

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ЦЕНТР НАУЧНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА
«НАУКА И ПРОСВЕЩЕНИЕ»



ЭКОНОМИКА И СОВРЕМЕННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ:

ТЕОРИЯ, МЕТОДОЛОГИЯ, ПРАКТИКА
СБОРНИК СТАТЕЙ IX МЕЖДУНАРОДНОЙ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ,
СОСТОЯВШЕЙСЯ 5 СЕНТЯБРЯ 2020 Г. В Г. ПЕНЗА

ПЕНЗА
МЦНС «НАУКА И ПРОСВЕЩЕНИЕ»
2020

УДК 001.1
ББК 60
Э40

Ответственный редактор:
Гуляев Герман Юрьевич, кандидат экономических наук

Э40

ЭКОНОМИКА И СОВРЕМЕННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ: ТЕОРИЯ, МЕТОДОЛОГИЯ, ПРАКТИКА: сборник статей IX Международной научно-практической конференции. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2020. – 154 с.

ISBN 978-5-00159-535-9

Настоящий сборник составлен по материалам IX Международной научно-практической конференции «**ЭКОНОМИКА И СОВРЕМЕННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ: ТЕОРИЯ, МЕТОДОЛОГИЯ, ПРАКТИКА**», состоявшейся 5 сентября 2020 г. в г. Пенза. В сборнике научных трудов рассматриваются современные проблемы науки и практики применения результатов научных исследований.

Сборник предназначен для научных работников, преподавателей, аспирантов, магистрантов, студентов с целью использования в научной работе и учебной деятельности.

Ответственность за аутентичность и точность цитат, имен, названий и иных сведений, а также за соблюдение законодательства об интеллектуальной собственности несут авторы публикуемых материалов.

Полные тексты статей в открытом доступе размещены в Научной электронной библиотеке **Elibrary.ru** в соответствии с Договором №1096-04/2016К от 26.04.2016 г.

УДК 001.1
ББК 60

© МЦНС «Наука и Просвещение» (ИП Гуляев Г.Ю.), 2020
© Коллектив авторов, 2020

ISBN 978-5-00159-535-9

СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|--|----|
| МЕНЕДЖМЕНТ | 9 |
| КАЙДЗЕН – МЕНЕДЖМЕНТ КАЧЕСТВА НИКОЛАЕВ НИКИТА АЛЕКСЕЕВИЧ, КУЧИН ИВАН СЕРГЕЕВИЧ..... | 10 |
| ВЛИЯНИЕ МОДЕЛИ СОЗДАНИЯ ЦЕННОСТИ НА ИНВЕСТИРОВАНИЕ В ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ КАПИТАЛ ПРЕДПРИЯТИЯ ДЕГЛЕС ХАНИ СМ..... | 14 |
| СТРАТЕГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ НА ОСНОВЕ БОЛЬШИХ ДАННЫХ: СЛУЧАЙ ИТ- КОМПАНИИ КОЛЯСНИКОВ МАКСИМ СЕРГЕЕВИЧ..... | 19 |
| РАЗВИТИЕ СИСТЕМ НЕМАТЕРИАЛЬНОГО СТИМУЛИРОВАНИЯ ТРУДА ПЕРСОНАЛА С ПРОШЛОГО ВЕКА ДО НАШИХ ДНЕЙ РОМАДОВА ЛИДИЯ НИКОЛАЕВНА | 27 |
| ИННОВАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ ЕРМЕК АЯН | 30 |
| СИСТЕМЫ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА: ТЕНДЕНЦИИ ПОСЛЕДНИХ ЛЕТ РОМАДОВА ЛИДИЯ НИКОЛАЕВНА | 35 |
| СМАРТ-ТЕХНОЛОГИИ В УПРАВЛЕНИИ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ ЯКОВИН АНДРЕЙ ЮРЬЕВИЧ | 39 |
| МЕНЕДЖМЕНТ КАЧЕСТВА: УПРАВЛЕНИЕ НЕСООТВЕТСТВУЮЩЕЙ ПРОДУКЦИЕЙ НА ПРЕДПРИЯТИИ СМИРНОВА ДАРЬЯ ИВАНОВНА, КОЗЛОВА АЛСУ ТАЛГАТОВНА..... | 42 |
| ТЕКУЧЕСТЬ КАДРОВ: ПОДХОДЫ И КЛАССИФИКАЦИЯ ПОНЯТИЙ ИЛЬТУГАНОВА ЮЛИЯ ВЛАДИСЛАВОВНА, БАСКАКОВА АЛЕКСАНДРА ГЕННАДИЕВНА | 46 |
| ВНУТРЕННИЙ МАРКЕТИНГ В МАЛОМ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВЕ ПРИ ПАНДЕМИИ КОРОНАВИРУСА РЫКАЛИНА ОЛЬГА ВЛАДИМИРОВНА, ШАРОВА ИРИНА ВЛАДИМИРОВНА, ЯНГЛИЧЕВА АЙГУЛЬ РИФАТИЕВНА..... | 49 |
| РОЛЬ ЛИДЕРА ОРГАНИЗАЦИИ В РАЗВИТИИ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ СЕИТОВ ДИЛЬШАТ УСЕНЖАНОВИЧ..... | 52 |
| МАРКЕТИНГ | 56 |
| ОСОБЕННОСТИ СЕГМЕНТАЦИИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ НА МЕБЕЛЬНОМ РЫНКЕ Г. АРХАНГЕЛЬСК (НА ПРИМЕРЕ ПРИКРОВАТНОЙ ТУМБЫ) ДЕРЯГИНА АННА ФЕДОРОВНА | 57 |

| | |
|--|------------|
| ВИЗУАЛЬНЫЙ МЕРЧЕНДАЙЗИНГ КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ МАРКЕТИНГОВЫЙ ИНСТРУМЕНТ ДЛЯ УВЕЛИЧЕНИЯ ПРОДАЖ ПЕТЕНЕВА АНАСТАСИЯ АЛЕКСАНДРОВНА..... | 60 |
| ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ | 63 |
| ПРОБЛЕМА ГОСУДАРСТВЕННОГО ДОЛГА В НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКЕ ГОЛОГУШ ДЕНИС КОНСТАНТИНОВИЧ | 64 |
| ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ОБОРОТНОГО КАПИТАЛА ЛЮБИНСКИЙ АНТОН ВЛАДИМИРОВИЧ | 69 |
| РОЛЬ МЕЖДУНАРОДНОГО ВАЛЮТНОГО ФОНДА В СИСТЕМЕ СОВРЕМЕННОЙ МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ ЖЛОБНИЦКИЙ МАКСИМ ДМИТРИЕВИЧ | 74 |
| ВЛИЯНИЕ НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКОГО ПРОГРЕССА НА ОБОРОТНЫЙ КАПИТАЛ ЛЮБИНСКИЙ АНТОН ВЛАДИМИРОВИЧ | 77 |
| МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ ОБОРОТНЫМ КАПИТАЛОМ ПРЕДПРИЯТИЯ ЛЮБИНСКИЙ АНТОН ВЛАДИМИРОВИЧ | 81 |
| МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСОВЫМИ РЕСУРСАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ САЛИТА СВЕТЛАНА ВИКТОРОВНА, ПЕРЛОВСКАЯ НАТАЛЬЯ ВИКТОРОВНА | 86 |
| БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ, АНАЛИЗ И АУДИТ | 91 |
| ОСОБЕННОСТИ АНАЛИЗА РЕЗУЛЬТАТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ АВИАКОМПАНИЙ ДРУЖИНИН ИЛЬЯ ДМИТРИЕВИЧ | 92 |
| НАЛОГИ И НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ..... | 96 |
| ПОНЯТИЕ МЕСТНЫХ НАЛОГОВ В ФОРМИРОВАНИИ ДОХОДОВ БЮДЖЕТА РАЙОНА. РОЛЬ И ПРОБЛЕМЫ ДОХОДОВ МЕСТНЫХ БЮДЖЕТОВ СЕРГЕЕВА ЕКАТЕРИНА ВИКТОРОВНА..... | 97 |
| МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА И МЕЖДУНАРОДНЫЕ ОТНОШЕНИЯ..... | 100 |
| ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ГЛОБАЛЬНЫХ ЦЕПЕЙ ПОСТАВОК ПУТЕМ СОЗДАНИЯ ВИРТУАЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ МАРТЫНОВИЧ НАТАЛЬЯ ВЛАДИМИРОВНА..... | 101 |
| РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА..... | 106 |
| ЭФФЕКТИВНОСТЬ ЛЕСНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ В РАЗРЕЗЕ ЗАТРАТ НА ТРАНСПОРТИРОВКУ СЫРЬЯ ПОЗДНЯКОВА МАРИЯ ОЛЕГОВНА, МОХИРЕВ АЛЕКСАНДР ПЕТРОВИЧ, ГЕРАСИМОВА МАРИНА МИХАЙЛОВНА..... | 107 |

| | |
|---|------------|
| ОСОБЕННОСТИ ФИНАНСИРОВАНИЯ КАЗЕННЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ ДОШКОЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ НА ПРИМЕРЕ МКДОУ ДЕТСКИЙ САД №3 ПГТ ДУБОВКА УЗЛОВСКИЙ РАЙОН ПОПОВ СЕРГЕЙ АНАТОЛЬЕВИЧ, БУДИЛОВА ЕЛЕНА АЛЕКСЕЕВНА..... | 114 |
| ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА | 117 |
| ДИВИДЕНДЫ: СУЩНОСТЬ, ВИДЫ, ФОРМЫ, ИСТОЧНИКИ И ПОРЯДОК ВЫПЛАТЫ ДРУЖИНИН ИЛЬЯ ДМИТРИЕВИЧ | 118 |
| ПАО “НОВАТЭК”: ДИВИДЕНДНАЯ ПОЛИТИКА, ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СТРУКТУРА, РЕГРЕССИОННАЯ МОДЕЛЬ ДИНАМИКИ ДИВИДЕНДОВ ДРУЖИНИН ИЛЬЯ ДМИТРИЕВИЧ | 121 |
| СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ТИПОВ И ТЕОРИЙ ДИВИДЕНДНОЙ ПОЛИТИКИ ДРУЖИНИН ИЛЬЯ ДМИТРИЕВИЧ | 124 |
| СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ | 128 |
| ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ШОГЕЛЬБАЕВ АБЗАЛ..... | 129 |
| ПУТИ СНИЖЕНИЯ ИЗБЫТОЧНОЙ ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ ДОХОДОВ БОЛОТИН ЭДУАРД СЕРГЕЕВИЧ | 132 |
| ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ | 135 |
| НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЫ В СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ В УСЛОВИЯХ ДОЛГОСРОЧНЫХ СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКИХ ТРЕНДОВ ПЕЧЕРКИНА МАРИЯ СЕРГЕЕВНА..... | 136 |
| АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ЭКОНОМИКИ | 140 |
| МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА СЕБЕСТОИМОСТИ ПРОДУКЦИИ ЧУХРОВА ОКСАНА ВИКТОРОВНА, ХУМИГОВ ИЛЬЯС АРАБОВИЧ..... | 141 |
| КОМПЛЕКСНЫЙ ИНДЕКС НАЦИОНАЛЬНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ КАК ИНТЕГРИРУЮЩАЯ ФОРМА РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ ФИЛИМОНОВА АНАСТАСИЯ РОСТИСЛАВОВНА..... | 145 |
| АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ СОЦИОЛОГИИ | 149 |
| ОБЩЕСТВЕННАЯ КООРДИНАЦИЯ И КОНТРОЛЬ НАЦИОНАЛЬНОГО ПРОЕКТА «ЭКОЛОГИЯ» КАК ФАКТОР СНИЖЕНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ НАПРЯЖЕННОСТИ В РЕГИОНАХ ПАВЛЕНКО НАТАЛЬЯ ВАСИЛЬЕВНА..... | 150 |

РЕШЕНИЕ
о проведении
5.09.2020 г.

