьера всегда была связана с вращением галактик и движением галактик во Вселенной. В 1965-м, если с вами была удача и вам было интересно наблюдать, вы могли просто зайти в научную лабораторию, где строились телескопы, которые позволяли получать данные в 10 раз быстрее, чем раньше. И делать удивительный открытия», — говорила Вера Рубин.

Екатерина Осянина, ответственный редактор

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

Авдеева А. А.

Лизинг в России и за рубежом, его будущая трансформация.....57

Алексеева А. В.

Модели управления материальными ресурсами организации.....60

Алексеева А. В.

Совершенствование системы управления материальными ресурсами организации62

Алексеева А. В.

Проблемы управления материальными ресурсами строительной организации.....64

Алексеева М. И.

Особенности и перспективы развития туризма в арктических субъектах Российской Федерации (на примере Архангельской области).....66

Вислобокова Д. Д., Евсеенкова В. В.

Применение средств Excel для корреляционного анализа экспериментальных данных.....69

Зубова Л. А.

Наставничество, фасилитация, менторство, коучинг. Особенности и различия74

Калмыков В. В.

Современные проблемы в области управления персоналом.....76

Калмыков В. В.

Методы развития персонала на примере администрации Усть-Катавского городского округа78

Каян Е. Н.

Значение заработной платы на современном рынке труда79

Корда Н. И., Авраменко А. А.

Мошенничество как угроза экономической безопасности страны.....81

Кулинич С. А.

Различия между мотивацией и стимулированием персонала предприятия83

Микова И. В.

Доходы и расходы: учетный и аналитический аспект85

Пожаров А. Ю.

Проблемы малого и среднего бизнеса в Ростовской области87

Пушкова Е. А.

Рынок электротехнических товаров во время пандемии89

Силаева А. В.

Изменения в корпоративном обучении в условиях пандемии92

Спиридонова Д. А.

Особенности построения дерева покупательских решений для формирования ассортимента выбранной категорий ювелирных товаров.....94

Стрельникова П. С.

Актуальные проблемы в сфере развития особой экономической зоны Санкт-Петербурга и пути их решения98

Тюлюпов Е. К., Тынгишева А. М.

Анализ государственной программы развития здравоохранения «Денсаулык» 102

Хижняк Д. Д., Стебляк В. В.

Трансформация культурно-досуговых учреждений в современных условиях 104

Чернов С. И.

Повышение роли корпоративных ценных бумаг в инвестиционном обороте капитала 106

Шагивалеева Л. А., Измоденов А. К. Совершенствование государственного предварительного внутреннего финансового контроля, осуществляемого органами Федерального казначейства 108	МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА И PR
Эстерлейн Ж. В., Волкова А. А. Прогнозирование инновационного развития национальной экономики в рамках рационального природопользования 111	Сакович А. С. Бренд в сфере высшего образования 118
	Татарникова И. О. Тренды по продвижению в социальных сетях 120

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

Лизинг в России и за рубежом, его будущая трансформация

Авдеева Анастасия Александровна, студент магистратуры
Самарский государственный экономический университет

В статье рассматривается актуальность, целесообразность и особенность лизинга. Рассмотрено, как повлиял COVID-19 на рынок лизинга в России и мире; освещено развитие рынка в мире; рассмотрены тенденции развития лизинга в России на 2021 год; предложены мероприятия по совершенствованию администрированию лизинга.

Ключевые слова: лизинг, лизингодатель, лизингополучатель, лизинговая отрасль.

Лизинг является одним из наиболее прогрессивных методов финансирования производства, которое нуждается в обновлении из-за изношенности основных фондов, неблагоприятном состоянии техники и оборудования российских предприятий и производств, недостаточном инвестировании. Предприятиям не хватает доступного заемного капитала, обновления в сфере производства происходят зачастую за счет нераспределенной прибыли предприятий. Как механизм альтернативного финансирования, лизинг может помочь в переоснащении основных фондов предприятий, что является важной стратегической задачей российской экономики [3].

Лизинг, как вид долгосрочной аренды, предполагает передачу любого имущества, которое необходимо для ведения хозяйственной деятельности промышленного предприятия лизингодателем, на основании договора аренды, с правом выкупа имущества лизингополучателем. В долгосрочную аренду берется имущество как новое, так и бывшее в употреблении.

Актуальность данной темы обуславливается тем, что парк оборудования в неблагоприятном состоянии (значительный удельный вес морально устаревшего оборудования, низкая эффективность его использования, необеспеченность запасными частями и т.д.). Одним из вариантов решения этих проблем может быть лизинг, который объединяет элементы внешнеторговых, кредитных и инвестиционных операций.

Цель данной работы состоит в исследовании экономической сущности лизинга, тенденции развития лизинговых отношений в современной России.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи: раскрыть понятие, ознакомиться, как повлиял COVID-19 на рынок лизинга; ознакомиться с развитием рынка в мире; рассмотреть тенденции развития лизинга в России на 2021 год; предложить мероприятия по совершенствованию администрирования лизинга.

Рынок лизинга состоит из продаж лизинговых услуг субъектами (организациями, индивидуальными предпринимателями

и партнерствами), которые используют широкий спектр материальных товаров, таких как потребительские товары, промышленные машины и оборудование, автомобили и другие, и передают нематериальные активы, такие как товарные знаки, клиентам в обмен на периодическую аренду или арендную плату. Рынок лизинга сегментирован на лизинг автомобильной техники; центры проката потребительских товаров и общего назначения; лизинг машин и лизингодателей нефинансовых нематериальных активов.

Можно сказать, что лизинговое финансирование представляет собой «контракт между арендодателем и арендатором, в соответствии с которым первый приобретает оборудование/товары/установку в соответствии с требованиями и указаниями арендатора и передает товары арендатору для использования в определенном месте и в качестве вознаграждения обещает выплатить арендодателю указанную сумму в определенном режиме с определенным интервалом и в определенном месте».

Во всем мире лизинг стал инновационным методом финансирования промышленного оборудования.

Число небанковских финансовых компаний резко возросло, и многие ведущие банки создали дочерние компании, находящиеся в полной собственности, для ведения лизингового бизнеса. Ведущие финансовые институты также занялись лизингом и финансированием оборудования. Важность лизинга трудно переоценить. Метод лизинга дает возможность владеть активом и управлять им, не владея им.

Это метод финансирования, при котором огромные капитальные затраты заменяются периодическими арендными платежами. В рамках типичной лизинговой сделки арендодатель приобретает право собственности на арендуемое оборудование, выплачивая 100-процентную стоимость актива, определенного арендатором, а затем сдает его в аренду арендатору по договору аренды на срок, обычно меньший, чем срок амортизации актива.

В рамках лизингового финансирования актив может быть приобретен без первоначальных затрат на покупку, просто оплатив арендную плату в течение определенного периода договора аренды. Это более или менее внебалансовое финансирование, при котором ни приобретение активов, ни кредит не должны отражаться в отчете о финансовом положении.

Ожидается, что глобальный рынок лизинга вырастет с 1185,7 миллиарда долларов в 2020 году до 1355,3 миллиарда долларов в 2021 году при совокупном годовом темпе роста (CAGR) в 14%. Рост в основном обусловлен тем, что компании перестраивают свою деятельность и восстанавливаются после воздействия COVID-19, которое ранее привело к ограничительным мерам сдерживания, включающим социальное дистанцирование, удаленную работу и закрытие коммерческой деятельности, что привело к операционным проблемам. Ожидается, что рынок лизинга достигнет 1836,4 миллиарда долларов в 2025 году при среднем показателе 8%.

Азиатско-Тихоокеанский регион был крупнейшим регионом на мировом рынке лизинга, на долю которого в 2020 году приходилось 36% рынка. Северная Америка была вторым по величине регионом, на долю которого приходилось 32% мирового рынка. Африка была самым маленьким регионом на мировом рынке лизинга.

Появление стартапов. Ожидается, что появление стартапов в качестве основных клиентов поставщиков лизинговых услуг будет стимулировать рынок.

Пандемия коронавируса — вспышка коронавирусной болезни (COVID-19) стала серьезным сдерживающим фактором на рынке лизинга в 2020 году, поскольку потребность в услугах, предлагаемых этими учреждениями, снизилась из-за блокировок, введенных правительствами во всем мире. Шаги национальных правительств по сдерживанию передачи привели к снижению экономической активности в странах, находящихся в состоянии изоляции, и ожидается, что вспышка будет продолжать оказывать негативное влияние на предприятия в течение 2020 года и в 2021 году. Тем не менее, ожидается, что рынок лизинга оправится от шока в течение прогнозируемого периода, поскольку это событие «черного лебедя» и не связано с текущими или фундаментальными слабостями на рынке или мировой экономике.

Технология Интернета вещей широко используется компаниями по прокату автомобилей и лизингу для обслуживания автопарков и управления ими. Эта технология также используется компаниями по прокату автомобилей для проверки информации об уровне топлива в момент возврата автомобиля, устраняя необходимость в том, чтобы персонал проверял уровень топлива вручную. Кроме того, решения с виртуальными ключами для запираания и отпираания дверей помогают избежать управления большим количеством физических ключей. Например, фирма по прокату автомобилей Hertz внедряет технологию интернета вещей для предоставления услуг по прокату автомобилей без ключа и управления своим автопарком для снижения затрат. [4]

Крупнейшие компании на рынке включают Enterprise Holdings Inc; Hertz Global Holdings Inc; LeasePlan Corporation N V; Avis Budget Group Inc; United Rentals Inc.

В России же рынок лизинга имеет следующую тенденцию.

Лизинговый рынок за 2020 год снизился на 6% вследствие сокращения объема крупных сделок в сегментах ж/д и авиатехники, а также недвижимости.

Доля проблемных договоров розничных лизинговых компаний на 01.01.2021 составила 10% портфеля, а у корпоративных — 23%, при этом качество активов у последних во многом будет зависеть от состояния авиаотрасли.

Снижение процентной маржи подтолкнуло банки активнее развивать лизинговый бизнес, позволяющий при синергии с банком показывать более высокую доходность.

Операционный лизинг может стать одним из главных трендов в ближайшие годы, если низкие процентные ставки в экономике сохранятся. Востребованность операционного лизинга будет расти не только в автолизинге, но и в сегментах электронной и бытовой техники.

Услуги подписки имеют большой потенциал роста по причине усиливающегося желания современных потребителей оперативно обновлять предметы электронной и бытовой техники без трудозатрат на избавление от морально устаревших активов.

Пандемия усилила тренд на цифровизацию бизнеса лизинговых компаний, а также простимулировала спрос на лизинг телекоммуникационного оборудования, объемы нового бизнеса которого увеличились на 57%.

В 2020 году выросло число лизинговых компаний, вышедших на рынок облигаций. С одной стороны, их стимулировало снижение ставки привлечения на долговом рынке, с другой — сжатие возможностей банковского финансирования на фоне сокращения числа небольших региональных банков.

Базовый прогноз агентства «Эксперт РА» предполагает рост рынка в 2021 году на 10–15% преимущественно за счет роста розницы, а также восстановления сегментов водного и авиатранспорта. [5]

Большие надежды эксперты возлагают на лизинг автомобильного транспорта, который считается локомотивом всего рынка. В то же время в России не наблюдается рост продаж автомобилей — в 2020 году произошло падение спроса на все сегменты авторынка от -5% в продажах автобусов до -9% — в легковых авто. Все меньше и меньше людей приобретают автомобили одновременно за полную стоимость. Доля лизинга в продажах автотранспорта составляет около 10%, и она стабильно растет от года к году. По сути, идет перемещение спроса от кредитных продуктов к лизингу — объем сделок в сегменте увеличивается, несмотря на общее падение продаж автомобилей. Владимир Павлович Добровольский считает, что этот процесс ограничен, и в долгосрочной перспективе он остановится. Так, в Европе доля лизинга в продажах автотранспорта зафиксировалась на отметке около 50%.

В долгосрочной перспективе повышение прозрачности рынка, его регулируемость, отсутствие возможности злоупотреблений дадут большой положительный эффект для рынка. Можно только приветствовать, что в результате возникнет единая для всех субъектов отчетность и корректная аналитика. Крайне важно, чтобы законопроект учитывал арендную природу лизинга и не переводил его в чисто финансовую ус-

лугу, потому что мы оперируем не деньгами, а имуществом. Для устойчивости рынка большое значение имеет уверенность, что интересы клиента никоим образом не пострадают в случае, если его лизингодатель по каким-либо причинам будет исключен из реестра лизинговых компаний.

Лизинг попал в «идеальный шторм»: одновременно резкое падение спроса в большинстве сегментов, ограничение возможностей фондирования, ухудшение платежной дисциплины и финансового состояния лизингополучателей, рост мошенничества. Устойчивость лизинга к этим угрозам напрямую зависит от длительности влияния негативной внешней конъюнктуры. Если верить оптимистичным сценариям восстановления экономической активности, то уже в следующем году есть шанс выйти на траекторию роста. Как это уже случалось и ранее — через год после каждого экономического кризиса. [6]

До недавнего времени многие компании не уделяли особого внимания аренде своего имущества и активов, помимо оплаты счетов. Аренда просто рассматривалась как стоимость ведения бизнеса, и управление условиями аренды и обязательствами не было приоритетом.

С введением новых стандартов учета аренды, которые вступят в силу для частных компаний в 2021 году и вступят в силу для публичных компаний в 2019 году, это мышление быстро меняется. Управление арендой в настоящее время стало важной практикой, которая влияет на финансовую отчетность и конечный результат.

Если организация работает над соблюдением требований МСФО, необходимо разработать политику и процедуры управления арендой. Ниже мы рассмотрим, 4 шага как создать оптимизированный процесс управления лизингом.

Шаг 1. Централизация данных об аренде и инструментов управления

Чтобы настроить свои команды на эффективный процесс управления арендой, необходимо выбрать программную платформу для управления лизингом (например, Visual Lease), которая позволяет централизовать все данные, связанные с договорами аренды, и предоставляет инструменты для автоматизации задач отслеживания аренды и аудита расходов.

Шаг 2: Разработка политики лизинга

Благодаря централизованным инструментам и технологиям отслеживания теперь можно анализировать свои данные об

аренде и выяснять, какие договора аренды работают хорошо, а какие обходятся дороже, чем предполагалось.

Шаг 3. Создайте заявку на аренду и обновите процессы

Чтобы бухгалтерия всегда располагала точной информацией об аренде для составления балансовых отчетов и финансовых отчетов, важно установить стандартные методы для каждой группы, которая участвует в приобретении и обслуживании договоров аренды, включая обработку новых договоров аренды, документирование изменений в аренде и обработку расторжения договоров аренды.

Таким образом, разумно минимизировать нагрузку на вашу бухгалтерскую команду, выбрав программное обеспечение для учета аренды, которое автоматизирует изменение и переоценку аренды.

Шаг 4. Настройка элементов управления

Это означает, что для обеспечения точности бухгалтерского учета требуется больший надзор. Кроме того, внутренний мониторинг и проверка процессов необходимы для принятия более эффективных решений и снижению затрат.

Программное обеспечение для управления арендой может помочь этому процессу несколькими важными способами:

- Документирование условий каждой аренды, расчет каждого платежа и оповещение вас, если платежи не соответствуют условиям аренды

- Предоставление инструментов аудита для выявления переплат, просроченных платежей и платежей, которые вообще не должны были производиться

- Позволяет настраивать утверждения, необходимые для администрирования аренды и задач учета аренды

- Предоставление аудиторского отчета для всех изменений аренды [8]

Подводя итог всему вышесказанному, можно с уверенностью сказать, что лизинг постепенно будет играть все более весомую роль в экономике России. У российской лизинговой отрасли очень большие перспективы. Одним и важным фактором, влияющим на перспективы развития лизинговой отрасли, является высокая степень износа основных фондов предприятий. Кроме того, необходимо совершенствование правовой базы в данной отрасли, создание условия для роста конкуренции, для повышения платежеспособности потенциальных клиентов, помогать регионам.

Литература:

1. Газман В.Д. Лизинг. Финансирование и секьюритизация — М.: НИУ ВШЭ — 2021.— 472 с. URL: <https://www.hse.ru/news/science/.html>
2. Кокорева Е. Р. Актуальные аспекты учета лизинговых операций — Журнал Наука и образование сегодня — 2018 — с. 22–25. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=32284993>
3. Русавская О.В. Развитие лизинга в России: проблемы и перспективы // Научно-методический электронный журнал «Концепт». — 2020. — Т. 11 с. [Электронный ресурс]. — URL: <http://ekoncept.ru>
4. The business research company (сайт) <https://www.thebusinessresearchcompany.com/report/leasing-global-market-report-2020-30-covid-19-impact-and-recovery>
5. Эксперт РА (сайт) <https://raexpert.ru/researches/leasing/2020>
6. Ведомости (сайт) <https://www.vedomosti.ru/opinion/articles/2020/07/31/835680-rinok-lizinga>
7. Economicsdiscussion (сайт) <https://www.economicsdiscussion.net/financial-management/leasing/33421>
8. Visuallease (сайт) <https://visuallease.com/the-necessary-steps-to-improve-lease-management-practices>

Модели управления материальными ресурсами организации

Алексеева Анастасия Витальевна, студент магистратуры
Санкт-Петербургский государственный архитектурно-строительный университет

В статье представлены некоторые, наиболее распространённые, модели управления материальными ресурсами организации. Рассмотрены особенности каждой модели и ситуации ее использования.

Ключевые слова: материальные ресурсы, модели оптимизации, управление материальными ресурсами.

Основополагающей целью управления материальными ресурсами является контроль уровня издержек производства и качества выпускаемой продукции, что в конечном счете влияет на конкурентоспособность организации. Управление материальными ресурсами включает в себя широкий класс задач таких как контроль и регулирование материальных потоков с одновременной оценкой таких переменных, как спрос, цена, доступность, качество и графики поставок материальных ресурсов.

Материальный поток — это организованное движение материальных ресурсов, к которым, в свою очередь, относятся сырье, материалы, комплектующие, топливо, незавершенное производство и т.д. Таким образом, основной задачей управления материальными ресурсами является обеспечение поставок материалов с оптимизированными уровнями запасов и минимальным отклонением между запланированными и фактическими результатами.

Для более эффективного управления материальными ресурсами создаются различные методы и модели. Их можно разделить по разным категориям: по месту хранения, по виду запасов, по их свойствам, информационным характеристикам и так далее. Так как этих категорий, может быть, множество существует сложность построения универсальной модели, учитывая особенности каждого вида запасов. Оптимальная модель должна устанавливать необходимый объем и время поставки таким образом, чтобы затраты, связанные с логистикой, хранением, инвентаризацией и так далее, были минимальны.

Одной из самых известных моделей управления материальными ресурсами является модель оптимального объема заказа (формула Уилсона, EOQ-модель) [1], которая является инструментом, используемым для определения объема и частоты заказов, необходимых для удовлетворения заданного уровня спроса при минимизации затрат. Формула экономического количества заказа рассчитывается путем минимизации общей стоимости заказа путем установки производной первого порядка равной нулю. Компоненты формулы, составляющие общую стоимость заказа, — это стоимость хранения запасов и стоимость заказа этих запасов. Преимуществами этого подхода являются простота и эффективность использования.

Автором модели является американский экономист и математик Р. Уилсон, вывод формулы датируется 1916–1934 годом. Практически одновременно Форд Уитман Харрис впервые представил модель количества экономического заказа (EOQ) в статье, опубликованной в 1913 году. Несмотря на то, что оригинальная статья Харриса была широко распространена, она оставалась незамеченной в течение многих лет до ее повторного

открытия в 1988 году [2]. В статье была сформулирована модель оптимальной величины партии запаса незавершенного производства, что отличается от формулы Уилсона, но имеет те же цели и принципы формирования, как следствие, ее называют также формулой Харриса-Уилсона. Формула основана на следующих предположениях, без которых модель EOQ не может работать в полную силу. Допущения в модели EOQ:

1. Уровень спроса за год известен и равномерно распределен в течение года.
2. Между размещением заказа и получением его поставки нет временного промежутка.
3. Стоимость заказа напрямую зависит от количества заказов.
4. Стоимость перевозки напрямую зависит от среднего запаса.
5. Нет скидки за количество.

Недостатком модели является факт того, что допущения, сделанные в формуле EOQ, ограничивают ее использование. Для применения модели EOQ необходимо, чтобы требования оставались постоянными в течение года, что невозможно. На практике стоимость единицы покупки единицы товара время от времени меняется, время выполнения заказа также нельзя точно спрогнозировать. Стоимость заказа также не может быть постоянной, потому что включает транспортные расходы.

Несмотря на недостатки, EOQ — модель является эффективным инструментом для управления запасами, который можно применять к готовой продукции, товарно-материальным запасам, незавершенному производству и запасам сырья. Она регулирует покупку и хранение запасов таким образом, чтобы поддерживать равномерный поток производства, в то же время избегая чрезмерных вложений в товарно-материальные запасы.

Другой моделью управления материальными ресурсами является обобщенная модель управления запасами [3]. Построение данной модели опирается на особенности характера спроса. Так спрос может быть достоверно известным или детерминированным и задаваемым плотностью вероятности, т.е. вероятностным. Также детерминированный спрос может быть статическим и динамическим, а вероятностный стационарным и нестационарным.

Детерминированный статический спрос характеризуется постоянством объема потребления во времени, в свою очередь детерминированный динамический спрос характеризуется изменением достоверного спроса в течение времени. Стационарный вероятностный спрос охарактеризован постоянством плотности вероятности во времени, при нестационарном веро-

ятностном спросе функция плотности вероятности меняется от времени. В итоге построение любой модели базируется на понятиях объема и времени.

Так объем выражается через количество ресурсов, который необходимо поставлять за раз, а время определяется типом системы управления запасами. Так в случае, когда контроль запасов осуществляется периодически, момент поступления новой партии совпадает с началом интервала (например, начало недели, месяца и т.д.). Если контроль осуществляется непрерывно, то момент размещения нового заказа определяется уровнем запасов.

Так решение обобщенной задачи управления запасами зависит от вида периодичности контроля. При периодическом контроле поставка запасов осуществляется в равной периодичности через равные промежутки времени (например, раз в неделю, месяц...). Когда контроль осуществляется непрерывно, время заказа определяется с помощью точки заказа. Точка заказа — максимальный и установленный объем ресурсов, при снижении объема которого делается очередной заказ для поставки ресурсов. Объем и время заказа определяются исходя из условий минимизации суммарных затрат: на приобретение; на оформление заказа; на хранение запаса; потери от дефицита.

Уровень затрат на приобретение зависят от стоимости материалов и могут меняться с течением времени. Например, при появлении скидки на оптовую партию, если объем заказа увеличился.

Затраты на оформление заказа — издержки, связанные с размещением заказа. В это число входят затраты на: разработку условий поставки и их утверждение обоими сторонами; контроль доставки заказа и сокращение сроков доставки, транспорт (если стоимость доставки оплачивается отдельно), складирование и получение заказа. В случае частого размещения заказов маленького объема затраты увеличиваются в сравнении с редким размещением крупных заказов.

В группу затрат на хранение запаса входят затраты связанные с: расходы на содержание склада и складские операции, убытки связанные с потерей качества и физического и морального старения материала, страховые издержки, аренда склада, налоги и т.д. Размер складских расходов напрямую зависит от размера запасов и рассчитывается путем сложения затрат на хранение запасов и финансовых потерь. Чрезмерный размер запасов ведет к замораживанию собственных средств и упущенной выгоде или к увеличению размера кредита и процентов, в случае использования кредитных средств.

Потери от дефицита — расходы, связанные с отсутствием необходимого запаса. Можно выделить два вида таких потерь: потери в производстве, когда из-за недостатка необходимых материалов и комплектующих производство вынуждено приостановить свою деятельность; потери продаж в ситуации невыполнения заказа, когда заказчик обращается к другому производителю.

Таким образом, оптимальный уровень запаса соответствует минимуму суммарных затрат. Однако, обобщенная модель управления запасами может и не включать некоторые виды затрат, если они незначительны или усложняют процесс подсчета (если это не существенная часть затрат).

Следующей рассматриваемой моделью является модель размера производственного заказа [4]. Размер производственного заказа — это оптимальный размер заказа, который следует разместить у поставщика, чтобы свести к минимуму блокировку средств, а также затраты на хранение и размещение заказов и в то же время обеспечить непрерывную производственную или сбытовую деятельность в организации.

Экономическое количество производства (EPQ) как и количество экономического заказа (EOQ) является широко и успешно используемой моделью управления запасами. Обе модели направлены на минимизацию затрат в организации за счет сохранения контроля над запасами. Обе модели предполагают, что спрос будет постоянным в течение года. Модель EOQ предполагает, что продукт легко доступен на открытом рынке и его пополнение произойдет при достижении минимального порогового уровня. Аналогичным образом, модель EPQ предполагает, что производственная мощность соответствует требованиям и продукт может прийти, тогда, когда запасы упадут ниже минимального уровня. Обе модели предполагают, что цена продукта будет постоянной в течение времени. При покупке по EOQ или производстве продукта по EPQ цена не меняется, кроме случаев, когда нет скидок. Обе модели предполагают, что качество покупаемой или производимой продукции остается неизменным круглый год.

Однако ключевое различие между моделями заключается в том, что модель EOQ применяется, когда товарный товар заказывается у третьей стороны и сама компания не производит рассматриваемый товар. Модель производственного размера заказа с учетом ограниченного темпа пополнения запасов не требует допущения о том, что размер заказа доставляется единой поставкой. Вместо этого он становится доступным согласно темпу производства.

Также следует рассмотреть модель периодической проверки [5], суть которой заключается в периодической проверке уровня запасов и размещении заказа на требуемый уровень. Данная модель применяется, когда нет возможности проводить постоянный контроль уровня запасов, поэтому раз в заданный период проводится проверка и определяется объем заказа, которого должно быть достаточно на период времени до следующей проверки плюс цикл заказа. Для определения размера заказа рассчитывается уровень пополнения заказов. Уровень пополнения — уровень запасов, необходимый для покрытия спроса в период проверки и цикла заказа. Таким образом, исходя из значения спроса, нужно определить потребности в ресурсе на период пополнения запасов. Рассчитав уровень пополнения, и проведя проверку наличных запасов, определяют размер заказа, как разницу между уровнем пополнения и наличными запасами.

Еще одной разновидностью моделей управления запасами являются модели управления запасами при неопределенном спросе [6]. При неопределенном спросе производятся предположения о соответствии спроса некоторому известному распределению вероятности. Наиболее значимыми затратами при неопределенном характере спроса могут стать потери от дефицита.

Последней рассматриваемой моделью будет многопродуктовая модель управления запасами [7]. Данная модель при-

меняется при необходимости заказа различных ресурсов из различных источников. Однако при расчете этой модели необходимо учитывать факт того, что складские помещения также имеют ограничения.

Стоит обратить внимание на ситуацию, складывающуюся при значительном ограничении на ёмкость складских помещений. В этом случае размер оптимальной партии будет уменьшен и, как следствие, увеличатся затраты по управлению запасами. Оценив уровень этих затрат рационально задуматься о варианте с покупкой, строительством или арендой дополнительных помещений под склад.

Литература:

1. Матафонова А. А. Управление запасами: модель Уилсона // *Инновационная наука*. — 2017. — № 5.
2. Заруднев Д. И., Мацюк Д. А. Особенности использования модели оптимального размера заказа // *Техника и технологии строительства*. — 2019. — № 1. — С. 39–42.
3. Куценко Е. И. Управление запасами: системы, модели, методы. — 2018.
4. Долгов А. П. Модель размера производственного заказа в логистическом менеджменте // *Логистика: современные тенденции развития*. — 2018. — С. 164–168.
5. Мирошниченко С. А. Модели управления запасами // *актуальные тенденции и инновации в развитии современной науки*. — 2020. — С. 177–183.
6. Журавлева И. И. Управление запасами в период неопределенного спроса и сезонности продаж // *Логистические системы в глобальной экономике*. — 2018. — № 8. — С. 328–332.
7. Кулакова Ю. Н., Кулаков А. Б. Многопродуктовая модель управления запасами при поставке двух видов товаров со случайным интервалом между поставками // *Экономический анализ: теория и практика*. — 2017. — Т. 16. — № 6 (465).

Совершенствование системы управления материальными ресурсами организации

Алексеева Анастасия Витальевна, студент магистратуры
Санкт-Петербургский государственный архитектурно-строительный университет

В статье представлены проблемы и способы совершенствования системы управления материальными ресурсами и ее отдельных элементов. Рассмотрены такие понятия как материальные и нематериальные ресурсы и система управления материальными ресурсами.

Ключевые слова: материальные ресурсы, закупки, логистика, планирование.

Все ресурсы организации, используемые для реализации деятельности можно разделить на материальные и нематериальные [1]. К нематериальным ресурсам организации относятся результаты интеллектуальной деятельности, такие как, изобретения, патенты, базы данных, товарные знаки и т.д. Но даже если организация занимается реализацией только результатов интеллектуальной деятельности все-равно в процессе производства используются материальные ресурсы. К материальным ресурсам компании относятся: инструменты, оборудование, сырье, материалы, системы инженерного обеспечения и т.д.

Система управления материальными ресурсами — это целенаправленная деятельность, включающая контроль и регулирование потока материальных ресурсов с одновременной оценкой таких переменных, как спрос, цена, доступность, качество и графики поставок. Основной задачей управления материаль-

ными ресурсами является обеспечение их рационального использования для достижения запланированного результата [2]. Основными функциями системы управления материальными ресурсами являются планирование, регулирование, контроль. На стадии планирования обозначается объем потребности в ресурсах и пути обеспечения. Планирование предполагает разработку плановых показателей потребления ресурсов, норм расходов, построение графиков поставок. Основной задачей планирования является разработка плана снабжения материальными ресурсами. Задача функции регулирования осуществляется через регулирование поставок, регулирование запасов, а также распределение ресурсов. Контроль в системе управления материальными ресурсами обеспечивается путем оценки затрат на приобретение ресурсов, их качества и количества, соответствия плановым показателям, поддержания необходимого объема запасов.

Управление материальными ресурсами начинается еще на прединвестиционной стадии проекта, во время разработки технико-экономического обоснования. Далее на основе сметных документов обозначается требуемый объем ресурсов и разрабатываются календарные графики поставок. Затем подписываются договоры с поставщиками с подходящими квалификационными данными и ценовым диапазоном.

Поставка материалов происходит поэтапно: на первом этапе заказ оформляется, обозначается график, на втором материальные ресурсы доставляются выбранным поставщиком. Завершающим этапом является контроль поставки согласно плану по каждому виду ресурсов. На основе всего вышеперечисленного можно выделить две локальные подсистемы большой системы управления материальными ресурсами — это управление закупками и управление снабжением.

Управление закупками включает в себя планирование материально-технического обеспечения, заключение контрактов, контроль за их надлежащим исполнением и т.д. [3] Совершенствование управления этой подсистемой возможно через влияние на: среду, влияющую на закупки; стратегию закупок; взаимосвязи закупок; планирование закупок; стоимость закупок; выполнение закупок.

Среда, воздействующая на процесс закупок, может быть внутренней и внешней. Оказать влияние на внешнюю среду, в основе которой лежат политические, экономические технологические факторы крайне сложно, поэтому вектор внимания стоит направить на улучшение состояния внутренней производственной среды. Для этого формируется стратегия, направленная на формирование взаимосвязи специфики закупок проекта с внутренней средой. Эта взаимосвязь устанавливает объем необходимых ресурсов для каждого этапа работ по каждому договору.

Для совершенствования управления процесса планирования необходимо обеспечить контроль над формированием документации, затратам, исполнителям, видам ресурсов. Только так можно будет установить принципы закупочной деятельности и возможность их точного планирования и прогнозирования. В планировании важную роль играет стоимостной фактор как со стороны покупки ресурсов, так и со стороны продажи готовой продукции. Так цены должны быть установлены с учетом влияния экономических факторов и факторов риска в отношении итоговой стоимости проекта.

Завершающим этапом, на который можно воздействовать с целью усовершенствовать систему управления закупками ресурсов, является этап оценки. Этот этап характеризуется процессом отслеживания всех стадий закупки, формированием статистических данных, подготовкой итоговых отчетов, с целью корректировки будущих проектов на основе полученного опыта.

Управление снабжением включает в себя управление поставками, управление запасами и управление распределением ресурсов. Эффективные системы управления цепочкой по-

ставок минимизируют затраты, отходы и время производственного цикла. Управление запасами включает в себя формирование объема заказа, хранение, использование и продажу запасов компании, а также управление сырьем, компонентами, готовой продукцией, складирование и переработку. Управление распределением ресурсов отвечает за эффективность использования ресурсов в условиях их постоянной ограниченности путем устранения «узких мест» и оптимизации потоков.

Организации, составляющие цепочку поставок, «связаны» друг с другом через физические потоки и информационные потоки. Физические потоки включают преобразование, перемещение и хранение товаров и материалов. Они являются наиболее заметным звеном в цепочке поставок. Но не менее важны информационные потоки. Информационные потоки позволяют различным партнерам по цепочке поставок координировать свои долгосрочные планы и контролировать повседневный поток товаров и материалов вверх и вниз по цепочке поставок.

Воздействие на процесс управления поставками с целью совершенствования системы управления может дать наилучший результат, так как процесс управления поставками охватывает все, начиная от разработки продуктов, снабжения, производства и логистики, заканчивая выбором информационных систем, необходимых для координации этой деятельности. Кроме того, надлежащее управление цепочкой поставок строительных материалов может помочь организации повысить производительность и снизить производственные затраты [4]. Решение проблем управления поставками может варьироваться от небольшого изменения методов работы и внедрения систем планирования, инструментов информационно-коммуникационных технологий до крупномасштабных структур терминальных сетей или решений в режиме реального времени.

Для совершенствования глобальной системы управления материальными ресурсами необходим комплексный подход к каждой ее составляющей, поскольку невозможно наладить систему планирования без, например, налаженной системы поставок и наоборот. Именно в сложности проработки этого комплекса задач и заключается главная проблема организаций в отношении ресурсов, так как для этого необходимы значительные затраты временных и трудовых ресурсов. Однако, стоит отметить, что эти издержки окупятся в кратчайшие сроки за счет увеличения оборачиваемости, уменьшения количества отходов, снижения транспортных расходов и т.д.

Таким образом, рациональное управление материальными ресурсами заключается в том, чтобы, избегая лишних издержек, учитывать важность правильного распределения и эффективного использования материальных ресурсов, а также необходимость постоянного учета и контроля их распределения, поэтапно налаживая эффективную систему ежедневного учета запасов и движения ресурсов, занятых в производстве с использованием современных средств автоматизации.

Литература:

1. Гогина Е. А., Демененко И. А. К вопросу об управлении ресурсами проекта // Аллея науки. — 2018. — Т. 1. — № 3. — С. 483–486.

2. Дзобелова В. Б. Стратегия управления материальными ресурсами // Прорывные научные исследования как двигатель науки. — 2017. — С. 147–150
3. Гайфуллина М. М., Гиляева А. Х. Управления закупками материально-технических ресурсов на предприятии // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. — 2018. — № 4.
4. Плетнева Н. Г., Гужва Е. Г., Чепаченко Н. В. Выбор модели цепи поставок как способ повышения эффективности предпринимательских структур в строительстве // Вестник гражданских инженеров. — 2018. — № 6. — С. 236–242.