IX Международной научно-практической конференции
«ЭКОНОМИКА И СОВРЕМЕННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ:
ТЕОРИЯ, МЕТОДОЛОГИЯ, ПРАКТИКА»

В соответствии с планом проведения
Международных научно-практических конференций
Международного центра научного сотрудничества «Наука и Просвещение»

1. **Цель конференции** – содействие интеграции российской науки в мировое информационное научное пространство, распространение научных и практических достижений в различных областях науки, поддержка высоких стандартов публикаций, а также апробация результатов научно-практической деятельности

2. **Утвердить состав организационного комитета и редакционной коллегии (для формирования сборника по итогам конкурса) в лице:**

1) **Агаркова Любовь Васильевна** – доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры ФГБОУ ВО «Ставропольский государственный аграрный университет»

2) **Ананченко Игорь Викторович** - кандидат технических наук, доцент, доцент кафедры системного анализа и информационных технологий ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный технологический институт (технический университет)»

3) **Антипов Александр Геннадьевич** – доктор филологических наук, профессор, главный научный сотрудник, профессор кафедры литературы и русского языка ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный институт культуры»

4) **Бабанова Юлия Владимировна** – доктор экономических наук, доцент, заведующий кафедрой «Управление инновациями в бизнесе» Высшей школы экономики и управления ФГАОУ ВО «Южно-Уральский государственный университет (национальный исследовательский университет)»

5) **Багамаев Багам Манапович** – доктор ветеринарных наук, профессор кафедры терапии и фармакологии факультета ветеринарной медицины ФГБОУ ВО «Ставропольский Государственный Аграрный университет»

6) **Баженова Ольга Прокопьевна** – доктор биологических наук, профессор, профессор кафедры экологии, природопользования и биологии, ФГБОУ ВО «Омский государственный аграрный университет»

7) **Боярский Леонид Александрович** – доктор физико-математических наук, профессор, профессор кафедры физических методов изучения твердого тела ФГБОУ ВО «Новосибирский национальный исследовательский государственный университет»

8) **Бузни Артемий Николаевич** – доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры Менеджмента предпринимательской деятельности ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет», Институт экономики и управления

9) **Буров Александр Эдуардович** – доктор педагогических наук, доцент, заведующий кафедрой «Физическое воспитание», профессор кафедры «Технология спортивной подготовки и прикладной медицины ФГБОУ ВО «Астраханский государственный технический университет»

10) **Васильев Сергей Иванович** - кандидат технических наук, профессор ФГАОУ ВО «Сибирский федеральный университет»

- 11) **Власова Анна Владимировна** – доктор исторических наук, доцент, заведующей Научно-исследовательским сектором Уральского социально-экономического института (филиал) ОУП ВО «Академия труда и социальных отношений»
- 12) **Гетманская Елена Валентиновна** – доктор педагогических наук, профессор, доцент кафедры методики преподавания литературы ФГБОУ ВО «Московский педагогический государственный университет»
- 13) **Грицай Людмила Александровна** – кандидат педагогических наук, доцент кафедры социально-гуманитарных дисциплин Рязанского филиала ФГБОУ ВО «Московский государственный институт культуры»
- 14) **Давлетшин Рашит Ахметович** – доктор медицинских наук, профессор, заведующий кафедрой госпитальной терапии №2, ФГБОУ ВО «Башкирский государственный медицинский университет»
- 15) **Иванова Ирина Викторовна** – канд.психол.наук, доцент, доцент кафедры «Социальной адаптации и организации работы с молодежью» ФГБОУ ВО «Калужский государственный университет им. К.Э. Циолковского»
- 16) **Иглин Алексей Владимирович** – кандидат юридических наук, доцент, заведующий кафедрой теории государства и права Ульяновского филиал Российской академии народного хозяйства и госслужбы при Президенте РФ
- 17) **Ильин Сергей Юрьевич** – кандидат экономических наук, доцент, доцент, НОУ ВО «Московский технологический институт»
- 18) **Искандарова Гульнара Рифовна** – доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры иностранных и русского языков ФГКОУ ВО «Уфимский юридический институт МВД России»
- 19) **Казданян Сусанна Шалвовна** – доцент кафедры психологии Ереванского экономико-юридического университета, г. Ереван, Армения
- 20) **Качалова Людмила Павловна** – доктор педагогических наук, профессор ФГБОУ ВО «Шадринский государственный педагогический университет»
- 21) **Кожалиева Чинара Бакаевна** – кандидат психологических наук, доцент, доцент института психологи, социологии и социальных отношений ГАОУ ВО «Московский городской педагогический университет»
- 22) **Колесников Геннадий Николаевич** – доктор технических наук, профессор, заведующий кафедрой ФГБОУ ВО «Петрозаводский государственный университет»
- 23) **Корнев Вячеслав Вячеславович** – доктор философских наук, доцент, профессор ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций»
- 24) **Кремнева Татьяна Леонидовна** – доктор педагогических наук, профессор, профессор ГАОУ ВО «Московский городской педагогический университет»
- 25) **Крылова Мария Николаевна** – кандидат филологических наук, профессор кафедры гуманитарных дисциплин и иностранных языков Азово-Черноморского инженерного института ФГБОУ ВО Донской ГАУ в г. Зернограде
- 26) **Кунц Елена Владимировна** – доктор юридических наук, профессор, декан факультета подготовки специалистов для судебной системы Уральского филиала ФГБОУ ВО «Российский государственный университет правосудия»
- 27) **Курленя Михаил Владимирович** – доктор технических наук, профессор, главный научный сотрудник ФГБУН Институт горного дела им. Н.А. Чинакала Сибирского отделения Российской академии наук (ИГД СО РАН)
- 28) **Малкоч Виталий Анатольевич** – доктор искусствоведческих наук, Ведущий научный сотрудник, Академия Наук Республики Молдова
- 29) **Малова Ирина Викторовна** – кандидат экономических наук, доцент кафедры коммерции, технологии и прикладной информатики ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г. В. Плеханова»

30) **Месеняшина Людмила Александровна** – доктор педагогических наук, профессор, профессор кафедры русского языка и литературы ФГБОУ ВО «Челябинский государственный университет»

31) **Некрасов Станислав Николаевич** – доктор философских наук, профессор, профессор кафедры философии, главный научный сотрудник ФГБОУ ВО «Уральский государственный аграрный университет»

32) **Непомнящий Олег Владимирович** – кандидат технических наук, доцент, профессор, рук. НУЛ МПС ИКИТ, ФГАОУ ВО «Сибирский федеральный университет»

33) **Оробец Владимир Александрович** – доктор ветеринарных наук, профессор, зав. кафедрой терапии и фармакологии ФГБОУ ВО «Ставропольский государственный аграрный университет»

34) **Попова Ирина Витальевна** – доктор экономических наук, доцент ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского»

35) **Пырков Вячеслав Евгеньевич** – кандидат педагогических наук, доцент кафедры теории и методики математического образования ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет»

36) **Рукавишников Виктор Степанович** – доктор медицинских наук, профессор, член-корр. РАН, директор ФГБНУ ВСИМЭИ, зав. кафедрой «Общей гигиены» ФГБОУ ВО «Иркутский государственный медицинский университет»

37) **Семенова Лидия Эдуардовна** – доктор психологических наук, доцент, профессор кафедры классической и практической психологии Нижегородского государственного педагогического университета имени Козьмы Минина (Мининский университет)

38) **Удут Владимир Васильевич** – доктор медицинских наук, профессор, член-корреспондент РАН, заместитель директора по научной и лечебной работе, заведующий лабораторией физиологии, молекулярной и клинической фармакологии НИИФиРМ им. Е.Д. Гольдберга Томского НИМЦ.

39) **Фионова Людмила Римовна** – доктор технических наук, профессор, декан факультета вычислительной техники ФГБОУ ВО «Пензенский государственный университет»

40) **Чистов Владимир Владимирович** – кандидат психологических наук, доцент кафедры теоретической и практической психологии Казахского государственного женского педагогического университета (Республика Казахстан. г. Алматы)

41) **Швец Ирина Михайловна** – доктор педагогических наук, профессор, профессор каф. Биофизики Института биологии и биомедицины ФГБОУ ВО «Нижегородский государственный университет»

42) **Юрова Ксения Игоревна** – кандидат исторических наук, декан факультета экономики и права ОЧУ ВО "Московский инновационный университет"

3. Утвердить состав секретариата в лице:

- 1) Бычков Артём Александрович
- 2) Гуляева Светлана Юрьевна
- 3) Ибраев Альберт Артурович

Директор
МЦНС «Наука и Просвещение»
к.э.н. Гуляев Г.Ю.



МЕНЕДЖМЕНТ

УДК 65.011.42

КАЙДЗЕН — МЕНЕДЖМЕНТ КАЧЕСТВА

НИКОЛАЕВ НИКИТА АЛЕКСЕЕВИЧ,
КУЧИН ИВАН СЕРГЕЕВИЧ

Студенты
ФГБОУ ВО «Ульяновский институт гражданской авиации
имени Главного маршала авиации Б. П. Бугаева»

Аннотация: в данной статье представлено описание метода управления по принципу Кайдзен, который имеет координальные отличия, по сравнению с классическим методом управления производством и персоналом, а также принципы использования данного метода

Ключевые слова: Кайдзен, производство, менеджмент, управление, бизнес.

KAIZEN - QUALITY MANAGEMENT

Nikolaev Nikita Alekseevich,
Kuchin Ivan Sergeevich

Abstract: This article describes the management method according to the Kaizen principle, which has fundamental differences in comparison with the classical method of production and personnel management, as well as the principles of using this method

Key words: Kaizen, production, management, management, business.

Кайдзен — японская философия или практика, которая фокусируется на непрерывном совершенствовании процессов производства, разработки, вспомогательных бизнес-процессов и управления, а также всех аспектов жизни.

Впервые философия кайдзен была применена в ряде японских компаний (включая Toyota) в период восстановления после Второй мировой войны, и с тех пор распространилась по всему миру. Начиная с 1986 года, когда была издана книга Масааки Имаи «Kaizen: The Key to Japan's Competitive Success» («Кайдзен. Ключ к успеху японских компаний»), термин «кайдзен» стал широко известен и был принят в качестве обозначения одной из ключевых концепций менеджмента. В 1993 году он вошел в новое издание New Shorter Oxford English Dictionary, который определяет кайдзен как непрерывное совершенствование методов работы, личной эффективности и так далее, то есть как философию бизнеса.

В японском языке слово «кайдзен» означает «улучшение». Исходя из этой стратегии, в процесс совершенствования вовлекаются все — от менеджеров до рабочих, причем её реализация требует относительно небольших материальных затрат. Философия кайдзен предполагает, что наша жизнь в целом (трудовая, общественная и частная) должна быть ориентирована на постоянное улучшение.

Различные авторы выделяют разное количество ключевых принципов, на которых основывается кайдзен. При этом обычно в их число включают следующие принципы:

1. Фокус на клиентах — для компании, использующей кайдзен, важнее всего, чтобы их продукция (услуги) удовлетворяли потребности клиентов.
2. Непрерывные изменения — принцип, характеризующий саму суть кайдзен, то есть, непрерывные малые изменения во всех сферах организации — снабжении, производстве, сбыте, личных взаимоотношений и так далее.

3. Открытое признание проблем — все проблемы открыто выносятся на обсуждение. (Там, где нет проблем, совершенствование невозможно)

4. Пропаганда открытости — малая степень обособленности (особенно в сравнении с западными компаниями) между отделами и рабочими местами.

5. Создание рабочих команд — каждый работник становится членом рабочей команды и соответствующего кружка качества (новый для организации работник входит также в состав клуба «первогодок»).

6. Управление проектами при помощи межфункциональных команд — ни одна команда не будет работать эффективно, если она действует только в одной функциональной группе. С этим принципом тесно связана присущая японскому менеджменту ротация.

7. Формирование «поддерживающих взаимоотношений» — для организации важны не только и не столько финансовые результаты, сколько вовлечённость работников в её деятельность и хорошие взаимоотношения между работниками, поскольку это неизбежно (пусть и не в данном отчётном периоде) приведет организацию к высоким результатам.

8. Развитие по горизонтали. (Личный опыт должен становиться достоянием всей компании)

9. Развитие самодисциплины — умение контролировать себя и уважать как самого себя, так и других работников, и организацию в целом.

10. Самосовершенствование. (Приучи себя определять вопросы, за которые отвечаешь ты лично, в отличие от тех, за которые отвечают другие, и начинай с решения собственных задач)

11. Информирование каждого сотрудника — весь персонал должен быть полностью информирован о своей компании.

12. Делегирование полномочий каждому сотруднику — передача определённого объёма полномочий каждому сотруднику. Это становится возможным благодаря обучению по многим специальностям, владению широкими навыками и умениями и пр.

13. Управлять — значит начать с планирования и сравнить план с результатом.

14. Анализ происходящего на предприятии и действие на основе фактов. (Делать выводы, опираясь на достоверные данные)

15. Устранение основной причины и предотвращение рецидивов. (Не путать причину проблемы с её проявлениями).

16. Встраивание качества в процесс как можно раньше. (Качество должно встраиваться в процесс. Проверка не создает качества)

17. Стандартизация. (Нужны методы, позволяющие закрепить достигнутый успех)

Любой бизнес включает в себя несколько процессов. Чаще всего это производство, ведение бухгалтерии, общение с клиентами и поставщиками, обслуживание посетителей. Для оптимизации необходимо уделять внимание каждому пункту. Если что-то проигнорировать, производственная эффективность снизится. Чтобы избежать этого, надо учитывать даже мелочи.

Улучшение рабочего процесса начинается с разделения на этапы. После рассматривается отдельно каждый этап. Возможно, здесь есть лишнее. Допустим, на предприятии нужно оптимизировать производство. Основная цель — сделать так, чтобы работники были заняты делом. Они должны работать, а не делать занятой вид. Также нужно позаботиться о сбыте готовой продукции.

Оптимизация по системе Кайдзен в этом случае будет проводиться в 9 этапов:

1. Определение проблем

Во многих организациях не принято вслух обсуждать проблемы. О них знают несколько человек, которые в итоге и принимают решение. Из-за этого новая информация доходит до сотрудников позже или в искаженном виде. Это сильно сказывается на эффективности.

На любом предприятии есть трудности. Но их нельзя замалчивать. Их нужно обсуждать, выносить на обозрение. Иначе проблема так и останется проблемой.

2. Анализ расходов

Куда в производственном процессе тратятся ресурсы?

1. Лишние движения. Часто работникам приходится много передвигаться по цеху в поисках нужного материала.

2. Дефекты. Бывает, что на начальном этапе производства они упускаются из виду. На их устранение уходят силы и средства. Лучше решать такие вопросы в самом начале.

3. Излишки. Если объем продукции больше, чем объем продаж, остатки хранятся на складе. Это еще одна статья расходов.

Не стоит забывать и о временных ресурсах. Любая часть производства занимает время. Преимущество есть у тех работников, которые могут их сократить.

3. Мнение сотрудников

К нему стоит прислушиваться. Генри Форд сказал, что процветанием компании он обязан сотрудникам. Именно их идеи он реализовывал. Люди были заинтересованы в улучшении производства, поскольку знали, что предложения щедро поощряются.

Чтобы персонал участвовал в развитии компании, ему нужна мотивация. Мало кто из работодателей понимает это. В результате сотрудники «на автомате» выполняют работу, не задумываясь о том, что будет дальше.