Проблемы управления материальными ресурсами строительной организации

Алексеева Анастасия Витальевна, студент магистратуры
Санкт-Петербургский государственный архитектурно-строительный университет

В этой статье описаны проблемы управления материальными ресурсами с которыми сталкиваются строительные организации во время реализации строительных проектов.

Ключевые слова: *проблемы управления, материальные ресурсы, управление проектами, ресурсы строительной организации.*

Управление материальными ресурсами является одной из главных проблем для большинства строительных организаций, поскольку затраты на материальные ресурсы составляют основную часть общей стоимости проекта строительства здания или сооружения [1]. Но несмотря на всю важность этого вопроса, зачастую проблемам управления материальными ресурсами уделяется недостаточно внимания, как следствие, снижается производительность, возникают задержки, повышается уровень отходов. Проблемы, связанные с управлением материальными ресурсами, можно разделить на две категории:

1. Проблемы, связанные с закупкой и поставкой материалов — эта категория включает проблемы, связанные с несоответствием между планируемыми и фактическими условиями доставки материалов.

2. Логистические проблемы, то есть проблемы, связанные с перемещением и транспортировкой материалов.

К первой категории проблем можно отнести ситуацию, когда материалы поступают на площадку, например, в неподходящее время. Так запоздание поставки приводит к задержкам на каком-либо участке производственной цепи, и как следствие, к отставанию по проекту. Раннее прибытие, с другой стороны, требует дополнительных складских помещений, двойной обработки и иногда использования дополнительного оборудования. Двойная обработка может привести к повреждению материала и увеличению отходов и затрат.

Второй проблемой, связанной с закупкой и поставкой, можно назвать несоответствие материалов. В случае если партия несоответствующих материалов будет обнаружена вовремя и их можно будет заменить, ущерб останется минимальным. Однако в случае, если несоответствующий материал не был осмотрен по прибытию, хранился без проверки или дополнительной обработки и был распакован только тогда, когда понадобился, происходит задержка, которая влечет за собой значительные убытки.

В эту же группу проблем входит несвоевременное формирование заказа или слишком маленький объем заказа. В этих случаях последствия аналогичны последствиям позднего прибытия. С другой стороны, если количество материала пре-

вышает требуемый лимит, то либо материал должен быть отправлен обратно, либо сохранен для последующего использования. В этом случае эффект аналогичен раннему прибытию.

Еще одной проблемой является отсутствие полной информации о заказе. В этом случае поставщик может неправильно истолковать условия поставки или обработки и, следовательно, поставить материалы в неправильном количестве или в несоответствии с различными спецификациями.

Зачастую при заказе материалов также игнорируются конкретные условия складского хранения. При заказе материалов должны учитываться такие условия как: наличие транспортного оборудования, доступность, погодные условия и т.д. Так как, например, отсутствие крана на месте потребует, чтобы материалы доставлялись на место грузовиком, имеющим собственную разгрузочную способность или же подъездные дороги, которые могут быть пригодны летом, могут нуждаться в различном оборудовании зимой.

Даже при правильном управлении закупкой и поставкой материалов все равно могут возникнуть проблемы, связанные с контролем на месте, например:

1. Потеря материалов — основными причинами являются неподходящие условия хранения, двойная (или даже многократная) обработка, кража и потеря материалов.

2. Нехватка места для хранения — эта проблема часто возникает в строительных проектах, реализуемых в условиях тесной городской среды. Решением обычно являются формирование стратегии доставки «точно в срок», которая не допускает возникновения задержек и учитывает изменения в рабочем графике [2]. Однако, реализация и разработка этой стратегии достаточно трудоёмкий процесс и требуют высокого объема управленческих ресурсов.

3. Отсутствие полной и актуальной информации о запасах на площадке — это типичная проблема для крупных проектов, где материалы не сосредоточены в одном месте. Зачастую соответствующие материалы доступны на месте, но поскольку информация о поставках и местоположении недоступна, одни и те же материалы заказываются повторно, что приводит к высокому уровню отходов.

4. Неполная или ошибочная информация обо всех материалах, поступающих на площадку — материалы, поступающие на площадку, иногда не регистрируются или регистрируются ошибочно. В результате, когда приходят счета поставщиков, приходится использовать дополнительные ресурсы для проверки того, что именно поступило, что приводит к задержкам в оплате и последующим проблемам с поставщиками.

5. Нецелевые материалы — иногда материалы попадают на площадку, и никто не знает, кто их заказал или каково их назначение. Лицо, получающее материалы, не знает, следует ли принимать или возвращать их.

Логистика строительных проектов, как и любая деятельность, активно потребляющая ресурсы, но не создающая ценность, является проблемным направлением для многих строительных организаций [3]. Наиболее распространенными логистическими проблемами в строительстве являются:

1. Нехватка профессиональных водителей в грузоперевозках — явление глобальное. Из ежегодного опроса Международного союза автотранспорта (IRU) следует, что в прошлом году в Европе и Азии не удалось найти водителей на 20% вакансий, в России — 17% [5].

2. Ограниченность городской транспортной системы. Издержки, связанные с заторами, возникают из-за городской транспортной системы, так как это сложная транспортная сеть, в которой физические лица и организации используют одну и ту же ограниченную инфраструктуру. Так транспортная система заполнена сочетанием различных типов транспортных средств и участников дорожного движения, что повышает риск несчастных случаев. Это приводит к тому, что система городского грузового транспорта не так эффективна, как могла бы быть.

3. Отсутствие координации и коммуникации между заинтересованными сторонами проекта, которое должно быть налажено для создания наилучших условий перемещения материалов на объект и с объекта. Так, например, консолидируя товары от нескольких поставщиков в одну партию, можно сократить количество перемещений товаров в пределах городов.

Для устранения вышеперечисленных проблем организациям следует разработать модель контроля и управления материалами, которая поможет решить большинство проблем, которые возникают перед строительными организациями [5]. Модель должна включать в себя закупку материалов, отслеживание статуса заказов, формирование реестра материалов после их получения и мониторинг перемещения по площадке. При разработке модели должны быть учтены следующие критерии:

— гибкость — модель должна быть неотъемлемой частью процесса управления материальными ресурсами. Поскольку различные производственные процессы требуют разного подхода к осуществлению закупок, модель должна быть достаточно гибкой, чтобы удовлетворять потребности на каждом участке производственной цепи;

— организованность баз данных. Отслеживание, мониторинг и контроль материалов требуют больших и сложных баз данных. Эти базы данных должны быть организованы таким образом, чтобы было легко хранить, систематизировать и анализировать данные, а также представлять их таким образом, чтобы это способствовало принятию решений;

— проверка полноты информации. Модель должна иметь возможность осуществлять проверку ввода данных, их согласованность и целостность, для того чтобы свести к минимуму вероятность возникновения ошибки. Проверка может осуществляться двумя способами: во-первых, путем сравнения плановых и фактических показателей с заявленными нормами (заданными «вручную» или продиктованные ГОСТами и стандартами); во-вторых, путем внедрения технологий автоматизированного сбора данных;

— непрерывное обновление модели в режиме реального времени. Это позволит, например, получать достоверную и актуальную информацию об отгрузке, чтобы сравнить с данными в заказе на поставку. За счет этого появится возможность снизить финансовые и временные потери, возникающие при некорректной поставке;

— модель должна иметь возможность сравнивать запланированные и фактические значения, чтобы предупреждать о несоответствиях и своевременно принимать корректирующие меры. Не менее важным является обновление баз данных, в которых будут регистрироваться «проблемные» поставщики, или возникновение условий, позволяющих получить более выгодные предложения по цене (например, скидку за оптовый заказ).

Очевидно, что важно управлять всеми материалами от стадии проектирования до стадии строительства. Нерациональное обращение со строительными материалами влияет на общую производительность строительных проектов с точки зрения времени, бюджета (стоимости), качества и производительности. Потери материалов также должны быть сведены к минимуму, чтобы избежать потери прибыли строительными организациями. Существует необходимость в разработке новых подходов к управлению материалами в строительных проектах с целью повышения эффективности производственного процесса.

Литература:

1. Журавлев П. А., Сборщиков С. Б. К вопросу использования ресурсно-технологического моделирования при формировании инвестиционных программ // Вестник Белгородского государственного технологического университета им. ВГ Шухова. — 2017. — № 7.
2. Терюхов Я. И. Логистические стратегии в международной системе поставок just-in-time (точно в срок) // Современный ученый. — 2017. — № 3. — С. 217–224.
3. Дюкова О. М., Локтионова Е. В. Логистика строительства. — 2017.
4. Новый опрос IRU: в 2021 году проблема нехватки водителей усугубится [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.iru.org/ru/%D0%A0%D0%B5%D1%81%D1%83%D1%80%D1%81%D1%8B/%D0%9D%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B8/novyy-opros-iru-v-2021-godu-problema-nekhvatki-voditeley-usugubitsya>.

5. Куликова А. А., Солодовникова Л. С. Оптимизация управления ресурсами предприятия // Прорывные экономические реформы в условиях риска и неопределенности. — 2017. — С. 165–167.

Особенности и перспективы развития туризма в арктических субъектах Российской Федерации (на примере Архангельской области)

Алексеева Марина Игоревна, студент

Научный руководитель: Богданова Анна Анатольевна, кандидат экономических наук, доцент
Северный (Арктический) федеральный университет имени М. В. Ломоносова (г. Архангельск)

В статье рассматривается туризм Архангельской области как одна из отраслей экономики, и дается его прогноз.

Ключевые слова: Российская Федерация, развитие туризма, Архангельская область.

Начиная с середины 2000-х гг. Россия активизирует свою Арктическую политику. Территория Арктической зоны Российской Федерации является одним из наиболее привлекательных направлений для развития различных сфер экономической деятельности: от научных исследований до туристской активности. В Арктическую зону полностью или частично включены территории следующих субъектов: Архангельская область в составе Онежского, Приморского и Мезенского муниципальных районов, городских округов Архангельск, Северодвинск и Новодвинск, а также принадлежащих ей арктических островов (Новая Земля, архипелаг Земля Франца-Иосифа и др.), Мурманская область, Ненецкий, Ямало-Ненецкий и Чукотский автономные округа, Республика Карелия, Республика Коми, Красноярский край, Республика Саха (Якутия). Территория Арктической зоны занимает 20% всей площади Российской Федерации. [1]

Архангельская область занимает центральное положение на европейском севере. Её территория составляет 3,4% территории России. Архангельская область граничит с Карелией, Республикой Коми, Вологодской и Кировской областями. Омывается морями, относящимися к бассейну Северного Ледовитого океана. В виду близости к арктическим морям и удаления этой части страны от течения Гольфстрим, климат области является умеренно континентальным. В экономике России Архангельская область выделяется как район судостроения и судоремонта, лесной, деревообрабатывающей и целлюлозно-бумажной промышленности, лесного экспорта, рыбной промышленности и ряда других отраслей. Стратегией социально-экономического развития Архангельской области туризм отнесен в группу приоритетных направлений развития экономики. В целом туристская отрасль Архангельской области характеризуется положительной динамикой туристского потока. [2]

В 2015 г. Архангельскую область посетило 387 тыс. человек, в 2016 г.— 387 тыс. чел., в 2017 г.— 391 тыс. чел., в 2018 г.— 409,4 тыс. чел., в 2019 г.— 427, 2 тыс. чел. На территории Архангельской области реализуются более 150 туристских маршрутов, экскурсий и различных познавательных программ.

Значительное влияние на развитие международного туристского потока оказывает круизный туризм. [3]

Российскими властями осознана необходимость выделения Арктики в особую зону, обращения особого внимания на её управление и развитие, включая создание единой законодательной базы. Однако единого законодательного акта, регулирующего сферу туризма в Арктической зоне России на данный момент не существует. [4]

Распоряжением Правительства Российской Федерации от 20 сентября 2019 г. № 2129-р утверждена Стратегия развития туризма в Российской Федерации до 2035 года. Данный документ направлен на развитие туризма за счёт реализации проектов по созданию необходимой инфраструктуры, формирования и продвижения конкурентоспособного туристского продукта как на внутреннем, так и на международном рынках, увеличения доступности услуг для отдыха и оздоровления российских граждан. При реализации Стратегии необходимо руководствоваться следующими принципами, определяющими значимость развития туризма в Российской Федерации: учет экономических, социальных, культурных, экологических и др. аспектов развития туристской деятельности; обеспечение международного взаимодействия при развитии туризма; учет природного, культурного, этнического разнообразия регионов России; развитие туризма с учетом минимизации негативного воздействия на окружающую среду. Реализация целей Стратегии направлена на увеличение социальной и экономической роли туризма в развитии страны и отдельных субъектов Российской Федерации.

Туризм является одной из отраслей экономики, которая одновременно играет социальную и экономическую роли.

Социальная роль туризма реализуется через удовлетворение потребности населения в отдыхе, впечатлениях и личностном развитии. Важным условием реализации социальной функции туризма является повышение доступности туризма для населения с учетом половозрастных, этнических, религиозных и иных особенностей. Среди социальных следствий развития туризма наибольшее значение имеют оздоровление, рост продолжительности жизни, укрепление института семьи,

а также интеллектуальное, духовное, творческое развитие. Экономическая роль туризма проявляется в ускорении экономического роста Российской Федерации. Инвестиции в туристские индустрии формируют добавленную стоимость в транспорте, торговле и сфере услуг, строительстве, производстве и других видах экономической деятельности.

Важным социально-экономическим эффектом развития туризма является рост занятости и доходов населения, формирование предпринимательской культуры. [5]

«Убежден, что потенциал Архангельской области еще не раскрыт, у региона есть большие конкурентные преимущества, которые надо использовать гораздо активнее», отмечает губернатор Архангельской области Александр Цыбульский. Постановлением Правительства Архангельской области от 19 января 2021 г. № 1-пп утверждена Концепция развития туризма в Архангельской области. Концепция разработана в целях комплексного развития туризма в Архангельской области и определяет ориентиры для исполнительных органов государственной власти, органов местного самоуправления и туристских организаций области. [6]

Туристские зоны Архангельской области выделены с учетом перспектив развития межрегиональных туристских маршрутов.

Туристская зона «Архангельск — Холмогоры — Пинега — Мезень». Отправной точкой является г. Архангельск, имеющий большой потенциал благодаря уникальному сочетанию богатого культурно-исторического наследия и расположению на территории Арктической зоны Российской Федерации. Холмогоры являются историческим центром области до расцвета г. Архангельска. Среди современных объектов гостевой дом «Фабрика Хаски», предлагающий лыжные хаски-туры. Пинежский и Мезенский районы являются центрами развития сельского туризма. Деревни Кимжа и Кильца Мезенского района и Веркола Пинежского района получили статус «Самых красивых деревень России».

Туристская зона «Северодвинск — Онега — Онежское Поморье». Одной из основных точек притяжения в регион является побережье Белого моря. Ежегодно с туристскими целями г. Северодвинск посещают около 10 тыс. человек. Посещение г. Северодвинска включено в программу тура «Архангельск: здесь начинается Арктика». К преимуществам города Северодвинска относится удобное расположение по отношению к г. Архангельску — стартовой точке путешествий по Архангельской области, а также интерес туристов к подводным лодкам. Большой популярностью у туристов пользуются туры на Кий-остров.

Туристская зона «Соловецкие острова». Соловецкий архипелаг можно с уверенностью назвать жемчужиной Архангельской области. Его природный, исторический и культурный комплекс не имеет аналогов в мире. Вниманию туристов предлагается около двадцати обзорных и тематических программ и маршрутов, в том числе посещение Соловецкого монастыря. Ежегодно Соловецкий архипелаг посещают около 20 тыс. человек. Строительство круизных судов может способствовать организации регулярного морского туристского сообщения между г. Архангельском и Онегой и Соловецким архипелагом.

Туристская зона «Каргополь и Кенозерье». Город Каргополь, являющийся историческим поселением Архангельской области, ежегодно посещают около 10 тыс. туристов. Рядом с г. Каргополем располагается старинная деревня Ошевенский Погост, включенная в Ассоциацию самых красивых деревень России. Национальный парк «Кенозерский» ежегодно посещают около 15 тыс. человек. В 2004 г. Кенозерский парк включён во Всемирную сеть Биосферных Резерватов ЮНЕСКО. Повышение качества обслуживания туристов на территории национального парка будет способствовать развитию туризма и дальнейшему приросту турпотока.

Туристская зона «Юг Архангельской области». Устьянский район привлекает туристов возможностями для активного туризма, гастрономическими программами, яркими событиями мероприятиями. На базе центра лыжного и горнолыжного спорта «Малиновка» проводятся соревнования всероссийского уровня по лыжным гонкам. Устьянский район является одним из наиболее посещаемых в Архангельской области. По объему турпотока он занимает третье место в Архангельской области.

Туристская зона «Северное Трехречье». На юго-востоке Архангельской области в целях совместного продвижения туристских возможностей создан одноименный бренд, позволяющий объединить усилия по развитию туризма в соседних муниципальных образованиях области. Город обладает современной туристской инфраструктурой, благодаря чему входит в пятерку наиболее посещаемых муниципальных образований Архангельской области. Наблюдается спрос на туристские предложения от туристов, следующих транзитом через г. Котлас в город Великий Устюг на родину Деда Мороза.

Туристская зона «Русская Арктика». Расположение национального парка «Русская Арктика» позволяет предлагать эксклюзивные туры в целях освоения высокоширотной Арктики: круизы на Северный полюс с проходом по Северному морскому пути и трансграничному маршруту Шпицберген — Земля Франца-Иосифа. Экспедиционные программы выделены Стратегией развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 г. в качестве одного из перспективных направлений развития круизного туризма в России. [7]

Для сферы туризма необходимы специалисты для работы в различных областях, чаще всего — это менеджеры, финансисты, экономисты, а также специалисты в области рекламы, маркетинга и продаж. Существует потребность в квалифицированных гидах и экскурсоводах. Важными критериями для успешной работы в области туризма являются: знание иностранных языков, наличие коммуникативных качеств, стрессоустойчивость, наличие профессиональных знаний, навыков, умений. Подготовка кадров для сферы туризма осуществляется по программам высшего и среднего профессионального образования. В настоящее время в Российской Федерации насчитывается более пятисот учебных заведений, которые занимаются подготовкой кадров для сферы туризма. В большинстве из них подготовка кадров осуществляется по направлениям подготовки: туризм, гостиничное дело и менеджмент. В связи с развитием новых видов туризма и новых технологий в туризме, необходимо обратить внимание на подготовку узких специали-

стов, которые будут востребованы в ближайшие годы, а соответственно это уже специалисты с новыми компетенциями, все больше работающие в онлайн-режиме. [8]

К проблемам, препятствующим развитию арктического туризма, можно отнести транспортную доступность и отсутствие в регионе полной туристической инфраструктуры. Как следствие путешествие в северный полярный регион становится труднодоступным и дорогим. Малое количество туристических компаний приводит к монополизации рынка арктического туризма, что приводит к значительному увеличению цены за путёвку. Нельзя обойти и проблему недостаточного количества профессиональных кадров, способных провести туристам экскурсию в иногда суровых климатических условиях. Проблема безопасности туристов является основополагающей в организации туристических перевозок. Решая данную проблему, следует создать комплекс аварийно-спасательных центров. Такие центры уже созданы в Нарьян-Маре и Архангельске. Есть экстремальный вид туризма, которым занимаются индивидуальные туристы, в этой ситуации проблемы безопасности должны брать они сами на себя, но также должны быть разработаны и определенные нормы и положения о безопасности. Анализ причин, препятствующих развитию арктического туризма, показал необходимость комплексного подхода в решении этих проблем. Это позволит сделать туристическое направление более до-

ступным и привлекательным для широкого слоя населения страны. [9]

Кластерный подход является действенным способом объединения усилий органов государственной власти, местного самоуправления и частного партнерства. Формирование кластеров должно основываться на привлекательности региона в туристских целях и социально-экономической эффективности реализации проектов. Кластеры должны выполнять роль «точек притяжения» развития туристского рынка. [10]

Подводя итог, в целом для Архангельской области открывается целый ряд возможностей для позитивных изменений в самых разных сферах деятельности. Наиболее серьезные возможности, связанные с активизацией арктической политики государства, появляются у региона в политической (внешние связи и имидж) и экономической (инфраструктура, инвестиции, новые предприятия и организации, туризм) сферах. Но именно туризм имеет большой потенциал развития, связанный с обновлением образа региона, усилением региональной идентичности, изменением состава населения, повышением человеческого и экономического капитала. Эффективность использования открывающихся для области возможностей и нейтрализация возможных рисков во многом зависит от совместной работы различных субъектов регионального сообщества, таких как областная и муниципальная власть, бизнес, научное и медиа-сообщество.

Литература:

1. Меньшикова Т. Н. Пространственный анализ развития туризма в регионах Арктической зоны Российской Федерации на основе кластерного подхода [Текст] / Т. Н. Меньшикова // Географическая среда и живые системы. — 2019. — № 2. — С. 94–100.
2. Информационно-аналитические документы [Электронный ресурс] / Отдел развития туризма министерства культуры Архангельской области: [официальный сайт]. — Электрон. дан. — Режим доступа: <https://pomorland.pro/informationno-analiticheskie/>, свободный (дата обращения: 25.04.2021). — Загл. с экрана.
3. Лукин Ю. Ф. Арктический туризм в России [Текст] / отв. редактор Ю. Ф. Лукин; Сев. (Арктич.) федер. ун-т; Санкт-Петербург. гос. ун-т. — Архангельск: САФУ, 2016. — 256 с.
4. Воронцова Е. А., Шимшек С. Ф. Управление туризмом в регионах арктической зоны России [Текст] / С. Ф. Шимшек, Е. А. Воронцова // Проблемы и перспективы социально-экономической географии: (к 100-летию со дня рождения И. И. Трухана). — 2016. — С. 38–47.
5. Утверждена Стратегия развития туризма в России до 2035 года [Электронный ресурс] / Правительство России: [официальный сайт]. — Электрон. дан. — Режим доступа: <http://government.ru/docs/37906/>, свободный (дата обращения: 25.04.2021). — Загл. с экрана.
6. Туристическую концепцию Поморья откорректируют в пользу кластерного развития туризма [Электронный ресурс] / Сетевое издание DVINANEWS: [официальный сайт]. — Электрон. дан. — Режим доступа: <http://dvinanews.ru/-3wzhuk1b>, свободный (дата обращения: 25.04.2021). — Загл. с экрана.
7. Постановление Правительства Архангельской области от 19.01.2021 № 1-пп «Об утверждении Концепции развития туризма в Архангельской области» [Электронный ресурс] / Официальный интернет-портал правовой информации: [официальный сайт]. — Электрон. дан. — Режим доступа: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/2900202101280003>, свободный (дата обращения: 25.04.2021). — Загл. с экрана.
8. Пирогова О. В. Состояние подготовки кадров для сферы туризма в Российской Федерации [Текст] / О. В. Пирогова // Интерактивная наука. — 2018. — № 6. — С. 24–28.
9. Холодкова Е. А. Причины, препятствующие развитию арктического туризма [Текст] / Е. А. Холодкова // Океанский менеджмент. — 2020. — № 1. — С. 6–9.
10. Калачникова М. Ю., Шапаров А. Е., Шадрин О. Н., Мякшин В. Н. Туристические направления в регионах Российской Арктики: возможности и препятствия для развития [Текст] / В. Н. Мякшин, О. Н. Шадрин, А. Е. Шапаров, М. Ю. Калачникова // Revista Espacios. — 2020. — № 17. — С. 27.

Применение средств Excel для корреляционного анализа экспериментальных данных

Вислобокова Дарья Дмитриевна, студент;

Евсеенкова Валерия Васильевна, студент

Научный руководитель: Фаюстов Анатолий Афанасьевич, кандидат экономических наук, доцент

Государственный университет управления (г. Москва)

В статье излагается опыт использования средств Excel для установления корреляционных зависимостей между исследуемыми величинами в автоматическом режиме. Показаны преимущества этих средств перед ручным счетом в точности и трудоемкости при выполнении многовариантных расчетов корреляционно-регрессионного анализа.

Ключевые слова: корреляция, регрессия, коэффициент корреляции, поле корреляции, Excel.

Связи между реальными явлениями в природе сложны и многообразны, однако их можно определенным образом классифицировать. В технике и естествознании часто речь идет о функциональной зависимости между переменными x и y , когда каждому возможному значению x поставлено в однозначное соответствие определенное значение y . Это может быть, например, зависимость между током и величиной сопротивления в электрической цепи (закон Ома).

В реальном мире многие явления природы происходят в обстановке действия многочисленных факторов, влияние каждого из которых ничтожно мало, а число их велико. В этом случае связь теряет свою однозначность, а изучаемая физическая система переходит не в определенное состояние, а в одно из возможных для нее состояний. Здесь речь может идти лишь о так называемой статистической связи. Статистическая связь состоит в том, что одна случайная переменная реагирует на изменение другой изменением своего закона распределения.

В 1886 году английский естествоиспытатель Френсис Гальтон для обозначения характера подобного рода взаимодействий ввел термин «корреляция». Позже его ученик Карл Пирсон разработал математическую формулу, позволяющую дать количественную оценку корреляционным связям признаков.

Следует отметить, что коэффициент корреляции Пирсона можно применять только при соблюдении следующих условий:

- Обе переменные являются количественными и непрерывными.
- Как минимум один из признаков (а лучше оба) имеет нормальное распределение (поэтому расчет этого коэффициента является параметрическим методом оценки взаимосвязи признаков).
- Зависимость между переменными носит линейный характер.
- Гомоскедастичность (вариабельность одной переменной не зависит от значений другой переменной).
- Независимость участников исследования друг от друга (признаки X и Y у одного участника исследования независимы от признаков X и Y у другого).
- Парность наблюдений (признак X и признак Y изучаются у одних и тех же участников исследования).
- Необходим достаточно большой объем выборки, как минимум 25 наблюдений.
- Для адекватной проекции расчетов на генеральную совокупность выборка должна быть репрезентативной.

Таким образом, все эти условия оказывают влияние на точность проведения корреляционного анализа. Далее мы рассмотрим их более подробно.

Корреляционный анализ решает две основные задачи:

- Первая задача заключается в определении формы связи, т.е. в установлении математической формы, в которой выражается данная связь. Это очень важно, так как от правильного выбора формы связи зависит конечный результат изучения взаимосвязи между признаками.

- Вторая задача состоит в измерении тесноты, т.е. меры связи между признаками с целью установить степень влияния данного фактора на результат. Она решается математически путем определения параметров корреляционного уравнения.

Затем проводятся оценка и анализ полученных результатов при помощи специальных показателей корреляционного метода (коэффициентов детерминации, линейной и множественной корреляции и т.д.), а также проверка существенности связи между изучаемыми признаками.

Для количественной оценки тесноты связи служит выборочный коэффициент корреляции.

Коэффициент корреляции r вычисляется по значениям функций отклика в области эксперимента [1, с. 94]:

$$r = \frac{S(xy)}{\sqrt{S(xx)S(yy)}} = \frac{\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})(y_i - \bar{y})}{\sqrt{\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^2 \sum_{i=1}^n (y_i - \bar{y})^2}}, \quad (1)$$

где x_i, y_i — каждое текущее значение функции в области эксперимента;

\bar{x}, \bar{y} — среднее значение функции отклика в области исследования.

Величины ковариации $S(xy)$ — переменной x от переменной y определяется по формуле (2):

$$S(xy) = \sum_{i=1}^n x_i y_i - \frac{\left(\sum_{i=1}^n x_i\right) \left(\sum_{i=1}^n y_i\right)}{n}; \quad (2)$$

ковариации $S(xx)$ — переменной x от переменной x определяется по формуле (3):

$$S(xx) = \sum_{i=1}^n x_i^2 - \frac{\left(\sum_{i=1}^n x_i\right)^2}{n}; \quad (3)$$

ковариации $S(yu)$ — переменной y от переменной u определяется по формуле (4):

$$S(yu) = \sum_{i=1}^n y_i^2 - \frac{\left(\sum_{i=1}^n y_i\right)^2}{n}. \tag{4}$$

Если функции зависят от одного аргумента, то, проведя корреляционный анализ, можно установить взаимный рост

или убывание функций друг от друга в зависимости от изменения аргумента.

О наличии или отсутствии корреляции между двумя случайными величинами качественно можно судить по виду поля корреляции, поместив экспериментальные точки на координатную плоскость. Положительная корреляция между случайными величинами представлена на рис. 1, а обратная корреляция — на рис. 2. Сравнительно слабая корреляция представлена на рис. 3, на рис. 4 приведен пример отсутствия корреляции.

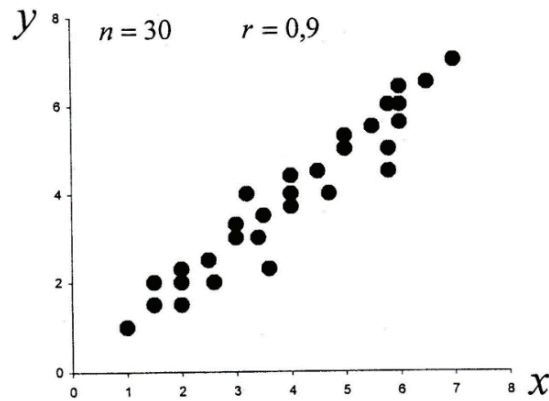


Рис. 1. Корреляция линейная, рост одной функции приводит к увеличению другой. $r > 0$, $r = 0,9$.

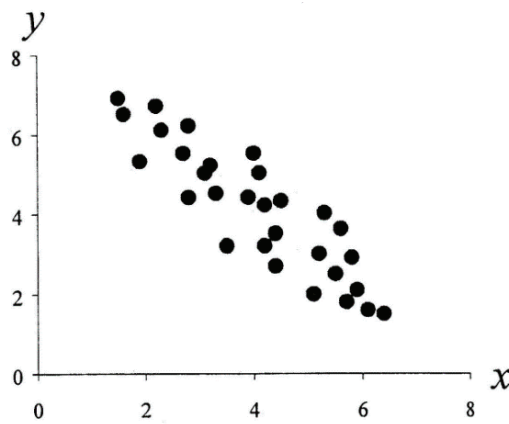


Рис. 2. Корреляция обратно линейна, рост одной функции приводит к снижению другой. $r < 0$, $r = -0,9$

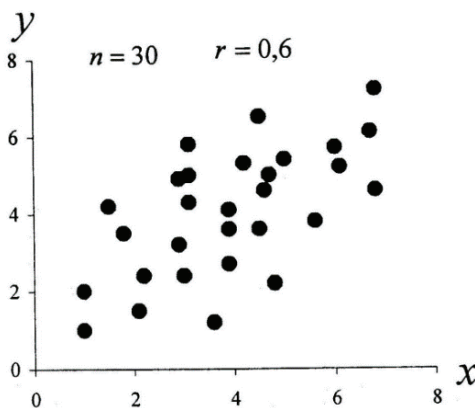


Рис. 3. Слабая корреляция, $r = 0,6$

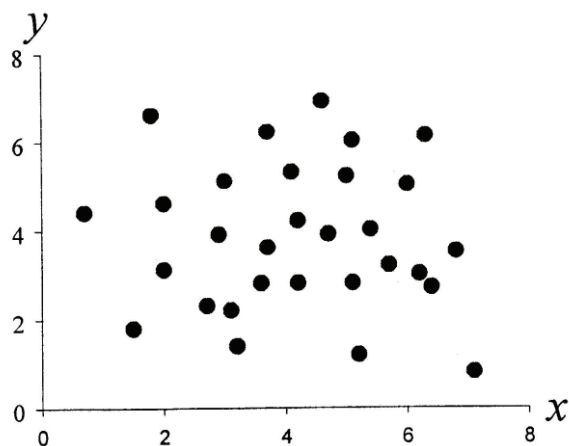


Рис. 4. Корреляция отсутствует, $r = 0$

Для независимых случайных величин коэффициент корреляции равен нулю, но он может быть равен нулю для некоторых зависимых величин, которые при этом называются некоррелированными. Для случайных величин, имеющих нормальное распределение, отсутствие корреляции означает и отсутствие всякой зависимости.

Коэффициент корреляции характеризует степень тесноты линейной зависимости. В общем случае, когда величины X и Y связаны произвольной стохастической зависимостью, коэффициент корреляции может иметь значение в пределах $-1 \leq r \leq +1$.

Диапазон значений $ r $	Линейная корреляционная зависимость Y от X
0–0,1	практически отсутствует
0,1–0,3	слабая
0,3–0,5	умеренная
0,5–0,7	заметная
0,7–0,9	сильная
0,9–0,99	очень сильная
0,99–1	практически функциональная

По сути, коэффициент корреляции означает степень, в которой две переменные движутся в тандеме друг с другом. Положительный коэффициент, вплоть до максимального уровня 1, указывает, что движения двух переменных идеально выровнены и в одном направлении — если одна увеличивается, другая увеличивается на ту же величину. Отрицательный коэффициент, вплоть до минимального уровня -1 , является прямо противоположным, указывая на то, что две величины движутся в противоположном направлении друг относительно друга. Естественно, почти все реальные явления находятся где-то посередине между этими двумя крайностями.

При интерпретации результатов корреляционного анализа нужно иметь в виду, что коэффициент корреляции — статистический показатель. Он не содержит предположения, что изучаемые величины находятся в причинно-следственной связи. Поэтому любая трактовка корреляционной зависимости должна основываться на предварительной информации.

После обнаружения стохастических связей между изучаемыми переменными величинами исследователь приступает к математическому описанию интересующих его зависимостей. Другими словами, необходимо перейти от корреляционного анализа к регрессионному анализу.

При применении специальных программных продуктов для корреляционного анализа можно воспользоваться встроенными функциями.

1 способ — Расчет в Microsoft Office Excel 2007/2010/2016 (самый простой способ).

При расчете в Excel применяют встроенную функцию КОРРЕЛ(массив1; массив2) (рис. 5).

2 способ — Расчет в программе «Корреляционный анализ».

По мере ввода данных можно посмотреть графическую интерпретацию экспериментальных данных, для этого используют функцию «Вставка» — «Диаграммы» — «Точечная».

Перед расчетом необходимо визуально оценить полученные кривые и ответить на вопрос: коррелируют ли полученные зависимости; после этого программа произведет расчет коэффициента корреляции и делается вывод о существовании корреляционной зависимости для данных кривых.

3 способ — Расчеты в создаваемых шаблонах с расширением имеющихся возможностей Excel.

Для более детального расчета коэффициента корреляции авторами был предложен шаблон Excel в виде расчетной таблицы, содержание ячеек которой представлено на рисунке 6. Метод расчета был принят в соответствии с источником [1, с. 96].

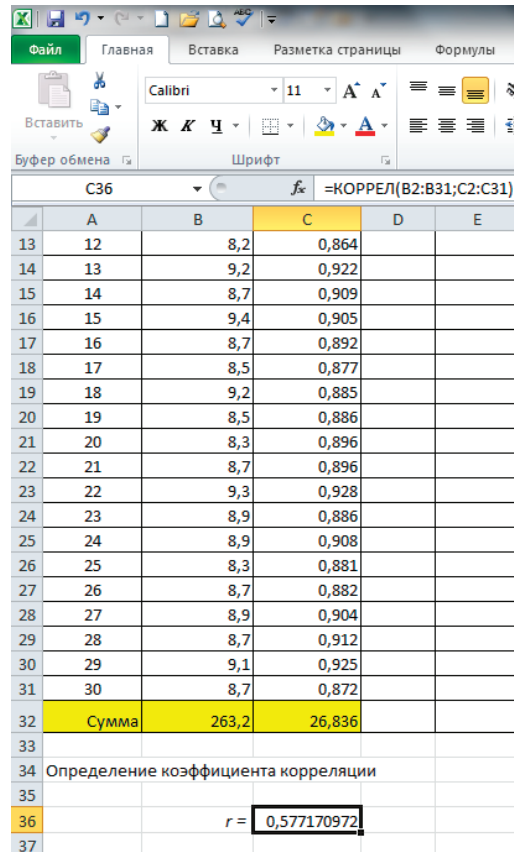


Рис. 5. Расчет коэффициента корреляции в EXCEL

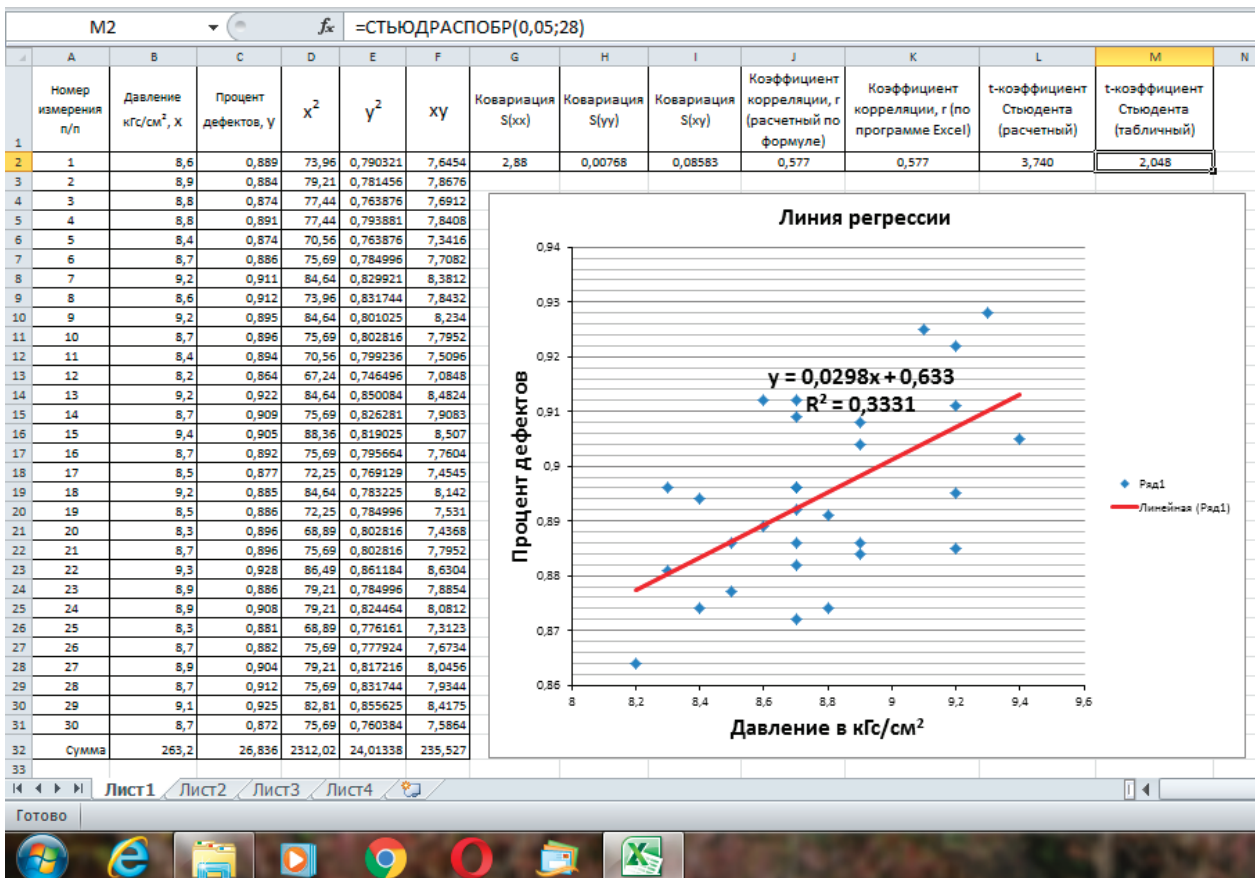


Рис. 6. Определение коэффициента корреляции с расчетом промежуточных величин и графической интерпретацией данных

В качестве объекта исследования был рассмотрен пример, заключавшийся в том, что фирма-производитель пластиковых емкостей, изготавливаемых методом литья под давлением, сталкивается с трудностями из-за дефектных емкостей, имеющих слишком тонкие стенки. Было высказано предположение, что причина неподходящей толщины стенок заключается в вариации давления сжатого воздуха, которое каждый день меняется. В таблице (см. рис. 6) приведены данные о давлении воздуха и проценте дефектов. Требуется найти коэффициент корреляции, устанавливающий связь между давлением воздуха и процентом дефектов пластиковых емкостей.

На практике коэффициент корреляции ρ обычно неизвестен. По результатам выборки может быть найдена его точечная оценка — выборочный коэффициент корреляции r . Произвести точечную оценку коэффициента корреляции r по t -критерию

$$\text{Стьюдента } t_0 = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \quad [2, \text{ с. 235, 3, с. 107}] \text{ при доверительной}$$

вероятности $P = 0,95$ с помощью ручного счета можно следующим образом. Найти в таблице распределения Стьюдента критическое значение $t(n-2, \alpha)$. Если $|t_0| \geq t(n-2, \alpha)$, то следует отбросить нулевую гипотезу, т.е., принять за точечную оценку коэффициента корреляции его значение, полученное расчетным путем. Если $|t_0| < t(n-2, \alpha)$, принять нулевую гипотезу (генеральный коэффициент корреляции равен нулю) [4, с. 309].

Точечная оценка t -критерия коэффициента корреляции r для рассмотренного примера по предложенной формуле дала значение $t_0 = 3,740 > t_{28, 0,95} = 2,048$, что позволяет отбросить нулевую гипотезу, т.е., признать существенность значения коэффициента корреляции. Критическое значение t -критерия находилось с помощью функции Excel по формуле: СТЬЮДРАСПОБР (критерий значимости, число степеней свободы).

Для подтверждения корректности предложенного расчета с помощью средств Excel был произведен повторный расчет тех

же исходных данных с использованием классических формул, изложенных в [2, с. 228–229].

Окончательные расчеты подтвердили полную сходимость значений линейного коэффициента корреляции ($r = 0,577$) и коэффициентов уравнения регрессии: $a = 0,0298$ и $b = 0,633$ (рис. 7 и рис. 8), полученных разными способами: с помощью шаблона, предложенного авторами, и метода с использованием классических формул математической статистики.

Графическая интерпретация данных расчета также подтвердила полное совпадение уравнений и линий регрессии.

Если коэффициент корреляции значим, то коэффициенты регрессии в уравнениях также значимо отличаются от нуля, а интервальные оценки в случае малых выборок ($n < 30$) для них можно получить по следующим формулам [2, с. 236]:

$$b_{yx} - t_{\alpha,k} \frac{s_y \sqrt{1-r^2}}{s_x \sqrt{n-2}} < \beta_{yx} < b_{yx} + t_{\alpha,k} \frac{s_y \sqrt{1-r^2}}{s_x \sqrt{n-2}}, \quad (5)$$

$$b_{xy} - t_{\alpha,k} \frac{s_x \sqrt{1-r^2}}{s_y \sqrt{n-2}} < \beta_{xy} < b_{xy} + t_{\alpha,k} \frac{s_x \sqrt{1-r^2}}{s_y \sqrt{n-2}}, \quad (6)$$

где $t_{\alpha,k}$ имеет распределение Стьюдента с $k = n - 2$ степенями свободы.

В случае больших выборок ($n \geq 30$) t -распределение заменяется на Z -распределение стандартного нормального распределения с $k = n - 2$ степенями свободы [4, с. 323].

Выводы

1. Расчет показателей корреляционного и регрессионного анализа сопровождается большим количеством громоздких формул и значительным объемом вычислительной работы, проведение которой без использования компьютера практически невозможно при выполнении реальных многовари-

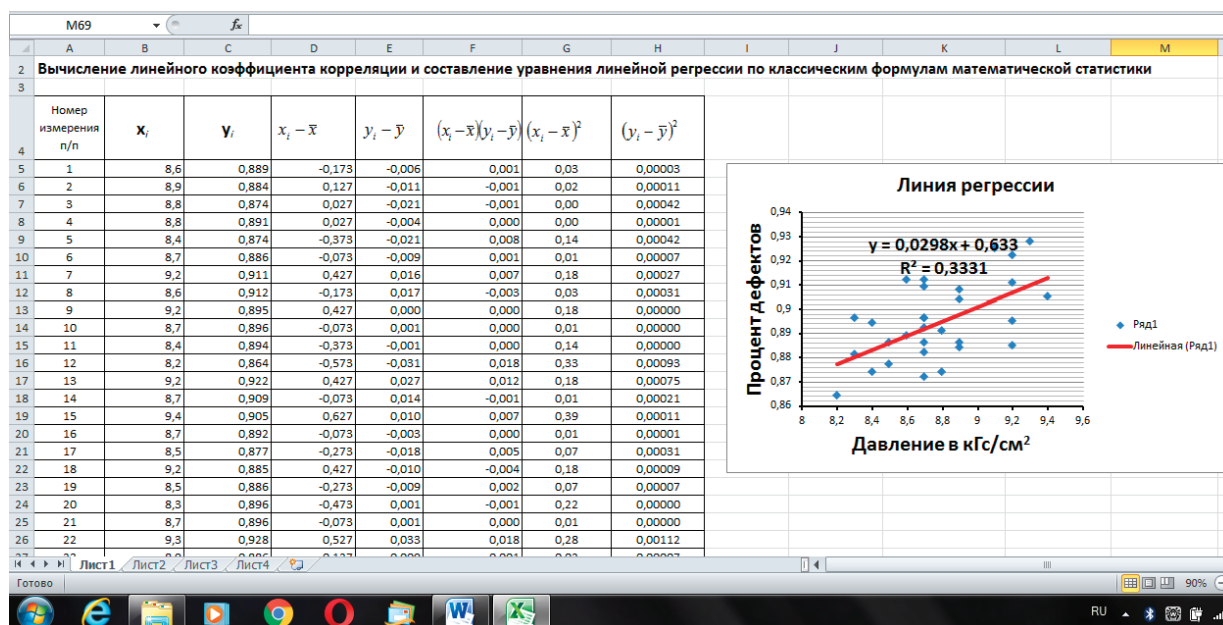


Рис. 7. Схема расчета в Excel коэффициента корреляции с использованием формул математической статистики [2, с. 234]

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L
28	24	8,9	0,908	0,127	0,013	0,002	0,02	0,00018				
29	25	8,3	0,881	-0,473	-0,014	0,006	0,22	0,00018				
30	26	8,7	0,882	-0,073	-0,013	0,001	0,01	0,00016				
31	27	8,9	0,904	0,127	0,009	0,001	0,02	0,00009				
32	28	8,7	0,912	-0,073	0,017	-0,001	0,01	0,00031				
33	29	9,1	0,925	0,327	0,030	0,010	0,11	0,00093				
34	30	8,7	0,872	-0,073	-0,023	0,002	0,01	0,00051				
35	Сумма	263,2	26,836	0,00000	0,00000	0,086	2,879	0,0077				
36												
37												
38	Объем статистической совокупности n	30										
39												
40	Средние значения	$\bar{x} = \frac{\sum x_i}{n}$	8,773333333		$\bar{y} = \frac{\sum y_i}{n}$	0,894533333	Коэффициенты уравнения $y = ax + b$ регрессии					
41												
42												
43	Коэффициент ковариации	$Cov(X, Y) = \frac{\sum (x_i - \bar{x})(y_i - \bar{y})}{n}$				0,002860889	$a = \frac{r \sigma_y}{\sigma_x}$	0,0298				
44												
45	Средние квадр. отклонения	$\sigma_x = \sqrt{\frac{\sum (x_i - \bar{x})^2}{n}}$	0,3097669		$\sigma_y = \sqrt{\frac{\sum (y_i - \bar{y})^2}{n}}$	0,016001528	$b = \bar{y} - a\bar{x}$	0,633				
46												
47												
48												
49	Линейный коэффициент корреляции				$r = \frac{cov(X, Y)}{\sigma_x \sigma_y}$	0,57717097	0,577170972					
50												
51												
52	Коэффициент детерминации $R = r^2$	0,33313										
53												
54												
55												

Рис. 8. Окончательные данные повторного расчета коэффициента корреляции

антных статистических расчетов корреляционно-регрессионного анализа и статистического прогнозирования.

2. В настоящее время разработано достаточное количество универсальных и специализированных программ статистического анализа данных. Сложность проведения расчетов и стала предметом актуальности данной работы, вследствие чего было приведено в пример удобное программное средство Excel, позволяющее успешно решать ряд задач указанного характера.

3. Используя MS Excel можно построить в автоматическом режиме диаграмму разброса. Она представит связь между из-

учаемыми факторами корреляционного анализа и результативным признаком, а также позволит определить степень корреляции без процесса построения поля корреляции при ручном счете, который занимает значительное количество времени при больших объемах выборки.

4. На практике корреляционный анализ можно применять для обработки наблюдений, сделанных на предприятиях при нормальных условиях работы, если случайные изменения свойства сырья или других факторов вызывают случайные изменения параметров качества продукции, приводящие к выпуску дефектных изделий.

Литература:

1. Статистические методы повышения качества: Пер. с англ./ Под ред. Хитоси Кумэ.— М.: Финансы и статистика, 1990.— 304 с.
2. Математическая статистика: Учебник / Иванова В. М., Калинина В. Н., Нешумова Л. А. и др.— М.: Высшая школа, 1981—371 с.
3. Иванов О. В. Статистика / Учебный курс для социологов и менеджеров. Часть 2. Доверительные интервалы. Проверка гипотез. Методы и их применение.— М.: Изд. МГУ им. М. В. Ломоносова, 2005.— 220 с.
4. Сулицкий В. Н. Методы статистического анализа в управлении. Учеб. пособие — М.: Дело, 2002.— 520 с.

Наставничество, фасилитация, менторство, коучинг. Особенности и различия

Зубова Людмила Александровна, студент магистратуры
Сургутский государственный университет

В данной статье проводится сравнительно-сопоставительный анализ понятий «наставничество», «фасилитация», «менторство» и «коучинг». Выделены основные различия данных методов обучения персонала организации. Приведен пример применения методов на государственной гражданской службе.

Ключевые слова: наставничество, коучинг, менторство, фасилитация, обучение, развитие кадров.

Любой руководитель должен понимать, что от наставничества персонала организации напрямую зависит качество

работы сотрудников, и как следствие компании в целом. Процедура наставничества должна выступать в качестве одной из

главных функций управления персоналом организации, ведь развитие кадров — это важное направление деятельности кадровых служб.

В современном, быстроизменяющемся мире, обучение персонала особенно актуально. В связи с этим, разработано и придумано множество методов обучения и развития кадров. Самыми популярными из них являются: наставничество, фасилитация, коучинг и менторство. Часто эти понятия отождествляют, рассмотрим их подробнее.

Наставничество — это практическая передача знаний от более опытного работника — менее опытному. Главную роль в этой системе играет наставник.

Важным в системе наставничества является то, что процесс обучения происходит непрерывно от работы, то есть в реальной рабочей обстановке, с реальными профессиональными задачами, которые решаются под руководством наставника.

Наставничество включает в себя коучинг, фасилитацию и менторинг.

Фасилитация — это организация групповой работы для достижения определенной цели. Человек, который организует группу — фасилитатор.

Иными словами, метод фасилитации необходим для того, чтобы организовать общение в группе. Она помогает людям понять цели друг друга, придумать разные варианты, как достичь результата, принять совместное решение и начать действовать, так как фасилитация помогает каждому участнику группы высказать свое мнение, предложить свои варианты решения иной проблемы. Чтобы голос каждого был услышан — это уже задача самого фасилитатора. Он предлагает иную последовательность действия, как должно пойти обсуждение в группе, работает с группой так, чтобы все участники высказались и приводит обсуждение участников в группе к общему выводу, или итогу. [1]

Фасилитация актуальна тогда, когда в организации намечаются перемены, на стратегических сессиях, при разработке нового продукта, разработка стратегии бизнеса, а также для формирования новой команды.

Коучинг — это искусство задавать правильные вопросы [2]. Иными словами, коучинг это метод консультирования, при котором коуч путем задавания правильных вопросов находит решения совместно с клиентом. При этом, коуч не дает каких-либо рекомендаций и не советует, как поступить в той или иной ситуации.

Коучей делят на два типа — это внутренний и внешний. Внутренний коуч взаимодействует со специалистами из различных отделов, решает оперативные задачи. Внешний коуч работает непосредственно с руководителем.

Фасилитация отличается от коучинга тем, что фасилитатор работает с группой, а коуч — с персоной.

Менторинг или менторство — это больше, чем просто консультирование или передача того, что ментор пережил в конкретной области или ситуации. Речь идет о мотивации и расширении возможностей другого человека для определения его собственных проблем и целей, а также о помощи в поиске путей их решения. [3]

Понятия наставничества и менторинга по своей сути синонимы, потому что и ментор, и наставник занимаются обуче-

нием других, основываясь на собственном опыте. Но эти понятия все-таки разделяют. Наставник — опытный сотрудник, который объясняет, как нужно делать. Систему наставничества обычно используют, чтобы быстро ввести новичков в курс дела.

Менторство — вид наставничества, который подразумевает более глубокую работу с подопечными. [4] Ментор — это опытный специалист, который оказывает моральную поддержку и помогает в решении сложных задач. Ментор как никто влияет на развитие нового сотрудника — менти.

В отличие от коуча, ментор дает советы по профессиональной деятельности, делится своим опытом, рекомендует научную литературу, помогает разработать план профессионального развития.

Менторство считается эффективным видом наставничества, поскольку ментор развивает навыки менти на перспективу, то есть обучение молодого специалиста достаточно долгое и за период обучения ментор зарождает определенный стиль мышления и закладывает основы для успеха в профессиональной деятельности.

Несомненно, в целях повышения профессионального уровня своих сотрудников любой метод обучения будет полезен, и более того — эффективен. На практике можно одновременно использовать сразу три метода. Коуч выявляет сильные и слабые стороны, понимает, что препятствует развитию, на чем сделать акцент в обучении сотрудника. Когда зоны развития ясны, наступает пора обучения, то есть работа ментора. [5] По окончании обучения, сотрудник начинает применять полученные знания на практике, тут уже важен наставник. Хочется отметить, что руководитель может выступать в трех ролях: сначала он коуч, потом ментор, потом наставник.

В зависимости от ситуации, от задач и целей руководителя, возможна и другая последовательность методов обучения. Использование всех трех методов помогает организации достичь поставленных целей быстрее и эффективнее.

Что касается реализации вышеприведенных методов обучения на государственной гражданской службе, на примере Федеральной налоговой службы, с ноября 2020 года на базе центрального аппарата ФНС России проводится пилотный проект по реализации программы адаптации «Лучший старт». Программа адаптации представляет собой единую модульную систему адаптации вновь приступивших к выполнению обязанностей федеральных государственных гражданских служащих и работников, замещающих должности, не отнесенных к должностям федеральной государственной гражданской службы.

Цели и задачи программы адаптации.

- а) создание системы ввода в должность, рассчитанную под индивидуальные потребности нового сотрудника;
- б) достижение необходимой эффективности работы нового сотрудника в наиболее короткие сроки;
- в) уменьшение количества ошибок, связанных с включением в служебный процесс;
- г) освоение схем взаимодействия с другими подразделениями;
- д) освоение основных норм кодекса этики и служебного поведения;
- е) достижение взаимопонимания между сотрудниками структурных подразделений центрального аппарата ФНС

России, а также формирование и поддержание дружелюбной среды в коллективе;

ж) повышение уровня вовлеченности новых сотрудников в рабочий процесс;

з) обеспечение непосредственных руководителей материалами для более оперативного включения новых сотрудников в служебный процесс;

и) снижение уровня текучести кадров и формирование имиджа ФНС России как привлекательного работодателя.

В рамках реализации программы «Лучший старт» разработан Путеводитель Федеральной налоговой службы, как инструмент системы адаптации, помогающий найти ответы на часто возникающие вопросы новичка.

Вместе с тем, в 2021 году ФНС России был реализован кадровый проект «Ментор ФНС России». Цель данного проекта — передача профессионального опыта новому поколению сотрудника налоговых органов. Ментор — это лицо, имеющее большой опыт работы в налоговых органах, которое на безвозмездной основе готово оказывать помощь менее опытным специалистам в развитии профессиональных навыков и умений, не вмешиваясь при этом в их служебную деятельность. В результате общения с ментором молодой специалист (менти) сам выбирает алгоритм действия в конкретной ситуации, приоб-

ретает новые знания, навыки и практический опыт в доброжелательной атмосфере. Ментором может стать не только сотрудник, имеющий большой опыт работы в налоговых органах, а также и уволившись профессионалов, с целью привлечения их к работе с молодыми специалистами в качестве менторов.

Метод наставничества на государственной гражданской службе применяется достаточно давно. Основной целью наставничества является оказание помощи гражданским служащим в их профессиональном становлении, приобретении профессиональных знаний и навыков выполнения служебных обязанностей, адаптация в коллективе, а также воспитание дисциплинированности. На начальном этапе издается приказ о назначении наставника, разрабатывается план наставничества, сроки прохождения наставничества и реализуется контроль за ходом и результатами данной процедуры. По окончании срока наставничества в кадровую службу предоставляется отзыв о прохождении наставничества, который подшивается в личное дело гражданского служащего.

Подводя итог, отметим, что процесс обучения работника — это важно, будь это госслужба, или коммерческий сектор. Человеческий капитал — это важнейший ресурс организации и от уровня профессионализма каждого работника зависит будущее организации.

Литература:

1. https://f-cc.org/blog_whatis (дата обращения: 03.11.2021)
2. https://ridero.ru/books/1001_vopros_kouchinga/freeText (дата обращения: 03.11.2021)
3. <https://wealhschool.ru/> (дата обращения: 06.11.2021)
4. <https://habr.com/ru/post/535150/> (дата обращения: 06.11.2021)
5. https://imcoach.su/kouching_mentoring_nastavnichestvo_skhodstva_i_razlichiya (дата обращения: 06.11.2021)

Современные проблемы в области управления персоналом

Калмыков Вадим Владимирович, студент магистратуры
Челябинский государственный университет

В статье автором рассматривается проблема в области управления персоналом на современном этапе, определяется важность развития персонала, раскрывается необходимость применения научных подходов в управлении персоналом, выявляются проблемы в российской системе управления персоналом.

В современных условиях развития экономики технических средств организациям нужны квалифицированные кадры способные улавливать последние тенденции изменения внешней среды. Поэтому очень важно профессионально управлять персоналом организации.

В этом контексте особенно важна способность руководства организации придавать большое значение и выделять необходимые средства на развитие персонала. Управление персоналом должно отойти от минимальных инвестиций в персонал, направленных только на поддержание условий труда производства, и внедрять идеологию, основанную на новых концепциях,

соответствующих долгосрочной стратегии развития организации [3].

Рассмотрим условия системы управления персоналом в организации:

- персонал основной актив организации и его необходимо постоянно развивать;
- разработка планов обучения и развития целенаправленная и продуманная, связанная с миссией и стратегическими целями организации;
- непрерывная оценка вклада планов обучения и развития в достижение стратегических целей организации;

– постоянно совершенствовать стиль управления персоналом [1].

Эффективность интегрированной системы управления персоналом организации следует рассматривать как часть ее общей эффективности. Однако трудность заключается в том, что трудовая деятельность персонала и производственный процесс предприятия и его эффективность тесно взаимосвязаны. Поэтому необходим метод оценки, который основан на критериях экономических, организационных и социальных систем управления персоналом.

Экономические критерии оценки персоналом: экономические выгоды от развития персонала и от его потенциала, эффективность труда.

Социальные критерии: удовлетворение трудом персонала, удовлетворение потребностей персонала, количество конфликтов организации, социально-психологическая среда в организации.

Организационные критерии: соответствие организационной структуры с целями организации; эффективность принятия управленческого решения и его исполнения [4].

К сожалению, во многих современных организациях используется только формальный подход к оценке эффективности управления персоналом говорят через такие показатели как текучесть труда, уровень заработной платы и т.д.

Хотя современное развитие управляющей среды персонала организации показывает, что эффективное управление персоналом будет только при использовании научных подходов.

Так рассмотрим Систему управления персоналом на примере Японской модели. Так Японская модель характеризуется системой пожизненного найма персонала. Результатом такой системы стал глубокий экономический кризис 1974–1974 годов. В данный период система пожизненного найма стала не выгодной даже для самых крупных предприятий. С этого времени крупные организации стали отходить от традиционной модели пожизненного найма, постепенно внедряя новые более гибкие формы управления персоналом [5].

Изменилось и философия труда, так среди персонала, особенно молодежи проявилось стремление к самореализации, стремление к личному успеху.

Можно сделать вывод, что научно-технический прогресс, повлекший изменение характера труда, делает систему пожизненного найма не рентабельным. Система управления персоналом должна соответствовать научному прогрессу принимая во внимания новые формы, средства и методы управления персоналом.

Для эффективной работы организации в современных условиях, необходимо совершенствовать методы управления. Суть совершенствования заключается в том, что руководитель организации должен быть заинтересован в каждом сотруднике и в его личном интересе.

В Российской системе управления персоналом используют административные методы и методы материального стимулирования.

Эта ситуация вызвана недопониманием реальных потребностей и мотиваций людей, которые побуждают их работать. Трудовая деятельность не подчинена только материальным благам. В процессе перехода к рыночным отношениям стоимость труда, которая была характерна для советского периода обесценилась. Работа превратилась из основы образа жизни в средство выживания. Можно сказать, что труд утратил свою формирующую функцию. Для формирования трудовой мотивации персонала труд должен выходить за рамки удовлетворения только материальных потребностей [2].

В последнее время в российской системе управления персоналом стало уделяться внимание устройствам систем управления персоналом в органах власти. Основным закон, регламентирующий действующую систему управления персоналом в России, — Трудовой кодекс, который определяет основы трудовых отношений между руководством и работниками организаций. В управлении персоналом применяются и другое законодательство, которое делает попытку цивилизовать условия трудовых отношений.

Однако проблем в управлении персоналом в российской модели большое множество.

Так, например, одной из проблем является не понимание разграничение между человеческими и другими ресурсами. Руководители организаций не понимают, что развитие предприятий во многом зависит от персонала.

Еще одна проблему в области управления персоналом, характерной для России является то, что персонал предприятий не редко с опаской относится к любым изменениям, не принимая все блага в полном объеме. Это происходит из-за внешних факторов, которые не благоприятно сказываются на эмоциональном фоне человеческих ресурсов [2].

Также в российской модели управление персоналом не уделяется внимание целям, которые преследует работник, работая на предприятии. Там самым ставя в разрез целям организации и его персонала.

Для изменения данных проблем и уменьшения отрицательных факторов от них необходимо применения научных методов управления персоналом.

Так как, правильно спроектированная система управления персоналом, которая учитывает конкретные обстоятельства работы организации и текущую экономическую ситуацию, считается одним из ключевых факторов, способствующих достижению целей организации. XX век был веком признания роли персонала как мощного фактора управления. Все типы ресурсов в организации изначально ограничены. Но время раскрывает уникальную особенность кадрового фактора-его потенциал практически безграничен, и благотворной задачей руководства любой организации является его постоянное раскрытие и его развитие.

Литература:

1. Данцева, Д.С. Современные методы управления персоналом организации / Д.С. Данцева // Молодой ученый.— 2017.— № 40 (174).— С. 106–108.— URL: <https://moluch.ru/archive/174/45845/> (дата обращения: 17.04.2021).

2. Долятовский В. А., Долятовская В. Н. Исследование систем управления: Учебно-практическое пособие / В. А. Долятовский. М.: ИКЦ «МарТ», 2013. — 200 с.
3. Клименко, К. А. Оценка результативности управления персоналом / К. А. Клименко // Молодой ученый. — 2016. — № 10 (114). — С. 736–739. — URL: <https://moluch.ru/archive/114/29651/> (дата обращения: 17.04.2021).
4. Настинова, Ц. С. Управление персоналом в современных условиях / Ц. С. Настинова // Молодой ученый. — 2016. — № 8 (112). — С. 632–634. — URL: <https://moluch.ru/archive/112/28510/> (дата обращения: 17.04.2021).
5. Пронников В. А., Ладанов И. Д. Управление персоналом в Японии / В. А. Пронников. — М.: Дело, 1995. — С. 1–17.

Методы развития персонала на примере администрации Усть-Катавского городского округа

Калмыков Вадим Владимирович, студент магистратуры
Челябинский государственный университет

В статье автором проводится анкетирование сотрудников администрации Усть-Катавского городского округа. В ходе проведенного анкетирования были выявлены наиболее эффективные методы развития персонала администрации, определены положительные и отрицательные стороны методов развития персонала в администрации.

С целью выявления недостатков в администрации Усть-Катавского городского округа развития персонала, было проведено анкетирование.

Потребность в обучении определялась помощью анкетирования персонала. В анкете представлено, 9 вопросов, в анкетировании участвовало 20 человек, это 57% всего персонала Администрации.

В таблице 1 представлены ответы, которые дали работники администрации отвечая на первый вопрос.

Таким образом, из представленной таблицы видно, что персонал основным методом развития представляет «Профессиональное развитие» 35% опрошенных. 25% опрошенных считают, что самым эффективным методом развития персонала является «Переподготовка и повышение квалификации персонала». 15% опрошенных представляют, что эффективнее всего на развитие персонала является «Планирование деловой карьеры», стоит отметить, что данный метод в администрации Усть-Катавского городского округа отсутствует. Также отсутствует такой метод как «Ротация кадров» — 5% опрошенных. «Работа с кадровым резервом» и «Организация адаптации» по 10%.

На второй вопрос «Проходили ли вы обучение, повышение квалификаций, профессиональные семинары и д.р. за последние 3 года». Ответ «да» дали 12 человек или 60% опро-

шенных, ответ «нет» не проходили дали 8 человек или 40% опрошенных.

На вопрос о том если вы проходили обучение за последние три года, то было ли оно эффективно, мнения также разделились, 10 человек или 50% опрошенных однозначно считают проведенное обучение эффективным. Не совсем уверены в эффективности обучения 35% опрошенных, однако больше склоняются в сторону эффективности. Из опрошенных никто не заявил в отсутствии эффективности обучения. Однако 15% опрошенных ставят под сомнение эффективность обучения.

На вопрос «Есть ли у вас трудности при решении профессиональных задач?» были предложены варианты ответов «да», «нет», и «иногда». 40% опрошенных испытывают трудности при профессиональных решениях задач. 35% опрошенных трудностей не испытывает, иногда испытывают трудности 25% опрошенных.

На следующий вопрос «Если есть трудности при решении профессиональных задач, то эти трудности, связанные с недостатком знаний?». У 5 опрошенных трудности связаны с недостатком знаний, у 6 человек трудности в работе никак не связаны с недостатком знаний. 25% имеют трудности в профессиональной деятельности из-за недостатка знаний, 15% склоняются к тому, что трудности в работе могут быть из-за недостаточности знаний. 30% никак не связывают свои профес-

Таблица 1. Методы развития персонала

1. Какой метод развития персонала вы считаете наиболее эффективным?	Ответы	%
Профессиональное обучение	7	35
Переподготовка и повышение квалификации персонала	5	25
Планирование деловой карьеры	3	15
Ротация кадров	1	5
Работа с кадровым резервом	2	10
Организация адаптации	2	10

сиональные трудности с недостатком знаний. Так же 30% сомневаются в том, что знания могут помочь в их трудностях в профессиональной деятельности.

Потребность в обучении выяснялся с помощью шестого вопроса. Ответ «да» и «скорее да», дали 80% опрошенных. Не нуждается в обучении на сегодняшний день 1 человек или 5%. Сомневаются, что сейчас им нужно обучение 15%.

Таким образом видно, что коллектив Администрации, в основном, тяготеет к новым знаниям, желает обучаться и развиваться. Поэтому следующий вопрос позволил выявить предпочтение персонала в формах обучения, что на рабочем месте хотели бы обучаться 60% опрошенных, а 40% не против обучения вне рабочего места.

С помощью анкетирования были выявлены и предпочтительные темы обучения. Полученные результаты были сгруппированы в шесть основных тем:

- Создание социально-культурного проекта;
- Современные технологии развития бизнес-проектов муниципального образования;
- Методическая работа в учреждениях муниципального образования;
- Руководство деятельностью рабочего коллектива;
- HR-менеджер;
- Инновационные стратегии развития муниципального образования.

Литература:

1. Бобкова Н.Г. Система управления персоналом в современных условиях [Электронный ресурс] / Н.Г. Бобкова // Современные технологии. Системный анализ. Моделирование — 2014 г. № 1(41).— С. 209–214.— URL <https://e.lanbook.com/reader/journalArticle/256133/#1> (дата обращения: 28.08.2020)
2. Веснин В. Р. Управление персоналом. Теория и практика [Текст]: учебник / В. Р. Веснин.— Москва: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2017.— 688с.
3. Горбунов, В.М. Управление социальным развитием трудового коллектива: Конспект лекций [Текст]: учебник / В.М. Горбунов.— Москва: ИНФРА-М, 2013.— 79 с.
4. Егоршин, А.П. Организация труда персонала [Текст]: учебник / А.П. Егоршин, А.К. Зайцев.— Москва: Высшая школа, 2015.— 320 с.
5. Кибанов, А.Я. Управление персоналом: Энциклопедический словарь [Текст]: учебник / А.Я. Кибанов, И.А. Баткаева, И.Е. Ворожейкин и др.; под ред. А.Я. Кибанова.— Москва: ИНФРА-И, 2015.— 453 с.

Значение заработной платы на современном рынке труда

Каян Екатерина Николаевна, студент

Научный руководитель: Плотникова Олеся Владимировна, доктор экономических наук, доцент
Новосибирский государственный университет экономики и управления

Основные функции заработной платы. Связь между объемом заработной платы и качеством работы персонала. Влияние дифференциации доходов на экономическую ситуацию в стране. Экономическая и социальная сторона заработной платы.

Ключевые слова: заработная плата, наемные рабочие, дифференциация доходов, производительность труда, рынок труда.

Заработная плата является наилучшим средством повышения заинтересованности работников в результатах его труда, собственной производительности, улучшения качества

На последний вопрос «Мотивируют ли руководство развитие персонала в организации?» Мнения опрошенных разделилось на две равные части, 50% ответили положительно на вопрос и 50% ответили отрицательным вопросом, на то, что руководство Администрации положительно влияют на мотивацию персонала.

Таким образом в ходе проведенного анкетирования было выявлено, что у 60% персонала есть потребность в развитии, 40% персонала испытывает трудности в недостатке знаний в профессиональной деятельности, 15% персонала сомневаются в эффективности пройденного обучения.

Таким образом, в работе определены причины выявленных недостатков и пути их совершенствования:

1. Отсутствует такие методы развития персонала как «Планирование деловой карьеры» и «Ротация кадров»;
2. Не производится контроль организации обучения персонала. Для совершенствование данного недостатка необходимо назначить лицо ответственное за процесс обучения. Рекомендуется возложить обязанности по контролю организации обучения на специалиста по кадрам и организационным вопросам. Для этого необходимо внести изменения в должностную инструкцию.
3. Не производится оценка эффективности обучения персонала; необходимо разработать процесс оценки обучения персонала, определить ответственных лиц, и внести в их должностные инструкции изменения.