Система Кайдзен предлагает руководителям прислушиваться к предложениям даже в тех случаях, когда они кажутся незначительными. Работники должны получить возможность озвучивать идеи, воплощать их в жизнь, рассказывать о них коллегам, получать поощрения.

4. Устранение недостатков

Недостатки будут при любом методе управления. И, казалось бы, борьба с ними – главный принцип работы всех компаний. Однако на самом деле все не так. Часто сотрудники и руководство знают о проблеме, но даже не пытаются ее исправить. Со временем такое отношение к бизнесу закончится его крахом.

Избежать таких последствий помогут 3 правила:

1. Сломанная вещь не так уж и важна – выбросьте ее.
2. Сломанная вещь нужна – отремонтируйте ее.
3. То, что не работает на полную мощность, стоит усовершенствовать.

5. Экономия

По мнению руководителей, сэкономить можно только на заработной плате. Система Кайдзен опровергает это утверждение. Экономить можно, улучшая старое оборудование или заменяя его новым.

6. Сосредоточенность на клиентах

Часто этот пункт не берется во внимание. Хотя от него зависит то, насколько выигрышной будет бизнес-идея. Важно учитывать мнение клиентов о качестве продукции, цене или свойствах.

7. Создание рабочих групп

Группы будут отвечать за качество. Они помогут членам коллектива почувствовать себя значимыми, дадут мотивацию работать еще эффективнее. Это отличный способ повысить стремление работников совершенствоваться.

8. Создание стандартов

Речь идет о стандартах качества. Система Кайдзен рекомендует установить и соблюдать их. Возникшие в процесс работы трудности стоит фиксировать на бумаге. У каждого сотрудника должна находиться инструкция как действовать в непредвиденных ситуациях. Важно, чтобы на предприятии развивалась система менеджмента качества (СМК).

9. Выводы и факты

Логично, что выводы основываются на фактах. Доверять необходимо только реальной информации, а не гипотезам и теориям.

Как сказано выше, суть системы Кайдзен заключается в постоянном совершенствовании методов управления и производства. Менеджмент в этом случае помогает сотрудникам работать так, чтобы в полной мере соответствовать стандартам. Если это не получается, работник проходит обучение. Как

вариант – скорректировать стандарты. Чем лучше менеджмент, тем больше подобных мероприятий проводится.

Если говорить в общем, система Кайдзен направлена на развитие в сотрудниках положительного отношения к рабочему процессу. Здесь нет метода «кнута и пряника». Работникам не приказывают. Их поощряют. От них принимают предложения по улучшению рабочего процесса, идеи, включают их в обсуждения на советах директоров. А после решают, как эти идеи применить на практике. Руководство делает все возможное, чтобы мотивировать коллектив работать еще лучше, расти, развиваться.

В компаниях, работающих по системе Кайдзен, топ-менеджер всегда в курсе того, что происходит на рабочих площадках. Он интересуется даже незначительными деталями.

Согласно Кайдзен, решение социальных проблем играет такую же важную роль, как и экономических. Работники должны быть вовлечены в рабочий процесс. Благодаря этому повысится производительность труда, качество изготавливаемой продукции. Также возрастет ее популярность среди клиентов.

В заключении стоит отметить, что система Кайдзен на производстве – это последовательность действий, порядок, экономия, нулевые потери. А еще это уважительное отношение к каждому сотруднику независимо от его должности. Согласно философии Кайдзен, члены коллектива – это наивысшая ценность. От них зависит эффективность рабочего процесса и развитие компании. Внедрение Кайдзен на предприятии будет иметь только положительные последствия.

Список литературы

1. Кайдзен [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Кайдзен>
2. Проников. Управление качеством продукции / Уч. пособие М., 2002. 150 с.
3. Сидорин В.В. Менеджмент качества как средство управления конкурентоспособностью / Мат. межд. научн.-практ. конференции Intermatic 2004. М.: МИРЭА. ЦНИИ «Электроника». 2004.

© Н.А. Николаев, И.С. Кучин 2020

УДК 330

ВЛИЯНИЕ МОДЕЛИ СОЗДАНИЯ ЦЕННОСТИ НА ИНВЕСТИРОВАНИЕ В ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ КАПИТАЛ ПРЕДПРИЯТИЯ

ДЕГЛЕС ХАНИ СМ

аспирант

ФГАОУ ВО «УрФУ имени первого Президента России Б.Н. Ельцина»

Аннотация. В современной теории менеджмента интеллектуальный капитал рассматривается как один из ключевых источников конкурентного преимущества компании, он включает в себя формализованные знания и человеческий капитал, которые формируют потребительскую ценность компаний в долгосрочной перспективе. Авторы данной статьи исследуют значимый фактор, определяющий стратегию инвестирования в интеллектуальный капитал в целях поддержки эффективных управленческих решений – это модель создания ценности. Теоретический анализ показал, что модель создания ценности в организации может оказать существенное влияние на процессы привлечения финансовых и организационных ресурсов в интеллектуальный капитал, определяя поддерживающие, трансформирующие или сетевые стратегии. Практики менеджмента могут использовать результаты при планировании инвестиционных программ и анализа перспективных направлений вложения финансовых ресурсов.

Ключевые слова: интеллектуальный капитал, инвестирование, модель создания ценности, теория.

IMPACT OF VALUE CREATION MODELS ON INTELLECTUAL CAPITAL INVESTING STRATEGIES

Deghles Hani CM

Abstract. In modern management theory, intellectual capital is regarded as one of the key sources of a company's competitive advantage; it includes formalized knowledge and human capital that form the consumer value of companies in the long term. The authors of this article investigate a significant factor that determines the strategy of investing in intellectual capital in order to support effective management decisions - this is a value creation model. Theoretical analysis has shown that the organization's value creation model can have a significant impact on the processes of attracting financial and organizational resources to intellectual capital, defining supporting, transforming or network strategies. Management practitioners can use the results when planning investment programs and analyzing promising areas for investing financial resources.

Key words: intellectual capital, investment, value creation model, theory.

Введение

В последние два десятилетия исследователи отмечают необычайный интерес менеджеров компаний различных сфер деятельности к проблемам управления интеллектуальным капиталом [1]; едва ли не каждая компания когда-нибудь задумывалась о наличии скрытых ресурсов, которые заключаются в сотрудниках, внутренних базах данных или отношениях с клиентами, способных повысить вероятность для компании стать более результативной в долгосрочном периоде. Управление такими ресурсами требует от менеджеров определенных знаний, в частности, остаются редкими компетенции в области инвестиционного анализа интеллектуальных ресурсов, которые акцентируют внимание на вложениях в обучение сотрудников, формализацию процессов управления знаниями и построении устой-

чивых взаимосвязей с клиентами, которые бы формировали репутационный капитал компании. Актуальной задачей, таким образом, становится не только грамотная идентификация интеллектуальных ресурсов компаний, но и определение рациональных подходов к организации и оценке экономической эффективности инвестиционных проектов в области исследований и разработок, организации обучения и управления имиджем компании. Выработка подобных стратегий в свою очередь невозможна без однозначного понимания всего спектра факторов, под влиянием которых находится инвестиционное поведение компаний – менеджерам необходимо понимать и объяснять какие детерминанты способны определять успех инвестиционных проектов, которые требуют значительных финансовых ресурсов.

Развитие теории интеллектуального капитала в настоящее время столкнулось со значительными трудностями, связанными с обилием теоретических концепций, применимость которых на практике зачастую не приносит желаемых результатов [2]. В связи с этим программа исследований в области интеллектуального капитала, заявленная в ведущих международных изданиях по этой тематике была скорректирована для достижения наилучших результатов в области повышения практической значимости работ, направленных на планирование, координацию и организацию интеллектуальных ресурсов коммерческих компаниях и организациях общественного сектора [3]. Между тем, выработка любых практических рекомендаций должна быть построена на рациональных предположениях, которые подтверждаются опытом работы рассматриваемой совокупности компаний, для выработки таких рациональных моделей необходимо обратиться к фундаментальным переменным организационной деятельности, таким как факторы конкурентоспособности, бизнес-моделирование и инвестиционная деятельность. В частности, мы полагаем, что значительный интерес для практиков представляет сфера инвестиционного анализа, которая определяет поведение компаний при вложении финансовых и организационных ресурсов в исследования и разработки, обучение сотрудников и управление репутацией компании. В данной статье на основе анализа литературы определяется влияние на инвестиционные стратегии одной из ключевых переменных организации – модели создания ценности, отражающей логику преобразования ресурсов в компании для создания конкурентоспособного продукта или услуги.

1. ИНВЕСТИЦИИ В ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ КАПИТАЛ ПОД ВЛИЯНИЕМ РАЗЛИЧНЫХ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ ПЕРЕМЕННЫХ

Перед непосредственным анализом факторов, определяющих долгосрочное инвестиционное поведение компаний, необходимо обратиться к предварительному замечанию о сферах инвестиций. С одной стороны, существуют внутренние инвестиции в интеллектуальный капитал – компании могут использовать собственные или заемные средства для поддержки проектов по совершенствованию инфраструктуры обмена информацией, формирования патентных портфелей, формированию этических компетенций у сотрудников и т.п. [4]. Таким образом сфера внутренних инвестиций находится под непосредственным влиянием взглядов менеджеров и принятой модели создания ценности. С другой стороны, компания может выступать как объект инвестирования (например, через ценные бумаги). В этом случае компании необходимо позиционировать внутренние интеллектуальные ресурсы для привлечения внимания потенциальных и текущих инвесторов к деятельности для формирования устойчивого финансового потока средств [5]. В исследовании факторов мы будем рассматривать данные сферы в совокупности, определяя их взаимосвязь под влиянием изменения моделей создания потребительской ценности. Внешние инвестиции с этой точки зрения являются наиболее приоритетными и достаточно изученными, поскольку компании стремятся сделать внутреннюю среду достаточно прозрачной для принятия решений, раскрывая элементы в отчетности и т.п. (рис. 1).

Н. Мод-Салех и др. (2013) обращают внимание на сферу внешних инвестиций, они определяют, что инвестиционные решения находятся под влиянием структуры интеллектуального капитала (соотношение и качество человеческого, отношенческого и структурного капиталов) [4]. Структурный капитал обладает большей прозрачностью, поскольку привязан к физическим формам (лицензии, торговые марки, признанные по справедливой стоимости) и могут быть подвергнуты минимальному искажению,

а потому обращает на себя пристальное внимание потенциальных инвесторов. Среди прочих факторов, авторы называют качество раскрытия интеллектуального капитала и опыт инвесторов.

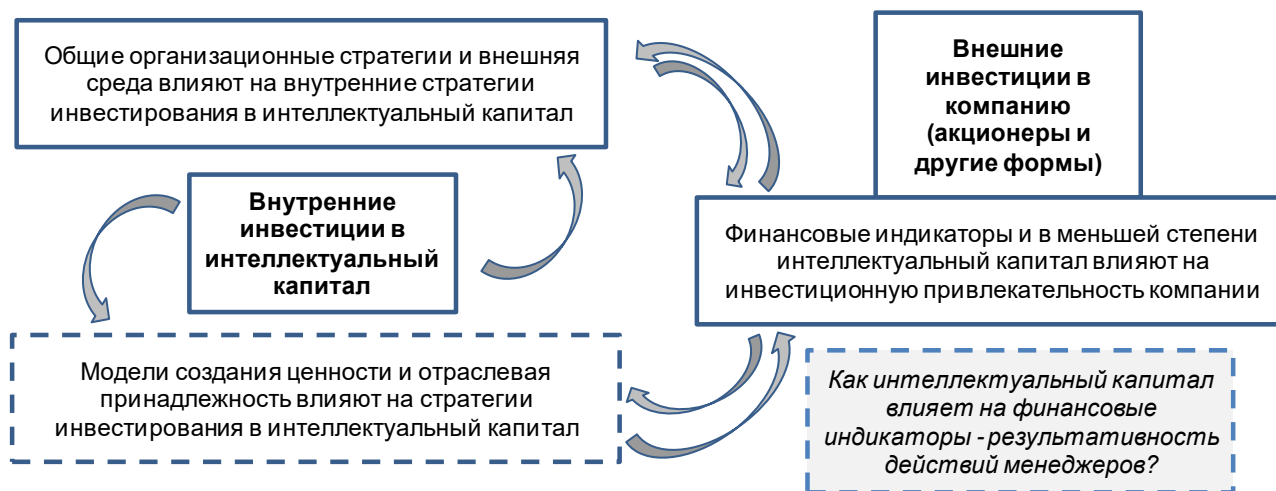


Рис. 1. Концептуальная схема взаимосвязи внутренних и внешних инвестиций в интеллектуальный капитал

С. Йоргенсон и др. (2006) подчеркивают важность информационной асимметрии при принятии стратегических решений по инвестированию в интеллектуальные ресурсы [6]. О. Летюшенкова и И. Лапина (2014) отмечают, что инвестиции в интеллектуальный капитал могут различаться под влиянием целевого назначения: часть из них направлена на создание, другая – на поддержку, а третья на развитие существующих интеллектуальных ресурсов [7]. Например, поддержка коммуникационных и контрольных систем обеспечивает ценность для внутренних потребителей, решения об инвестировании принимаются в зависимости от глубины проектов и природы процессов управления интеллектуальным капиталом (создание нового ресурса, поддержка текущего состояние или развитие).