продукции и увеличения объемов. Так же заработная плата является основным источником доходов работающего населения. Важным является и то, что заработная плата одна из

важных составных частей себестоимости производимой продукции.

В соответствии со ст. 129 гл. 20 Трудового кодекса, заработная плата (оплата труда работника) — вознаграждение за труд в зависимости от квалификации работника, сложности, количества, качества и условий выполняемой работы, а также компенсационные выплаты и стимулирующие выплаты.

Но также заработную плату можно рассматривать как с экономической стороны, так и с социальной, так как социальный статус человека, его отношения в обществе с другими людьми напрямую зависит от размера его оплаты труда.

В настоящее время каждый труд оплачивается в соответствии со статьей 133 гл. 21 работодатель должен выплачивать зарплату не ниже минимального размера оплаты труда, в том случае когда работник отработал весь месяц, и выполнил весь объем работ. Объем прожиточного минимума рассчитан для нормальной жизнедеятельности человека. Так же к требованиям по оплате труда относится ежегодная индексация заработной платы — доведение ее до прожиточного минимума, или увеличение заработной платы на какой-то процент.

Из-за ситуации с пандемией многие люди оказались без работы или размер заработной платы стал намного меньше, что не соответствует умственным и физическим затратам, которые необходимо затратить человеку в течение рабочего дня, для выполнения объема работ.

В наше время доход дифференцируется и это становится причиной недовольства граждан. По этой причине поднимается уровень социальной напряженности на предприятиях и в стране. Из-за этого на крупных предприятиях контролируют, чтобы заработная плата была выплачена в срок и в полном объеме, также работодатели стараются сделать оплату труда объективной и соответствующей занимаемой должности.

Каждая организация стремится привлечь наиболее квалифицированные кадры, для быстрого и эффективного роста компании. При увеличении продаж каждый специалист будет требовать повышения заработной платы, из этого следует, что при росте прибыли оплата труда сотрудников также должна возрасти. В противном случае работник может уволиться и это приведет к уменьшению прибыли.

Заработные платы работников показывают экономическую ситуацию в стране на данный момент, но главным показателем уровня качества жизни в стране является средняя заработная плата рабочих. Помимо уровня жизни, средняя зарплата показывает динамику экономического развития

страны. Чтобы рассчитать среднюю заработную плату по стране за определенный промежуток времени необходимо суммировать все зарплаты граждан, также выплаченные им пособия, все данные по таким вопросам, как правило, хранятся в фонде оплаты труда.

Однако не во всех регионах страны средняя заработная плата находится на достаточном уровне, что еще раз показывает на дифференциацию доходов населения страны. Как правило, средняя заработная плата держится на хорошей уровне в столице и в регионах, где есть запасы различных полезных ископаемых, например, нефть, газ, уголь, золото и многое другое. Анализируя данные, можно сказать, что в России в ближайшее время оплата труда наемных работников не увеличится, следовательно, качество жизни в стране останется на прежнем уровне.

Как у любого рыночного инструмента у заработной платы есть функции:

- стимулирующая
- регулятивная
- воспроизводственная
- статусная
- производственно-долевая

Как известно, размер заработной платы зависит от огромного количества факторов таких, как спрос на рабочую силу, конкуренция между товаропроизводителями, предложение рабочей силы, квалификация сотрудника, сложность выполняемой работы и условия труда. Стоит отметить, что спрос на рабочую силу может зависеть от проблем на рынке труда.

К таким проблемам можно отнести:

- неактуальные законы
- недостаток рабочих мест
- недоверие к начальству
- демографические особенности
- недостаточно хорошие условия труда

Из всего вышесказанного можно сделать вывод о том, что рынок оплаты труда находится в стагнации, потому что средняя заработная плата держится примерно на одном уровне, который является недостаточно высоким, но и не критично низким. Чтобы вывести рынок оплаты труда на достойный уровень правительству страны необходимо составить список эффективных мер по борьбе с застойной ситуацией на рынке оплаты труда, оказать поддержку работникам, например, бесплатные курсы повышения квалификации или переквалификация на более востребованного специалиста.

Литература:

1. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 № 197-ФЗ
2. Егоршин А. П. Мотивация трудовой деятельности: учеб. пособие. М.: Инфра-М, 2017. — 384 с
3. Митрофанова И. А. Управление экономикой труда на предприятии: учеб. пособие. Волгоград: ВолгГТУ, 2018. — 27с.
4. Павленков В. А. Рынок труда / В. А. Павленков. — М.: ЮНИТИДАНА, 2018. — 298 с.

Мошенничество как угроза экономической безопасности страны

Корда Надия Ивановна, кандидат экономических наук, доцент;

Авраменко Арина Артуровна, студент

Севастопольский филиал Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова

В статье авторы рассматривают мошенничество как угрозу экономической безопасности Российской Федерации. Определяют роль мошенничества в структуре преступности Российской Федерации, количество зарегистрированных и раскрытых правонарушений по статьям 159–159.6 УК РФ, средний объем похищенных денежных средств.

Ключевые слова: мошенничество, экономическая безопасность, экономическое преступление.

Актуальность обеспечения экономической безопасности государства и ограждение ее от проблемы финансового мошенничества растет с каждым годом. Мошенничество как экономическое преступление можно отнести к угрозе экономической безопасности по разным факторам: во-первых, данное противоправное деяние регулируется статьями 159–159.6 УК РФ, во-вторых, в каждой статье определена масштабность негативных последствий, в-третьих, рост числа и видов мошенничества увеличивается с огромной скоростью, статистика в среднем показывает, что на 70–80% к началу нового года возрастает число зарегистрированных фактов мошенничества, происходит также и рост похищенных денег, суммы украденных средств становятся рекордными.

Для полного понимания статей УК РФ, связанных с мошенничеством, находящихся в главе 8 преступлений против собственности, следует определить, что есть мошенничество — хищение чужого имущества или приобретение права на чужое имущество путем обмана или злоупотребления доверием [1]. Рассмотрим каждую статью в отдельности:

- Ст. 159.1 УК РФ (Мошенничество в сфере кредитования);
- Ст. 159.2 УК РФ (Мошенничество при получении выплат);
- Ст. 159.3 УК РФ (Мошенничество с использованием электронных средств платежа);
- Ст. 159.4 УК РФ (Утратила силу);
- Ст. 159.5 УК РФ (Мошенничество в сфере страхования);
- Ст. 159.6 УК РФ (Мошенничество в сфере компьютерной информации).

На сегодняшний день выделяется огромное количество мошеннических схем, к сожалению, их изощренность и новизна порождает с каждым днем все новые и новые способы получения незаконной экономической выгоды.

Мошенничество при получении выплат (Ст. 159.2 УК РФ) стало набирать особые обороты при внедрении в стране материнского капитала. Мошенники всячески пытаются обойти закон и обналчить маткапитал, в завершении их афер жертва в лучшем случае остается без «денег» материнского капитала, в худшем случае попадает под статью уголовного кодекса. Нельзя не отметить, что с каждым годом растет интерес мошенников в сфере социальных выплат, т.к. сфера социальных выплат расширяется, суммы выплат растут.

Мошенничество, связанное с социальными выплатами, влияет как на региональный, так и на федеральный бюджет, и конечно же бюджет различных фондов. Деньги, полученные

мошенниками, могли бы быть использованы в других рациональных целях, а не попадать под их вероломные действия.

Важно отметить, что угроза мошенничества нарушает целостную систему экономической безопасности как страны, субъектов Российской Федерации, так и хозяйствующих субъектов и граждан.

Данные опубликованные на официальном сайте Министерства внутренних дел показывают отрицательную динамику. За время действия ограничений, связанных с новой коронавирусной инфекцией число зарегистрированных случаев мошенничества в России, возросло. После официально зарегистрированных краж — это одно из самых совершаемых преступлений в стране, на 2020 год составило — 16,4% [3].

Для понимания структуры преступности в Российской Федерации обратимся к рисунку 1.

Мошенничество направлено на разные категории общества, исходя из этого и формируются мошеннические схемы, которые быстро работают на аферистов, позволяя заполучить денежные средства, войти в топ-три самых совершаемых преступлений.

С развитием прогресса виды мошенничества совершенствуются каждый день. Сегодня они направлены, прежде всего, на людей, совершающих покупки в интернете, приобретающих онлайн различные билеты, размещающих на сайтах свои резюме, которые общаются посредством социальных сетей, пользуются мобильными банками. Все это в качестве своих противоправных действий используют мошенники, создавая фальшивые сайты, торговые площадки и фейковые странички [4].

Для понимания проблемы мошенничества как угрозы экономической безопасности страны обратимся к официальным данным количества зарегистрированных и раскрытых правонарушений по статьям 159–159.6 УК РФ опубликованным Министерством внутренних дел Российской Федерации указанным в таблице 1 [3].

Таблица 1 наглядно демонстрирует рост преступности, а в частности рост преступлений, связанных с мошенничеством регулируемых статьями 159–159.6 УК РФ, на 2019 год число таких преступлений составило — 257187 тысяч, в 2020–335631, только за год число зафиксированного мошенничества увеличилось на 78444 тысяч. Нельзя не отметить, что рост обусловлен в первую очередь использованием мошенниками информационно-телекоммуникационных технологий [4].

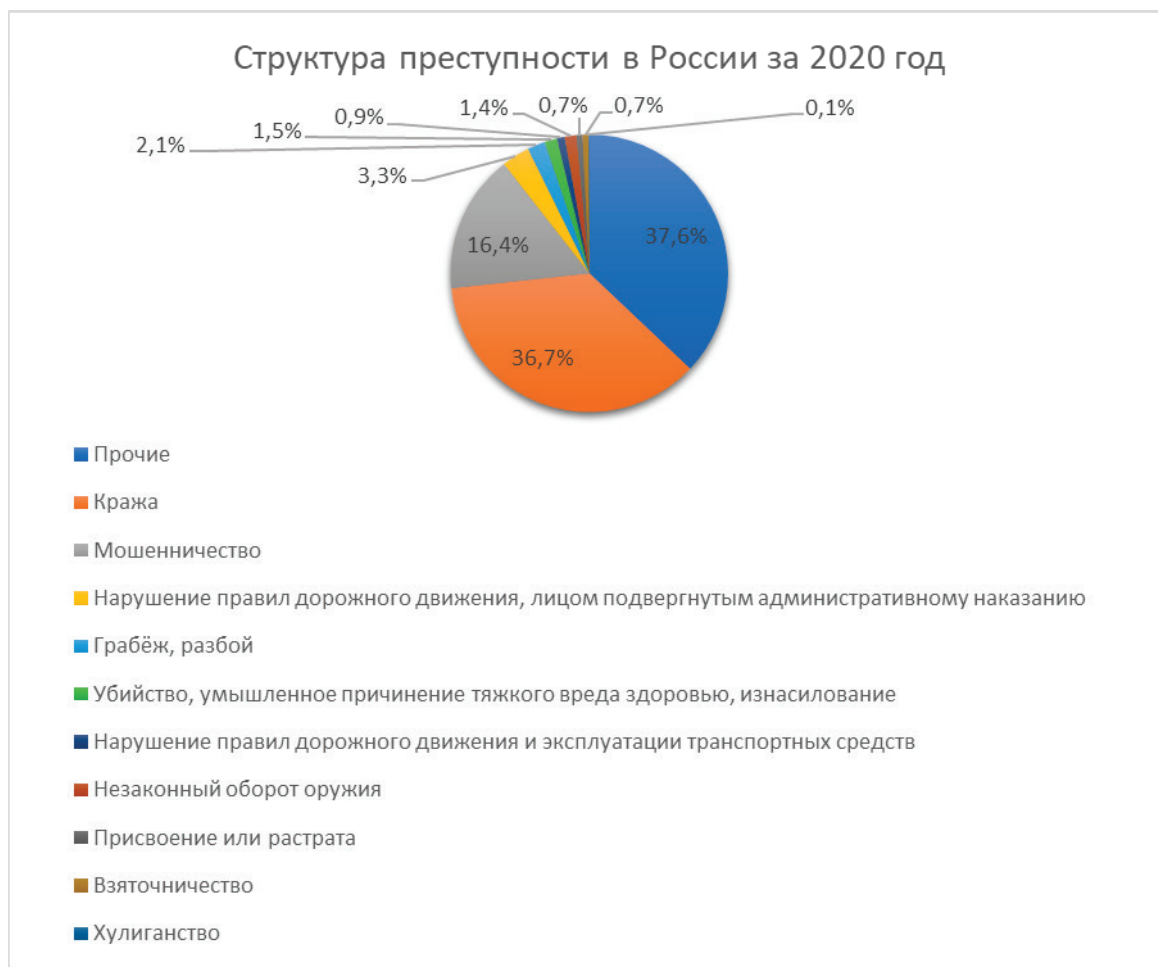


Рис. 1. Структура преступности в Российской Федерации за 2020 год [3]

Таблица 1. Количество зарегистрированных и раскрытых правонарушений по статьям 159–159.6 УК РФ [3]

2020 год	Зарегистрировано всего	+, - в %	Раскрыто всего	+, - в %
Всего преступлений	2044221	1,0	1031987	-1,9
Мошенничество ст. ст. 159–159.6 УК РФ	335631	30,5	67476	4,8
В том числе ст. 159 УК РФ	291233	33,0	46569	2,1
2019 год	Зарегистрировано всего	+, - в %	Раскрыто всего	+, - в %
Всего преступлений	2024337	1,6	1052441	-3,3
Мошенничество ст. ст. 159–159.6 УК РФ	257187	19,6	64378	12,1
В том числе ст. 159 УК РФ	219021	14,0	45592	-0,2

В 2019 году зафиксировано более 294 тысяч правонарушений, совершенных с употреблением информационно-телекоммуникационных технологий или, что почти на 70% больше, чем за аналогичный период прошлого года. Половина таких преступлений совершается с использованием сети «Интернет», а более трети — средств мобильной связи [3].

В 2020 году количество правонарушений, совершенных с использованием информационно-телекоммуникационных технологий, возросло на 73,4%, в том числе с использованием сети «Интернет» — на 91,3%, при помощи средств мобильной связи — на 88,3% [3].

Все мошеннические схемы направлены на получение денежных средств, путем обмана. Если представить, что в среднем сумма похищенных денег за один раз составляет 14 000 рублей, а на 2020 год число таких зафиксированных преступлений насчитывало 335631 тысяч, за год получается более 4 миллиардов рублей, похищенных мошенниками. На 2019 год сумма всех похищенных денежных средств составляла на — 27,78% меньше.

Мошенничество является одной из приоритетных угроз экономической безопасности России, рост зарегистрированных фактов мошенничества свидетельствует о необходимости их своевременного выявления и предотвращения. Для стабильно

развивающейся экономики и успешной социальной жизни общества, потери денежных средств в таком крупном объеме недопустимы. Специфика современной проблематики борьбы с мошенничеством в России определяется не только ускоренным

обновлением форм мошенничества, но и чрезвычайно быстрым ростом его зарегистрированного объема, умения мошенничества подстраиваться под современные реалии и адаптироваться к изменяющимся процессам в обществе и стране в целом.

Литература:

1. Федеральный закон № 63 от 13.06.1996 «Уголовный кодекс Российской Федерации» (ред. от 01.07.2021), ст. 159 «Мошенничество» [Электронный ресурс]. // Доступ из СПС КонсультантПлюс. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_10699/8012ecdf64b7c9cfd62e90d7f55f9b5b7b72b755/ (дата обращения 20.10.2021).
2. Колоколенков Д. С. Правовое обеспечение экономической безопасности в России // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2019. № 10. [Электронный ресурс]. // URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/pravovoe-obespechenie-ekonomicheskoy-bezopasnosti-v-rossii> (дата обращения 21.10.2021).
3. Министерство внутренних дел Российской Федерации: Официальный сайт. Состояние преступности [Электронный ресурс]. // URL: <https://xn--b1aew.xn--p1ai/reports> (дата обращения 21.10.2021).
4. Министерство внутренних дел Российской Федерации: Официальный сайт. Распространенные виды мошенничества с использованием компьютерных технологий. преступности [Электронный ресурс]. // URL: <https://xn--b1aew.xn--p1ai/document/11700239> (дата обращения 21.10.2021).

Различия между мотивацией и стимулированием персонала предприятия

Кулинич Сергей Андреевич, студент магистратуры

Камчатский государственный университет имени Витуса Беринга (г. Петропавловск-Камчатский)

В данной статье рассматривается сущность понятий мотивация и стимулирование персонала, анализируются типичные ошибки, связанные с трактованные этих понятий. После сравнения понятий приводится ряд отличий между мотивацией и стимуляцией.

Ключевые слова: мотивация, стимулирование, активизация, методология, персонал, кадры, работники, менеджмент.

Достичь высоких результатов в любом виде деятельности невозможно, если у человека отсутствует личная заинтересованность. Ведь невозможно строить взаимодействие с работником только на принципах принуждения: эффект будет мгновенно нивелирован. Вызвать желание у персонала работать можно двумя способами — мотивацией и стимулированием. Однако, несмотря на кажущуюся схожесть, данные понятия имеют между собой целый ряд отличий. Осознание разницы понятий поможет руководителям и лидерам эффективнее справляться с поставленными задачами, независимо от количества ресурсов в его арсенале. В связи с этим целью работы выступает анализ сущности понятий мотивация и стимуляция.

Несмотря на актуальность и высокую практическую значимость необходимости перехода от стимулирования к мотивации, а затем и к мотивационному управлению, в настоящее время среди множества различных специалистов не пришли к единому толкованию понятия «мотивация». Помимо этого, в научной и бизнес-среде все чаще допускается большая методологическая ошибка. Большое количество ученых не акцентируют внимание на различиях между мотивацией и стимулированием. Очень часто данные два понятия путают или отождествляют друг с другом. Нередко в научной литературе можно встретить, что мотивация существует только на базе стимулирования. В связи с этим некоторые авторы для повы-

шения показателей работы предприятия советуют руководителям стимулировать мотивацию труда. Из этого следует, что стимулы рассматриваются не как одни из факторов мотивации, а как проведение стимулирования руководителями предприятий самой системы мотивации труда.

Из выше сказанного следует, что проблема исследования понятия мотивации и её соотношение с понятием стимулирования является актуальной в настоящее время, а также имеет научное и практическое значение. Важность данной проблемы подчеркивается словами Белкина В. Н.: «...для понимания организационного поведения требуется хорошо разобраться в её центральном элементе — мотивации, так как именно она объясняет, почему люди ведут себя в организации, так или иначе» [1].

Перед тем как перейти к анализу понятия «мотивация», необходимо рассмотреть несколько определений данных различными учеными.

1. Беляцкий Н. П. дает определение мотивации труда как внешнее или внутреннее побуждение экономического субъекта к деятельности во имя достижения каких-либо целей [2].

2. Белкин В. Н. определяет мотивацию как психологическую силу человека, которая определяет направленность его поведения в организации, степень её собственных усилий и настойчивости при столкновениях с затруднениями [1].

Как мы можем видеть из приведенных выше определений, разные ученые вкладывают в данное понятие разный экономический смысл. Однако ни одно из данных определений мотивации полностью не раскрывает его сущность.

В связи с этим, с целью устранения неоднозначности толкования понятия «мотивация» под мотивацией необходимо понимать систему мотивационного управления как процесс внешнего и внутреннего побуждения субъекта к конкретной деятельности для достижения конечных целей предприятия и удовлетворения личных потребностей через трудовую деятельность.

Мотивация выступает одним из ключевых понятий в теории управления персоналом, так как именно она побуждает работников к труду, а также приводит к удовлетворению личных потребностей, что в итоге приводит к достижению поставленных целей организации. Мотивация — это совокупность стойких мотивов, которые определяются характером личности и ее деятельностью [8]. Важно отметить, что необходимо рассматривать мотивацию как стратегию долговременного влияния на работников с целью изменения заданных характеристик структуры ценностных ориентаций, создания соответствующей системы и развития трудового потенциала на этой основе. Из этого следует, что мотивация задает цель достижения конечного результата.

Необходимо подчеркнуть, что понятие мотивация относительно трудовой деятельности характеризуется как действия сотрудника, направленные на удовлетворение своих потребностей, как в материальных, так и других ценностях. Трудовая деятельность также связана с достижением целей организации. Под сотрудником подразумевается работник, который является важной составляющей структуры организации.

Вторым рассматриваемым понятием является «стимулирование» и его связь с понятием «мотивация». Согласно утверждению Сорочайкина А.Н., стимул является побудительной причиной поведения, заинтересованностью в совершении чего-либо [5]. Жуков А.Л. определяет стимул как побуждение к действию, побудительная причина поведения [4].

Стимулы — внешние раздражители, которые способствуют росту интенсивности конкретных мотивов в действиях сотрудника.

Стимулами могут быть: вознаграждение, управленческое воздействие руководителя, повышение по карьерной лестнице, страх, ответственность, обещания, предоставляемые возможности и многое другое, что может быть предложено работнику в роли компенсации за его действия или что он хотел бы получить в результате определенных действий. Из этого следует, стимулы — определенные материальные или нематериальные блага, удовлетворяющие потребности работника при выполнении им конкретных действий.

Стимулы используются в роле рычагов воздействия или носителей «раздражения», которые вызывают действие конкретных мотивов. Сотрудник реагирует на многие стимулы не всегда сознательно. На определенные стимулы его реакция иногда может не поддаваться сознательному контролю.

Реакция на определенные стимулы у разных людей разная. Из этого следует, что стимулы сами по себе не обладают аб-

солютным значением или смыслом, если люди не реагируют на них. Например, в случаях краха экономической системы, когда практически ничего невозможно купить за деньги, материальное вознаграждение теряет свою ценность как стимул и может быть ограничено использовано в целях управления людьми.

Различная форма стимуляции труда становится побудительной силой только в тех случаях, когда перерастает в мотив, а именно когда принимается личностью и отвечает потребностям человека. Например, для того чтобы денежное вознаграждение стало мотивом поведения и деятельности сотрудника, он должен осознать его как справедливое вознаграждение за труд. В этом случае стремление человека заслужить премию (как мотив его деятельности) приводит к повышению эффективности труда. Для сотрудников, не надеющихся получить эту премию в связи с низкой профессиональной подготовкой или личной недисциплинированностью, денежное вознаграждение не является мотивом, оставаясь на уровне стимула, так как не был принят ими как побуждение (не стала мотивом).

Стимул может и не стать мотивом, если требует от работника невозможных или неприемлемых усилий. В этом случае он будет отброшен и отвергнут. Например, обещание бригаде строителей большого денежного вознаграждения за постройку технически сложного объекта не станет для них мотивом к действию, в случае если они не обладают необходимой для этого квалификацией или необходимой техникой и оборудованием.

Стимулированием называется процесс использования различных стимулов для мотивирования людей. Стимулирование обладает различными формами. Одной из самых распространенных его форм является материальное стимулирование. Роль данной формы стимулирования очень велика, но необходимо стараться избегать преувеличения ее возможности, так как человек имеет сложную и неоднозначную систему потребностей, интересов, приоритетов целей.

Стимулирование имеет ряд существенных отличий от мотивирования. Разница заключается в том, что стимулирование является одним из средств, с которым может осуществляться мотивирование человека. На практике, в организации с высоким уровнем развития отношений в качестве средств управления сотрудниками стимулирование используется реже. Это связано с тем, что сотрудники сами проявляют заинтересованность в делах предприятия, производя необходимые действия, не ожидая или же вообще не получая какого-либо стимулирующего воздействия.

Нередко в научной литературе встречается утверждение, что различие между этими понятиями заключается в том, что стимулирование является одним из методов мотивации [7]. Частично это высказывание можно считать верным, однако если считать, что стимулирование является частью именно мотивации, то можно упустить из вида часто применяемый на практике метод принуждения. У данных трех методов есть общее научное название — активизация трудовой деятельности, то есть это функция управления (менеджмента), представляющая собой совокупность всех концепций и мер, которые направлены на содействие сотруднику в достижении изменений в способах труда с учетом индивидуальных потребностей работника,

а также целей, преследуемых самой организацией. Из этого следует, что стимулирование, наравне с принуждением и мотивацией, являются методами не мотивации, а активизации труда.

Для еще более эффективной работы предприятия необходимо владеть знаниями, которые позволят управлять процессами мотивации и стимулирования сотрудников [6], то есть теми, с помощью которых руководитель сможет достигнуть нужной эффективности управления. А не представляется возможным без обладания знаниями в этом вопросе.

В наше время невозможно переоценить значение мотивации персонала в процессе управления предприятием. Понимание основных принципов побуждения персонала к деятельности для достижения целей предприятия дает современному руководителю мощный инструмент управления организацией. Для этого необходимо лишь верно рассчитать «точки приложения силы» и шаг за шагом вводить разработанную систему в процесс управления персоналом.

Литература:

1. Белкин В. Как управлять трудом / В. А. Белкин. — Екатеринбург: Институт экономики УрО РАН, 2009. — 304с.
2. Беляцкий Н. П. Управление персоналом: учебник / Н. П. Беляцкий. — Минск: Современная школа, 2008. — 412 с.
3. Волгин Н. А. Оплата труда: японский опыт и российская практика: учеб. пособие / Н. А. Волгин, О. Н. Волгина. — М.: Дашков и К, 2011. — 508 с.
4. Жуков А. Л. Регулирование и организация оплаты труда: учеб. пособие для вузов / А. Л. Жуков. — М.: МИК, 2009. — 336 с.
5. Сорочайкин А. Н. Управление персоналом: глоссарий: терминолог. слов / А. Н. Сорочайкин, Л. В. Ермолина. — Самара: Изд-во Самар. ун-та, 2012. — 104 с.
6. Сорочайкин А. Н. Информационное общество и теория управления персоналом / А. Н. Сорочайкин // Основы экономики, управления и права. — 2012. — № 1. — С. 121–125.
7. Хилл Н. Думай и богатей / Н. Хилл. — М.: ФАИР, 2008. — 272 с.

Доходы и расходы: учетный и аналитический аспект

Микова Ирина Владимировна, студент

Научный руководитель: Баянова Ольга Викторовна, кандидат экономических наук, доцент
Пермский государственный аграрно-технологический университет имени академика Д. Н. Прянишникова

В научной статье представлены аспекты бухгалтерского учета доходов и расходов, показано их влияние на финансовый результат деятельности сельскохозяйственного предприятия. Выявлена положительная тенденция в росте доходов и снижении расходов, оказывающая влияние на финансовую стабильность и платежеспособность сельскохозяйственного предприятия, а также на заинтересованность внешних пользователей бухгалтерской (финансовой) отчетности).

Ключевые слова: доходы, расходы, бухгалтерский учет.

Income and expenses: accounting and analytical aspect

The scientific article presents aspects of accounting of income and expenses, shows their impact on the financial performance of an agricultural enterprise. A positive trend in income growth and cost reduction has been identified, which affects the financial stability and solvency of an agricultural enterprise, as well as the interest of external users of accounting (financial) statements).

Keywords: income, expenses, accounting.

Доходы и расходы сельскохозяйственного предприятия оказывают существенное влияние на финансовые результаты

После анализа и сравнения понятий стимулирования и мотивации можно сделать выводы:

1. Мотивация является долговременным влиянием на работников организации с целью изменения конкретных параметров структуры ориентации, формирования определенной системы и развития на этой основе трудового потенциала. Иногда мотивация может пропадать, чаще всего это связано со стрессом, однако после отдыха вновь появляется. При условии, если работник продолжает быть мотивирован и удовлетворен условиями собственного труда. Цель конечного результата определяет мотивация.

2. Стимулирование является методом достижения стоящей цели, которая определяет тактику решения проблемы.

Фактически, оба данных понятия обладают одинаковой целью — повысить результативность труда, однако мотивация решает глобальные задачи, а стимулирование способствует решению этих проблем.

деятельности, что позволяет достигнуть цель коммерческого предприятия — извлечение максимальной прибыли. Учет до-

ходов и расходов является дискуссионным в научной среде, многие отечественные ученые принимают участие в дискуссиях: Брыкина П. С. отметила особенности бухгалтерского учета доходов, расходов и финансового результата от обычных видов деятельности [1]; Гренадерова М. В. и Петрова В. М. раскрыли российские и международные аспекты учета доходов и расходов в сельскохозяйственной отрасли [2]; Гудков А. А. акцентировал внимание на теории вопроса в системе показателей доходов, расходов и финансовых результатов [3]; Дьяконова О. С. обратила внимание на методологический аспект учета доходов и расходов для целей бухгалтерского и налогового учета [4]; Панфилова Е. А. наряду с актуальностью учета раскрыла процедуру анализа доходов и расходов в организации [5]; Сарайкина Н. Е. исследовала бухгалтерский и налоговый направления учета, касающиеся доходов и расходов, и выявила противоречивые аспекты [6]. Таким образом, тема исследования является актуальной.

Сельскохозяйственные предприятия осуществляют свою деятельность в различных организационных формах: обществах с ограниченной ответственностью, сельскохозяйственных кооперативах, простых товариществах, акционерных обществах. Независимо от формы организации бизнеса фундаментальным правовым документом, регулирующим бухгалтерский учет, является Федеральный закон № 402-ФЗ от 06.12.2011 (с изм. и доп., вступившими в силу с 01.01.2020) «О бухгалтерском учете». На отраслевом уровне следует отметить: отраслевой план счетов, утвержденный приказом Минсельхоза Российской Федерации № 654 от 13.06.2001 г.; методические рекомендации по бухгалтерскому учету затрат на производство и калькулированию себестоимости продукции в сельскохозяйственных организациях, утвержденные приказом Минсельхоза Российской Федерации № 792 от 06.06.2003 г.

Размер доходов и расходов на сельскохозяйственном предприятии в течение календарного года не равномерен. Существенное влияние оказывает сезонность отрасли растениеводства и короткий срок годности сельскохозяйственной продукции. Доходы от реализации молока, полученного в от-

расли животноводства, сглаживают сезонность получения доходов, так как именно они постоянны и ежедневны (молоко не хранится на складе готовой продукции, а прямо с фермы отправляется в реализацию). Доходы от реализации продукции растениеводства сезонны. После получения урожая в конце лета, сельскохозяйственное предприятие старается максимально реализовать продукцию растениеводства. Зерно, конечно, может какое-то время храниться на зерноскладе. Но для того, чтобы оно не испортилось, его необходимо перекладывать специальными деревянными лопатами. Эта работа трудоемкая и не быстрая, требующая затрат на оплату труда. Поэтому, оперативная реализация продукции растениеводства позволяет избежать дополнительных затрат.

Несомненно, что показатели финансовой стабильности и платежеспособности напрямую зависят от размера и постоянства доходов и расходов сельскохозяйственного предприятия. Положительная тенденция характеризуется тем, что для стабильного развития необходим рост доходов и снижение расходов. От качества формирования доходов и расходов в бухгалтерской (финансовой) отчетности зависит заинтересованность внешних пользователей, их взгляд на возможность инвестирования или кредитования.

Таким образом, исследование особенностей учета доходов и расходов, а также влияния на финансовый результат деятельности, финансовую стабильность и платежеспособность показало следующие результаты:

- система учета доходов и расходов на сельскохозяйственных предприятиях (в рамках бухгалтерского и налогового учета; в международном и отечественном ракурсах; в теоретическом и методологическом аспектах; в системе учета и экономического анализа) является актуальной темой исследования;
- бухгалтерский учет доходов и расходов регулируется Федеральным законом «О бухгалтерском учете» и отраслевыми правовыми документами;
- на размер и постоянство доходов и расходов существенное влияние оказывает сезонность сельскохозяйственного производства, в большей части касается продукции отрасли растениеводства.

Литература:

1. Брыкина П. С., Бухгалтерский учет доходов, расходов и финансового результата от обычных видов деятельности // Сборник материалов Всероссийской (национальной) научно-практической конференции. — 2019. — С 333.
2. Гренадерова М. В., Петрова В. М. Проблемы учета в сельскохозяйственной отрасли: Российские и международные подходы // Вестник Алтайской академии экономики и права. — 2020. — № 10–2. — С 120–126.
3. Гудков, А. А. Теоретические аспекты показателей доходов, расходов и финансовых результатов / А. А. Гудков, Е. А. Соколова. — Текст: непосредственный // Молодой ученый. — 2019. — № 21 (259). — С. 177–180. — URL: <https://moluch.ru/archive/259/59366/> (дата обращения: 06.11.2021).
4. Дьяконова, О. С. Методологический аспект учета доходов и расходов для целей бухгалтерского и налогового учета / О. С. Дьяконова, А. И. Закурдаева. — Текст: непосредственный // Молодой ученый. — 2018. — № 52 (238). — С. 106–108. — URL: <https://moluch.ru/archive/238/54927/> (дата обращения: 07.11.2021).
5. Панфилова, Е. А. Учет и анализ доходов и расходов в организации / Е. А. Панфилова. — Текст: непосредственный // Молодой ученый. — 2020. — № 17 (307). — С. 364–368. — URL: <https://moluch.ru/archive/307/69230/> (дата обращения: 03.11.2021).
6. Сарайкина, Н. Е. Противоречивые аспекты в бухгалтерском и налоговом направлениях учета, касающиеся доходов и расходов / Н. Е. Сарайкина. — Текст: непосредственный // Молодой ученый. — 2019. — № 12 (250). — С. 115–119. — URL: <https://moluch.ru/archive/250/57369/> (дата обращения: 05.11.2021).

Проблемы малого и среднего бизнеса в Ростовской области

Пожаров Андрей Юрьевич, студент магистратуры
Южный федеральный университет (г. Ростов-на-Дону)

В сфере МСП присутствует большое количество значимых проблем, знание которых помогает их избежать и решать. В данной статье будут рассмотрены некоторые проблемы МСП в Ростовской области.

Ключевые слова: государство, МСП, проблемы, Ростовская область, предпринимательство.

Problems of small and medium businesses in Rostov region

Pojarov Andrey Yuryevich, student master's degree
South Federal University (Rostov-on-don)

In the field of SMEs, there are a large number of significant problems, knowledge of which helps to avoid and solve them. This article will discuss some of the problems of SMEs in the Rostov region.

Keywords: state, SME, problems, Rostov region, entrepreneurship.

В сфере МСП всегда будут те или иные проблемы, которые негативно влияют на становление и развитие малого и среднего бизнеса в стране. Их знание помогает предпринимателю избежать проблемы, а государству исправлять их.

Целью исследования является нахождение наиболее актуальных проблем малого и среднего бизнеса в Ростовской области.

Основными задачами исследования, направленными на достижение цели, являются:

- Определение теоретических основ малого и среднего бизнеса;
- Исследование актуальных проблем, которые есть у малого и среднего бизнеса в Ростовской области.

Бизнес — это обмен какого-либо товара или услуги на другой товар и услугу. То есть человек, который занимается бизнесом получает награду за услугу, которую он оказывает, или за проданный или произведённый товар. Зачастую награда для такого человека в виде денег. У этой деятельности всегда были определённые трудности, зависящие от менталитета населения, политических или экономических особенностях определённого периода.

О значимости МСП для экономик стран мира, а также о нереализованных возможностях малого и среднего бизнеса говорит тот факт, что, доля МСП в ВВП России составлял 21,9 процента, а в США он составляет около 50%, в Великобритании — 51%, в Нидерландах — 63%. Очевидно, что доля малых и средних предприятий в Российской Федерации очень маленькая, что может иметь большие проблемы для отечественной экономики.

Для того чтобы выяснять проблемы, актуальные для малого и среднего бизнеса необходимо сначала необходимо выяснить

по каким критериям бизнес причисляют к сфере МСП, а также его значимость.

Зачастую применяют критерии численности персонала и доходов за год. У каждой страны разные показатели, зависящие от их особенностей по которым причисляют бизнес к сфере МСП.

Критерии причисления к сфере МСП в РФ показывает ФЗ № 209 от 24.07.2007 О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации (с изменениями на 30 декабря 2020 года). Данная редакция действует с 1 января 2021 года. Классификация для всех бизнесов по размеру указана в таблице 1.

Также есть дополнительные критерии для ООО, хозяйственных товариществ и АО.

Дополнительные требования для ООО и хозяйственных товариществ:

- Государству, субъектам РФ, муниципальным образованиям, общественным и религиозным организациям (объединениям), благотворительным и иным фондам суммарно должно принадлежать менее 25 процентов участия в уставном (складочном) капитале;
- Не более 49% принадлежит иностранным организациям и (или) компаниям, которые не являются субъектами МСП.

Особые критерии для АО:

- Государству, субъектам РФ, муниципальным образованиям, общественным и религиозным организациям (объединениям), благотворительным и иным фондам суммарно должно принадлежать менее 25 процентов участия в капитале голосующих акций;

Таблица 1. Классификация бизнеса по размерам [1]

Критерий	Численность персонала	Доходы за год
Микропредприятие	До 15 человек	До 120 млн рублей
Малое предприятие	16–100 человек	До 800 млн рублей
Среднее предприятие	101–250 человек	До 2 млрд рублей

– Не более 49% голосующих акций принадлежит иностранным организациям и (или) компаниям, которые не являются субъектами МСП.

На данный момент самая актуальная проблема МСП это то, что с 01 января 2021 года на территории Российской Федерации был отменён специальный налоговый режим — система налогообложения в виде единого налога на вмененный доход для отдельных видов деятельности. Надо отметить, что проблема частично стала менее острой из-за того, что были смягчены условия по использованию УСН и патентной системе.

Отмена ЕНВД создаёт проблемы по нескольким причинам:

Во-первых, предпринимателям пришлось потратить своё время на выбор новой налоговой системы вместо других задач, которые являлись более приоритетными для владельцев бизнеса.

Во-вторых, отмена ЕНВД и переход ОСН, УСН или на патентную систему скорее всего увеличит размер налоговых отчислений. Да, это увеличит поступления в бюджет, но увеличит вероятность банкротства компании. Особенностью ЕНВД была простая отчётность и то, что сумма налога не росла вместе с доходом в отличие от УСН. А в отличие от патентной системы у ЕНВД не было ограничений по обороту и были на момент существования патента более строгие ограничения по площади. Сейчас ограничения по площади торгового зала такая же, что и у ЕНВД и равна 150 кв. м.

Также большинство предприятий пострадало из-за коронавируса и последовавших за ним ограничений. Во время первой волны множество предприятий фактически закрылось, так как финансовая помощь начала поступать не сразу, а через некоторое время. Также понизил выручку тот факт, что для некоторых услуг потребителю данной услуги надо иметь QR код вакцинации.

Также в Ростовской области есть проблемы в сфере МСП, специфические для данного региона.

К примеру, факт того, что недалеко от области протекает тлеющий конфликт приводит к сложности доставки и получения товара из страны, где этот конфликт происходит.

Есть в Ростовской области проблема сокращения количества розничных рынков. Из-за ужесточения требования законодательства количество розничных рынков в области сократилось с 220 в 2006 году до 55 в 2018 году. В результате доля продаж рынках и ярмарках в формировании оборота розничной торговли уменьшилась с 20,8 процента до 9,1 процента. С учётом высокого развития в области сельского хозяйства, растениеводства и животноводства, данная проблема очень актуальна.

Для решения данной проблемы правительство вводит практики ярмарок выходного дня, где производители разнообразных товаров могут продать свой товар потребителю.

Литература:

1. ФЗ № 209 от 24.07.2007 О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации (с изменениями на 30 декабря 2020 года).
2. Береснева, Н. И. Проблемы формирования благоприятной среды реализации молодежной политики в сфере предпринимательства / Н. И. Береснева, Д. М. Вдовина. — Текст: непосредственный // Молодой ученый. — 2019. — № 23 (261). — С. 231–234. — URL: <https://moluch.ru/archive/261/60146>

Также есть острая проблема неравномерной обеспеченности населения Ростовской области торговыми площадями. Из 55 муниципальных образований области всего в 4 муниципальных образованиях фактическая обеспеченность населения торговыми площадями превышает установленное минимальное значение по всем нормативам. А в 595 населенных пунктах отсутствуют торговые объекты, в том числе мобильной торговли.

Для решения этой проблемы можно также применить ярмарки, однако отсутствие конкуренции на рынке повседневных товаров даёт огромный потенциал для развития.

Весьма остра проблема низкого платежеспособного спроса на внутреннем рынке. снижение спроса со стороны заказчиков и покупательной способности населения. Дело в том, что чем меньше людей покупают товары, тем меньше клиентская база каждого предприятия, продающего этот товар. Меньшая клиентская база приводит к меньшим доходам при непропорциональном понижении расходов. Благодаря этому показатель прибыли становится меньше и с большей вероятностью является отрицательной. Это увеличивает вероятность банкротства компании.

Также высокая стоимость заёмных средств является огромной проблемой для МСП в Ростовской области. Большой процент за кредиты увеличивает расходы в критичные первые года существования организации, когда она не встала на ноги и не нашла окончательно свою ценовую нишу. Большая стоимость заёмных средств также отпугивает некоторых людей сделать свой бизнес, так как они боятся в случае неудачи долго и сложно находить деньги для погашения кредита.

Проблема, которая есть не только в Ростовской области, но во многих областях это проблема поиска квалифицированного персонала. Это является одним из основных препятствий, ограничивающих развитие МСП. Нехватка хороших рабочих кадров делает более сложным процесс производства какого-то товара или услуги, нехватка качественных инженерных кадров затрудняет процесс автоматизации производства и изобретения нового товара или новой услуги, а нехватка профессиональных управленческих кадров затрудняет для предпринимателя процесс управления и выбора нужных управленческих и стратегических задач.

Также Ростовская область занимает высокое место по численности занятых в неформальном секторе. Этот сектор искажает конкурентные условия на рынке, предлагая продукцию с меньшими издержками в результате неуплаты налогов, несоблюдения действующих стандартов и так далее. И так как предприятия данные не платят налоги в бюджет, то поступающая в него сумма уменьшается. Это уменьшает расходы на социально-значимые статьи в бюджет области.

3. Бурлуцкая, Ю. А. Проблемы развития малого и среднего бизнеса в России / Ю. А. Бурлуцкая. — Текст: непосредственный // Молодой ученый. — 2016. — № 2 (106). — С. 436–439. — URL: <https://moluch.ru/archive/106/25035/>
4. Волкова Инна Анатольевна, Попова Алена Юрьевна Современные проблемы малого и среднего бизнеса в России // Концепт. 2016. № S4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-problemy-malogo-i-srednego-biznesa-v-rossii>
5. Ковнир В. Н. Экономика в терминах, понятиях и представлениях: учеб. пособие — 2-е изд. испр. и доп. — М.: Университетская книга, 2017. — 148 с.

Рынок электротехнических товаров во время пандемии

Пушкова Елизавета Алексеевна, студент магистратуры
Российский государственный гуманитарный университет (г. Москва)

В настоящей статье рассматривается влияние пандемии COVID-19 на рынок электротехнических товаров. Показаны тенденции развития рынка электротехнических товаров с учетом пандемической ситуации в экономике. Проанализированы механизмы рекламы и коммуникаций внутри рынка электротехнических товаров во время пандемии.

Ключевые слова: рынок электротехнических товаров, пандемия, реклама и коммуникации, электротехническая промышленность.

На сегодняшний день электротехническая промышленность в России является одним из приоритетных направлений развития отечественной экономики. Производимое электрооборудование является важнейшим компонентом военно-оборонного комплекса, топливно-энергетического кластера, агропромышленной сферы и транспортной отрасли [2]. Всё это говорит о стратегической значимости данного промышленного направления для всего экономического развития.

Основой современного отечественного рынка электротехнических товаров являются трансформаторы и электрогенераторы, электродвигатели, распределители, кабельные продукты, подстанции светотехническая продукция, а также высоковольтное энергетическое оборудование. Несмотря на большое количество игроков электротехнического рынка ведущие позиции на рынке отводятся таким отечественным компаниям, как «Казань Электроцит», «Электроцит Самара» и «Декада Электроцит». Это связано с удобным расположением компаний к ближайшим местам добычи ископаемых и логистическими факторами [3].

Несмотря на внушительный рост активности и позитивную тенденцию к росту рынка электротехнических товаров пандемия COVID-19 оказала негативное влияние и на данную экономическую отрасль. Опираясь на данные Росстата, объемы производства электротехнической продукции в 2020 году снизились почти на 30% по отношению к предыдущим годам (рис. 1).

Также пандемия оказала негативное влияние на показатели основного производства отечественной электротехнической промышленности в объемах реализованной продукции (рис. 2).

Исходя из вышеуказанных данных, необходимо ответить на вопрос — каким образом и благодаря каким механизмам пандемия COVID-19 сыграла отрицательную роль в динамике рынка электротехнических товаров?

1. В первую очередь пандемия повлияла на отечественный валютный курс. Российские аналитики А. Сафиуллина и В. Свинцов отметили, что в апреле 2020 года электротехническое оборудование подверглось подорожанию из-за общего ослабления рубля. Общий процент подорожания составил почти

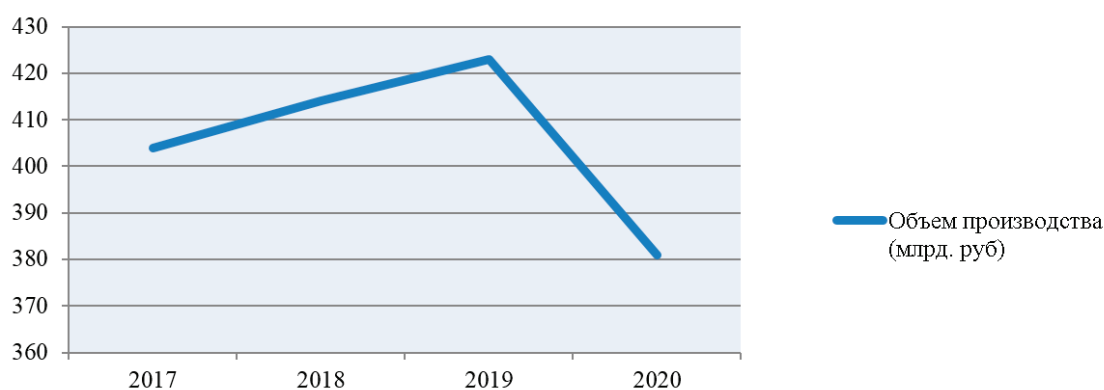


Рис. 1. Объём производства на рынке электротехнических товаров в период с 2017 по 2020 гг. [1]

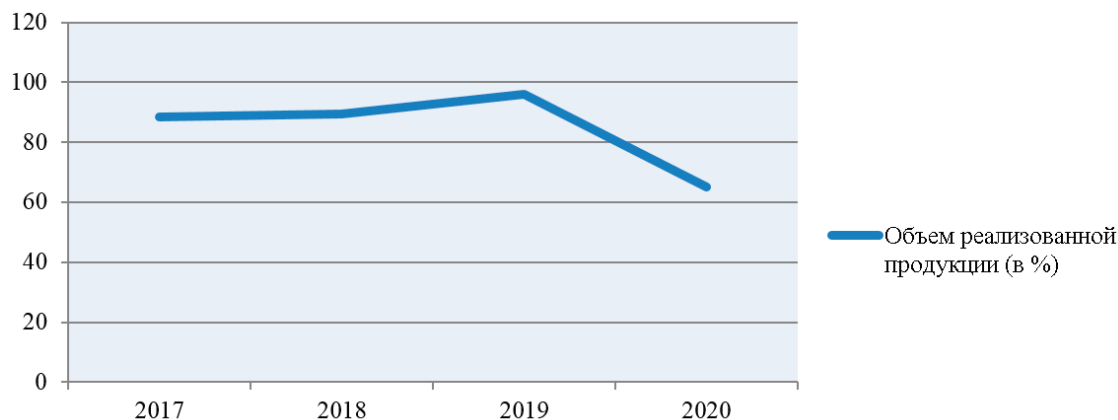


Рис. 2. Объем реализованной продукции на рынке электротехнических товаров в период с 2017 по 2020 гг. [3]

10%. Из-за этого произошла заморозка некоторых проектов в области развития электротехнического производства, были отменены контракты с иностранными партнерами, а действующие дистрибуторы электротехнической продукции отложили подписание новых договоров о сотрудничестве [9].

2. Длительные нерабочие дни и самоизоляция в начале российского этапа пандемии COVID-19. Пандемия смогла «парализовать» деятельность крупных компаний-производителей электротехнических практически на месяц (март-апрель 2020 г.).

По оценке экспертов второй квартал 2020 года стал самым тяжелым для всей электротехнической промышленности в России. После отмены режима самоизоляции и возобновлении производственной деятельности большинство компаний-производителей столкнулись с перегруженностью производства, поскольку заказы на продукцию, осуществленные в марте и апреле 2020 г. необходимо было выполнять одновременно с актуальными заказами, а также возникли транспортно-логистические проблемы. Все это сопровождалось отсутствием своевременной поставки комплектующих для электротехнических товаров [8].

3. Снижение количества потребителей и заказов на электротехническую продукцию. Данный фактор, порожденный пандемической ситуацией, безусловно, негативно отразился на состоянии спроса на электротехнические товары. Размещение

новых заказов и запуск новых продуктов было отложено на неопределенный срок, в связи с чем сокращались и общие финансовые показатели компаний-производителей.

4. Тенденция к выходу производителей электротехнической продукции из рынка. Условия, порожденные пандемической обстановкой, вынудили прекратить деятельность достаточное количество производителей электротехнических товаров. В общем виде рынок покинуло почти 8% компаний (рис. 4).

5. Перекрытие экспорта и сотрудничества с зарубежными партнерами. Пандемия COVID-19 вызвала сокращение и приостановку коммуникаций с иностранными партнерами в области производства и реализации электротехнической продукции. Большое количество товаров, разработанных специально для экспорта, не смогли выйти на рынок.

На основе вышесказанного можно сделать вывод о том, что пандемия COVID-19 вызвала снижение деловой и производственной активности на рынке электротехнических товаров.

Не менее важным аспектом состояния рынка электротехнической продукции в период пандемии является изучение механизмов рекламы и коммуникации в данной промышленной отрасли.

Одним из самых эффективных методов продвижения и сбыта электротехнической продукции, в отечественной практике, является проведение выставок и публичных демон-

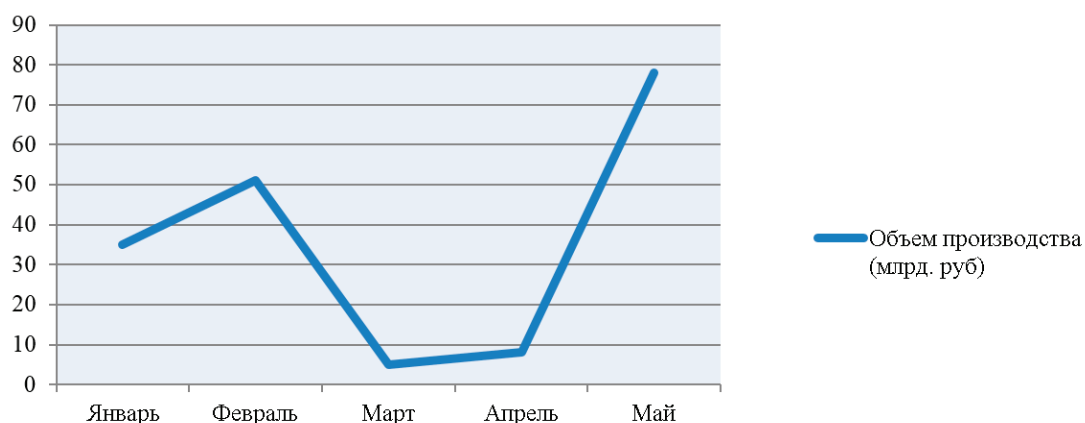


Рис. 3. Объем производства на рынке электротехнических товаров в период с января по май 2020 г. [8]

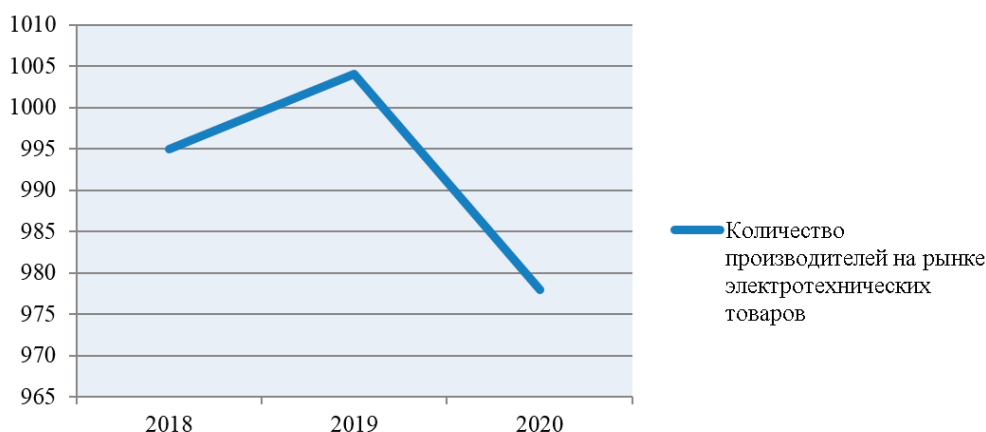


Рис. 4. Количество производителей на рынке электротехнических товаров в период с 2018 по 2020 гг. [8]

страций продукции. Однако, выставочная деятельность в период пандемии была полностью перекрыта, большое количество мероприятий было перенесено на 2021 и 2022 гг. [7]. А поскольку пандемия вызвала рост электронной коммерции и бизнеса путём ограничения в передвижении и самоизоляции, компании-производители электротехнической продукции сосредоточились на онлайн-маркетинговые коммуникации и кампании [4].

Несмотря на снижение деловой активности в области электротехнического производства можно отметить новые методы коммуникации производителей с потенциальными потребителями: некоторые компании предлагали бесплатный годовой сервис на приобретенную продукцию, а также проводили онлайн-показы своей продукции.

В период пандемии также было приостановлено направление связей с общественностью для компаний-производителей электротехнических товаров. Поскольку PR-акции совершаются за счёт сотрудничества с организациями в области проведения спортивно-массовых, культурных и общественных мероприятий, производители не смогли должным образом выстроить систему взаимодействия с партнерами в условиях пандемических ограничений и нестабильной эпидемиологической обстановкой [6].

В условиях пандемии и постпандемической ситуации важно отметить некоторые факторы, которые поспособствуют активному росту и возобновлению положительной динамики на рынке электротехнической продукции:

1. Внедрение процессов «бережливого производства». Как было указано выше, пандемия негативно отразилась на объемах реализованной продукции. Исходя из этого, компании-производители электротехнических товаров должны создавать условия наиболее эффективного и практичного использования ресурсов, необходимых для создания продукции.

2. Поддержание общемирового тренда на переход к энергосберегающим технологиям. «Зеленая» энергетика, как один из ярких примеров тенденции развития электротехнической промышленности позволит разрабатывать качественно новую продукцию, а также заключать сотрудничество с передовыми электротехническими иностранными компаниями.

3. Поддержание процессов цифровизации электротехнического производства за счёт использования технологий виртуальной реальности и искусственного интеллекта. В качестве примера можно рассмотреть систему искусственного интеллекта у крупного металлургического концерна General Electric. Благодаря удаленной системе контроля за состоянием производства у специалистов появилась возможность получать ин-

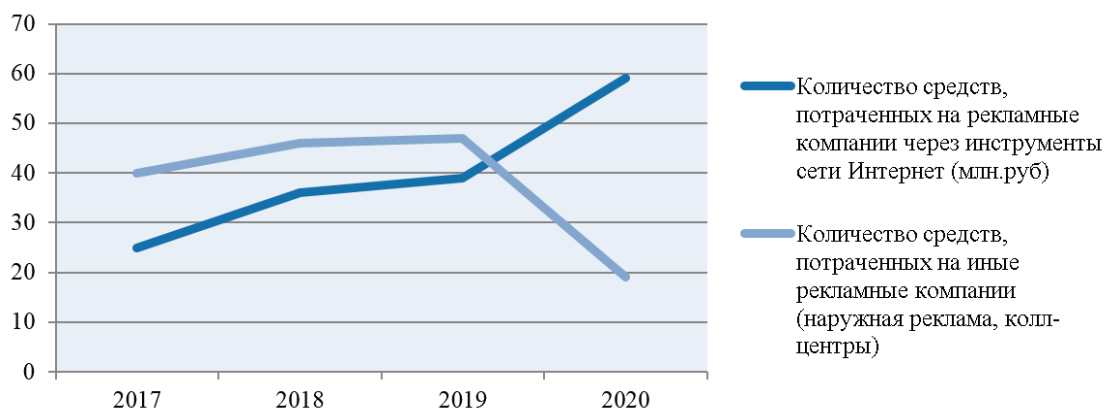


Рис. 5. Анализ потраченных компаниями-производителями электротехнической продукции средств на рекламные компании через инструменты сети Интернет и классические методы рекламы в период с 2017 по 2020 гг.

формацию о необходимом ремонте вышедшего из производства оборудования, что сократило количество человеческого фактора на производстве и позволило перенаправить его на инновационную деятельность рамках предприятия [5].

Таким образом, рынок электротехнических товаров в период пандемии показал негативную динамику в области объема производства, объемов реализованной продукции и снижению общего числа компаний-производителей данного промышлен-

ного сегмента. Несмотря на это стоит отметить рост новых методов коммуникации и рекламных кампаний, которые пришли на смену неликвидным в виду пандемии механизмов продвижения и сбыта продукции.

Также многие эксперты видят ситуацию с рынком электротехнической продукции положительной в краткосрочной перспективе и прогнозируют рост деловой активности и объемов производства электротехники уже в 2022 году.

Литература:

1. Анализ рынка электротехнического оборудования в условиях кризиса 2020 года [Электронный ресурс].— Режим доступа — URL: https://www.megaresearch.ru/news_in/analiz-rynka-elektrotehnicheskogo-oborudovaniya-v-usloviyah-krizisa-2020-goda-snizhenie-mozhet-sostavit-do-25-1567
2. Арманская О. В. Особенности развития рынка электротехнической продукции в условиях инновационной экономики // Вестник АГТУ. Серия: Экономика. 2010. № 1. С. 158–163
3. Бобарыкина Е. Б., Хохлов В. А. Факторы формирования и тенденции развития локального российского рынка электротехнических товаров // Научный вестник: финансы, банки, инвестиции. 2020. № 3 (52). С. 130–140
4. Галанцев А. П. Специфика продвижения продукции на рынке электротоваров // Электронный научный журнал «Вектор экономики». 2020. № 3. С. 41–50
5. Интернет вещей в промышленности: как работают «умные» заводы? [Электронный ресурс].— Режим доступа — URL: https://habr.com/ru/company/kauri_iot/blog/474344
6. Курганова Е. Б., Шерне А. С. Реклама и связь с общественностью в условиях пандемии: преодоление проблем и следование трендам // PRРИМРА. 2020. № 23. С. 76–85
7. Маркетинговое исследование рынка электротоваров. [Электронный ресурс].— Режим доступа — URL: <https://www.stud24.ru/marketing/marketingovoe-issledovanie-rynka-jelektrotovarov/482012-1844778-page3.html>
8. Электротехника на фоне пандемии: как отвечать на вызовы? [Электронный ресурс].— Режим доступа — URL: <https://marketingelectro.ru/node/elektrotehnika-na-fone-pandemii-kak-otvechat-na-vyzovy>
9. Электротехническое оборудование дорожает из-за ослабления рубля [Электронный ресурс].— Режим доступа — URL: <https://www.vedomosti.ru/business/articles/2020/03/15/825229-elektrotehnicheskoe-oborudovanie>

Изменения в корпоративном обучении в условиях пандемии

Силаева Анна Владимировна, студент магистратуры
Российский государственный гуманитарный университет (г. Москва)

В статье рассмотрены основные изменения в сфере корпоративного обучения. Приведены примеры успешных инновационных решений в бизнес-среде и внедрения новых образовательных технологий. Определены преимущества дистанционного формата и актуальность переподготовки кадров.

Ключевые слова: корпоративное обучение, пандемия, бизнес, технологии, дистанционный формат.

«Постпандемийная» реальность диктует новые условия для ведения бизнеса. Ограничительные меры стали причиной сокращения доходов и иных кризисных моментов для многих участников малого и среднего бизнеса, однако, положительные стороны во многом ощутимы. В первую очередь, дистанционный формат работы стал для многих перспективным направлением и ключевым инновационным решением. Руководители увидели плюсы дистанционного режима работы. Это и сокращение расходов на электроэнергию, и стабилизация психологического состояния сотрудников, и отсутствие вездесущих «пробок» в качестве основного аргумента непунктуальных подчиненных, и оперативность принятия решений. Ключевой мо-

мент данной мысли — компании научились адаптировать организационные процессы в условиях пандемии и использовали ограничения как способ для внедрения новых инновационных решений.

Корпоративное обучение, являясь важным аспектом профессионального роста, также было адаптировано под дистанционный формат и это имело определенный успех. Во многом, обучение, как процесс не можем обходиться без использования новейших технологий. Ставшие популярными видеоконференции в Zoom обозначили преимущество и доступность данной технологии для многих мероприятий. Дистанционное образование стало определяющим аспектом всей образова-

тельной системы нашей страны и не только корпоративного назначения.

Сбербанк во втором квартале 2020 года перевел свой корпоративный университет на программы дистанционного образования в виде вебинаров и групповых занятий в режиме онлайн. И этим увеличил количество завершенных программ на 40% по сравнению с первым кварталом года [1].

Именно сейчас многие компании начинают инвестировать в технологии и сотрудников.

Ограничительные меры позволили людям уделить массу времени на саморазвитие и обучение навыкам. В связи с этим в условиях пандемии резко возросло количество онлайн-школ. Широкий выбор на рынке позволяет человеку выбрать продукт по приемлемой цене, однако, качество знаний варьируется. Для руководителя, несомненно, важно, чтобы сотрудник получал качественное образование, осваивал цифровые технологии, и при этом «прокачивал» навыки, соответствующие профессиональной компетенции.

Но даже учитывая все плюсы дистанционного образования, многие сотрудники продолжают выражать доверие к прежнему очному формату обучения. Многим важен именно личный контакт с преподавателем и коммуникация. Корпоративные тренинги построены по принципу формирования коммуникационных навыков, т.е. учат ко всему прочему быть командой, принимать решения, иметь системный подход к решению проблем. Приглашенный коуч выступает в роли мотиватора и заряжает коллектив новыми идеями посредством различных игр и мастер-классов. При этом важно именно личное присутствие, что доступно только при очном формате.

Опыт онлайн-школ показывает, что многие дистанционные курсы отличаются низким процентом дошедших до конца программы — только 10–15% учащихся получают сертификаты об окончании [3].

Для эффективного корпоративного обучения требуется соответствующая инфраструктура. И здесь ключевую роль приобретают автоматизированные решения. Платформы для обучения стали основными продуктами образовательной среды новой реальности. Для их разработки потребовалось привлечение бюджетных средств, а также специалистов, которые смогли бы интегрировать образовательные процессы в график сотрудников. Более того, платформа должна постоянно развиваться, что создает спрос на обучение новых сотрудников в сфере цифровых технологий. Получается, что платформа обслуживается внутри предприятия, инновации не требуют привлечения дорогих специалистов.

Такой подход сокращает расходы на корпоративное обучение. Металлургическая компания «ТМК» не только достигла поставленных задач, но и сократила расходы на корпоративное обучение в 2000 раз.

Важным показателем эффективности корпоративного обучения является срок адаптации сотрудника. Имеется в виду, как быстро сотрудник освоит технологии и сможет получать знания на новой для него платформе. Обучение в режиме онлайн — это еще и возможность выстраивать индивидуальную систему получения знаний. Например, компании разрабатывают тесты, которые определяют, в каких областях сотруднику требуется

улучшить навыки. Это облегчает задачу руководителю, которому важна автоматизация на всех уровнях бизнес-процесса. В Deloitte, например, прибегают к коучингу на рабочем месте и используют онлайн-платформу, которая обеспечивает персонализированное развитие для всех сотрудников с учетом их индивидуального графика.

У корпоративного обучения поменялись также задачи. Если раньше бизнес-модель не претерпевала существенных изменений ввиду отсутствия внешних катализаторов, то в 2020 году коррективы вынудили многие предприятия не только менять график и режим труда, но и перестраивать деятельность компании. Это более наглядно видно на примере доставок продуктов и блюд на дом. Для того, чтобы реорганизовать бизнес-модель, необходимо включение новых сотрудников, а следовательно, их дальнейшее корпоративное развитие.

В связи с тем, что удаленный формат стал повседневностью для многих компаний, появилась потребность в овладении новыми навыками. Директор по развитию персонала «Ростелеком» Екатерина Барабанова рассказывает о том, что в компании появились новые тренинг-программы: по управлению распределенными командами, управлению личной эффективностью на удаленке, стресс-менеджменту, well-being (благополучие сотрудников) и ментальному здоровью, программы по работе в рамках COVID-19 и обучению инструментам удаленного взаимодействия [4]. Это наглядно показывает, как внешние обстоятельства меняют корпоративное обучение и заставляют адаптироваться сотрудников к условиям новой реальности. Это время, когда нужно учитывать не только потребности и запросы населения, но и учитывать ментальное здоровье и уметь работать с командой по «удаленке».

Знание технологий предельно важно для сотрудников 21 века. Это понимают и руководители больших компаний, в которых работают несколько тысяч сотрудников по всей России. Увеличение цифровых технологий приводит к тому, что на их тестирование и разработку нужны новые сотрудники. Чтобы новые тренды и технологии, например, искусственный интеллект, работали внутри компании и улучшали бизнес, нужно совместить знания бизнеса со знанием этих технологий.

«Школа 21», запущенная Сбербанком, позволяет своим взрослым сотрудникам переобучиться и стать разработчиками, тестировщиками и внести новый вклад в развитие предприятия [5]. Подобный опыт наблюдается и у «Ростелекома» — «Биржа талантов» позволяет прокачивать новые навыки в работе над реальными бизнес-проектами и переходить сотрудникам на новые должности внутри компании.

Отдельно стоит сказать, что дистанционный формат работы и обучения многих сотрудников по всему миру спровоцировал рост киберпреступности. Хакерские взломы и утечки данных стали частыми «гостями» в новостных хрониках. Это в свою очередь определило увеличение запросов на специалистов в области информационной безопасности. Вместе с этим увеличилось и количество образовательных продуктов, которые обучают информационной безопасности. Стоит сказать, что «тренд» на таких специалистов будет только расти, ведь сейчас практически все бизнес-процессы построены на цифровом формате и работе с базами данных [2].

Примечателен опыт бизнес-школы «Сколково» — они проводят свои открытые и корпоративные программы в виртуальном классе. Профессор этой школы Андрей Шапенко уверяет, что спикеру в такой аудитории «проще, чем в реальном классе с таким же количеством людей». Виртуальный класс позволяет комбинировать офлайн и онлайн форматы, обладает 27 телевизорами, а участникам доступна видеозапись и синхронный перевод.

Литература:

1. Новый взгляд на корпоративное обучение: какие тренды появились во время пандемии 2020. [электронный ресурс] URL: <https://www.mirapolis.ru/blog/noviy-vzglyad-na-korporativnoe-obuchenie/>.
2. Крылова Т. Вызовы пандемии: как изменился рынок корпоративного обучения в новых условиях. 2020. [электронный ресурс] URL: <https://spark.ru/user/97045/blog/66579/vizovi-pandemii-kak-izmenilsya-rinok-korporativnogo-obucheniya-v-novih-usloviyah>.
3. Шикова Ю. Как изменилось корпоративное обучение в период пандемии. 2020. [электронный ресурс] URL: <https://www.lanit.ru/press/smi/kak-izmenilos-korporativnoe-obuchenie-v-period-pandemii/>.
4. Барабанова Е. Каких изменений ждать в корпоративном обучении в 2021 году. 2021. [электронный ресурс] URL: <https://rb.ru/opinion/korporativnoe-obuchenie-2021/>.
5. Персианинов Р. Сбербанк открывает бесплатную школу кодинга без учителей. В чём её отличия от вузов и как туда попасть. [электронный ресурс] URL: <https://tjournal.ru/science/71269-sberbank-otkryvaet-besplatnuyu-shkolu-kodinga-bez-uchiteley-v-chem-ee-otlichiya-ot-vuzov-i-kak-tuda-popast>.

Таким образом, корпоративное обучение не только сохраняет устойчивость и актуальность, но и развивается вместе с технологиями. Многие люди, потеряв рабочие места, тем не менее имеют доступ к получению знаний и освоению новых технологий. Компании могут обучать своих сотрудников прямо на месте и в сравнительно короткие сроки. Переподготовка и переобучение теперь стали ключевыми аспектами корпоративного обучения.

Особенности построения дерева покупательских решений для формирования ассортимента выбранной категорий ювелирных товаров

Спиридонова Дарья Александровна, студент магистратуры
Научный руководитель: Бузукова Екатерина Анатольевна, преподаватель
Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова (г. Москва)

В статье автором рассматривается возможность применения методов категорийного менеджмента при формировании ассортимента ювелирного магазина. Автор предлагает рассмотреть категорию «кольца» и составляет вариант дерева принятия решений, что позволяет формировать сбалансированный широкий ассортимент с минимальными остатками неликвидного товара, а также создавать правила выкладки установленного ассортимента.

Ключевые слова: ювелирные изделия, ассортимент, дерево покупательских решений, категорийный менеджмент.

В ювелирной отрасли часто встречается проблема большого количества неликвидных товаров, что связано с трудно прогнозируемым спросом и особенностями рынка. Хотя срок хранения товаров данной отрасли не имеет жёстких рамок, свои ограничения на период реализации продукции накладывает быстроизменяющаяся мода, сезонность спроса в предпраздничные дни, задающие тематику подарков. Также к торговым и складским площадям применяются особые меры безопасности, поэтому содержание торгового и складского пространства товарных запасов приносит большие издержки, что в сумме со стоимостью сырья может обнулить чистую прибыль. Актуальность данной статьи обусловлена попыткой решения данной проблемы при помощи методов категорийного менеджмента.

Во многих отраслях используют подходы к управлению ассортиментом, продиктованные традицией. Концепция кате-

горийного менеджмента сильно младше ювелирного мастерства, поэтому лоббирование использования данной концепции в ювелирной отрасли продиктовано отнюдь не сферой деятельности, а общими тенденциями в современном ритейле.