Значительное влияние в области внешних инвестиций уделяется процессам раскрытия информации, например, У. Мкумбузи (2016) в ходе исследования выявляет, что компании, способные поддерживать адекватные системы управления за счет разделения исполнительных и неисполнительных обязанностей и, в меньшей степени, за счет присутствия опытных неисполнительных директоров, демонстрируют более высокий уровень раскрытия информации об интеллектуальном капитале [5]. Также высокий уровень ликвидности компаний, низкий уровень заемных средств также сопряжены с высоким уровнем раскрытия интеллектуального капитала и сопряженной с этими факторами инвестиционной привлекательностью. Все рассмотренные факторы касаются различных частных характеристик компаний, между тем, необходимо обратить внимание на системообразующие факторы, такие как бизнес-модели и модели создания ценности в компаниях, которые непосредственно связаны с конкурентоспособностью компаний и моделями создания потребительской ценности.

2. МОДЕЛИ СОЗДАНИЯ ЦЕННОСТИ КАК ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ФАКТОР ДЛЯ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО КАПИТАЛА

Модели создания ценности используются при исследовании стратегически важных видов активностей в компании, которые способны раскрыть логику создания потребительского успеха товаров или услуг [8]. На наш взгляд, анализ факторов инвестиционного поведения компаний необходимо начать именно с анализа подобных моделей, поскольку они касаются наиболее базовых организационных переменных, определяющих логику функционирования предприятия. Известно, что существуют, по крайней мере, три устойчивых модели создания ценности – цепочка, мастерская и сеть [9]. Цепочки создания ценности (value chain) на практике известны наиболее продолжительное время, ее целью яв-

ляется трансформация входящих ресурсов в готовые продукты или услуги, которые могут реализовываться на следующей ступени потребления. Такие цепи характеризуются последовательностью, стандартизацией производственных и управленческих бизнес-процессов для поддержки максимальной отдачи от повышения масштаба деятельности. Примером таких цепочек могут служить традиционные промышленные предприятия.

Мастерские ценности (value shops) никогда не создают стандартизированного продукта или услуги на выходе, данный вид модели ценности является проблемно-ориентирован – он направлен на решение уникальных задач клиентов компании [9]. Компании используют интенсивные модели создания ценности для того, чтобы предложить клиентам уникальные решения, приемлемые для их условий деятельности, примером таких компаний могут служить консультационные фирмы. Они однако, используют общие знания и навыки сотрудников, которые могут составлять собой некий аналог стандартов для решения задач, при том, что конечное решение всегда уникально. Сети ценности (value networks) созданы для того, чтобы связывать стейкхолдеров (например, покупателей и продавцов) в рамках единой инфраструктуры. Целью таких компаний является развитие своей сети взаимодействия для повышения эффективности ее работы и привлечения новых пользователей, примерами могут служить интернет-агрегаторы цифровой торговли.

Характер деятельности компаний, использующих различные модели ценности, таким образом, создает разнообразие в инвестиционных функциях компаний – накладывает ограничения и создает возможности для процессов планирования, анализа, привлечения, организации, контроля и оценки эффективности инвестиций в зависимости от организационного контекста. На теоретическом уровне мы полагаем, что предприятия, использующие цепочки создания ценности, используют интеллектуальные ресурсы для **поддержания** основных бизнес-процессов. Естественно, что технология может играть ключевую роль в конкурентоспособности. Однако ее эксплуатация может иметь постоянный, систематический и даже стандартизированный характер. Таким образом, компании остаются только поддерживать ее функции, привлекая умеренные инвестиции в обновление, но значительные вложения для модернизации инфраструктуры. Подобные компании действительно акцентируют внимание не на постоянных циклах инновационной модернизации, а эксплуатации относительно стабильных интеллектуальных ресурсов, которые приносят отдачу в течение длительного времени. Материальная сторона производственного процесса, следовательно, играет фундаментальную роль в обеспечении долгосрочного успеха компании наряду с «стандартными» интеллектуальными ресурсами. Внешние инвестиции компаний определяются привлекательностью ресурсных баз (например, полезных ископаемых, дешевого труда и т.п.), а внутренние – стремлением поддержать уровень технологий, приемлемый для эксплуатации подобных ресурсных баз. Примером компаний, поддерживающих подобные стратегии инвестирования в интеллектуальный капитал являются металлургические компании. Инвестиции в интеллектуальный капитал зачастую призваны обеспечить ограниченное развитие технологий, человеческого капитала и клиентского имиджа, поскольку компании не планируют получить значительной отдачи от их эксплуатации.

Компании, применяющие модели мастерских ценности используют относительно стабильные интеллектуальные ресурсы (человеческий и структурный капиталы), которые также необходимо обновлять, кроме того их особенностью является постоянная трансформация человеческого капитала в структурный и отношенческий, таким образом, инвестиции в интеллектуальный капитал имеют **трансформирующую** роль. Такие компании преобразуют интеллектуальные ресурсы, которые приобретают различную форму, конфигурацию, необходимую для решения уникальных задач клиентов, они получают выгоду от подобной трансформации. Следовательно, такие компании обращают большее внимание на инвестиционные процессы и занимают активную позицию в области привлечения финансовых и организационных ресурсов.

Сетевые компании применяют особые **сетевые** стратегии инвестирования в человеческий капитал, они поддерживают элементы инфраструктуры, ключевую роль в которых играют интеллектуальные ресурсы, поддерживающие взаимодействие потребителей для создания ценности. Такие компании инвестируют значительные средства в поддержание имиджа своих коммуникационных платформ и

средств. Такие компании привлекают долгосрочные инвестиции для поддержания сети коммуникации, для них ключевую роль играет отношенческий капитал, при этом данным компаниям важно сохранить непрерывность инвестиционных процессов.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Интеллектуальный капитал в настоящее время представляет собой важную область исследований с позиций теории менеджмента. Изучение факторов, определяющих инвестиционные стратегии является одним из ключевых направлений для понимания процессов преобразования интеллектуальных ресурсов – их создания, трансформации и поддержки. В данной статье показано влияние моделей создания ценности, как фундаментальной характеристики организационных процессов в компании с точки зрения стратегической перспективы, на процессы инвестирования в интеллектуальный капитал. Компании, в зависимости от модели создания ценности, могут применять поддерживающие, трансформирующие или сетевые стратегии инвестирования в интеллектуальный капитал. Результаты работы могут быть использованы для выработки инвестиционных решений в компаниях различного профиля для систематизации процессов привлечения финансовых и организационных ресурсов в сферу интеллектуального капитала.

Список литературы

1. Caviggioli F., Colombelli A., De Marco A., Paolucci E. How venture capitalists evaluate young innovative company patent portfolios: empirical evidence from Europe // *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*. – 2020. – № 26. – 4. – С. 695–721.
2. Dumay J. The third stage of IC: towards a new IC future and beyond // *Journal of Intellectual Capital*. – 2013. – № 14. – 1. – С. 5–9.
3. Dumay J. 15 years of the Journal of Intellectual Capital and counting // *Journal of Intellectual Capital*. – 2014. – № 15. – 1. – С. 2–37.
4. Saleh N. M., Hassan M. S. Intellectual capital indicators influencing investment decision // *International Journal of Learning and Intellectual Capital*. – 2013. – № 10. – 2. – С. 183.
5. Mkumbuzi W. P. Influence of intellectual capital investment, risk, industry membership and corporate governance mechanisms on the voluntary disclosure of intellectual capital by UK listed companies // *Asian Social Science*. – 2016. – № 12. – 1. – С. 42–74.
6. Jørgensen S., Kort P. M., Dockner E. J. Venture capital financed investments in intellectual capital // *Journal of Economic Dynamics and Control*. – 2006. – № 30. – 11. – С. 2339–2361.
7. Lentjushenkova O., Lapina I. The Classification of the Intellectual Capital Investments of an Enterprise // *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. – 2014. – № 156. – April. – С. 53–57.
8. Amit R., Zott C. Value creation in e-business // *Strategic Management Journal*. – 2001. – № 22. – 6–7. – С. 493–520.
9. Stabell C. B., Fjeldstad Ø. D. Configuring value for competitive advantage: on chains, shops, and networks // *Strategic Management Journal*. – 1998. – № 19. – 5. – С. 413–437.

УДК 65.011.12

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ НА ОСНОВЕ БОЛЬШИХ ДАННЫХ: СЛУЧАЙ ИТ- КОМПАНИИ

КОЛЯСНИКОВ МАКСИМ СЕРГЕЕВИЧ

аспирант

ФГАОУ ВО «Уральский федеральный университет им. Б.Н. Ельцина»

Аннотация. Современные компании находятся в ситуации избытка внешней и внутренней информации для принятия стратегических решений, актуальность приобретают способы кристаллизации массивов данных, сопровождающих их деятельность для превращения их в ценное организационное знание. В данной статье предлагается систематическое решение, основанное на подходе к управлению знаниями при принятии стратегических решений по внедрению технологий Индустрии 4.0 с точки зрения информационных потоков больших данных, сгруппированных в кластеры. Апробация решения проводится на примере ИТ-компании, разрабатывающей мобильное приложение для поддержки ценностей циркулярной экономики. В исследовании, в отличие от других работ, предлагается использовать контент-анализ больших данных, генерируемых внешней и внутренней средой и рассматривать информационные потоки в разрезе кластеров, а также показать ключевые направления анализа путем соответствующей интерпретации.

Ключевые слова: большие данные, управление знаниями, стратегический анализ, циркулярная экономика, Индустрия 4.0.

LEVERAGING BIG DATA IN STRATEGIC ANALYSIS OF THE ENVIRONMENT: CASE OF IT COMPANY

Abstract. Modern companies are in a situation of an excess of external and internal information for making strategic decisions; methods of crystallizing the data arrays that accompany their activities to turn them into valuable organizational knowledge are gaining relevance. This article proposes a systematic solution based on a knowledge management approach when making strategic decisions on the implementation of Industry 4.0 technologies from the point of view of Big Data information flows grouped into clusters. The solution is being tested on the example of an IT company developing a mobile application to support the values of the circular economy. In the study, unlike other works, it is proposed to use content analysis of big data generated by the external and internal environment and to consider information flows in the context of clusters, as well as to show the key areas of analysis through appropriate interpretation.

Key words: big data, knowledge management, strategic analysis, circular economy, Industry 4.0.

Введение

Глобальные технологические тренды четвертой Промышленной революции позволяют с уверенностью заключить, что национальные экономики стоят на пороге широкого внедрения принципов замкнутого цикла для достижения устойчивого развития производственных систем [1]. Ценности традиционной линейной экономики постепенно вытесняются принципами экономики замкнутого цикла (или циркулярной экономики), которые заключаются в формировании и поддержании устойчивого цикла создания, потребления и переработки ресурсов для наиболее эффективного их использования и устранения производственных процессов, создающих отходы [1]. Анализ технологических изменений и их

влияния на процесс глобального экономического развития показывает, что разработанные в конце XX века концепции интеллектуального капитала и управления знаниями обретают новое практическое значение [2]. Приближаясь к краю технологического развития, компании все чаще сталкиваются с необходимостью поиска интеллектуальных ресурсов, а также преодоления проблем избыточности данных, которые неизбежно сопровождают функционирование компаний. Такие большие данные становятся ценным источником организационного *знания* – отрефлексированного опыта работы, который применим для деловых ситуаций конкретных компаний в технологических, организационных и социальных областях развития.

В данной статье предлагается систематическое решение, основанное на подходе к управлению знаниями при принятии стратегических решений по внедрению технологий Индустрии 4.0 с точки зрения информационных потоков больших данных, сгруппированных в кластеры. Предложена методика стратегического анализа больших текстовых данных, отражающая возникновение, преобразование и интерпретацию данных, а также направления анализа основных информационных потоков, группируемых в кластеры – рассмотренные бизнес-процессы начинаются с формирования стратегического видения, миссии и целей и продолжают во внедрении умного производства и стратегии управления логистическими цепочками. Апробация решения проводится на примере частной российской ИТ-компании, разрабатывающей мобильное приложение для поддержки ценностей шеринговой экономики. В исследовании, в отличие от других работ, предлагается использовать контент-анализ больших данных, генерируемых внешней и внутренней средой и рассматривать информационные потоки в разрезе кластеров, обозначенных автором на основе исследования стратегий управления знаниями, а также показать ключевые направления анализа входящих источников данных, способов их формирования, накопления и преобразования в организационное знание путем соответствующей интерпретации.

1. Стратегический анализ больших данных как способ получения знания

Полезные для компании знания рождаются не только во внутренней среде, но главным образом в ходе взаимодействия множества стейкхолдеров, представителей компании, ближайшего делового окружения и академической среды, а также политических и социальных организаций [3]. Процесс выбора стратегических альтернатив все больше основывается на конструкциях теории управления знаниями, так, например, Р. Хесамамири и др. (2016) предлагают полноценную методологию стратегического выбора, основанную на моделировании процессов управления знаниями. Менеджерам предлагается во-первых, расставить приоритеты между явными и неявными или смешанными знаниями, во-вторых, выбрать баланс между уже существующим в организации знанием или кардинально новым, определить необходимую степень прозрачности или полную секретность знания (*ноу-хау*), в-третьих, определить источники организационного знания и уровень доверия к ним [4]. М. Кодама (2002) разрабатывает методологию выбора корпоративной стратегии на основе подхода, основанного на знаниях, KBV (*knowledge based view*) [5]. Традиционные подходы к стратегическому управлению, когда компании анализируют существующие рыночные ниши и оценивают структуру рынка, выбирая наиболее выгодные рыночные позиции, неприемлемы для высокотехнологичных компаний, которые стремятся поддержать конкурентоспособность [6]. Компании должны сами предпринимать усилия для формирования трендов на рынке и создания новых технологий, осуществляя построение цепочки создания ценности и аккумулируя нематериальные активы, что отражается, в первую очередь, на уровне корпоративной стратегии. В современной литературе, таким образом существует представление [7], [8], что стратегический менеджмент может опираться на парадигму, когда **управление знаниями на основе больших данных становится полноценной методологической основой для стратегического анализа и принятия долгосрочных решений**, а не отдельным функциональным процессом.