Поскольку в каждом ценовом сегменте ювелирного рынка присутствует множество компаний, то для повышения своей конкурентоспособности производитель и продавец подстраиваются под желания покупателя. Категорийный менеджмент понимает вкусы потребителей и способен дать рекомендации по модификации ассортимента и торговых пространств. Основная суть данной концепции выражается одной фразой: «Покупатель приходит не за брендом, а за товаром», если конкретнее, то за удовлетворением своих потребностей. Когда потребитель приходит в магазин за бутылкой минеральной воды, он хочет утолить жажду, совершая покупку любого подходящего товара,

а не конкретного бренда. Исключения существуют, и они появляются тогда, когда бренд сам становится потребительским свойством товара (например, свойства и функции смартфонов сильно дифференцируются в зависимости от бренда). Данная ситуация происходит тогда, когда бренд «сильный», то есть имя компании обеспечивает некоторые свойства товара, что вписывается в вышеописанную концепцию. Действительно, когда покупатель, например, приходит в салон «Tiffany&Co», то он рассчитывает выбрать изысканное, элегантное украшение собственного бренда, пришедшее из сказки.

Следует выделить ряд правил, касающихся управления ассортиментом, согласно которым функционирует категорийный менеджмент. К таким правилам относятся [1, с. 10]:

1. Разделение всего ассортимента на товарные категории не обязательно в соответствии с общепринятыми группами и видами товаров, а опираясь в первую очередь на психологию и восприятие покупателя.

2. Ответственность одного сотрудника торгового предприятия за весь цикл движения категории — от закупки до продажи.

3. Рассмотрение каждой товарной категории как мини-предприятия в рамках компании со своим бюджетом, ценообразованием, политикой закупок и т.п.

4. Подход к ассортименту магазина как к единой совокупности всех категорий — так, как воспринимает магазин покупатель.

Пример реализации данной концепции в прикладном аспекте ежедневного управления ассортиментом (тактика) можно наблюдать в продуктовых торговых сетях, где при выкладке, например, мяса группируются товары разных брендов, но одинаковых видов мяса. В данном случае основным критерием для покупателя является вид мяса (деление происходит не только по виду животного, но и по виду частей животных и методу разделки: говяжья рулька без кости, свиная лопатка на кости). И, конечно, рядом с мясным отделом категорийный менеджер никогда не поставит отдел подгузников. Также категорийный менеджмент используется при создании организационной структуры предприятия и организации бизнес-процессов (стратегия), что позволяет реализовать второй и третий пункты вышеуказанных правил в любой сфере.

Преимущества использования данной концепции заключаются в увеличении процента продаж с квадратного метра и оборачиваемости всех позиций ассортимента, при этом риск получения неликвидного товара и потери снижается. Грамотная выкладка, основанная на принципах категорийного менеджмента, делает процесс выбора изделий комфортнее для целевого покупателя и увеличивает его лояльность, потому что она следует покупательской логике, как бы говорит на одном с клиентом языке. Также облегчается процесс планирования ассортимента и процесс аналитики продаж, поскольку становятся понятны основные потребности потребителей.

В ювелирной отрасли данная концепция не пользуется популярностью. Это может быть связано с тем, что товары роскоши часто целиком выделяются в отдельную категорию без дальнейшего дробления на подкатегории. Поэтому магазины, специализирующихся на ювелирных товарах, при выкладке и анализе

спроса руководствуются делением на коллекции и бренды, что продиктовано модой и удобством для компании [2] (например, «Орега»). Однако, как и в случае с мясом, потребитель приходит не за конкретным брендом или коллекцией. Потребитель порой даже не знает из какого драгоценного сплава или с какой вставкой он хочет ювелирное изделие, а хочет просто приобрести красивую вещицу. В данном случае, правильно организованный ассортимент, отталкивающийся от дерева принятия решений, иначе говоря, от логики покупателя, включающий такой случай, не позволит потребителю уйти с пустыми руками и полным кошельком.

Рассмотрим категорию «Кольца». Следует сразу сделать оговорку, что «обручальные кольца» являются отдельной категорией и не обсуждаются в срезе рассматриваемой категории, так как они удовлетворяют другую потребность и являются иным типом покупки. Методы выделения категории в данной статье рассматриваться не будут, поскольку это отдельная объемная работа.

После выделения категории можно приступить к ее построению. Количество и качество выделяемых подкатегорий зависит от особенностей категории и товара. Правильным здесь является то построение, которое совпадает с логикой покупателя [1, с. 221]. Поэтому неотъемлемой частью при данном процессе является формирование дерева принятия потребительских решений. Это своеобразный способ «залезть в голову» к потребителю, чтобы восстановить его логику, отталкиваясь от потребностей. При удачном рассмотрении каждой причины посещения магазина появляется возможность не только ответить на каждую потребность, но и предложить покупателю товары выделенной категории с наиболее выгодной для магазина ценой, а также сформировать ассортимент таким образом, чтобы при его визуальной широте на складе неликвидных товаров оставалось как можно меньше.

К сожалению, логика принятия решений у разных людей отличается и кластеризуется в зависимости от достатка, возраста, пола и других особенностей покупателя. В нашей работе будут введены следующие ограничения для формирования картины, более приближенной к реальности:

- Целевой потребитель: женщины в возрасте от 30 до 55 лет, со средним достатком и выше.
- Целевой покупатель: мужчины и женщины в возрасте от 30 до 55 лет со средним достатком и выше среднего.
- Магазин специализируется на ювелирных изделиях, расположен в торговом центре, среднего размера (~100 кв. м.).
- Цель покупателя: приобретение кольца в подарок жене или покупке кольца женщиной для себя.

С учетом введенных выше ограничений, можно предположить, что большинство целевых покупателей руководствуются при выборе колец логикой, представленной в таблице 1.

Согласно данной таблице 1, логика принятия решений принимает разные вариации в зависимости от пола покупателя, но вне зависимости от гендера в конце цепочки рассуждений находится выбор размера кольца. Рассмотрим подробнее каждое поддерево и начнем с мужской части (таблица 2):

Согласно таблице 2, если покупателем является мужчина, то первое ограничение, которое он накладывает на ассорти-

Таблица 1. Дерево принятия потребительских решений.

Покупатель	
Мужчина	Женщина
<i>поддерево принятия решений: мужчины</i>	<i>поддерево принятия решений: женщины</i>
Размер	
<i>От 14 до 20</i>	

Таблица 2. Поддерево принятия покупательских решений: мужчины

	Мужчина
1	Металл <i>Золото, Серебро</i>
2	Цена, Руб. <i>Любая, до 100000, до 50000, до 25000, до 10000, до 5000,</i>
3	Регулярность носки <i>Каждый день (на работу), встречи с друзьями, особый повод</i>
4	Вставка <i>Бриллиант, Изумруд, Рубин, Сапфир, Другая вставка, Без вставки</i>
5	Художественная, композиционная выразительность

мент рассматриваемых товаров — это вид металла, вторым же является цена. Конечно, встречаются случаи, когда цена значения не имеет для покупателя, но как правило бюджет распланирован и имеет свои рамки. Драгоценный сплав находится так высоко в дереве решений, поскольку благодаря прагматичности мужчин золотое украшение рассматривается как долгосрочный вклад с высокой ликвидностью, который в случае черных дней можно конвертировать в деньги посредством ломбардов. Часто покупатели — мужчины рассматривают драгоценные камни тоже как инвестицию. На этом этапе возможна вариация цвета ювелирного камня. Персонал помогает мужчинам-романтикам подобрать, например, цвет камня под цвет глаз будущей обладательницы. При этом специальных требований к огранке вставки или цвета сплава

нет, есть оценочные суждения о качестве и эстетической стороне изделия.

В случае женского поддерева логика принятия решения принимает более продолжительный и сложный вид (таблица 3.).

Если в торговый зал зашла женщина, то, согласно таблице 3, она, скорее всего, уже знает, золотое или серебряное кольцо она хочет: хоть в последнее время мода предпочитает серебро золоту, на некоторых людях серебро быстро окисляется, образуется патина и изделие теряет товарный вид. Наличие цены на втором этапе логической цепи объясняется тем, что прекрасный пол часто находится в финансовой зависимости либо от обстоятельств, либо от сильного пола, что ограничивает бюджет покупки. Цвет металла и вид обработки также является важным для покупательницы: популярно ограничение за-

Таблица 3. Поддерево принятия покупательских решений: женщины

	Женщина	
1	Металл	
	<i>Золото</i>	<i>Серебро</i>
2	Цена, руб. <i>Любая, до 100000, до 50000, до 25000, до 10000, до 5000</i>	Цена, руб. <i>Любая, до 25000, до 10000, до 5000, до 2500, до 1000</i>
3	Цвет сплава золота <i>Белое, Красное, Розовое, Желтое</i>	Вид обработки серебра <i>Чернение, Золочение, Без обработки</i>
	Вставка	
4	Драгоценные камни <i>Бриллиант, изумруд, рубин, сапфир, александрит, жемчуг</i>	Ювелирно-поделочные камни <i>Аметист, топаз, гранат, цитрин, аквамарин, фианит, другое</i>
	Без вставок	
5	Вид огранки <i>Круглая, Овал, Сердце, Квадрат, Другая огранка, Огранка не важна, Важны оптические эффекты.</i>	
6	Эстетические свойства изделия: Целостность композиции, Оригинальность изделия	

проса через отрицание, например, любой цвет сплава золота, но «не белый» или «не красный». В зависимости от осведомленности и предпочтений появляется критерий вид обработки серебра. Женщины гораздо больше внимания уделяют вставке, чем мужчины: для первых важен вид камня, цвет камня, тип огранки, наличие оптических эффектов камня (например, астеризм сапфира). Отдельным важным пунктом после подбора нескольких колец, подходящих под примерные критерии сплава и вставки, является анализ целостности композиции — гармоничное единство частей и целого, взаимосвязь элементов формы изделия. Кроме того, художественная оригинальность изделия является частым поводом для покупки, если соблюдены необходимые вышеуказанные критерии к продукту, заявленные покупателем.

От построения «дерева решений» в дальнейшем могут зависеть выкладка товара и наполнение самой категории тем или иным товаром. Для подтверждения правильности формирования представленного дерева решений необходимо провести масштабные (более тысячи человек) опросы целевых покупателей. Категория колец является базовой (а может даже приоритетной) для ювелирного магазина, поэтому она в совокупности с другими базовыми категориями должна составлять 40–50% всего ассортимента.

На основании проведенного анализа можно сделать следующие выводы.

Во-первых, на данный момент выкладка колец базируется преимущественно на коллекциях и тематиках (в качестве примера можно упомянуть «Sunlight»). Согласно нашему исследованию, такой подход путает потребителей. При раскладке необходимо выделить под каждый драгоценный сплав (золото и серебро) и каждый вид драгоценной вставки отдельную витрину (при достаточном количестве изделий в данной подка-

тегории), при этом витрины с золотыми изделиями группируются в одной стороне торгового зала, а витрины с серебряными изделиями в другой. Кроме того, при возможности, следует группировать серебряные изделия с одним видом обработки на одной витрине, ровно как золотые изделия одного цвета сплава на отдельной витрине. В случае, если для группировки по цвету металла недостаточно образцов, но достаточно для группировки по цвету драгоценной вставки, следует использовать последний вариант сегментации.

Во-вторых, каждую витрину нужно формировать с учетом комплектности колец и серег (рис. 1). Такое соседство позволит ярче продемонстрировать покупателям эстетические свойства товаров, поможет натолкнуть купить цельный комплект, а не единичное изделие.

В зависимости от количества и признаков конкретных изделий группировка внутри витрины может быть различной: по форме огранки камней, по модели изделия и зоне носки. В нашем случае кольца могут быть разъемными, фаланговыми, кастетами, перевертышами, перстнями и печатками.

В-третьих, под витриной предлагается размещать изделия других размеров, но совпадающие по остальным параметрам с изделиями, представленных на поверхности.

В-четвертых, деление по цене в данном случае невыгодно магазину, поскольку мужская часть покупателей в этом случае будет чаще следовать своей логике и оставлять часть возможного дохода магазина в своих кошельках. Поэтому в предложенную выкладку не вносится данный критерий.

В-пятых, важный практический количественный эффект можно получить, проводя ABC-XYZ-анализ [3] для подкатегорий рассмотренной категории «кольца». Так как такое расположение изделий позволит аналитику понять, какие именно изделия нужно продавать активнее, что можно вывести, а что

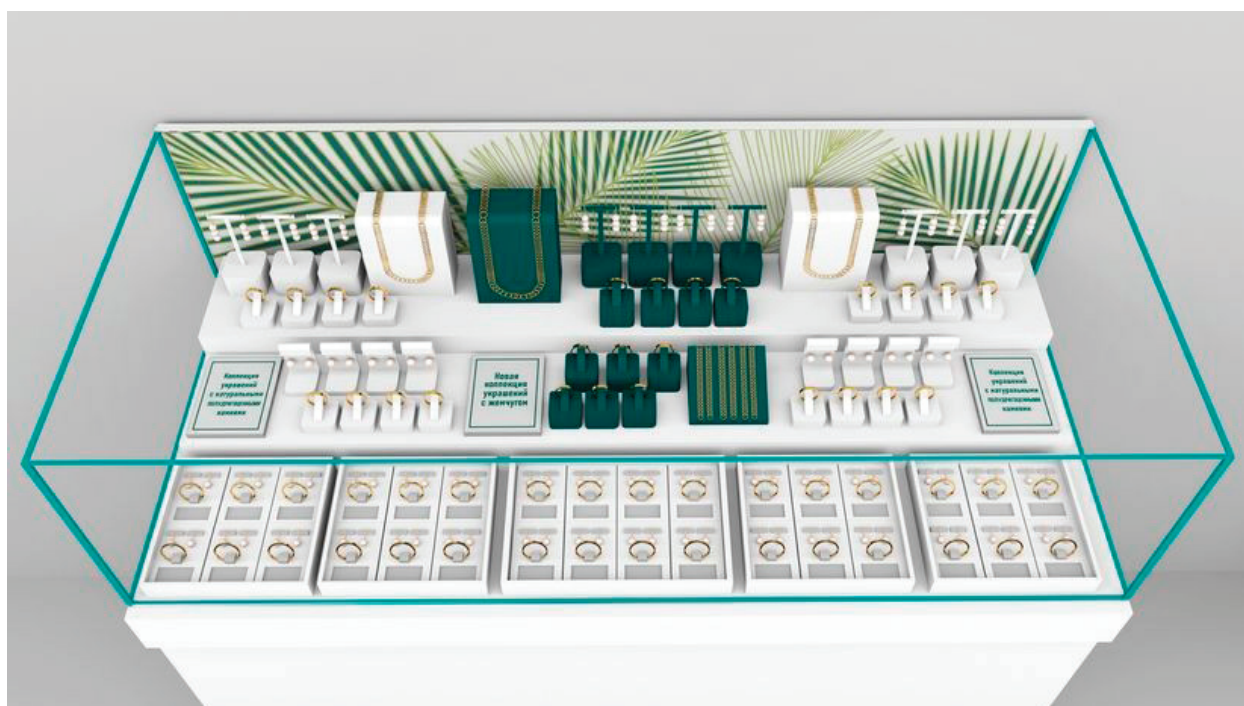


Рис. 1. Пример предполагаемой выкладки ювелирных изделий [4]

добавить в состав категории. Это сделает ассортимент более сбалансированным, позволит сократить количество нево-стребованных товарных запасов. Деление на подкатегории с учетом факторов, указанных выше вплоть до эстетических

свойств, для аналитика будет предоставлять важную информацию, благодаря чему будет возможно создание наиболее востребованного ассортимента с минимальной долей неликвидных товаров.

Литература:

1. Сысоева С., Бузукова Е. С95 Категорийный менеджмент. Курс управления ассортиментом в рознице (+электронное приложение). — СПб.: Питер, 2015. — 400 с.: ил. — (Серия «Розничная торговля»).
2. Платонов А. Н., Определение роскоши как категории товаров: трудности и подходы, «TRANSPORT BUSINESS IN RUSSIA», с. 15.
3. Спиридонова Д. А. ABC и XYZ — анализ в управлении ассортиментом. — Курсовая работа, 2020.
4. Берегова А. Торговая витрина ювелирного салона. Работа с большим количеством украшений. Выделяем композиционный центр и создаем фокусные точки. [Электронный ресурс] — URL: <https://expojeweller.ru/articles/torgovaya-vitrina-yu>. (Доступен на 28.01.02)

Актуальные проблемы в сфере развития особой экономической зоны Санкт-Петербурга и пути их решения

Стрельникова Полина Сергеевна, студент

Санкт-Петербургский государственный архитектурно-строительный университет

Особая экономическая зона является одним из инструментов для развития социально-экономической сферы жизнедеятельности государства. Она предоставляет привилегированные льготы и специальный таможенный статус. Также особая экономическая зона занимается привлечением высококвалифицированных специалистов и целенаправленно развивает передовые технологии. Но несмотря на все предусмотренные меры, возникает ряд проблем, которые мешают в полной мере раскрыться всем положительным сторонам создания Особой экономической зоны. Эти проблемы в большей степени связаны с привлечением инвестиций, развитие территорий, обеспечением рабочих мест, эти проблемы притягивают другие и вырисовывается достаточно сложная картина, которая нуждается в тщательном регулировании. Особая экономическая зона в свою очередь регулируется на законодательном уровне федеральным законом «Об особых экономических зонах в Российской Федерации» от 22.07.2005 N116-ФЗ, но для решения всех вытекающих трудностей этого недостаточно. В статье подробно раскрываются проблемы создания Особой экономической зоны и предлагаются пути их решения.

Ключевые слова: *Особая экономическая зона, развивает передовые технологии, привлечение высококвалифицированных специалистов, обеспечение рабочих мест.*

Прежде чем перейти к анализу проблем в развитии особой экономической зоны (ОЭЗ), необходимо дать характеристику этому правовому явлению. В федеральном законе от 22.07.2005 N116-ФЗ «Об особых экономических зонах в Российской Федерации» дается такое понятие: Особая экономическая зона — часть территории Российской Федерации, которая определяется Правительством Российской Федерации и на которой действует особый режим осуществления предпринимательской деятельности, а также может применяться таможенная процедура свободной таможенной зоны. Из определения можно сделать вывод, что Особая экономическая зона представляет собой обособленную территорию, которая обладает особым юридическим статусом по сравнению с остальной территорией государства. Такая территория создается для достижения следующих целей:

- развитие обрабатывающих отраслей экономики;
- развитие высокотехнологичных отраслей экономики;
- развитие туризма;
- развития санаторно-курортной сферы;

- развития портовой и транспортной инфраструктур;
- разработка технологий и коммерциализации их результатов;
- производства новых видов продукции.

Для достижения всех этих целей государство создало на этой территории особый режим осуществления предпринимательской деятельности, который включает особый административный режим, возможность оборудования рабочих мест по упрощенным стандартам, отсутствие пошлин на сырьё и запасные части импортного производства, если таковые используются для производства конечного продукта, а не для перепродажи; доступные рынки сбыта, возможность выкупа земельных участков по льготной стоимости, льготная аренда зданий, офисов и участков земли, предоставление особого налогового режима, предоставление особого таможенного режима, возможность применения ускоренной амортизации, предоставление правовых гарантий в части защиты прав инвесторов. [1, с.76] Таким образом, те, кто осуществляет деятельность на тер-

ритории особых экономических зон, получают преимущества в виде: льгот по налогообложению, экономии на пошлинах и других видах платежей, возможности привлекать персонал высокой квалификации, возможности увеличивать доходы при минимизации своих затрат.

История создания ОЭЗ в Санкт-Петербурге начинается с того, что 21 декабря 2005 года Правительство Российской Федерации выпустило Постановление № 780 «О создании на территории г. Санкт-Петербурга особой экономической зоны технико-внедренческого типа». ОЭЗ ТВТ «Санкт-Петербург» создана в 2006 году на основании Соглашения от 18 января 2006 года № 6678-ПГ/Ф7, подписанным между Министром экономического развития и торговли Российской Федерации Г. О. Грефом и Губернатором Санкт-Петербурга В. И. Матвиенко. Создание проекта проходило в несколько этапов:

1. Строительство административно-делового центра с выставочным комплексом, инженерной, транспортной и таможенной инфраструктуры на площадке «Нойдорф». Завершено в 2010 году;
2. Строительство Центра трансфера технологий «Новоорловский» в 2016 году и завершение строительства инженерной,

транспортной и таможенной инфраструктуры на площадке «Новоорловская». Завершено в 2017 году.

В настоящее время Санкт-Петербург один из наиболее активно развивающихся регионов России, обладающий большим инвестиционным потенциалом. Выгодное геополитическое положение, диверсифицированная экономика, транспортная инфраструктура, законодательство, направленное на стимулирование инвестиционной деятельности, стабильная экономическая ситуация. Большой кадровый и интеллектуальный потенциал позволяют привлекать в Санкт-Петербург инвесторов со всего мира. Приоритетные направления ОЭЗ ТВТ «Санкт-Петербург» для ведения деятельности резидентов — фармацевтика, биотехнологии, приборостроение, новые материалы, IT, телекоммуникации, микроэлектроника. [2, с. 14]

ОЭЗ обладает рядом преимуществ по сравнению с остальной территорией региона, это сделано, как было выше указано, для развития социально — экономической сферы. В таблице 1 «Сравнение отчислений», показано какое различие в налоговом и таможенном регулировании существует между ОЭЗ и обычной территории.

Таблица 1. Сравнение отчислений

Налог	ОЭЗ СПб	За пределами ОЭЗ
Налог на прибыль	15,5%	20%
Федеральный бюджет	2%	2%
Бюджет Санкт-Петербурга	13,5%	18%
Таможенные платежи НДС	Освобождение	18%
Таможенные платежи пошлины	Освобождение	10%-18%
Налог на землю	0%	1,5%
Налог на имущество организаций	0%	2,2%
Налог на транспорт	0%	До 150 руб. за л.с.
Страховые взносы в государственные внебюджетные фонды	28%	30%
Пенсионный фонд	20%	22%
Фонд социального страхования	2,9%	2,9%
Фонд обязательного медицинского страхования	5,1%	5,1%

Исходя из представленных данных в таблице можно сделать выводы, что почти по каждому пункту есть льгота, послабление или даже освобождение от уплаты. Это сделано для привлечения инвесторов, высококвалифицированных специалистов, а также экспертов по развитию бизнеса. В перечень льгот на территории ОЭЗ входят отмена налогообложения в счет права на экспорт, освобождение от других налогов, прежде всего — на недвижимость, а также местных налогов, отмена налогов на доход иностранного персонала, работающего в ОЭЗ, полная или частичная отмена налогов на прибыль предприятий ОЭЗ на определенный срок и в зависимости от местных условий.

На данный момент территория ОЭЗ СПб составляет 182,32 га, ведет свою деятельность 61 компания, а выручка резидентов составляет 185,9 млрд руб. Деятельность ОЭЗ СПб будет продолжаться до 2054 года и по прогнозам должна будет внести

существенный вклад в развитие приборостроения, фармацевтики, биотехники и микроэлектроника. Однако, несмотря на положительные результаты, но на пути к своей цели, ОЭЗ сталкивается с множеством проблем. Рассмотрим некоторые из них более подробно. [4, с.27]

1. Несовершенство законодательства. Такая проблема как «несовершенство законодательства» встречается во многих отраслях, это связано с тем, что каждый день возникают новые споры и неразрешимые задачи, которые не могут найти своего отражения в нормативно — правовых актах. Точно так же в законодательстве об ОЭЗ есть «пробелы», они касаются условий формирования ОЭЗ и определения прилегающих к ним территорий.

Кроме того, существуют упущения в законодательстве, которые касаются условий создания ОЭЗ и определения прилега-

ющих к ним территорий. Согласно земельному законодательству, правовой режим использования земель в пределах особых экономических зон, а также на прилегающей к ним территории имеет ряд важных отличий от общего правила. Однако Земельный и Градостроительный кодексы РФ не раскрывают понятие «территория, прилегающая к ОЭЗ». В соответствии с законом об ОЭЗ общая площадь прилегающей к промышленно-производственным ОЭЗ территории не должна превышать 40 км², площадь прилегающей к технико-внедренческим ОЭЗ территории не должна превышать 4 км², а прилегающая к портовым ОЭЗ территория должна составлять не более 50 км². Более детальное регулирование вопросов, связанных с территорией как самой ОЭЗ, так и прилегающей к ней, указанные федеральные законы не предусматривают. В целях определения прилегающей к ОЭЗ территории в Закон об особых экономических зонах необходимо внести изменения в части, касающейся способа установления прилегающей к ОЭЗ территории. Ответственность сторон при создании ОЭЗ законодательно не регламентируется. Ни закон об ОЭЗ, ни договоры о создании ОЭЗ не содержат условий об ответственности сторон за выпол-

нение своих обязанностей. Минэкономразвития РФ осуществляет делегирование отдельных полномочий по управлению ОЭЗ органу исполнительной власти субъекта РФ, на территории которого создана ОЭЗ, на основании соглашения, либо управляющей компании (передача полномочий осуществляется на основании Приказа Минэкономразвития РФ). В соглашениях также не закрепляется ответственность сторон, содержатся отсылки к положениям законодательства РФ, что не дает резидентам ОЭЗ гарантии защиты от нарушения прав или от невыполнения обязательств по соглашению, негативно влияет на развитие ОЭЗ.

2. Несовершенство критериев отбора заявок на создание ОЭЗ. При отборе проектов на создание ОЭЗ уполномоченным органам необходимо обращать внимание не только на крупномасштабность проектов и заинтересованность в их реализации, а, прежде всего, на ориентацию производств на инновационность, удовлетворение внутреннего и внешнего спроса, а также бюджетную отдачу. Поэтому нами предлагаются следующие принципы, которые необходимо соблюдать при создании ОЭЗ (табл. 2). «Принципы создания ОЭЗ».

Таблица 2. Принципы создания ОЭЗ

Принцип	Содержание
Востребованность.	Продукция предприятий должна погашать неудовлетворенный спрос на внутреннем и внешнем рынках.
Отсутствие нежелательной конкуренции.	Резиденты ОЭЗ должны обеспечивать замещение импорта и не должны наносить экономический ущерб отечественным производителям аналогичной продукции.
Бюджетной эффективность.	Налоговые поступления и косвенные эффекты должны превышать сумму реальных налоговых льгот, расходы на создание инфраструктуры и косвенные потери.
Рациональная продолжительность предоставления льгот.	Период предоставления налоговых льгот должен быть равен периоду окупаемости проекта либо может быть продлен до достижения предприятием объемов реализации, позволяющих ему конкурировать по цене с зарубежными производителями при отмене налоговых льгот.
Реалистичность бизнес-планов предприятий-резидентов ОЭЗ.	Бизнес-планы предприятий-резидентов ОЭЗ должны проходить качественную независимую экспертизу специалистов.
Приоритетность инновационных производств в ОЭЗ.	В случае наличия альтернативного выбора между резидентами приоритет необходимо отдавать производителям инновационной продукции

Если придерживаться этих принципов при отборе проектов на создание ОЭЗ, то может повыситься уровень эффективности и их качества. Так же при удачном географическом расположении, стабильной экономической ситуации, а также при повышенном инвестиционном фоне ОЭЗ может в кратчайшие сроки увеличить свою прибыль, максимизировать поток инновационных изобретений и улучшить товарооборот. На рис. 1 «Вероятность выбора» приведена круговая диаграмма, на которой показано в процентном соотношении как влияют принципы и показатели, которые рассматриваются при создании ОЭЗ.

На представленном рисунке показано, в каких долях влияет неправильный выбор одного из принципа, из чего следует сделать вывод, что с вероятностью 91% созданная ОЭЗ будет убыточной и неэффективной.

3. Система оценки эффективности ОЭЗ находится в стадии формирования. Такой показатель как оценка эффективность представляет собой совокупность определенных факторов, которые в итоге дают общее мнение о работе предприятия. У ОЭЗ так же есть ряд показателей, которые полностью составляют оценки эффективности:

- удовлетворение потребностей общества;
- оптимальное распределение ресурсов;
- развитие инновационных сфер и отраслей;
- итоги полученных результатов;
- доход.

Особая экономическая зона СПБ на данный момент показывает отличные результаты, так как это технико-внедренческий тип, то она нацелена на создание новых проектов, ко-

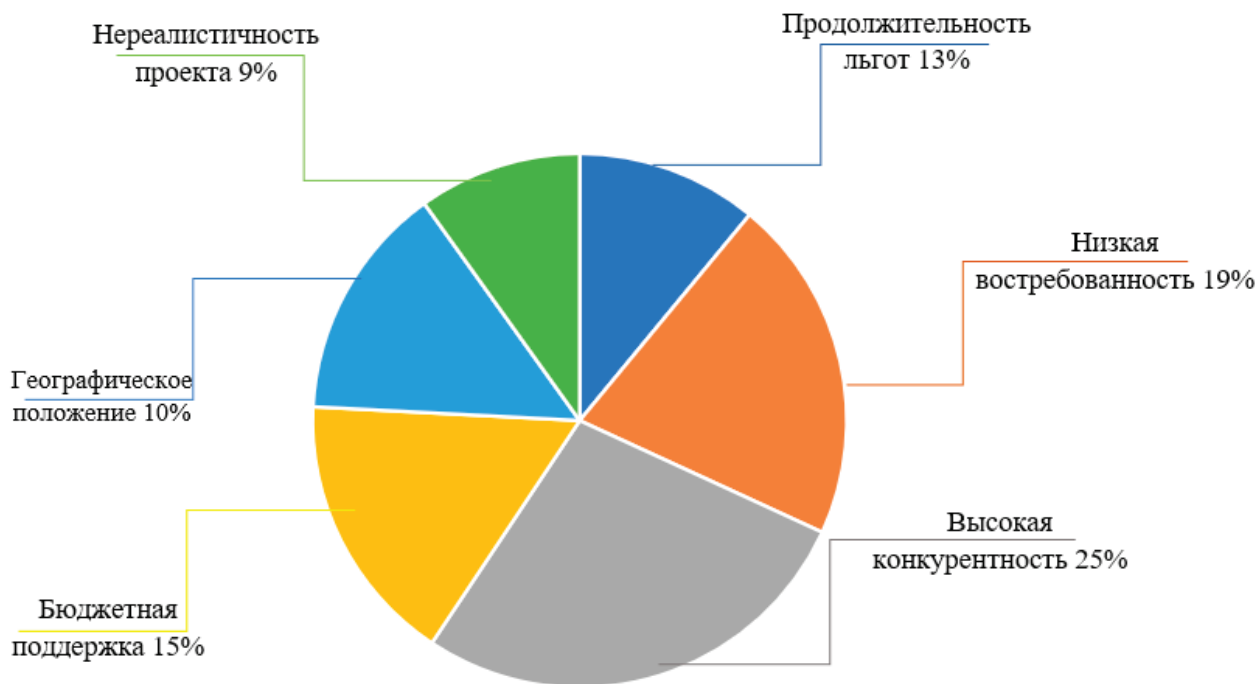


Рис. 1. Вероятность выбора

торые будут приносить пользу и удовлетворять общество. За последние 15 лет ОЭЗ СПб привлекло более 60 млрд рублей инвестиций, таким образом повышается инвестиционный фон в стране, завершено множество строительных проектов, создано 5018 новых рабочих мест, 164,2 млрд рублей, совокупная выручка резидентов, 25,1 млрд рублей выплачено резидентами налогов и зарегистрировано 63 компании — резидентов. ОЭЗ «Санкт-Петербург» регулярно занимает лидирующие позиции в ряде значимых российских и международных рейтингов ОЭЗ. Входит в пятерку лучших ОЭЗ России 4-й год подряд, по результатам оценки Минэкономразвития России эффективности функционирования ОЭЗ России (сводный расчетный показатель эффективности за весь период работы составил 96%). В рейтинге лучших экономических зон мира Global Free Zones of the Year 2019 Awards международного издания Foreign Direct Investment Intelligence (FDI) ОЭЗ «Санкт-Петербург» стала победителем в трех номинациях: «Развитие бизнеса», «Фармацевтика», «Развитие кластеров». В рейтинге лучших экономических зон мира Global Free Zones of the Year 2020 Awards стала победителем в специализации «Фармацевтика». По оценке IV национального рейтинга инвестиционной привлекательности ОЭЗ России, проведенного Ассоциацией Кластеров и Технопарков (АКИТ) России, ОЭЗ в Санкт-Петербурге занимает 3-е место среди особых экономических зон технико-внедренческого типа и входит в группу ОЭЗ с высокой инвестиционной привлекательностью. ОЭЗ в Санкт-Петербурге победило в номинации «Лучшая промышленная площадка» бизнес-премии «Russian Business Guide. Люди года-2021». По оценке рейтинга инвестиционной привлекательности ОЭЗ и промышленных парков, подготовленного Аналитическим центром «Эксперт» за 2020 год, ОЭЗ в Санкт-Петербурге занимает 2 место.

4. Неблагоприятный инвестиционный фон страны для привлечения иностранных инвестиций. Для России необходимым условием экономического роста является приток иностранного капитала. В последнее время приток прямых иностранных инвестиций, которые способствуют созданию новых рабочих мест, в России недостаточен. Так за 10 лет приток прямых иностранных инвестиций в структуре всех поступающих инвестиций составляет всего одна четверть. Остальная часть приходится на прочие инвестиции (кредиты). Основными сдерживающими факторами для роста прямых иностранных инвестиций выступают:

- сырьевая зависимость экономики страны;
- неблагоприятный инвестиционный климат в стране;
- высокий уровень коррупции;
- недостаточная эффективность проводимой денежно-кредитной политики;
- неопределенность правовой системы и многие другие.

Так как инвестиции являются движущей силой при развитии какого-либо проекта, в том числе и ОЭЗ. Зарубежные инвестиции оказывают положительное влияние на экономику страны, а также способствует интеграции общества и всемирного распределения ресурсов на более высоком и эффективном уровне. Чтобы привлекать иностранные инвестиции, необходимо улучшить инвестиционный климат России. Министерство экономического развития РФ предлагает план по ускорению темпов роста инвестиций в основной капитал и повышению до 25 процентов их доли в ВВП, в рамках которого представлены меры повышения инвестиций в нефтегазовой отрасли, в сфере геологии и недропользования, в электроэнергетике, промышленности, транспортной отрасли, сельском хозяйстве, в сфере тепло-, водоснабжения и водоотведения,

а также в обновление и модернизацию коммунальной энергетической инфраструктуры.

Целевыми показателями реализации Плана роста инвестиций (включая отраслевой раздел) является достижение 25% доли инвестиций в основной капитал от ВВП. Для достижения данной цели планируется рост инвестиций в основной капитал крупных и средних предприятий с 12,3 трлн рублей в 2017 г. до 23,6 трлн рублей в 2024 году. Достижение 25% доли инвестиций в основной капитал от ВВП (из государственных и частных источников) позволит предприятиям обновить материально-техническую базу и инфраструктуру, создать новые производства и наладить выпуск инновационной конкурентоспособной продукции. [5, с.38] Данный План роста инвестиций был утвержден Председателем Правительства Российской Федерации Медведевым Д. А. от 13 февраля 2019 г. № 1315п-П13.

Исходя из проведенного анализа, следует сделать ряд выводов. ОЭЗ предоставляет огромное поле для экономической практики и развития ряда отраслей, но есть некоторые затруднения в реализации деятельности и успешного ее ведения на территории ОЭЗ. Что касается зон технико-внедренческих типа, то справедливо отметить, что эта зона считается одной из наиболее успешных во всем мире и является эталоном ОЭЗ этого типа во многих развитых и развивающихся странах.