2. Методика и компания, выбранные для исследования

Основной идеей эмпирической части исследования стал поиск данных и трансформация их в организационное знание с помощью интерпретации полученных результатов. Большинство таких данных рождается не только внутри компании, но и в процессе ее взаимодействия с поставщиками и потребителями, таким образом повышается актуальность создания кластеров данных, относящихся к формализованным и неформализованным источникам, внешним и внутренним (таблица 1). На практике для

обработки больших данных используют технологии сбора и *интеллектуального анализа* (data mining), для выполнения рутинных операций распознавания определенных паттернов используется машинное обучение (например, формализация результатов обработки видео-, фото- или аудиоинформации, улучшение сопоставимости данных), для формализованных на основе предварительной обработки данных используют различные статистические методы [9]. Международный признанный стандарт обработки больших данных на практике (cross industry standard process of data mining, CRISP DM) формализует такие шаги как формирование понимания бизнеса, понимание данных, подготовка данных, моделирование и оценка [7].

Одной из ключевых фаз обработки и анализа больших данных является визуализация результатов для последующей *интерпретации* [6], поскольку пользователи получаемой в результате бизнес-информации не всегда знакомы со сложными статистическими методами. Визуализация может основываться на различных типах картирования (географического, кластерного, сетевого), оно позволяет отследить, во-первых, взаимосвязь объектов, во-вторых, их значимость, иерархию и объем, а в результате на основе относительно простой визуальной модели интуитивно оценить закономерности для принятия эффективных управленческих решений [9].

Таблица 1

Информационные кластеры, соответствующие стратегиям управления знаниями в компании

| Степень формализации // Источники | Формальные и структурированные (кластер _f) – поддерживают стратегию кодификации | Неформальные полуструктурированные (кластер _inf) – поддерживают стратегию персонализации |
|-----------------------------------|--|---|
| Внешние (кластер ext_) | <ul style="list-style-type: none"> - данные целевых RSS каналов, - данные внешних ресурсов и баз данных – деловой и юридической информации - данные внешней деловой рассылки и закрытых каналов распространения деловой информации (в т.ч. платные отраслевые подписки) | <ul style="list-style-type: none"> - данные социальных сетей и блогов - потребители, поставщики и партнеры в конкурентной среде; - данные опросов потребителей и интервью фокус-групп, обработанные с помощью систем распознавания на основе ИИ - данные целевых опросов поставщиков и потребителей (элементы CRM) |
| Внутренние (кластер int_) | <ul style="list-style-type: none"> - кодированные данные ERP-систем, - облачные данные (документы, договоры, почтовые сервисы) - локальные внутрикорпоративные "озера" данных на сервере (за определенный период - 2-7 лет в зависимости от глубины внедрения технологий Индустрии 4.0) | <ul style="list-style-type: none"> - данные структурированных интервью персонала (менеджеры, технические специалисты и т.п.), обработанные с помощью систем распознавания на основе ИИ - данные внутрикорпоративных мессенджеров с учетом политики обработки персональных данных и этики |

В целях проведения эмпирического исследования нами была разработана методика анализа входящих данных, которая включает поиск и сбор, а также последующую обработку и визуализацию результатов (рисунок 1). На наш взгляд, визуализация и интерпретация результатов стратегического анализа являются центральным звеном в создании ценности при использовании больших данных. Соответственно, существенной проблемой, становятся способность компаний использовать базовые инструменты для дальнейшего обследования массивов данных и поиска закономерностей, а также адекватная оценка полученных результатов. Основной программой для визуализации данных стала программа KN Coder, которая была предложена научному сообществу в 2016 году Х. Коичи в качестве полноценного инструмента для контент-анализа разнообразной информации, такой как литературные произведения, обширные подборки научных статей и т.п. [10].



Рис. 1. Методика сбора входящих данных, обработки и визуализации для дальнейшего обсуждения и интерпретации (контент-анализ и интерпретация обрабатываемых больших данных)

Исследованная компания относится к сфере ИТ, занимается разработкой приложений для мобильных устройств, компания стремится улучшить знания о влиянии на восприятие своих продуктов клиентами. Компания активно позиционирует себя в мире Индустрии 4.0 и поддерживает ценности циркулярной экономики. Компания на первоначальных этапах выбора направления работы использовала исследование ключевых трендов потребительского сектора в 2019 и 2020 годах [11]. Результаты показывают, что потребительское поведение трудового активного населения в развитых странах изменяется: современная урбанизация концентрирует ресурсы городов, потребительские ценности «уживаются» в рамках ограничений и преимуществ, формируемых в такой среде, люди начинают больше задумываться о роли отдельных вещей в их жизни и возможности быстро сменить формат своей жизни, не теряя комфорта проживания. Некоторые молодые люди не видят смысла в том, чтобы отвлекать текущие финансовые ресурсы или тратить накопления на владение собственным жильем или автомобилем, поскольку понимают, что могут их арендовать в любое время благодаря городской инфраструктуре, а свободные деньги инвестировать, при этом при снижении текущих доходов они могут поддержать мобильность «без трения» (frictionless mobility) и найти лучшие условия. Это приводит к формированию определенных психологических свойств – большей личной ответственности за свое существование в пространстве города, стремление к усилению эмоциональной отдачи от переживания каждого момента; требовательность к индивидуальным условиям существования и необходимость возможности альтернативного выбора играют существенную роль в их потребительском поведении. Компания занимается поддержкой таких трендов с помощью кар-шеринга (car-sharing, кратковременная аренда машин), и предоставления в аренду самокатов, велосипедов и т.п. для беспрепятственного передвижения по городу, также интерес вызывает перспектива создания базы шеринговых предложений в мобильном приложении, своеобразная шеринговая социальная сеть. Специалисты компании с помощью больших внешних данных рассчитывают получить целостную «большую» картину складывающейся ситуации и использовать наиболее упоминаемые кейсы и семантические контексты для позиционирования своих услуг, поддерживающих ценности шеринговой культуры. Одним из направлений их разведочного стратегического анализа стал семантический анализ настроений потребителей шеринговой экономики путем изучения больших данных социальных сетей (на примере Twitter).

Для компании сервисного сектора экономики обработка big data, полученных из источников во внешней среде (социальных сетей, сайтов компаний), например, помогает улучшить понимание клиентов, для того чтобы разработать новые маркетинговые стратегии [12]. В компаниях этой сферы анализ больших данных также может быть применен для проектирования жизненного цикла самого продукта, с

которым сопряжено оказание услуги и внедрения эффективной стратегии его переработки и вторичного использования. Объем собираемых данных несопоставим с аналогичным объемом данных, обрабатываемых традиционными способами, поэтому для их обработки используются облачные технологии, которые позволяют арендовать вычислительные мощности и цифровые хранилища на короткий срок, не отвлекая значительных ресурсов на собственную информационную инфраструктуру [13]. Кроме того, облачные технологии позволяют поддерживать обмен информацией автономных элементов производственной среды, создавая единый агрегированный источник данных, который может быть доступен из любой точки мира.

3. Исходные данные, результаты исследования и обсуждение

Исходный массив данных представляет собой данные сайтов, электронных документов, а также данные интервью, которые были формализованы с помощью технологии искусственного интеллекта (ИИ) распознавания речи по направлению шеринговой экономики. Первоначально проводился *частотный анализ* – частота упоминания слов в общем контексте по исследуемым кластерам и субкластерам для понимания однородности текста, выявления аномалий, которые бы затруднили дальнейшее исследование. Например, общее число слов уникальных слов во всех кластерах – 13 833, средняя частота терминов (term frequency) составила 6,6, стандартное отклонение 23,6, что соответствует литературному тексту, пригодному для дальнейшего анализа с учетом профессиональных терминов и аббревиатур, встречающихся во внутренней технической документации (части речи были распознаны с помощью POS Stanford Tagger для русского языка, данные сравнивались с модельным файлом, используемым для апробации KN Coder [10]). Для ИТ-компаний наиболее часто употребляются слова «экономика», «совместный», «использование» и «услуга» (каждое в пределах от 0,2 до 0,3% от общего корпуса документов). Результаты являются разумными, поскольку основным бизнес-процессом, генерирующим потребительскую ценность, является производство меди, алкоголя и мобильных приложений соответственно, а с учетом ключевых слов и источников информации результаты частотного анализа не являются необычными.

Базовые методы анализа. *Анализ смежности слов* использовался в целях укрупненной оценки возможных направлений дальнейшей контекстной «разведки» – необходимо было выявить основные тренды, согласно которым организовано информационное пространство по теме шеринга и наиболее употребляемые сочетания. Исследование сразу показало несколько важных для дальнейшего анализа информационных сигналов (см. рисунок 2).

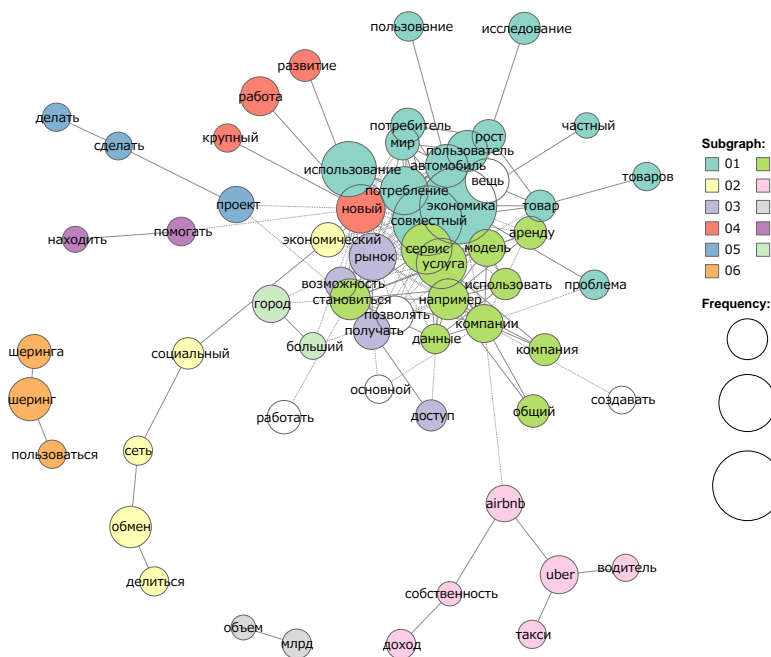


Рис. 2. Сеть смежности слов для ИТ-компаний

Примечание: Subgraph – подграф, frequency – относительная частота встречаемости термина

Подграфы показали наибольшую близость друг к другу, что контекст употребления слов был размыт, однако четко прослеживалась роль социальных сетей в продвижении услуг, формирование шеринга как всеобщего тренда последних лет (от моделей такси, автомобилей, самокатов, до файлов и других цифровых объектов), потребность в укреплении имиджа (зачастую шеринг связан с потерей части рабочих мест и негативно воспринимается обществом, например BlaBlaCar), усилении информационной безопасности своих клиентов (что, например, потребует дополнительных функций в приложении).

Углубленные контент-исследования. *Иерархический кластерный анализ слов* (hierarchical cluster analysis of words) позволяет выделить ключевые тренды в анализируемом информационном поле. Кластеры могут быть сгруппированы и определены наиболее употребляемые сочетания слов, их контекст и взаимосвязи. Для анализа были использованы пять наиболее значимых кластеров, среди которых были темы и получена соответствующая интерпретация (при разворачивании до уровня предложений), например, в одном из кластеров выделяются сочетания «шеринг автомобилей», «спортивный стиль». ИТ-компания решила сделать в маркетинговой кампании акцент на «индивидуальность» и «уникальность», «персональную безопасность», «творческий подход», «многообразие при ограниченных ресурсах», «помощи» в организации личного пространства и времени для продвижения цифровой платформы. Среди видов активностей наибольшим упоминанием пользовались автомобильные сервисы, прокат спортивного инвентаря, повседневной одежды и мебели, квартирные отели. Кластерный анализ также показал, что часто употребляемые в кластерах внешней среды слова и словосочетания «возьми», «динамичный», «сейчас», «будь быстрее», «меньше минуты» подчеркивают возможность получения сервиса аренды для потребителей в самый короткий срок, компания получила знание о конкурентном преимуществе – предложить услугу оформления шерингового сервиса в срок менее одной минуты (включая регистрацию в приложении через телефон).

Второй этап проведенного нами углубленного анализа – это построение и интерпретация *смежных сетей кодов по заданному слову* (co-occurrence network of codes), заключающийся в поиске характера, силы взаимосвязей и контекста интересующих менеджеров слов. Ключевыми словами для кодирования стали. Для ИТ-компания мы сконцентрировались на требованиях к информационной и физической безопасности пользователей приложения, например, какие знания необходимы клиентам для принятия решений об аренде жилья или автомобиля и какие знания о клиентах необходимы сервисам для того, чтобы обеспечить безопасность других пользователей приложения. Ключевое слово «безопасность» было использовано в рамках углубленного метода анализа смежных сочетаний, например, обязательным условием многих локальных сервисов является составление рейтинга клиентов, а также предоставления истории предыдущих шеринговых активностей клиентов и их впечатлений. Данное направление предполагает акцентирование внимания на репутации клиентов как ключевом элементе интеллектуального капитала ИТ-компания, которая создает приложение-агрегатор. Клиентский сервис должен отвечать за скоринг, верификацию пользователей, предоставлять варианты страхования ответственности пользователей для сохранения имущества. Кроме того, необходимо позиционировать в рекламной компании мобильного приложения даже дезинфекцию предметов, подлежащих шерингу, что снижает риски пользователей в свете последнего социально-экономического кризиса.

По результатам анализа менеджеры и специалисты компании создали идеализированную модель универсального доверительного, безопасного профиля клиента в общей шеринговой социальной сети и поддержки максимального числа предложений для каждого вида жизненной активности. Например, в сфере передвижения, использования вещей, спортивного инвентаря, пространства для жилья и прочих физических и цифровых объектов. Для практической реализации были выбраны отдельные направления данной универсальной модели с перспективой доработки в будущем. Роль агрегатора функций разрозненных приложений сферы шеринговых услуг является привлекательной для компании, но сложной для реализации. Таким образом, компания стремится управлять знаниями своих клиентов, создавая платформу, где сопоставляются и оптимизируются интересы клиентов и шеринговых фирм, это приведет к еще более эффективным индивидуальным решениям в эпоху Индустрии 4.0.

В первую очередь предложенная методика анализа данных и подходы к интерпретации позволяют

осуществлять поддержку в принятии управленческих решений. Во-первых, анализ больших данных способен помочь управленцам в выявлении закономерностей в тех областях, где человеческие интеллектуальные ресурсы ограничены и где требуется высокая скорость обработки и интерпретации значительного количества текстовых данных. Во-вторых, стратегический анализ таких данных позволяет соблюсти в большей степени, чем с использованием традиционных методов обработки информации, принцип полноты и достаточности информации, необходимой для поддержки принятия решений. В-третьих, он позволяет систематизировать внутренние подходы и выявить тренды, которые встраиваются в подсистему индивидуального управления знаниями топ-менеджеров и используются ими для формирования стратегического видения.

Заключение

Анализ кейса ИТ-компании с помощью предложенной методики анализа показал большую дифференциацию в спектре задач по стратегическому управлению знаниями, стоящих перед компаниями. ИТ-компания использовала большие данные для позиционирования нового программного продукта, связанного с шеринговой экономикой, разрабатываемого для поддержки своей бизнес-модели (value network), целью которой является создание платформы, где бы встретились интересы потенциальных пользователей услуг шеринговых компаний и представителей бизнеса, который предоставляет в аренду оборудование для временного пользования. Разведочный стратегический анализ привел к получению нового знания – при разработке мобильного приложения по агрегации шеринговых сервисов необходимо сочетание объединенного разнообразия функций приложения и безопасности клиентов (информационной и физической), что повысит привлекательность предложения для новых групп пользователей, которые еще не включились в общий шеринговый контекст. Стратегический анализ поддерживает стремление компании к обновлению понимания элементов внешней среды, которая связана с дальним и ближним окружением компании: менеджеров в большинстве случаев интересуют тренды потребительского и конкурентного поведения, динамики изменения рыночной конъюнктуры, потенциальные возможности нового использования продуктов, перспективы технологического обновления отраслей присутствия, что позволяет расширить привычные границы стратегического анализа.

Список литературы

1. Rajput S., Singh S. P. Industry 4.0 – challenges to implement circular economy // *Benchmarking: An International Journal*. – 2019. – № 1. – 1. – С. 1–23.
2. Bordeleau F. E., Mosconi E., de Santa-Eulalia L. A. Business intelligence and analytics value creation in Industry 4.0: a multiple case study in manufacturing medium enterprises // *Production Planning and Control*. – 2020. – № 31. – 2–3. – С. 173–185.
3. Intezari A., Gressel S. Information and reformation in KM systems: big data and strategic decision-making // *Journal of Knowledge Management*. – 2017. – № 21. – 1. – С. 71–91.
4. Hesamamiri R., Mahdavi Mazdeh M., Bourouni A. Knowledge-based strategy selection: a hybrid model and its implementation // *VINE Journal of Information and Knowledge Management Systems*. – 2016. – № 46. – 1. – С. 21–44.
5. Kodama M. Knowledge-based view of corporate strategy // *Technovation*. – 2006. – № 26. – 12. – С. 1390–1406.
6. Tabesh P., Mousavidin E., Hasani S. Implementing big data strategies: A managerial perspective // *Business Horizons*. – 2019. – № 62. – 3. – С. 347–358.
7. Özemre M., Kabadurmus O. A big data analytics based methodology for strategic decision making // *Journal of Enterprise Information Management*. – 2020. – № ahead-of-p. – ahead-of-print. – .
8. Lin C., Kunnathur A. S., Li L. Conceptualizing big data practices // *International Journal of Accounting & Information Management*. – 2020. – № 28. – 2. – С. 205–222.
9. Fisher D., DeLine R., Czerwinski M., Drucker S. Interactions with big data analytics // *Interactions*. – 2012. – № 19. – 3. – С. 50.

10. Koichi H. A Two-Step Approach to Quantitative Content Analysis: KH Coder Tutorial Using Anne of Green Gables (Part I) // *Ritsumeikan Social Sciences Review*. – 2016. – № 12. – 1. – С. 77–91.
11. Angus A., Westbrook G. Top 10 Global Consumer Trends 2020 // *Euromonitor International*. – 2020. – № 1. – 1. – С. 1–80.
12. Sniderman B., Monika M., Cotteleer M. J. Industry 4.0 and manufacturing ecosystems // *Deloitte University Press*. – 2016. – С. 1–23.
13. Ghobakhloo M. The future of manufacturing industry: a strategic roadmap toward Industry 4.0 // *Journal of Manufacturing Technology Management*. – 2018. – № 29. – 6. – С. 910–936.

© Колясников М.С. 2020

УДК 331.1

РАЗВИТИЕ СИСТЕМ НЕМАТЕРИАЛЬНОГО СТИМУЛИРОВАНИЯ ТРУДА ПЕРСОНАЛА С ПРОШЛОГО ВЕКА ДО НАШИХ ДНЕЙ

РОМАДОВА ЛИДИЯ НИКОЛАЕВНАстудентка магистратуры
ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет» (УРГЭУ)

Аннотация: Статья посвящена обзору развития, подходов, принципов и разновидностей организации нематериального стимулирования персонала на предприятиях, классификации по группам и потребностям, с историческим экскурсом к истокам этого явления.

Ключевые слова: теории мотивации, стимулирование труда, система нематериального стимулирования персонала, потребности, группы мотивации.

THE DEVELOPMENT OF NON-MATERIAL STIMULATION OF THE PERSONNEL FROM THE LAST CENTURY TO THE PRESENT DAY

Romanova L. N.

Abstract: The article is devoted to the review of the development, approaches, principles and types of organization of non-material incentives for personnel in enterprises, classification by groups and needs, with a historical excursion to the origins of this phenomenon.

Key words: motivation theories, labor incentives, non-material incentive system for personnel, needs, motivation groups.

Понятие «мотивация» в менеджменте является одной из основных функций управленческого персонала. И функция эта заключается в том, чтобы применить к персоналу организации систему стимулов для достижения эффективности трудового процесса и, как результат, поставленных перед предприятием целей. В основе мотивационного управления лежит процесс стимулирования человека через удовлетворение его разнообразных потребностей, как физиологических, так и духовных. На протяжении десятилетий было создано большое количество теорий, ученые спорили и искали более подходящие системы стимулирования эффективного труда.

Если оглянуться назад, то с середины XX века было разработано несколько групп теорий мотивации: содержательные теории (Маслоу и др.); процессуальные теории (Врум и др.); теории, основанные на отношении человека к труду (Макгрегор и др.). Потребности были разделены на первичные, генетически заложенные, и вторичные, приобретенные на основе жизненного опыта. Конечно удовлетворение физиологических потребностей, потребности в безопасности и социальных потребностей очень важно. Но, ключ к эффективной работе персонала компании кроется в хорошем понимании этих теорий, знании психологии и личностных качеств сотрудников конкретного предприятия. Если хорошо понимать, что движет человеком, побуждает его к действию, к чему стремится каждый конкретный сотрудник, то можно наладить работу компании таким образом, чтобы не было необходимости принуждать сотрудников добросовестно трудиться. Люди будут сами стремиться хорошо выполнять свою работу, без постоянного контроля. И это будет наиболее результативно и для персонала, и для выполнения целей предприятия [1, 2, 3].

Можно долго рассуждать на тему: что важнее – удовлетворение материальных потребностей персонала или духовных. Конечно нельзя отрицать роль денежного вознаграждения за труд для мотивации трудовой деятельности персонала, оно чрезвычайно важно. Однако не менее важны и другие стимулы, такие как справедливая оценка личного вклада, соответствующее этому вознаграждение, и не всегда материальное, индивидуальный подход к потребностям каждого и многое другое. И хотя нематериальная мотивация гораздо сложнее, при правильном, взвешенном подходе и разумном сочетании с материальными стимулами, прекрасно работает. Понимание этого приводит к разработке и внедрению разнообразных систем нематериального стимулирования труда сотрудников предприятий.

Однако процесс развития и применения нематериального стимулирования труда персонала имеет не такую уж длинную историю. В условиях жестокой эксплуатации рабского труда, во времена крепостного права, либо на этапе становления капитализма во время промышленной революции собственники недооценивали эту грань процесса повышения производительности труда. Следствием полной незаинтересованности и равнодушия к результату трудовой деятельности рабов являлась чрезвычайно низкая эффективность деятельности рабовладельческих хозяйств. Как впрочем, и неэффективность крепостных крестьян, особенно при помещиках – самодурах и подневольных рабочих на фабриках времен Петра 1, высокая смертность рабочих и частые бунты. Все это тормозило развитие производства. Развитие стимулирования труда прошло через этап чистого материального вознаграждения в очень короткие сроки, постепенно добавляя нематериальные стимулы для персонала компаний. Ведь уже в начале прошлого века в СССР существовало санаторно-курортное лечение для трудящихся на базе перепрофилирования экспроприированных дворцов бывших царей и помещиков.

Постепенно арсенал систем нематериального стимулирования персонала пополнился несколькими группами стимулов: социальной мотивацией, психологической мотивацией, моральной мотивацией и организационной мотивацией. Группа социальной мотивации включает в себя разные виды страховок, в том числе медицинскую, предоставление возможности дополнительного обучения и совершенствования профессиональных навыков, возможность карьерного роста и участия в принятии важных решений для коллектива и предприятия в целом [4, 5, 6].

Группа психологической мотивации удовлетворяет важнейшую человеческую потребность – потребность общения. Данная группа стимулирования персонала нацелена на создание благоприятного психологического климата в рабочем коллективе, комфортного каждому сотруднику. Важную роль при создании этой мотивации играет авторитет руководителя и регулярное проведение корпоративных мероприятий. Моральная мотивация персонала основывается на потребности сотрудников в уважении со стороны своих коллег и руководителей. Для признания заслуг наиболее часто используют такие способы благодарности как устная публичная похвала, выдвижение на доску почета, присвоение знаков отличия и вручение грамот. Организационная мотивация персонала проявляется со стороны заботы о работниках, эргономической и безопасной организации его рабочего места, организации питания и отдыха персонала в рабочее время. Для этого могут открываться столовые или буфеты на предприятии, обустриваться спортивные залы и комнаты отдыха.

Развитие систем нематериального стимулирования труда персонала в настоящее время позволило любому предприятию создавать и использовать собственные способы, учитывающие индивидуальные особенности производства, состава персонала, корпоративных ценностей и собственной системы менеджмента. Эффективность той или иной мотивационной системы в практической деятельности во многом зависит от органов управления [7, 8, 4, 9].

Сейчас вряд ли надо кого-либо убеждать, что мотивация является основополагающим фактором побуждения работников к высокопроизводительному труду. В свою очередь функционирование систем мотивации, их разработка преимущественно зависят от работников аппарата управления, от их квалификации, деловых качеств и других качественных характеристик.

В настоящее время добиться успеха, игнорируя проблему мотивации персонала, нельзя. Осуществление программ стимулирования труда всегда требует больших затрат, но эффект, который они могут принести, значительно больше. Ведь именно сотрудники являются главным ресурсом любой компании.

Эффективность их работы определяет результат деятельности организации. Достичь наибольшей отдачи можно только в том случае, если выгоду от труда работника имеет и компания, и он сам. Поэтому для достижения наилучших результатов работы компании необходимо найти те мотивы, которые движут каждым сотрудником в его трудовой деятельности, и создать ему такие условия, чтобы он мог и хотел выполнить поставленные перед ним задачи.

Список литературы

1. Евтихов, О. В. Управление персоналом организации [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению 080200.68 "Менеджмент" (магистратура) / О. В. Евтихов. - Москва: ИНФРА-М, 2014. - 297 с. (25.07.2020)
2. Кибанов, А. Я. Управление персоналом организации. Экономическая библиотека [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://econom-lib.ru/4-48.php> (17.07.2020)
3. Электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://znanium.com/go.php?id=446364> (14.08.2020)
4. Дейнека, А. В. Управление персоналом организации. «Дашков и К», 2017 «PSYERA» Психологическое сообщество [Электронный ресурс] - Режим доступа: https://psyera.ru/metody-stimulirovaniya-truda_9626.htm (25.07.2020)
5. Маслова, В. М. Управление персоналом [Электронный ресурс]: толковый словарь / В. М. Маслова. - Москва: Дашков и К°, 2013. - 120 с. [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://znanium.com/go.php?id=430458> (25.07.2020)
6. Гребенцов П. А. Особенности мотивации труда персонала промышленных предприятий // Молодой ученый. - 2018. - №7. —С. 54-57. [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/193/48457/> (08.08.2020)
7. Данилова И. С., Чепурнова Ю. М. Совершенствование системы стимулирования труда персонала // Молодой ученый. - 2016. - №11. - С. 691-702. [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/115/30768/> (29.07.2020)
8. Петрова, Т.И., Грабницкая, Т.А. «Особенности управления мотивацией труда педагогических работников в современных социально-экономических условиях». Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-upravleniya-motivatsiey-truda-pedagogicheskikh-rabotnikov-v-sovremennyh-sotsialno-ekonomicheskikh-usloviyah> (06.08.2020)
9. Студми. Учебные материалы для студентов [Электронный ресурс] - Режим доступа: https://studme.org/34721/menedzhment/upravlenie_sistemoy_motivatsii_stimulirovaniya_trudovoy_deyatelnosti_personala (15.08.2020)

© Л.Н. Ромадова, 2020

УДК 33

ИННОВАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

ЕРМЕК АЯН

Студент, Экономика и бизнес,
Международный университет информационных технологий
Алматы, Казахстан

Аннотация. В статье рассмотрены основополагающие понятия менеджмента инноваций. Его следует оценить как совокупность действий, которые обеспечивают становление предприятия. Инновационный менеджмент используется для эффективного управления процессом разработки, внедрения, производства и коммерциализации инновации, при этом важным моментом является совершенствование координирующих действий операционной системы производства, управления персоналом и осуществление контроля над инновационным процессом. Проанализированы проблемы инновационного становления в России и предложены основные методы их решения.