Литература:

1. Федеральное Собрание Российской Федерации / Совет Федерации // Парламентские слушания. «Особые экономические зоны — важный инструмент инвестиционной политики и государственной поддержки инновационной деятельности». — 2004 г. С. 7–93.
2. Baikal research journal — электронный научный журнал Байкальского государственного университета. — 2021. — № 36. — С. 120–130. — URL: [problemny-funktsionirovaniya-i-perspektivy-razvitiya-osobyh-ekonomicheskikh-zon-v-rossii%20\(3\).pdf](https://www.bajkalresearchjournal.ru/issue/2021-36/120-130.pdf) [дата обращения: 23.10.2021]
3. https://www.gov.spb.ru/gov/otrasl/c_industrial_and_trade/news/216240/ [дата обращения 25.10.2021]
4. Шарина, Г. А. Инвестиционный климат России: современное состояние, проблемы и пути развития / Г. А. Шарина, О. Э. Дембилов. — Текст: непосредственный // Молодой ученый. — 2013. — № 11 (58). — С. 503–505. — URL: <https://moluch.ru/archive/58/8161/> [дата обращения: 20.10.2021]
5. https://www.economy.gov.ru/material/directions/investicionnaya_deyatelnost/investklimat/plan_rosta_investiciy/ [дата обращения: 23.10.2021].

Анализ государственной программы развития здравоохранения «Денсаулык»

Тюлюпов Ерлан Куанышевич, магистр, преподаватель;
Тынгишева Айнур Мухамедкалиевна, докторант
Карагандинский университет Казпотребсоюза (Казахстан)

Статья посвящена анализу государственной программы развития здравоохранения «Денсаулык». На основе проведенного исследования были выявлены основные источники финансирования государственной программы развития здравоохранения «Денсаулык», проанализированы показатели заболеваемости и смертности населения, на основе которых были сделаны соответствующие выводы.

Ключевые слова: здравоохранение, государственная программа, финансирование, результативность.

Государственная программа развития здравоохранения «Денсаулык» разработана в соответствии с реалиями следующих стратегических документов: Указа Пре-

ОЭЗ СПБ является динамично развивающейся зоной технико-внедренческого типа, которая за последние 15 лет внесла огромный вклад в экономику РФ. Но ОЭЗ СПБ сталкивается со множеством проблем, которые совместными усилиями со всеми финансовыми инструментами можно устранить. В работе представлены некоторые проблемы, которые мешают в успешном и быстром развитии. Для решения проблем разрабатываются специальные принципы, совершенствование законодательства, улучшение инвестиционного фона в стране, а также стимулируется региональное развитие. ОЭЗ СПБ действует до 2054 года и к завершению этого периода ОЭЗ ставит перед собой выполнение следующих целей:

- развитие высокотехнологичных отраслей промышленности;
- производство инновационного продукта;
- коммерциализация достижений в наукоемких областях;
- повышение конкурентоспособности экономики региона;
- привлечение иностранных инвестиций;
- увеличение прибыли на 75%;
- развитие каждого резидента отдельно.

ОЭЗ играют большую роль в функционировании экономики и отдельных отраслей, поэтому способствовать их развитию и становлению является необходимостью на данный момент.

зидента Республики Казахстан от 1 февраля 2010 года № 922 «О стратегическом плане развития Республики Казахстан до 2020 года», Послания Президента Республики Казахстан

Назарбаева Н. А. народу Казахстана от 14 декабря 2012 года «Стратегия »Казахстан-2050«: новый политический курс состоявшегося государства», Послания Президента Республики Казахстан Назарбаева Н. А. народу Казахстана от 11 ноября 2014 года «Нурлы жол — путь в будущее», Национального плана Президента Республики Казахстан Назарбаева Н. А. «100 конкретных шагов по реализации пяти институциональных реформ».

Целью Программы является укрепление здоровья населения для обеспечения устойчивого социально-экономического развития страны.

Основные задачи Госпрограммы:

- развитие системы общественного здравоохранения;
- совершенствование профилактики и управления заболеваниями;
- повышение эффективности управления и финансирования системы здравоохранения;
- повышение эффективности использования ресурсов и совершенствование инфраструктуры отрасли.

Для реализации поставленных целей и задач определены следующие направления госпрограммы:

- 1) развитие общественного здравоохранения как основы охраны здоровья населения;
- 2) интеграция всех служб здравоохранения вокруг нужд населения на основе модернизации и приоритетного развития ПМСП;
- 3) обеспечение качества медицинских услуг;
- 4) реализация Национальной политики лекарственного обеспечения;
- 5) совершенствование системы здравоохранения на основе внедрения солидарности и повышения ее финансовой устойчивости;
- 6) повышение эффективности управления человеческими ресурсами в отрасли здравоохранения;
- 7) обеспечение дальнейшего развития инфраструктуры здравоохранения на основе государственно-частного партнерства и современных информационно-коммуникационных технологий [1].

На реализацию программы в 2016 году предусматривалось — 154 469 655,4 тыс.тенге, освоение составило 153 064 861,4 или 99%, в 2017 году — 180 275 645,5 тыс.тенге было освоено

176 058 893,8 тыс.тенге или 98%, в 2018 году — 178 174 055,5 тыс. тенге, освоено 177 864 371,95 или 99,8%.

Отметим, что в Стратегическом плане до 2025 года одной из главных проблем системы здравоохранения названа недостаточность финансовых ресурсов, для решения которой было предложено диверсифицировать источники финансирования. Однако в структуре удельного веса источников финансирования государственной программы в большей степени преобладают средства республиканского бюджета в 2016 году — 71,37%, в 2017 году — 94,45%, в 2018 году — 94,28% (рисунок 2). С 2017 года местными бюджетами были уменьшены объемы финансирования мероприятий программы с 28,18% до 5,55% и 5,72%. Что касается иных источников финансирования, в 2016 году было выделено 700 000,0 тыс.тенге из Национального фонда Республики Казахстан, что составило 0,46% в общей доли финансирования программы. Ранее планировалось использования источников Фонда обязательного социального медицинского страхования, однако в связи с переносом сроков внедрения обязательного социального медицинского страхования на 1 января 2020 года, запланированные средства фонда не были использованы.

Немаловажным результатом государственной программы развития здравоохранения «Денсаулык» является снижение заболеваемости и смертности населения (Таблица 1).

В 2018 году было выявлено — 24 321,3 болезней органов дыхания, болезней системы кровообращения — 2755,3, травм и отравления — 2974,4,3, злокачественные новообразования — 195,7, заболеваемость туберкулезом — 48,20. За период реализации государственной программы наблюдается снижение заболеваемости по всем видам заболевания, кроме болезни системы кровообращения, в 2018 году уровень данного заболевания повысился на 6,3%.

Что касается показателей смертности, смертность от болезней системы кровообращения за 2016–2018 г. была снижена на 6,5%, смертность от туберкулеза на 29,4%, смертность от злокачественных новообразований на 8,2%, смертность от болезней органов дыхания на 14,9%, смертность от несчастных случаев травм и отравлений на 11,3% [2].

Таким образом, проведенный нами анализ государственной программы развития здравоохранения «Денсаулык» за 2016–2019 позволяет сделать следующие выводы:

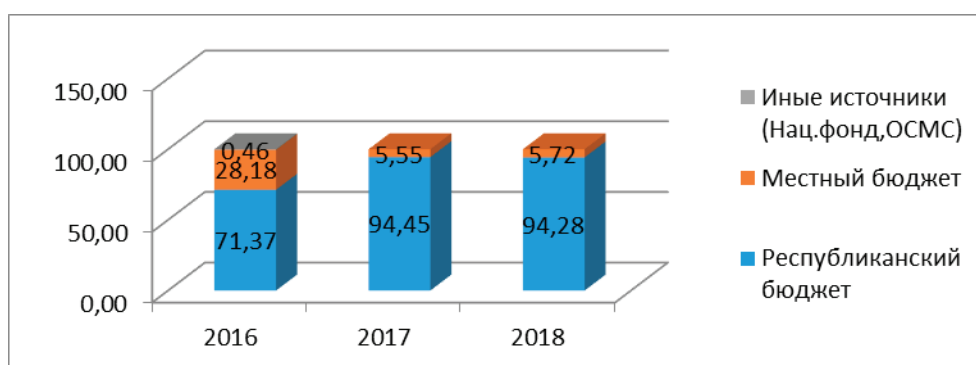


Рис. 1. Удельный вес источников финансирования Государственной программы развития здравоохранения «Денсаулык» на 2016–2018 годы (%)

Таблица 1. Динамика показателей заболеваемости и смертности населения за 2016–2018г на 100 000 человек соответствующего населения.

Заболевания и смертность	2016	2017	2018	Темп роста 2016–2018(%)
Болезни системы кровообращения	2592,5	2595,7	2755.3	6,3
Смертность от болезней системы кровообращения	178,92	174,83	167,28	-6,5
Болезни органов дыхания	24706	24819,6	24321.3	-1,6
Смертность от болезней органов дыхания	102,12	92,22	86,9	-14,9
Заболеваемость злокачественными новообразованиями	206,9	197,9	195.70	-5,4
Смертность от злокачественных новообразований	88,16	83,9	80,96	-8,2
Травмы и отравления	3442,2	3389,3	2974.7	-13,6
Смертность от несчастных случаев, травм и отравлений	75,05	69,38	66,59	-11,3
Заболеваемость туберкулезом	52,7	52,2	48,20	-8,5
Смертность от туберкулеза	3,4	3,0	2,4	-29,4

Оценка реализации государственной программы показала ее результативность, о чем свидетельствует улучшение основных медико-демографических показателей: ожидаемая продолжительность жизни населения достигла в 2018 году — 73,15 лет (план — 72,6 лет), смертность от болезней системы

кровообращения за 2016–2018 г. была снижена на 6,5%, смертность от туберкулеза на 29,4%, смертность от злокачественных новообразований на 8,2%, смертность от болезней органов дыхания на 14,9%, смертность от несчастных случаев травм и отравлений на 11,3%.

Литература:

1. Программа развития здравоохранения «Денсаулык» на 2016–2019// <http://adilet.zan.kz/rus/docs/P1800000634>
2. Отчет о реализации государственной программы развития здравоохранения «Денсаулык» Министерства здравоохранения Республики Казахстан

Трансформация культурно-досуговых учреждений в современных условиях

Хижняк Дарья Дмитриевна, студент магистратуры;
Стебляк Виктор Вадимович, кандидат искусствоведения, доцент
Омский государственный университет имени Ф. М. Достоевского

В данной статье рассматриваются проблемы учреждений культуры и способы их решения.

Ключевые слова: учреждение культуры, частная школа, развитие, конкуренция, проблемы.

Transformation of cultural and leisure institutions in modern conditions

Khizhnyak Darya Dmitriyevna, student master's degree;
Steblyak Viktor Vadimovich, candidate of art history, associate professor
Omsk State University named after FM Dostoevsky

This article examines the problems of cultural institutions and ways to solve them.

Keywords: cultural institution, private schools, development, competition, problems.

Долгое время значительная часть танцевальных коллективов располагались в учреждениях культуры, образовательных школах, в центрах развития, но в данный период времени это тенденция изменяется, и открываются самостоя-

тельные танцевальные студии, в которых они могут свободно реализовывать свои планы. Раньше не все родители были готовы платить за занятия, ведь в каждом районе города можно было пойти в ближайший дворец культуры, где бесплатно

будут заниматься с детьми и развивать их творческие способности.

На данный период времени наблюдается рост частных танцевальных студий, а значит и конкурентная борьба государственных и негосударственных учреждений набирает всё большие обороты.

Основная причина создания платных групп — недостаточная материально-техническая база учреждения. Наряду с этим возникает ряд проблем, связанных с конкуренцией между дворцами культуры и индивидуальными предпринимателями, которые предоставляют тот же спектр услуг.

Дворцы культуры создают самоокупаемые группы, организуют платные концерты, при этом есть проблемы с материально-техническим оснащением: некомплектованность компьютерами, музыкальными центрами в классах, не везде есть пианино для работы хоровых и хореографических коллективов, на сцене слабая световая партитура. Проблемы с транспортом остаются нерешенными, так как директор учреждения не требует от учредителя финансовой помощи на предоставление транспорта творческим коллективам, для участия в городских мероприятиях, но если и есть выездные мероприятия, то коллективы добираются своим ходом до места назначения, что доставляет массу неудобств руководителям и участникам коллектива.

Можно сравнить с частной школой, где занятия танцами стоят примерно столько же, материально-техническая база, как правило, лучше, чем в государственных учреждениях. Для того чтобы набрать клиентскую базу частные школы гораздо больше внимания уделяют рекламе своей танцевальной студии. На данный момент люди обращают внимание на оболочку, а лишь потом на содержание, поэтому настолько важно продумать маркетинговую стратегию. Негосударственным учреждениям незачем так рисковать, ведь они будут тщательнее отбирать высококвалифицированных работников с опытом работы, привлекая их достойной заработной платой, директор частной школы танцев твердо понимает, что необходимо предоставлять клиентам качественную услугу и оправдать свою яркую рекламу и вложения родителей.

Преимущества частной танцевальной школы:

1. Самостоятельно определяете пути развития вашего коллектива.
2. Разрабатываете программу обучения, состав дисциплин, расписание и т.д.
3. Решаете, какие номера ставить.
4. Решаете, на каких мероприятиях выступать и на какие фестивали и конкурсы ездить.
5. Совершенно законно назначаете плату за обучение [1].

«Проблемы, связанные с трудовыми ресурсами культуры Омской области свойственны в целом отрасли культуры и требуют решений. Среди них:

1. нехватка квалифицированных специалистов в клубных учреждениях: хормейстеров, хореографов, режиссёров, культурных организаторов, аккомпаниаторов;
2. отмечен недостаточный уровень образования работников культурно-досуговых учреждений;

3. наблюдается старение кадров: в культурно-досуговых учреждениях Омской области работников в возрасте до 30 лет составляют 12,0%, в возрасте от 30 до 55 лет 58,0%, от 55 лет и старше — 30,0%;

4. слабо разработан вопрос по закреплению молодых специалистов на местах, а так же выплаты им единовременных пособий и предоставления жилья» [2].

Низкая заработная плата, и при этом требования к работникам повышаются: документация, отчётность, квалификация сотрудников, аттестация и переаттестация сотрудников, заставляет работников задуматься о собственной карьере и своём бизнесе, но в работе в государственных учреждениях есть и плюсы: бесплатное помещение для занятий, стабильная заработная плата и пенсионные отчисления.

Дальнейшие пути развития учреждения зависят в первую очередь от того, какие задачи ставит перед собой управленец и насколько точная и достижимая стратегическая цель: можно предположить, что переход учреждения культуры на самофинансирование и полный хозяйственный расчёт приведёт к тому, что основной целью станет получение доходов, как и частных организаций, конечно, это не должно быть превалирующей целью бюджетной организации, иначе Дому культуры придется отказаться от предоставления населению бесплатных мероприятий, что не совсем логично, так как это противоречит принципу общедоступности культурных благ, в таком случае население всё меньше будет посещать культурные мероприятия из-за низкого уровня доходов.

Одним из главных факторов правильного функционирования культурно-досуговых учреждений является налаживание «диалога» с населением для организации их досуга, для чего и создавались дома культуры. Учитывая потребности населения, их предпочтения и желания, можно позволить не только скорректировать планы работы культурно-досуговых учреждений, но и выявить слабые места в работе и исправить их.

Рекомендации по устранению проблем в клубных учреждениях культуры:

1. Улучшить качество мероприятий и разнообразить репертуар, для привлечения зрителей и будущих участников коллективов, следовательно, и увеличение прибыли от платных мероприятий. Для получения прибыли также можно сдавать помещение в аренду различным выставкам животных, современных технологий, молодых художников.

2. Нужно решить проблему с транспортным средством с целью проведения гастролей и участия в выездных мероприятиях, настоять на выделении средств для повышения технической оснащённости учреждения. В Департамент культуры должны приходиться субсидии на нужды городских коллективов на бюджетной основе. Если коллектив принимает активное участие в общегородских мероприятиях и мероприятиях дома творчества, на базе которого он существует, то у него должна появиться возможность получить финансовую поддержку на развитие коллектива или на поездку в другой город на конкурс-фестиваль, при этом можно было запросить у Департамента культуры транспорт с сопровождением для перевозки детей от Дворца культуры до места назначения в пределах города и области.

Литература:

1. Саблукова Л. И. «Ресурсная база социально-культурной деятельности» Омск, 2017
2. Потрашков А. Методическое пособие «Как создать частную школу танцев. Пошаговая инструкция» Королёв, 2021
3. Сайт «АПНИ Агентство перспективных научных исследований» <https://apni.ru/article/1207-distantionnie-uroki-po-kho-geografii-plyusi> (дата обращения 31.09.2021)
4. Фишер Л. В. «Перспективы развития домов культуры в современной городской среде»
5. Филатов И. «Развитие культуры в современной России. Особенности культуры современной России»

Повышение роли корпоративных ценных бумаг в инвестиционном обороте капитала

Чернов Станислав Игоревич, студент магистратуры
Российский университет дружбы народов (г. Москва)

Процесс развития рыночных отношений в обществе вызвал формирование целого спектра новых экономических объектов, связанных с учетом и анализом. Рынок корпоративных ценных бумаг выступает в качестве сложной экономической и организационной системы, являющейся неотъемлемой частью рыночных отношений. Ключевая задача рынка корпоративных ценных бумаг основана на обеспечении условий, основанных на привлечении инвестиций для компании. В рамках данной статьи были рассмотрены теоретические особенности корпоративных ценных бумаг, а также раскрыты сущность, виды и роль корпоративных ценных бумаг на финансовом рынке и показаны направления повышения активности частных инвесторов на этом сегменте рынка.

Ключевые слова: корпоративные ценные бумаги, экономическая система, рыночная экономика, капитал, инвестиции, акции, облигации, купля-продажа ценных бумаг, инвесторы, эмитенты.

Role of corporate securities

The process of development of market relations in society has caused the formation of a whole range of new economic objects associated with accounting and analysis. The corporate securities market acts as a complex economic and organizational system that is an integral part of market relations. The key task of the corporate securities market is based on providing conditions based on attracting investments for the company. Within the framework of this scientific article, the theoretical features of corporate securities were considered. The essence, types and role of corporate securities were also described.

Keywords: corporate securities, economic system, market economy, capital, investments, stocks, bonds, purchase and sale of securities, investors, issuers.

На сегодняшний день рынок ценных бумаг выступает в качестве одного из основных механизмов по аккумуляции и перераспределению инвестиционного капитала, который позволяет крупнейшим компаниям с помощью эмиссионных операций эффективно осуществлять решение стоящих перед ними задач формирования и управления собственным капиталом.

Актуальность темы данной научной статьи связана с тем, что именно от эффективного использования всевозможных инвестиций и способа привлечения финансовых ресурсов зависит экономическое развитие нашей страны.

Каждое государство характеризуется своей собственной структурой финансовых рынков. Такая структура в полной мере способна отразить содержание и особенности финансового рынка. Как правило, финансовый рынок включает:

– Валютный рынок, на котором осуществляются сделки с различными валютами через банковские и прочие кредитно-финансовые организации;

– Рынок капитала, с помощью которого осуществляется привлечение и образование долгосрочных капиталов и долговых обязательств;

– Рынок денежных средств, который является системой экономических по поводу распределения денежных средств в краткосрочном периоде до года;

– Рынок золота, на котором происходят операции с золотом.

Финансовый рынок выступает в качестве структуры, с помощью которой в рамках рыночных условий формируется возможность осуществления купли-продажи ценных бумаг, инвестиционных товаров (например, драгоценных металлов), а также активов, которые обладают высоким уровнем ликвидности [3, с. 508].

На сегодняшний день корпоративные ценные бумаги рассматриваются в качестве ценных бумаг, эмитируемых предприятиями (акции, облигации, векселя и т.п.). Актуальной проблемой является недостаточная распространенность кор-

поративных ценных бумаг, что в настоящее время обусловлено доминированием эмитентов-крупных компаний, невысокой долей частных инвесторов на фондовом рынке, низкой ликвидностью инструментов рынка и т.д.

Причинами возникновения данной проблемы являются ряд факторов: во-первых, несовершенство действующего законодательства; во-вторых, напряженная геополитическая обстановка; в-третьих, неблагоприятная информационная среда для инвестирования. По этому поводу сложилось несколько противоположных мнений. Так, А. В. Манушкина утверждает, что корпоративные ценные бумаги включают в себя не все, а только отдельные эмиссионные бумаги (корпоративные ценные бумаги включают в себя акции, опционы эмитента, а также депозитарные рас-

писки) [4, с. 189]. Е. Н. Мезина утверждает, что корпоративные ценные бумаги включают в себя вообще все эмиссионные бумаги, которые выпускаются корпорациями [5, с. 296]. С. А. Баскаков считает, что корпоративные ценные бумаги — это любые ценные бумаги, которые выпускаются юридическим лицом [2, с. 325].

На наш взгляд, в качестве корпоративных ценных бумаг можно рассматривать ценные бумаги, которые эмитируются предприятиями в форме акций, облигаций, векселей и т.д. Эмиссия бумаг, то есть их выпуск, является самым эффективным способом для привлечения больших объемов капитала. Также необходимо заметить, что корпоративные ценные бумаги также имеют определенную классификацию, которая представлена на рисунке 1.



Рис. 1. Классификация корпоративных ценных бумаг [6, с. 37]

В России надзор за соблюдением правил участниками финансовых рынков в настоящее время осуществляет единый орган — Банк России.

Далее рассмотрим объемы рынка корпоративных ценных бумаг в России на основе данных Московской Биржи (см. рисунок 2).

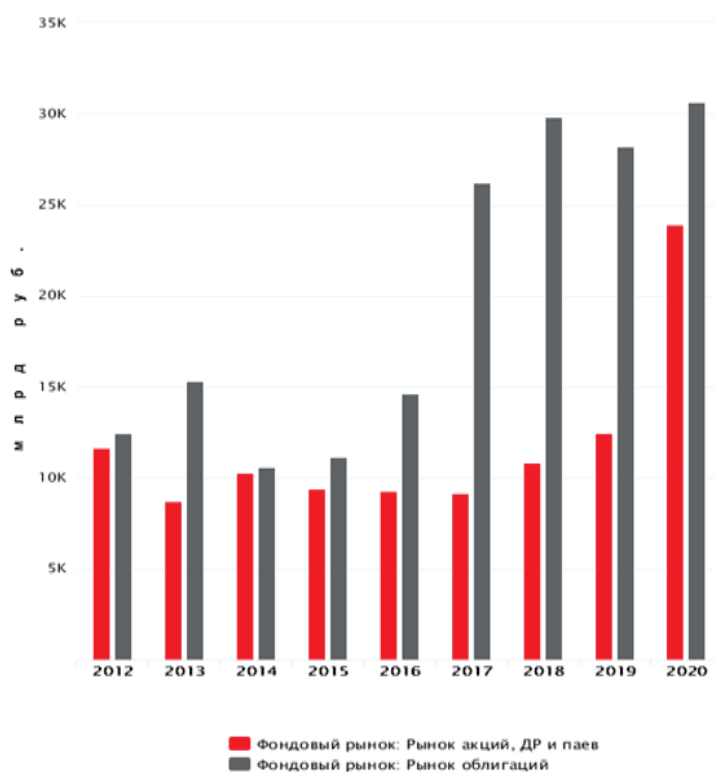


Рис. 2. Объемы рынка корпоративных ценных бумаг в России [7]

Анализируя приведенные данные, можно отметить, что к 2020 году существенно вырос рынок и корпоративных облигаций, и корпоративных акций. При этом корпоративными ценными бумагами оказывается существенное воздействие на современную экономическую систему, поскольку благодаря им происходит обеспечение реализации перелива финансовых ресурсов в определенные экономические секторы с последующей инвестиционной мобилизацией.

Существенная доля общего финансового рынка относится к рынку корпоративных ценных бумаг, включая не только первичный рынок, связанный с первичным размещением ценных бумаг, но и вторичный рынок, где владельцами корпоративных ценных бумаг осуществляется их перепродажа.

Важность значения корпоративных ценных бумаг основана на обеспечении изменения и увеличения структуры капитала корпорации, а также в формировании возможности создания капитала при образовании компании и привлечении заемных средств.

Таким образом, рынок корпоративных ценных бумаг выступает в качестве сегмента финансового рынка и является системой отношений экономической направленности, которые основаны на накоплении, мобилизации и распределении свободных денежных ресурсов, относящихся к развитию производства.

Проблему, связанную с недостаточной распространенностью корпоративных ценных бумаг, можно решить следующим образом:

1. Для привлечения новых инвесторов, необходимо ввести более умеренную политику и действовать не только по политическим мотивам, но и экономическим;

2. Необходимо создать целенаправленную «рекламу» всех видов ценных бумаг, для привлечения новых инвесторов. Освещать в средствах массовой информации все преимущества и недостатки такого вида инвестирования и продвигать не только акции крупных компаний, но и более мелких;

3. Повышение привлекательности менее распространенных ценных бумаг возможно осуществлять с помощью предоставления дополнительных льготных условий и гарантий;

4. Для роста доверия граждан к финансовому рынку необходимо осуществлять повышение их финансовой грамотности, что позволит привлечь их индивидуальные инвестиции и стабилизировать дальнейшее развитие фондового рынка России.

Подводя итоги, можно сделать вывод, что, учитывая важность системы функционирования корпоративных ценных бумаг, охватывающей общий рынок акций, облигаций и иных эмиссионных ценных бумаг, необходимо повышать уровень ее значимости как важнейшего элемента экономической системы государства.

Литература:

1. Федеральный закон «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)» от 10.07.2002 №86-ФЗ // СПС Консультант Плюс
2. Баскаков С. А. Особенности акции как ценной бумаги // Молодой ученый. — 2017. — № 16 (150). — С. 325–334
3. Кубаская О. В. Развитие финансового рынка России, проблемы и перспективы // Молодой ученый. — 2019. — № 8 (67). — С. 508–511
4. Манушкина А. В. Понятие корпоративной ценной бумаги // Молодой ученый. — 2018. — № 13 (199). — С. 189–194
5. Мезина Е. Н. Понятие и сущность ценных бумаг корпорации как объектов гражданского права // Молодой ученый. — 2017. — № 5 (139). — С. 296–299
6. Чалдаева, Л. А. Рынок ценных бумаг: учебник для вузов / Л. А. Чалдаева, А. А. Киячков. — 7-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 381 с.
7. Официальный сайт Московской Биржи URL: <https://www.moex.com/ru/ir/interactive-analysis.aspx> (дата обращения: 15.06.2021)

Совершенствование государственного предварительного внутреннего финансового контроля, осуществляемого органами Федерального казначейства

Шагивалеева Лилия Айдаровна, студент магистратуры;
Измоленов Андрей Константинович, кандидат экономических наук, доцент
Уральский государственный экономический университет (г. Екатеринбург)

В статье рассматриваются некоторые вопросы, возникающие при осуществлении внутреннего предварительного государственного финансового контроля. Уделено внимание методу государственного финансового контроля «Санкционирование операций», а также факторам отрицательного казначейского контроля. Приводятся пути решения данных проблем.

Ключевые слова: финансовый контроль, санкционирование операций, денежное обязательство, бюджетное обязательство, распоряжение о совершении казначейского платежа.

Государственный предварительный финансовый контроль осуществляется с целью предотвращения возможных бюджетных нарушений до того момента, как они произошли.

Внутренний государственный (муниципальный) финансовый контроль в сфере бюджетных правоотношений является контрольной деятельностью Федерального казначейства, ор-

ганов государственного (муниципального) финансового контроля, являющихся соответственно органами (должностными лицами) исполнительной власти субъектов Российской Федерации, местных администраций, финансовых органов субъектов Российской Федерации (муниципальных образований) [1, с. 10].

Органами Федерального казначейства предварительный финансовый контроль осуществляется методом «Санкционирование операций».

Санкционирование операций — метод предварительного контроля, который осуществляется в целях предупреждения и пресечения бюджетных нарушений в процессе исполнения бюджетов бюджетной системы Российской Федерации [2, с. 56].

Для того, чтобы проконтролировать целевое и эффективное использование бюджетных средств предварительный внутренний государственный финансовый контроль осуществляется в четыре этапа.

I этап — проверка принятого бюджетного обязательства.

Получатель бюджетных средств заключает контракты, договоры с организациями или физическими лицами. На основании заключенных договоров получатель бюджетных средств принимает бюджетное обязательство путем предоставления в орган Федерального казначейства для проверки Сведения о бюджетном обязательстве. Данное бюджетное обязательство проходит контроль на предмет наличия следующих нарушений:

- превышение суммы по бюджетному обязательству над остатком предусмотренных бюджетных назначений, показателям кассового плана;
- предмет, указанный в документах — основаниях, не соответствует действующим в текущем финансовом году коду бюджетной классификации;
- ненадлежащее заполнение электронных форм документов;
- ненадлежащее оформление документов — оснований или их отсутствие.

II этап — проверка принятого денежного обязательства;

После того как бюджетное обязательство прошло проверку и было поставлено на учет в органах Федерального казначейства, получатель бюджетных средств направляет Сведения о денежном обязательстве на основании документов, подтверждающих обязанность уплатить денежные средства за счет средств бюджета организации или физическому лицу за поставленные

товары, выполненные работы или оказанные услуги. Денежное обязательство будет проверено сотрудниками Федерального казначейства по следующим направлениям:

- соответствие суммы в денежном обязательстве и документе-основания;
- соответствие реквизитов контрагентов;
- условия оплаты;
- код бюджетной классификации;
- ненадлежащее оформление документов — оснований или их отсутствие.

III этап — санкционирование оплаты денежных обязательств;

Распоряжение о совершении казначейского платежа должно соответствовать требованиям и условиям приказа Минфина от 30.10.2020 № 257н. Распоряжение с неправильными реквизитами не примут к исполнению.

Основаниями возвратов распоряжений о совершении казначейского платежа являются:

- сумма по заявке на оплату расходов превышает остаток выделенных бюджетных назначений, не соответствует показателям кассового плана;
- содержание операции в заявке на оплату расходов не соответствует актуальным кодам бюджетной классификации; — заявки на оплату расходов оформлены ненадлежащим образом;
- документы к заявке на оплату расходов, подтверждающие возникновение денежных обязательств, оформлены ненадлежащим образом или отсутствуют;
- бюджетное обязательство оформлено ненадлежащим образом.

IV этап — подтверждение исполнения денежных обязательств.

После прохождения контроля на III этапе предварительного внутреннего государственного финансового контроля происходит списание денежных средств с лицевого счета получателя бюджетных средств в пользу контрагентов. Подтверждение осуществляется выпиской с лицевого счета, которая будет сформирована органами Федерального казначейства.

Анализ, проведенный автором при осуществлении контроля за принятием бюджетного обязательства, денежного обязательства и процедуры санкционирования оплаты денежных обязательств позволил выявить факторы отрицательного казначейского контроля, являющиеся ключевыми основаниями для

Таблица 1. Факторы отрицательного казначейского контроля

Основания для отказов при принятии к учету бюджетных обязательств	Основания для отказов при принятии к учету денежных обязательств	Основания для отказов распоряжения о совершении казначейского платежа
Неверно указаны реквизиты государственного контракта (договора): дата, номер, реестровый номер		
Неверно указаны реквизиты контрагента: наименование, ИНН, КПП, расчетный счет, реквизиты банка		
Неправильно выбран получатель средств бюджета из справочников информационной системы		
Ненадлежащее оформление документов — оснований или их отсутствие		
Неверно указаны условия оплаты (авансовые платежи, ежемесячные)		
Отсутствуют реквизиты идентификационного кода закупки (ИКЗ)		
Неверно выбран код классификации расходов федерального бюджета		
Неверно указан лицевой счет ПБС, неверно указан источник финансирования		
Неверно указана сумма, указанная в договоре, акте, распоряжении о совершении казначейского платежа		

отказов в ходе процедуры исполнения бюджета. Сведем факторы отрицательного казначейского контроля в таблице 1.

Результаты анализа показывают, что большая часть факторов возврата повторяется на каждом последующем этапе, начиная от принятия бюджетного обязательства до формирования распоряжения о совершении казначейского платежа.

Также нельзя не отметить то, что внесение изменений в распоряжение о совершении казначейского платежа в части изменения реквизитов контрагентов и кода бюджетной классификации связано с уточнением информации в ранее принятом бюджетном обязательстве. Это влечет за собой ручное вмешательство со стороны получателя бюджетных средств, путем

внесения изменений и со стороны органов Федерального казначейства в части подтверждения внесенных изменений.

Поэтому автором предлагается для снижения количества неверно оформленных документов, поступающих в органы Федерального казначейства от получателя бюджетных средств и уменьшению возникновения ручного вмешательства на разных этапах предварительного внутреннего государственного финансового контроля внедрить формирование распоряжения о совершении казначейского платежа из электронного документа Сведения о денежном обязательстве. Сравнительная характеристика заполнения Распоряжения о совершении казначейского платежа представлена в таблице 2.

Таблица 2. Сравнительная характеристика заполнения Распоряжения о совершении казначейского платежа

Наименование реквизита	Заполнение реквизита до	Заполнение реквизита после
<i>Раздел 1. Реквизиты документа</i>		
Код валюты по ОКВ	Заполняется выбором из справочника «Общероссийский классификатор валют».	Заполняется выбором из справочника «Общероссийский классификатор валют».
Признак авансового платежа	Выбор из списка значений: «Да», «Нет».	Выбор из списка значений: «Да», «Нет».
Очередность платежа	Заполняется значением из выпадающего списка 1, 2, 3, 4, 5.	Заполняется значением из выпадающего списка 1, 2, 3, 4, 5.
Назначение платежа	Указывается назначение платежа вручную, в виде примечания.	Заполняется автоматически из документа Сведения о денежном обязательстве
<i>Раздел 2. Реквизиты документа-основания</i>		
Вид	Все реквизиты заполняются вручную.	Заполняется автоматически из документа Сведения о денежном обязательстве
Номер		
Дата		
Предмет		
<i>Раздел 3. Реквизиты контрагента</i>		
Наименование	Все реквизиты указываются вручную	Заполняется автоматически из документа Сведения о денежном обязательстве
ИНН		
КПП		
Наименование банка		
БИК банка		
Корреспондентский счет банка		
<i>Раздел 4. Реквизиты налоговых платежей</i>		
Поля данного раздела являются необязательными для заполнения при первичном формировании документа		
<i>Раздел 5. Расшифровка заявки</i>		
Наименование вида средств для исполнения обязательства	Выбирается из выпадающего списка	Заполняется автоматически из документа Сведения о денежном обязательстве
Код по БК плательщика	Выбирается из выпадающего списка	
Код по БК получателя	Указывается вручную	
Сумма в рублях	Указывается вручную	Указывается вручную

Таким образом, при формировании Распоряжения о совершении казначейского платежа из документа Сведения о денежных обязательствах снижается количество неверно оформленных документов от получателей бюджетных средств, поскольку обеспечивается устранение возникновения фак-

торов возврата. Происходит минимизация ошибок уже на первой стадии санкционирования операций, исключая вероятность их дублирования на очередных этапах и, соответственно, необходимость возврата бюджетных обязательств и распоряжений о совершении казначейского платежа.