Ключевые слова: инновации, инновационный процесс, менеджмент, инновационный продукт, предприятие.

INNOVATION MANAGEMENT

Yermek Ayan

Abstract. The article discusses the fundamental concepts of innovation management. It should be assessed as a set of actions that ensure the formation of the enterprise. Innovation management is used to effectively manage the development, implementation, production and commercialization of innovation, while improving the coordinating actions of the production operating system, personnel management and control over the innovation process is an important point. The problems of innovative development in Russia are analyzed and the main methods of their solution are proposed.

Key words: innovation, innovation process, management, innovative product, enterprise.

Постановка проблемы в общем виде. Практика мировых и российских компаний показывает, что основную роль на предприятиях в кризисных условиях играют рациональное использование всего потенциала компании, умелая организация и управление ею.

Организации нуждаются в инновации, так как именно они обеспечивают эффективный результат в организационной, финансовой, производственной сферах.

В условиях повышенной конкуренции на российских рынках у потребителей повышаются требования к предоставляемым им продуктам и услугам, поэтому постоянные нововведения могут стать одним из факторов получения конкурентных преимуществ.

Анализ последних исследований и публикаций. Проблемы инновационного менеджмента исследуются в трудах В. Плакиды, Л. Федуловой, И. Мойсеенко, И. кукурузы, М. Хучека, Ю. Морозова и др.

Анализ обработанной научной литературы позволяет сделать вывод о наличии значительного количества научных трудов отечественных и зарубежных авторов по данной теме, однако проблема инновационного становления в России остается малоисследованной.

Формулировка целей статьи. Выявить основополагающие понятия менеджмента инноваций и проанализировать функции и стадии инноваций на современных предприятиях, исследовать проблемы инновационного становления в России, разработать основные методы их решения.

Изложение основного материала исследования. Инновационный менеджмент - система, в которой факторы взаимодействуют между собой, которые нацелены на достижение или поддержание

нужного уровня жизнеспособности и конкурентоспособности предприятия с помощью механизмов управления инновационными процессами [1, с.8]. Инновационный процесс - это процесс создания, освоения, распространения и применения инновации [2, с.86].

Инновация - процесс создания, распространения и применение нововведения, который способствует становлению и росту результативности работы фирмы для удовлетворения определенных потребностей [4, с.62]. Она может употребляться как к продукту и услуге, так и к способу их производства. Это значение может быть применено также к любой модернизации, что обеспечивает экономию расходов или создает данные для такой экономии. Нововведение - это внедрение новых идей, которые в конечном итоге приобретают форму продукта, услуги или нового производственного процесса [3, с. 48].

Инновационный продукт является результатом выполнения инновационного плана и научно-исследовательской и (или) опытно-конструкторской разработки новой спецтехнологии (в том числе информационной) или продукции с изготовлением экспериментального примера или опытной партии [5, с. 13]. Инновационный проект включается в комплект необходимых документов, в которых прописаны все нужные процедуры и комплекс мер (в том числе инвестиционных) в отношении создания и реализации инновационного продукта и (или) инновационной услуги [6, с. 123].

Цель инновационного менеджмента заключается в очерке основополагающих направлений научно-технической и производственной деятельности компании в таких сферах ее деятельности [7, с. 14]:

- разработка, улучшение и внедрение новой продукции;
- дальнейшая модернизация и развитие устаревших рентабельных производств;
- закрытие неприбыльных производств.

Осуществление инновационного менеджмента предусматривает: разработку и реализацию планов и программ инновационной деятельности; надзор за ходом разработки инновационной продукции и дальнейшее внедрение; рассмотрение планов создания новых товаров; проведение целостной инновационной политики: координации деятельности в производственных подразделениях; обеспечение финансами программ инновационной деятельности; обеспечение инновационной деятельности квалифицированным персоналом; создание временных целевых групп для комплексного решения инновационных задач – от идеи до серийного производства товаров.

Задачи инновационного менеджмента: постижение состояния сферы хозяйственной деятельности и хозяйствующих систем, осуществляющих инновации; постижение специфики самого инновационного процесса.

Объектом инновационного менеджмента могут выступать инновационный процесс, отдельно взятая инновация или инновационная деятельность в целом.

Предмет инновационного менеджмента составляют отношения, возникающие в процессе управления производством и внедрением инноваций различного типа [9, с. 13].

Перечень задач, которые решаются в пределах инновационного менеджмента, исключительно широкий. К продуктовым инновациям относятся:

- анализ рынка для нового продукта или услуги;
- прогноз продолжительности и стадий жизненного цикла нового товара;
- определение методов продажи нового продукта;
- исследование конъюнктуры рынков сбыта;
- подбор соответствующих субподрядчиков (контрагентов) по плану создания нового продукта;
- обзор патентной чистоты нового товара, методов его обеспечения, планирования способов охраны нового продукта;
- выбор вариантов конкурентной стратегии с возможными соперниками по поводу осуществления инноваций;
- совокупный обзор затрат, цены, объема производства и сбыта нового продукта для планирования оптимального объема выпуска;
- оценка производительности инновационного плана и его привлекательности для инвесторов, разработка механизма привлечения инвестиций;
- обзор связанных с планом рисков, выбор способов их минимизации и страхования;

- определение результативной маркетинговой стратегии;
- обзор рациональности и выбор формы передачи новых спецтехнологий, которые применяются во время производства товара:

- отбор и оценка идей по созданию новых товаров;
- стимулирование и управление кадрами, которые разрабатывают и производят новые товары;
- обеспечение благоприятного микроклимата и предпринимательской культуры на предприятии.

Целями инновационного менеджмента являются определенные задачи, которые решаются в определенных хозяйственных ситуациях на определенных этапах реализации общей инновационной стратегии компании особенно оптимальным и результативным методом. Это такие цели инновационного менеджмента, как разработка и внедрение нововведений, инвестиционная деятельность, направленная на финансирование этих нововведений, обучение и дальнейшее продвижение квалифицированного персонала, непрерывное улучшение научной базы и научно-исследовательской и опытно-конструкторской работы (НИОКР), а также способов и приемов управления.

Каждый из ученых, изучавших инновационный менеджмент, предлагает свою классификацию инноваций. Вот некоторые из них.

Классификация инноваций можно представить так:

- 1) по типу: продуктовые, технологические, сырьевые, организационные, сбытовые и инфраструктурные;
- 2) по новизне места внедрения: новая ветка (новое производство), присутствует ветка (имеющееся производство);
- 3) по инновационной функции: базовые, улучшающие и псевдоинновации.

Систематизировать инновации нужно по: степени могущества; уровню разработки и распространения; степени новизны и глубиной изменений; масштабу инновационных процессов; сфере распространения; содержанию и сфере использования; целеустремленности действий.

Функции инновации отражают ее назначение в экономической системе государства и роль в хозяйственном процессе. Во время реализации инновации, предложенной к продаже, происходит обмен «деньги – инновация». Денежные средства, полученные предпринимателем в результате такого обмена, покрывают затраты на создание и продажу инноваций, приносят выручку от реализации инноваций, являются толчком к созданию новых инноваций и источником финансирования нового инновационного процесса.

Развитие инновационного процесса возможно лишь тогда, когда в компании наблюдается рост инвестиций. Значимость этой отрасли инвестирования определяется влиянием технологических укладов на воспроизводственные процессы, необходимость восстановления элементов основного и оборотного капитала, освоение выпуска новых товаров для роста конкурентоспособности. Инновационная целеустремленность инвестиций в рыночной экономике является сильным фактором экономического роста, определяет стабильную, эластичную, прекрасно отлаженную систему инвестирования и связанные с ею механизмы.

Инновационный процесс – процесс, заключающийся в создании, распространении и применении новшеств [7, с.44].

Это реформирование новых видов и методов человеческой жизнедеятельности (новшеств) в общественно-культурные нормы и примеры, которые обеспечивают их институциональное оформление, интеграцию и закрепление в культуре социума.

Инновационные процессы выражают суть процессов общественных изменений, характеризующих источник становления социума. Эти процессы носят дискретный, традиционно циклический характер, узко связанный с жизненным циклом нововведения, направленный не на сохранение имеющегося, а на его трансформацию, на переход в иное качество, с неизбежным риском неоптимальности или даже нежизнеспособности предлагаемого, с ревизией устаревших норм, а неоднократно и с их заменой.

Получается, что каждый ход инновационного процесса необходимо отслеживать и корректировать на основе информации, которая передает состояние рынка инноваций о достижениях соперников, о запросах потенциальных покупателей и др. На основе этого принимается решение о дальнейшем

становлении инновационного процесса или о его прекращении (в случае, скажем, если соперник опередил с изготовлением аналогичного товара с лучшими потребительскими характеристиками).

Учитывая все последние политические события, которые происходят в России, на фоне катастрофической девальвации национальной валюты, а также растущей инфляции и увеличения уровня безработицы, исключительно востребованной составляющей частью развития экономики нашей страны становятся процессы инновационного развития [4, с.62].

Перманентная реструктуризация и диверсификация спецтехнологий производства, выбора выпускаемых товаров, способов организации производства и управления, а также приемов маркетинга стратегии становятся не только значимыми константами конкурентной рыночной стратегии современного предприятия, но и играют ключевую роль в экономическом и социальном становлении социума.

Становится очевидным, что успех перспективных экономических реформ невозможен без активации инновационных процессов на всех ярусах экономической системы.

На сегодняшний день среди проблемных вопросов инновационной сферы России преимущественно определяют четыре основных [1, с.12]:

- отсутствие финансирования программ по инновационной деятельности;
- несогласованность интересов государства и представителей организационных конструкций;
- стремительное развитие НТП и неторопливое внедрение нововведений в технике и спецтехнологии производства;
- низкий уровень охраны умственной собственности.

Основными путями активации инновационной деятельности в России могут быть:

- надлежащий уровень охраны умственной собственности;
- подготовка высококвалифицированных кадров, которые смогут обеспечить развитие инновационной сферы;
- поддержка условий внедрения инноваций преимущественно отечественными учеными;
- создание льгот компаниям для внедрения инновационного товара;
- создание благоприятного для инноваций микроклимата;
- грамотное разделение финансовых источников на различные сферы развития.

Для роста результативности инновационной деятельности предприятий государству нужно:

- создать законы и нормативы по внедрению инноваций в государство как на областном, так и на территориальном уровне;
- разработать планы по финансированию предприятий для результативного внедрения ими инноваций;
- ввести льготы предпринимателям для введения инноваций в производство так, чтобы сами предприниматели были в этом заинтересованы.

Выводы. Рассмотрено понятие инновационного менеджмента, которое определяется как взаимосвязанный комплекс действий, нацеленный на достижение или поддержание необходимого уровня жизнеспособности и конкурентоспособности предприятия с помощью механизмов управления инновационными процессами.

Инновационный менеджмент - система, в которой факторы взаимодействуют между собой, которые нацелены на достижение или поддержание нужного уровня жизнеспособности и конкурентоспособности предприятия с помощью механизмов управления инновационными процессами [2, с.90].

Инновационный процесс – это процесс создания, освоение, распространение и применение инновации [3, с.35]. Весь ход этого процесса должен отслеживаться и корректироваться на основе информации о состоянии рынка инноваций: о достижениях конкурентов, о запросах потенциальных потребителей и прочее. На основе этого принимается решение о дальнейшем развитии инновационного процесса или о его прекращении.

Для эффективной реализации программ инновационного развития необходима соответствующая государственная поддержка. Значительная роль государства в процессах коммерциализации технологий определяется политикой государства, направленной на создание экономики инновационного типа. Рассмотрены основные проблемы в формировании и реализации государственной инновационной по-

литики в России.

Исходя из вышеперечисленных проблем, были выделены основные факторы, на которых должно базироваться инновационное развитие России.

Список литературы

1. Лучко М.Л. Развитие инноваций: традиции, современность и будущее // Научные исследования экономического факультета. Электронный журнал. – 2018. - №1. – С.8-12.
2. Матросова В. О. Современные теоретико-методические подходы к оценке эффективности использования инновационного потенциала предприятия / В. О. Матросова, Ю.В. Гончар, К. В. Романчук // Экономика. – 2018. - №66. – С. 86-96
3. Морозов Ю.П. Инновационный менеджмент: [учеб. пособ. для вузов] / Ю.П. Морозов. – М.: ЮНИТИ, 2001. – 214 с.
4. Николаев А. И. Инновационное развитие и инновационная культура / А. И. Николаев // Наука та наукознавство. – 2018. - № 2. – С. 62
5. Реутов В. Е. Экономика и организация инновационной деятельности / В. Е. Реутов // Инвестиции: практика и опыт. – 2018. - № 23. – С. 13-15
6. Стеченко Д. М. Ориентиры активизации инновационной деятельности промышленных предприятий в конкурентной среде / Д. М. Стеченко // Теоретические и прикладные вопросы экономики. – 2018. - № 21. – С. 123-127
7. Хучек М.В. Инновации на предприятиях и их внедрение / М.В. Хучек – М.: Луч, 2002. – 258 с.
8. Холодкова Л. А. Необъятность инноваций / Л. А. Холодкова // Инновации. – 2018. - № 7. – С. 4-15.
9. Черный Л. Е. Роль инновационной деятельности в увеличении прибыли предприятия / Л. Е. Черный // Экономика. Финансы. Право. – 2017. - №8. – С. 13-17.