Литература:

1. Самаруха В. И. Государственный финансовый контроль в Российской Федерации [Электронный ресурс]: учеб. пособие / В. И. Самаруха, И. В. Деревцова. — Иркутск: Изд-во БГУ, 2018. — 160 с. — Режим доступа: lib-catalog@bgu.ru.;
2. Основы государственного контроля, надзора и аудита [Текст]: учеб. Пособие./ А. К. Измоденов, А. В. Курдюмов; М-во науки и высш. образования Рос. Федерации Урал. Гос. Экон. Ун-т. — Екатеринбург: [Изд-во Урал. гос. экон. Ун-ва], 2018. — 109 с.;
3. Об утверждении Порядка санкционирования оплаты денежных обязательств получателей средств федерального бюджета и оплаты денежных обязательств, подлежащих исполнению за счет бюджетных ассигнований по источникам финансирования дефицита федерального бюджета [Электронный ресурс]: Приказ Минфина России от 30.10.2020 № 257н — Режим доступа: КонсультантПлюс, свободный.

Прогнозирование инновационного развития национальной экономики в рамках рационального природопользования

Эстерлейн Жанна Викторовна, кандидат юридических наук, доцент;

Волкова Алена Анатольевна, студент

Пермский государственный национальный исследовательский университет

Рациональное, а также экономически правильное применение всех именно природных ресурсов РФ, будет обеспечивать, как экологическую безопасность, так и существенный доход государства. Данный доход также будет формироваться в виде рентных платежей. В данной статье будет рассмотрено инновационное развитие национальной экономики, а также его прогнозирование в будущем исходя из рамок рационального природопользования.

Ключевые слова: инновационная экономика, инновационное развитие, охрана окружающей среды, природопользование, рента, рентные платежи, устойчивое развитие.

Forecasting of innovative development of the national economy within the framework of rational nature management

Rational, as well as economically correct use of all the natural resources of the Russian Federation, will ensure both environmental safety and substantial state income. This income will also be generated in the form of rental payments. This article will consider the innovative development of the national economy, as well as its forecasting in the future based on the framework of rational environmental management.

Keywords: innovative economy, innovative development, environmental protection, nature management, rent, rental payments, sustainable development.

Формирование и обеспечение конкурентоспособности российской экономики в глобальной мировой системе невозможно без развития передовой и инновационной экономики. Руководство Российской Федерации считает, что современная модель российской экономики сочетает в себе дальнейшее развитие конкурентоспособных секторов российской экономики, в частности, модернизацию высокотехнологичного сектора с дальнейшим развитием сырьевого сектора.

Стратегия инновационного развития должна изучать и уточнять основные приоритеты с учетом как особенностей инновационного развития, так и особенностей инновационного развития.

Возможность найти подходящую именно «нишу», в которой не только наша страна, но и российская экономика могут занять достойное место [3].

В настоящее время стремительное развитие инновационных технологий, включает в себя:

- новые информационные технологии;
- создание суперкомпьютеров;
- разработка программного обеспечения.

В развитых странах мира в основном всё вышеперечисленное сосредоточено на сфере услуг. В целом они вносят незначительные фундаментальные изменения в базовые сектора реальной экономики, такие как производство энергии и основных конструкционных материалов. В связи с этим, как справедливо отмечают многие исследователи, технический прогресс в области информационных технологий, сопровождающийся всей важностью его достижений, серьезным повышением производительности труда и современным развитием экономики, привел к быстрому росту дефицита традиционных видов топлива и энергетических и минеральных ресурсов, увеличению

затрат из-за перехода первичного сырья и топлива на более труднодоступные, более трудоемкие месторождения, а также окружающей среды и организма человека. Промышленное загрязнение характеризуется увеличением экологических издержек, связанных с предотвращением и устранением негативных последствий.

Рациональное использование природных ресурсов и обеспечение экологической безопасности — один из важнейших вопросов современного развития (рисунок 1). Это связано не только с кризисом нынешней индустриальной социальной модели, высокими экологическими опасностями существующих технологических цивилизаций, но и с глобальными ресурсами и окружающей средой, которые неожиданно возникли перед человечеством во второй половине 20-го века.



Рис. 1. Рациональное применение природопользования

Уже в начале прошлого века выдающийся ученый современности В. И. Вернадский подчеркивал необходимость смены парадигмы экономического развития в сторону гармоничного взаимодействия природы и общества, неизбежность формирования новой модели экологически устойчивого развития или необходимость создания новой модели. Несмотря на то, что, по словам Вернадского, развитие неосферы было реализовано только в последние десятилетия [4].

По нашему глубокому убеждению, решение ресурсных и экологических проблем в настоящее время является не только важнейшим условием обеспечения прав человека на благоприятную окружающую среду, но и фактором, который в значительной степени ограничивает дальнейшее развитие мировой экономики и мировой цивилизации.

Доказано, что существующие экономические механизмы инновационного развития не могут решить эти проблемы. Об этом свидетельствует реализация стратегических целей, выдвинутых в 1992 году.

Международная конференция ООН по окружающей среде и развитию в Рио-де-Жанейро, Бразилия. На конференции, проходившей с участием лидеров 179 стран мира, был принят документ под названием «Повестка дня XXI века», в котором

учитывается решение экологических проблем и переход к устойчивому развитию с учетом социальных, экономических и экологических факторов.

Противостояние между именно двумя мировыми системами социализма и капитализма начало преодолеваться, мировая экономика стремительно развивалась, и уже в начале прошлого века в науке и технике, особенно в области информационных технологий с использованием Всемирной паутины, определилась новая модель развития на пунктирной линии, глубина социально-экономических отношений, которая является основным элементом, необходимым для перехода на экологически безопасные и ресурсосберегающие пути развития.

В будущем необходимо создать соответствующие экономические механизмы природопользования и охраны окружающей среды:

1. Создание экологических систем подготовки и принятия решений.
2. Радикальные изменения в налоговой системе.
3. Включение показателей экономической оценки природных ресурсов в систему социально-экономических отношений в обществе.

Ниже подробнее рассмотрен каждый из вышеперечисленных компонентов.

Известно, что на каждом этапе развития цивилизации человечество может трансформироваться, используя ресурсы биосферы, без ущерба для стабильности. Эта возможность возрастает в связи с ускорением научно-технического прогресса и привлечением новых сил природы, что, как следствие, увеличивает шансы на выживание

В современном мире для краткосрочной выгоды социально-экономические и технологические исследования благоприятствуют даже в ущерб изучению окружающей среды и других глобальных проблем современности, в результате чего знания о взаимоотношениях природы и общества и жизнеобеспечении следующего поколения сами по себе не могут уверенно идти по пути инновационного развития, обеспечивающего решения текущих ресурсных и экологических проблем.

В этой связи приоритетами, стоящими перед наукой, должны быть следующие концепции (рисунком 2):

1. Проверка гипотез о глобальном потеплении и истощении озонового слоя Земли.
2. Определение предельно допустимых (граничных) показателей загрязнения окружающей среды и использования природных ресурсов, как для планеты в целом, так и для отдельных экосистем.
3. Выявление «узких мест» в равновесии биосферы.

4. Изучение демографических факторов и разработка рекомендаций по их регулированию.

5. Найти новые нетрадиционные источники энергии, продуктов питания и строительных материалов.

В концепцию устойчивого развития входят следующие аспекты:

1. Внедрять принятых международных и экосистемных соглашений.
2. Обеспечивать гармонизацию принятых природоохранных законов, экологических норм и стандартов с международными нормами.
3. Выстраивать систему экологических ограничений хозяйственной деятельности, которые позволяют разрабатывать общие подходы, стандарты, методы и процедуры оценки качества и управления окружающей средой.
4. Экономическое развитие управления рассчитывается на несколько лет в соответствии с определенными приоритетами прав человека на здоровую окружающую среду и принципами экологически безопасного и устойчивого развития.
5. Постепенная реконструкция механизма.

Для этого крупномасштабные вмешательства в природу следует проводить только после оценки воздействия на окружающую среду. Такая оценка должна быть проведена для:

1. Предотвращение ухудшения состояния окружающей среды.



Рис. 2. Концепция устойчивого развития

2. Устранение угроз здоровью человека от прямого, косвенного и других видов воздействия с учетом долгосрочных последствий.

3. Обеспечить эколого-экономический баланс будущего экономического развития при установлении экологических норм необходимо учитывать значительную (предельную) нагрузку (индивидуальную и интегральную) антропогенных воздействий на отдельные районы региона, природные системы, флору и фауну, максимально допустимое количество природных ресурсов определенных видов из экосистемы, ограничение выбросов (сбросов) загрязняющих веществ в окружающую среду предприятиями, созданными на основе экологических программ этих предприятий.

Данные ограничения выделяют загрязняющие вещества, которые оказывают влияние на:

- глобальное потепление климата;
- разрушение озонового слоя;
- появление кислотных дождей;
- состояние окружающей среды других территорий в результате переноса загрязнения.

Данная система нормативных актов при условии создания надежной информационной базы о состоянии окружающей среды должна играть чрезвычайно важную роль в управлении окружающей средой. На основе вышеуказанной информационной и нормативной базы должна осуществляться разработка и сбор платежей за загрязнение окружающей среды.

Радикальное изменение налоговой системы предполагает внедрение новой налоговой политики, адекватно реагирующей на истощение ресурсов биосферы, обеспечивающей прорыв в экономике за счет высоких технологий; снижение уровня бедности населения; улучшение среды обитания; рациональное использование природных ресурсов и создание равных экономических условий в конкурентной борьбе для всех хозяйствующих субъектов.

Существующая налоговая система несовершенна для нашей страны. Она носит фискальный характер, не выполняя никакой стимулирующей роли и не способствуя переходу России к новой модели инновационного развития и формированию новой системы экономических отношений. Кроме того, в его недрах созданы условия для вывоза капитала (природной ренты) за рубеж, сокрытия налогов и других экономических преступлений. Такая система должна быть радикально изменена.

Необходимо перейти на новую систему налогообложения арендного типа с переносом центра тяжести налоговой нагрузки на природную ренту, и центральное место в новой налоговой системе должно принадлежать изъятию природной ренты (абсолютной и дифференциальной).

Абсолютную природную ренту следует рассматривать как рентный платеж в пользу именно будущих поколений. Эта выплата связана с ограничением и истощением природных ресурсов, постепенным сокращением их доли на человека в связи с ростом населения на планете. На самом деле развитие мира ведет к сокращению жизненных возможностей и обнищанию будущих поколений с точки зрения обеспечения их природными ресурсами. Сегодня мы создали месторождение полезных ископаемых и тем самым «отбираем» его у будущих

поколений. Поэтому абсолютную арендную плату следует рассматривать как возврат «долга» перед ними, и ее следует собирать в фонд будущих поколений.

Абсолютную ренту приносят все используемые природные ресурсы. Его размер не зависит от качества и расположения природных ресурсов и должен рассчитываться как определенный процент от проданной продукции.

Создание данного Фонда должно начинаться с преобразования Стабилизационного фонда в Фонд будущих поколений России.

Одной из главных целей этого фонда является преобразование невозобновляемого природного капитала в возобновляемый, способный приносить доход в будущем и, следовательно, дивиденды будущим поколениям. Собранные средства этого фонда должны быть направлены в первую очередь на создание передовых технологий, с его помощью совершать качественные прорывы в экономике нашей страны и решать социально-экономические проблемы населения. Можно было бы получить хорошие дивиденды.

Чтобы решить данную проблему, необходимо выполнить следующие меры:

1. Ознаменовать начало новой технологической революции, не только создать прорывные технологии, но и установить высокую конкурентоспособность России и приоритет этих технологий на мировом рынке.

2. Для создания высокотехнологичного центра в России его основными функциями являются:

- а) организация научных исследований:
 - разработка технических заданий на выполнение научно-исследовательских работ по созданию нового оборудования и технологий, превосходящих самые высокие мировые стандарты по технико-экономическим показателям;
 - проводить конкурс среди научно-исследовательских институтов и выполнять работы в соответствии с эталонными условиями;
 - выделение грантов победителям конкурса на выполнение работ;
 - приемка выполненных работ;
- б) создать банк для хранения высокотехнологичной информации:
 - сбор и систематизация передовых технологий на основе современных информационных систем;
 - публикация информационных бюллетеней по высоким технологиям;
 - сертификация нового оборудования и технологий;
 - выдавать сертификаты и присваивать соответствующие знаки определенному оборудованию и технологиям;
- г) организация разработки и реализации пилотных высокотехнологичных проектов:
 - провести конкурс между проектными институтами на разработку пилотных проектов в сфере высоких технологий;
 - выделение грантов победителям вышеуказанных конкурсов;
 - дублирование пилотных проектов;
 - проводить конкурс между компаниями и организациями на реализацию пилотных проектов;

– разработка проектов для будущих компаний. Первые роты, построенные по высшему пилотажу.

Проект должен иметь льготное налогообложение в течение 5 лет после его ввода в эксплуатацию.

Российский центр высоких технологий должен работать в сотрудничестве с Российским фондом будущих поколений и финансироваться за счет его средств. Эффективная часть внедрения передовых технологий должна быть направлена в вышеупомянутый фонд.

Необходимо обеспечить экономические стимулы для структурной перестройки и технического перевооружения национальной экономики на основе передовых технологий:

1. Создать специальную налоговую систему в отраслях промышленности (главным образом в машиностроении), которые определяют прогресс науки и техники.

2. Передовые технологии и оборудование, приобретенные за рубежом, освобождаются от импортных пошлин.

3. Не облагаемая налогом прибыль с целью технического перепроектирования компании.

4. Осуществлять частичное безвозмездное субсидирование государством мер, направленных на экономию ресурсов.

Становится ясно, что наряду с вышеизложенным, необходимо ввести налог на чрезмерное потребление топлива, энергии и других жизненно важных ресурсов. Такие критерии должны быть установлены для потребления ресурсов на единицу продукции определенных видов продукции с учетом уровня самых высоких мировых достижений.

Дифференциальную природную ренту следует понимать как избыточный дополнительный доход, обусловленный эксплуатацией природных ресурсов, который является наилучшим с точки зрения качества производства, местоположения, природных, экологических и социально-экономических условий. Это незаработанный доход, полученный без трудовой или предпринимательской деятельности, поэтому он должен принадлежать не отдельным предприятиям, предприятиям и предприятиям, а обществу в целом.

В настоящее время природная рента в нашей стране приватизирована небольшой (не более 10%) прослойкой населения, которая теперь стала миллионерами и миллионерами. В то же время около 90% наших сограждан были лишены доступа к этому общественному благу. Мы считаем, что это является причиной множественного неравенства в доходах между богатыми и бедными в России. Поэтому главной задачей социально-экономических преобразований после кризиса должен стать разворот финансовых потоков в обратном направлении: приватизация природной ренты у олигархов — на благо людей.

Конечно, решение этой проблемы невозможно без создания механизма, исключающего факт сокрытия дифференциальной природной ренты. Для этого понадобится:

1. Установить государственную монополию на экспорт стратегического сырья.

2. Ввести государственный заказ на экспорт этих товаров и распределить его на конкурсной основе между отдельными предприятиями (предприятиями).

3. Рассчитайте дифференциальную арендную плату на основе нормативных положений, а не фактических затрат. Стоимостные критерии должны разрабатываться с учетом природных (природных), социально-экономических и других производственных факторов.

4. Создать товарную биржу на территории России, где устанавливается цена товара. До появления товарной биржи на государственном уровне следует разрешить устанавливать предельные цены на первичное природное сырье и продавать по ценам, допускающим отклонение +10% от предельного.

Также, согласно утвержденной методологии, при необходимости разделения дополнительной прибыли на дифференциальную природную ренту, изымаемую государством в виде уплаты налогов и арендной платы, и предпринимательский доход, остающийся в распоряжении предприятия, горнодобывающая компания должна самостоятельно определять размер дифференциальной природной ренты и нести ответственность за точность расчетов.

На первом этапе изъятая дифференциальная арендная плата может быть направлена в бюджет, а затем в специальный фонд гражданской арендной платы.

В будущем дифференциальная природная рента должна быть превращена в общественный доход, распределена для решения социальных проблем и выплаты дивидендов населению.

Включение показателей экономической оценки природных ресурсов в систему социально-экономических отношений в обществе.

Общеизвестно, что экономическая оценка природных ресурсов необходима для решения всего комплекса проблем, связанных с рациональным использованием.

В связи с постепенным истощением природных ресурсов на планете его ценность будет постепенно возрастать. Таким образом, в стратегическом плане национальное богатство России, основанное на оценке природных ресурсов (не менее 80–85%), обеспечивает денежную единицу, которая является основой новой финансовой системы государства, основной российский рубль может стать одной из самых «твердых» и надежных валют в мире, если он опирается на природные ресурсы нашей страны в качестве актива. Примеры рассмотрим на рисунке 3.

Чтобы решить эту стратегическую задачу, необходимо:

1. Создать отечественную товарную биржу и продавать товары за рубли.

2. Оценить природные ресурсы России как важнейшую составляющую богатства страны и представить мировой официальной статистике их стоимость.

3. Создать российский банк природных ресурсов с выпуском соответствующих ценных бумаг на природные ресурсы.

4. Тендер на право пользования природными ресурсами России должен быть доступен только держателям ценных бумаг.

Реализация вышеизложенных предложений обеспечит переход человечества к новой модели инновационного экономического развития, обеспечит эффективное противостояние глобальным угрозам и повышение качества жизни на Земле.

Примеры рационального природопользования



Рис. 3. Примеры рационального природопользования

На национальном уровне переход к новой модели экономического развития обеспечит:

1. В области экономики.
 - А. Сохранение суверенитета над экономикой.
 - Б. Значительный экономический рост.
 - В. Переход на ресурсосберегающие технологии.
 - Г. Техническое перевооружение национальной экономики на основе передовых технологий.
 - Д. Конкурентоспособность отечественной продукции на мировом рынке.
 - Е. Равные экономические условия в конкурентной среде.
2. В области социального обеспечения граждан и формирования национальных финансовых ресурсов:
 - А. Снизить уровень бедности населения России.
 - Б. Формирование отношения населения к природным ресурсам России как к собственному богатству.

В. Превращение природной ренты в основной источник доходов бюджета.

Г. Рост общественного благосостояния народа за счет природной ренты.

Д. Высокий материальный стимул для всех граждан в результатах труда, потому что все, полученное трудом, не облагается налогом.

Е. Увеличение поступлений в государственный бюджет (за счет устранения оснований для сокрытия налогов и различных экономических преступлений).

Ж. Остановить «отток» природной ренты за рубеж.

3. Улучшит среду обитания.

Одновременно с развитием горнодобывающей промышленности и энергетических ресурсов необходимо динамично развивать интеллектуальную сферу машиностроения, станкостроения, транспортных структур и экономики.

Литература:

1. Медведев Д. А. Закладывание фундамента будущего. Экономика и управление. 2010. № 6.69с.
2. Стратегия развития информационного общества в Российской Федерации. Утвержден Президентом Российской Федерации В. В. Путиным 7 февраля 2005 г. № Пр-212.
3. Голиченко О. Модернизация и реформа инновационной стратегии России: проблемы и решения // Вопросы экономики. 2018. № 8.13с.

4. Гусев А. А. Особенности устойчивого развития в современных экономических условиях. Экономика природопользования // Обзорная информация. Выпуск 5. М., 2019. 23с.
5. Лукьянчиков Н. Н. Экономический и организационный механизм ноосферного развития. М.: Вече, 2016. 39с.
6. URL: <http://www.cremiln.ru/news/8093> (дата обращения 22.10.2021)
7. URL: <http://www.lntexpro.ru> (дата обращения 20.10.2021)

МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА И PR

Бренд в сфере высшего образования

Сакович Анастасия Сергеевна, студент магистратуры
Российский государственный гуманитарный университет (г. Москва)

В статье выделяются особенности и специфика брендинга в сфере высшего образования. Дается обоснование создания и развития образовательного бренда. Описываются основные составляющие успешного бренда университета.

На сегодняшний день учебные заведения всё больше конкурируют между собой, стремясь привлечь как можно большее количество студентов (включая иностранных), в связи с тенденцией сокращения финансирования университетов и снижением популярности высшего образования. Такая конкуренция заставляет университеты задействовать любые преимущества, в том числе сосредоточиться на формировании и развитии своего бренда: чтобы повысить свою узнаваемость, сформировать благоприятную репутацию среди общественности и, в конечном итоге, выделить себя среди других образовательных учреждений, представленных на рынке.

Сильный бренд университета может убедить абитуриента в том, что учебное заведение является лидером в своей сфере и что перспектива поступления в этот университет — это приятный и полезный опыт, который сулит успех и развитие.

В целом, понятие «бренд университета» можно определить следующим образом: проявление особенностей учебного заведения, которые отличают его от других, отражают его способность удовлетворять потребности студентов, вызывают доверие к его способности предоставлять определенный тип и уровень образовательных услуг и помогают потенциальным студентам принимать решение о поступлении. Исходя из приведенного выше определения «бренда», в данной статье рассматриваются наиболее важные аспекты создания бренда университета.

В первую очередь стоит выделить несколько отличительных особенностей оказания услуг в сфере образования, так как эти особенности необходимо учитывать при формировании бренда:

– *Неосвязаемость «товара»*

Каждый человек, поступающий в университет, имеет свои ожидания и надеется на определенные результаты. Правильно выбранное учебное заведение может открыть дверь в желаемое будущее, но это все, что оно может сделать — ни одно учебное заведение не может гарантировать успех каждому студенту. В этом и кроется одна из особенностей сферы образования: услуги, которые предоставляют университеты, неосвязаемы. по-

требитель, завершив обучение, получает актив, который можно назвать «нематериальная ценность».

Поэтому бренд учебного заведения так важен, он делает концепцию высшего образования более осязаемой.

– *Потребитель не всегда принимает решение*

В образовательной сфере часто складывается такая ситуация, когда потребитель выбирает то или иное образовательное учреждение: за него часто делают выбор родители, родственники и т.д. Это важно учитывать при разработке коммуникативной стратегии.

– *Заинтересованность обеих сторон*

Университет, который имеет сильный бренд, позволяет студентам рассчитывать на более престижную работу в дальнейшем. В то же время университету важен сильный бренд для привлечения студентов.

– *Многозадачность целей образовательных учреждений*

В большинстве случаев деятельность образовательного учреждения не направлена на явное извлечение прибыли, так как первоочередной задачей является «подготовка специалистов», в то же время благосостояние для них также важно, как и для любой организации.

– *Конкурсная основа получения услуг*

Если мы говорим о бюджетном образовательном учреждении, то не стоит забывать, что огромное значение имеет количества бюджетных мест университета и его социальные программы, в некоторых случаях стоит привлекать внимание целевой аудитории именно с помощью этих аспектов.

– *Пристальное внимание общественности и государственных структур*

Сфера образования всегда привлекает внимание общественности, так как уровень образования будущего поколения рассматривается как вклад в капитал страны.

Как уже упоминалось выше, бренд университета — это своего рода идея, которую ВУЗы предлагают своим студентам. При правильном использовании университетский брендинг позволяет установить эмоциональную связь с аудиторией

и убедить ее вложить свои деньги и время, даже если она не уверена в том, каков будет результат этих затрат.

Бесчисленные университеты имеют старомодные логотипы, в то время как другие слишком стараются осовременить их. Их слоганы обычно представляют собой высказывания, говорящие о том, что учебное заведение является уникальным или особенным, что спаривается почти каждым другим учебным заведением, делающим такое же заявление. В лучшем случае это предсказуемо, а в худшем — безвкусно. Эти аспекты безусловно важны. Но стоит помнить, что брендинг университета — это нечто большее, чем продуманный слоган и современный логотип. Необходимо создать набор рекомендаций, по которым сможет жить все учебное заведение, то есть создать последовательную стратегию брендинга.

Довольно часто университеты испытывают трудности с брендингом, поэтому любое учебное заведение, которое сможет разработать и реализовать успешную стратегию, автоматически окажется на шаг впереди. Поскольку потребители из всех слоев населения стремятся устанавливать более прочные связи с учреждениями, меняющийся ландшафт представляет собой одновременно и вызов, и возможность.

Чтобы создать набор рекомендаций, которые выделят университет среди других учебных заведений региона, требуется время, исследования и много творческого подхода.

Можно выделить несколько основных аспектов, которые помогают создать успешный образ университета:

- Донесение ценности образовательной услуги до целевой аудитории

Ни в одной отрасли стратегия брендинга не может быть разработана без четкого понимания целевой аудитории. У каждого университета есть своя специфическая студенческая ниша, которую он обслуживает лучше всего. Поиск этой ниши — отличный способ придать образовательному бренду особую ценность. Важно знать своё УТП и ориентироваться на ту аудиторию, которую больше всего привлекут эти преимущества.

- Важность университетского цвета и логотипа

У многих университетов логотипы не меняются десятки лет, не всегда они нуждаются в обновлении, но в некоторых случаях это необходимо. Идея заключается в том, чтобы от-

личаться от других, но при этом производить правильное впечатление на аудиторию. Логотип может нести в себе отпечаток истории университета или подчеркивать его основную направленность. Также стоит очень аккуратно подходить к выбору фирменных цветов, так как каждый цвет несёт свою эмоциональную окраску.

- Основательный подход к выбору слогана

Как уже было упомянуто выше, распространенной проблемой в университетском брендинге является тенденция учебных заведений выбирать неидентифицируемые, бессмысленные слоганы для сопровождения своих логотипов. Проблема с такими девизами заключается в том, что на первый взгляд они кажутся вполне вдохновляющими, но на самом деле они ничего не говорят студентам об учебном заведении и о том, что оно собой представляет. Лучшим выходом будет замена расплывчатых заявлений на конкретные ценности, важные для целевой аудитории.

- Последовательность

После выбора фирменного стиля важно придерживаться его во всём: начиная от брошюр на дне открытых дверей и заканчивая сувенирной продукцией ВУЗа. Стоит помнить, что последовательность — это не только визуальная составляющая. Важно соблюдать её и при коммуникации с целевой аудиторией: при общении в социальных сетях, при обращении абитуриентов для консультации и т.д.

- Развитие бренда

Стоит отметить, что бренд университета, как правило, более устойчив, чем среднестатистический товарный бренд. Но нельзя оставлять без внимания тенденции в образовательной сфере, образовательный бренд должен учитывать их и, по возможности, адаптироваться.

На рынке образования, где конкуренция остаётся достаточно высокой, университеты должны реализовывать стратегии для поддержания и повышения своей конкурентоспособности. Кампания по брендингу университета больше не является «приятным дополнением», а становится серьёзным конкурентным преимуществом, основанным на наборе уникальных характеристик, которые должны эффективно и последовательно доноситься до всех заинтересованных сторон.

Литература:

1. Беккер Елена Георгиевна Особенности бренда вуза // Финансы: теория и практика. 2012. № 2.— С. 121–133
2. Замерченко Наталия Ивановна Брендинг в образовании // Ярославский педагогический вестник. 2012. № 2.-С.79–81
3. Drewes, T., Michael, C. How do students choose a university?: an analysis of applications to universities in Ontario, Canada. Res High Educ 47, 781–800 (2006)
4. Wæraas, A., Solbakk, M. N. Defining the essence of a university: lessons from higher education branding. High Educ 57, 449 (2009)

Тренды по продвижению в социальных сетях

Татарникова Ирина Олеговна, студент
Московская международная высшая школа бизнеса «МИРБИС»

В данной статье рассматриваются основные тренды по продвижению и непосредственные способы взаимодействия с целевой аудиторией, имеющие наибольшую значимость в социальных сетях на 2021 год, а также важность маркетинга в интернете для любого бизнеса.

Ключевые слова: Social Media Marketing (SMM), реклама, продвижение, социальные сети, сообщества, каналы, аудиореклама, тренды, мессенджеры, каскадная маршрутизация, омниканальность, интерактив, инфлюенсер, профессиональный подход.

Многие предприниматели задумываются не только над тем, где им продать тот или иной продукт, но и как показать его необходимость, то есть сформировать потребность в нем. Но невозможно сделать прибыльным производство, работая по неактивным схемам и инструментам. Одной из важнейших задач маркетолога на сегодняшний день является знание трендов по продвижению в той или иной социальной сети. Зная их, компания сможет быстрее привлечь себе целевую аудиторию, быть всегда на слуху, сформировать доверительные отношения с потребителем и влиять на объемы продаж.

В наше время очень большую роль в продвижении бизнеса стала играть социальная сеть. Это веб-сайты, сообщества, каналы и пр. Но у каждой такой социальной сети есть свои правила, и у каждого продукта на рынке свои особенности и своя целевая аудитория, к которой нужен определенный подход. Таких подходов существует на сегодняшний день множество, и они также изменяются в постоянном режиме. Все это как звенья неотъемлемой цепочки. Под воздействием развития одного из таких звеньев невольно начинают рано или поздно развиваться и другие.

С 2010 года наибольшую популярность стали набирать социальные сети. Сейчас их множество, но основными для продвижения бизнеса являются «Instagram», «В контакте», «Одноклассники», «YouTube», «TikTok» и другие площадки. Одним из элементов в развитии бизнеса с 2014 года становится SMM (Social Media Marketing). Его используют с целью увеличения охватов и основной деятельностью маркетолога — это формирование их неочевидных нужд целевой аудитории в потребность [1].

Привлекательность работы с аудиторией компании в социальных сетях заключается определенных удобствах:

- Оперативность работы;
- Таргетинг, благодаря которому можно сфокусировать рекламную кампанию на конкретном сегменте, учитывая особенности целевой аудитории;
- Распространение информации о компании самостоятельно среди пользователей и формированием отзывов;
- Интерактив благодаря которому можно изучить потребности клиентов;
- Легкое формирование через определенные инсайты потребность аудитории [1].

Не стоит забывать, что интернет — это один из главных двигателей процесса, и на сегодняшний день существует несколько работающих трендов в социальных сетях. Итак, рассмотрим

подробнее наиболее популярные из них, которые должна принимать компания, а точнее, её специалисты в сфере SMM:

1. Реклама в формате «TikTok»

Это формат представляет собой короткие видео (длительностью примерно до 55 секунд). Этот формат полюбился людям, его успешно добавляют почти во все социальные сети. Его основная особенность — легкость и ненавязчивость. Необходимо учитывать, что новые функции всегда лучше охватываются.

В таком видеоролике задача любого бизнеса — привлечь внимание потребителя, заставить его перейти в аккаунт и пройти в клиентский путь.

Customer journey — это путь от возникновения потребности в товаре или услуге клиентом до момента получения им его (её). С возможностью сделать клиента постоянным.

2. Аудиореклама

Данный вид рекламы совсем не новый. В 2021 году «Clubhouse» повысил спрос на это направление [2].

Аудитория у такой рекламы далеко не маленькая, потому что люди едут в машине, готовят, бегают все чаще именно под подкасты. Этот формат можно использовать не только на платформе «Яндекс.Музыка», но и через дополнительные каналы, например, «Telegram», «В Контакте».

3. Мессенджеры.

Общаться с клиентами через электронную почту и по телефону уже неэффективно и невыгодно. Сейчас уже больше 75% наших соотечественников общаются через мессенджеры [3].

Мессенджеры — это очень хороший помощник для предпринимателя. Тут возможно продавать, информировать о новостях компании, получать обратную связь от клиента. Есть несколько вспомогательных инструментов, это:

- Каскадная маршрутизация.

Как это работает — происходит проверка на наличие мессенджеров у клиентов. И при отправке сообщения им данная система осуществляет это на те мессенджеры клиентов, которые у них установлены. В случае, если ни один не был обнаружен, то сообщение придет в виде смс.

- Омниканальность.

Сегодня это основа современного клиентского сервиса при коммуникации с клиентом. То есть при использовании компаний такого сервиса вся информация о клиенте собирается и сохраняется, чтобы подход к каждому клиенту был наиболее индивидуальным.

Как это работает — если клиент связывался с компанией в одном из мессенджеров, при переходе им в другой мессенджер

по каким-либо причинам, ему не придется рассказывать всю информацию о себе. Система позволит сохранить все его запросы и информацию о нем, чтобы, когда он обратился в следующий раз, не возникло ситуации, что это вроде и постоянный клиент, но информация осталась на другом сервисе. Это помогает сохранить и повысить лояльность аудитории.

Так же это могут быть такие инструменты взаимодействия, как боты и каналы («Telegram»), которые помогают быть всегда на связи со своим потребителем [2].

4. Интерактивный контент

В качестве интерактивного контента могут быть викторины, опросы, прямые эфиры, конкурсы и пр.

Это отличный способ для взаимодействия с целевой аудиторией. Им можно пользоваться время от времени. Но нужно учитывать, что всем, что вовлекает и развлекает аудиторию, надо пользоваться с осторожностью, чтобы не получилось так, что данного контента слишком много. Например, не совсем хорошо, если в момент викторин или опросов зайдет действительно «горячий» клиент. Он не будет раздумывать «а где же тут купить?».

5. Реклама от инфлюенсеров

Инфлюенсер — это пользователь в социальных сетях, имеющий обширную и лояльную аудиторию (селебрити, блогеры, видеоблогеры, паблики).

Сейчас инфлюенсеры набирают пользователей через «нативную» рекламу. Происходит это по принципу: «Вася хвалит Петю за то, что Петя хвалит Васю» — только объединяются Вася и Петя для равных охватов или за денежные вознаграждения от одной из сторон (соответственно, где охват выше) [3].

Тот же принцип с «нативной» рекламой действует и для предпринимателей. То есть взаимодействие происходит, Ин-

флюенсер дает рекламу по запросу предпринимателя по типу отзыва о продукте, который ему предоставляется в качестве пробы.

При выборе инфлюенсера стоит обратить внимание на его целевую аудиторию и охваты, которые происходят на сегодняшний день.

Теперь можно и подвести итоги.

В период «богатства выбора» на сегодняшнем рынке потребитель настолько насыщен различной альтернативой для удовлетворения своей потребности, что становится все труднее для бизнеса сделать его своим, а еще более сложней сделать постоянным сохраняя его лояльность. Поэтому самый главный тренд последних десяти лет при взаимодействии с клиентом это прежде всего профессионализм и комфорт.

Клиент, обращаясь к компании предоставляющий продукт или услугу закрывающую его потребность прежде всего хочет получить его (её) в качественном виде и быть в этом уверенным. Для этого нужно убедить его в своем профессионализме путем:

- соблюдения сроков;
- прозрачностью работы;
- качеством исполнения;
- регулярное информирование клиента.

Все эти тенденции, связанные с социальной сетью и взаимодействием с потребителем, дадут рост для любого бизнеса, бренда или продукта на любом этапе его жизненного цикла. Но также стоит помнить, что на сегодняшний день в постоянном процессе происходит развитие в мире, а в особенности в сфере маркетинга, поэтому необходимо регулярно применять в своей деятельности все более новые и актуальные тренды, стимулирующие продвижение на рынке с целью увеличения прибыли компании и не только.

Литература:

1. Центр развития компетенции в маркетинге: Тенденции в работе SMM.: [16+]: <https://marketing.hse.ru/news/446632246.html>
2. Журнал VC.RU: Ноу хау в 2021 г.: [16+]: <https://vc.ru/marketing/191060-10-know-how-v-2021-god>
3. Маркетинг ТЕСН: Итоги анализа YouScan.: [16+]: <https://marketing-tech.ru/news/platforma-youscan-itogi-smm>

Молодой ученый

Международный научный журнал
№ 46 (388) / 2021

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 24.11.2021. Дата выхода в свет: 01.12.2021.

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.