УДК 331.1

СИСТЕМЫ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА: ТЕНДЕНЦИИ ПОСЛЕДНИХ ЛЕТ

РОМАДОВА ЛИДИЯ НИКОЛАЕВНАстудентка магистратуры
ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет» (УРГЭУ)

Аннотация: Статья посвящена анализу систем мотивации и популярности различных методов стимулирования в течение последних трех лет как по мнению персонала, так и с позиции руководителей компаний. Так же проведен анализ инновационных методик мотивации сотрудников различных компаний, тенденций и путей развития.

Ключевые слова: системы стимулирования труда, способы мотивации, рейтинг способов мотивации, соцпакет, персонал.

PERSONNEL MOTIVATION SYSTEMS: RECENT TRENDS

Romanova Lidiya Nikolaevna

Annotation: The article is devoted to the analysis of motivation systems and the popularity of various incentive methods over the past three years, both in the opinion of staff and from the position of company managers. The analysis of innovative methods of motivation of employees of various companies, trends and ways of development is also carried out.

Keywords: labor incentive systems, motivation methods, rating of motivation methods, social package, personnel.

Рассматривая персонал компании, как наиболее важный стратегический ресурс, становится понятна важность разработки и внедрения эффективной системы мотивации и стимулирования труда. В современных условиях данные процессы являются одними из основных способов повышения эффективности коммерческой деятельности. Системы мотивации и стимулирования труда персонала зависят от множества внешних и внутренних факторов, от направления деятельности компании, преобладания определенных поколений среди сотрудников и много другого, они развиваются и меняются, отвечая потребностям производства и общества. Система мотивации, слепо скопированная у кого то, не будет работать с такой же эффективностью. К выбору нужно подходить, учитывая особенности имеющихся сотрудников и традиций компании, адаптируя ее в дальнейшем к вызовам действительности.

По результатам исследований экспертов Аналитического центра НАФИ в области стимулирования труда с точки зрения популярности различных методов мотивации среди сотрудников в настоящее время прослеживается тенденция существенного увеличения привлекательности бонусов и премий. По сравнению с 2018 годом рост привлекательности данного способа стимулирования труда произошел на 13 %. На рисунке 1 приведены данные исследований привлекательности с точки зрения опрошенных сотрудников различных способов мотивации с 2017 по 2019 годы.

Доля работников, для которых больше важен социальный пакет, сократилась с 40 % в 2017 г. до 27 % в 2019 г. Третье место в рейтинге способов мотивации заняли корпоративные мероприятия, организуемые работодателем. Однако важность их для сотрудников с 2017 г. снизилась на 11 %. В качестве мотивирующих факторов россияне стали реже упоминать дополнительные отгулы и выходные дни (15 % работающих), а также тринадцатую зарплату (14 %). Последние места заняли способы моти-

вазии, как подарки, оплата обучения и оборудованные места для отдыха (указали 6 – 7 % работающих). Доля предприятий, сотрудники которых считают, что в компания не использует никаких методов мотивации и стимулирования труда не меняется последние 3 года и составляет 26 % от количества опрошенных. Это говорит о том, что почти треть руководителей предприятий не использует этот аспект повышения эффективности коммерческой деятельности своей фирмы.



Рис. 1. Динамика использования методов мотивации с 2017 по 2019 гг. [1, 2, 3]

Исследования показывают также расхождение предложений руководителей предприятий по формированию систем стимулирования труда персонала и предпочтениями их сотрудников. Рассмотрим это на примере наполнения соцпакета. На рисунке 2 приведена диаграмма среднестатистического наполнения соцпакета, действующего в 2019 г., на рисунке 3 приведены данные, характеризующие пожелания сотрудников.

Как видно из рисунков, большинство работодателей (26 %) предлагают в соцпакете полис ДМС, тогда как большинство сотрудников предпочли бы льготные путевки (47 % опрошенных), а потом уже полис ДМС. А льготные путевки в соцпакете предлагает всего 10 % предприятий. Оплата питания, проезда, обучения и мобильной связи в настоящее время соответствует по предложению предпочтениям сотрудников. Абонементы на фитнес и в бассейн более привлекательны среди сотрудников, чем среди предложений работодателей – 14 % против 3 %. Используя данные опросов можно было бы повысить мотивацию, адаптировав систему стимулирования труда под потребности сотрудников. Однако и здесь нужно подходить, учитывая особенности трудового коллектива: в женском коллективе больше подойдет абонемент на йогу, нежели оплата секции бокса.

В успешных компаниях внедрены собственные системы, с периодической оценкой эффективности их работы и изменениями при необходимости. Например, в технологической компании Neti используются такие инструменты, как ящик идей — «Кайдзен», зеленые карточки (Code green), красные карточки (Code red), событийный соцпакет, гибко подстроенный под нужды всех сотрудников и меняющийся в течение года. Маркетинговое агентство «Биплан» внедрило систему для поднятия общей атмосферы в коллективе с пятничной лотерей, утренней зарядкой и игрой в «Форт Боярд», не ограничиваясь материальной схемой «результат – награда». Маркетплейс для поиска репетиторов «Preply.com», не ограничиваясь материальным стимулированием сотрудников, внедрила личные бонусы, возможность гиб-

кого графика и интересные корпоративные мероприятия. Ну и конечно, не стоит забывать, что проявление внимания к людям, личные поздравления и похвала руководства помогают сотрудникам чувствовать себя в компании комфортно [4].



Рис. 2. Статистика наполнения соцпакета работодателем в 2019 г. [1, 2, 3]



Рис. 3. Предпочтения персонала по наполнению соцпакета в 2019 г. [1, 2, 3]

Чтобы лучше понять, что же делает сотрудника мотивированным, можно воспользоваться результатами исследования общественного мнения, проведенным компанией «Wrike». Компания провела опрос среди более 5000 взрослых специалистов из США, Великобритании, Франции, Германии и Австралии, работающих на полной ставке в организациях, насчитывающих более 500 сотрудников. Итак, почему же сотрудники считают себя высокомотивированными:

43 % – Им нравится их работа и занимаемая должность.

40 % – Они успешно сотрудничают с коллегами.

26 % – Они понимают, какой вклад вносят своей работой в достижение стратегических целей компании.

22 % – Они считают, что начальство высоко оценивает их усилия.

21 % – Они верят в миссию своей компании и чувствуют свой вклад в общее дело.

20 % – Благодаря принятой в их компании корпоративной культуре они пользуются уважением и доверием со стороны коллег.

20 % – У них есть все необходимые инструменты, поддержка и материалы для эффективной работы.

19 % – Они уверены, что получают справедливую оплату за свой труд.

16 % – Их рабочая нагрузка хорошо сбалансирована, и им не приходится перерабатывать.

16 % – У них есть четкий план карьерного развития и возможности для профессионального роста.

9 % – Генеральный директор мотивирует и вдохновляет их [5].

Как видно из проведенных исследований, разработка успешной стратегии создания системы мотивации персонала для предприятия является важным инструментом повышения его эффективности. При правильном подходе и учитывая множество факторов можно создать команду единомышленников, продуктивно работающих для процветания компании.

Список литературы

1. Директор по персоналу. Практический журнал по управлению человеческими ресурсами [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://www.hr-director.ru/news/67449-qqn-19-m10-statistika-populyarnye-sposoby-motivatsii-v-2019-godu> (12.08.2020)

2. Блог профессионального сообщества менеджеров по персоналу. [Электронный ресурс] - Режим доступа: http://hr-elearning.ru/wp-content/uploads/2018/08/1motivaciya_kompaniy.jpg (12.08.2020)

3. Аналитический центр НАФИ [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://nafu.ru/analytics/sotspaket-ili-dengi-chem-rabotodateli-motiviruyut-sotrudnikov/> (19.08.2020)

4. Контур журнал «Мотивация персонала в кризис: материальные и нематериальные способы» [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://kontur.ru/articles/4683> (21.08.2020)

5. «Статистические данные о мотивации сотрудников на начало 2020 года». Официальный сайт компании «Wrike» [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://www.wrike.com/ru/blog/statisticheskie-dannye-o-motivatsii-sotrudnikov-na-nachalo-2020-goda/> (14.08.2020)

© Л.Н. Ромадова, 2020

УДК 005.95

СМАРТ-ТЕХНОЛОГИИ В УПРАВЛЕНИИ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ

ЯКОВИН АНДРЕЙ ЮРЬЕВИЧ

Студент

ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет»

Аннотация: с приходом глобальной экономики знаний и цифровой трансформации поменялись подходы и методы к управлению человеческими ресурсами. Всё большую роль в компаниях играют измерения и расчет, стремление к точности вычислений, мониторинга для оптимизации производительности персонала и прогнозирования тенденций на будущее. Все эти аспекты привлекли за собой появление новой отрасли смарт-технологий. В статье рассмотрены основные воздействия, которые могут оказывать Интернет-технологии на управление человеческими ресурсами.

Ключевые слова: человеческие ресурсы, смарт-технологии, данные о людях, HR-деятельность, HR-инструменты, управление персоналом.

INTELLIGENT TECHNOLOGIES IN HUMAN RESOURCE

Yakovin Andrey Yurevich

Abstract: with the advent of the global knowledge economy and digital transformation, approaches and methods to human resource management have changed. An increasing role in companies is played by measurement and calculation, the pursuit of accuracy of calculations, monitoring to optimize staff performance and predict trends for the future. All of these aspects have attracted the emergence of a new smart technology industry. The article discusses the main impact that Internet technologies can have on human resource management.

Key words: human resources, smart technologies, data about people, HR activities, HR tools, personnel management.

Сегодня человек воспринимается как главный ресурс и самый значимый источник богатства компании. Качественно подобранный и обученный персонал является важнейшей составляющей конкурентоспособности предприятия. Таким образом, деятельность по совершенствованию процесса управления персоналом должна являться приоритетной задачей для каждой организации, желающей добиться долгосрочного успеха на рынке.

Любая организация в современном информационном мире, вне зависимости от того, какой бизнес она ведёт, не может обойтись без сети Интернет. Нахождение организации онлайн является необходимым и безусловным условием к эффективному развитию предприятия. Внедрение Интернет-технологий в HR-процесс освобождает профессионалов от рутинной работы. Цифровизация процессов исключает необходимость оформления документов, ускоряет выполнение многих задач и способствует более эффективной работе персонала. Цифровые технологии позволяют предприятию наиболее эффективно осуществлять подбор персонала, получать множество новых данных и качественно проводить анализ больших массивов информации, повышать узнаваемость бренда компании, а также эффективно управлять развитием персонала.

Интернет-технологии – это автоматизированная среда получения, обработки, хранения, передачи и использования знаний в виде информации и их воздействия на объект, реализуемая в сети Интер-

нет, включающая машинный и человеческий элементы [1]. Другими словами – это группа технологий, позволяющая пользователям получать доступ к информации и средствам связи через всемирную паутину. Различные сайты, социальные сети, чаты, интернет-магазины, порталы и форумы, электронная почта и многое другое – всё это можно назвать технологиями Интернет.

Традиционно доказано, что информационные и коммуникационные технологии, такие как Интернет, мобильная связь и прочие, в сфере управления персоналом, могут в значительной степени способствовать успешному выполнению кадровой политики организации. Технологический прогресс может оказать огромное влияние на отдел кадров организации. Это позволяет компании улучшать свои внутренние процессы, ключевые компетенции, соответствующие рынки и организационную структуру в целом.

Управление человеческими ресурсами включает в себя такие действия, как подбор персонала, его адаптация, оценка, обучение, развитие и другие. Основные воздействия, которые могут оказывать Интернет-технологии на управление человеческими ресурсами представлены далее.

Так, одно из взаимодействий – это управление данными и аналитика. Специалисты по подбору персонала могут полагаться на данные и видеть все процессы и результаты работы, отраженные в цифрах, принимать решения на их основе и использовать прошлый опыт в качестве основы для оптимизации текущих процессов.

Одной из основных обязанностей специалиста по персоналу является поиск и подбор специалистов, которые нужны компании в данный момент. Интернет-технологии значительно изменили подход к этим процессам. Эффективный рекрутинг и расширенный поиск кандидатов ещё одно важное воздействие, которое оказывают Интернет-технологии на управление человеческими ресурсами.

Во-первых, Интернет предоставил специалистам по персоналу возможность поиска кандидатов по всему миру. Таким образом, специалисты по персоналу могут восполнить пробел, которого не хватает их внутренней команде, и найти идеального кандидата в любой точке мира.

Во-вторых, специалисты по кадрам могут использовать расширенные инструменты (например, искусственный интеллект) для проверки резюме и обращать внимание только на такие профили, которые строго соответствуют требованиям. Это значительно ускоряет процесс поиска и помогает найти наиболее подходящих кандидатов.

Наконец, специалисты по персоналу теперь имеют доступ к различным онлайн-платформам, где они могут находить кандидатов. Доступность таких ресурсов расширяет кадровый резерв и предоставляет специалистам по кадрам новые возможности с точки зрения поиска кандидатов, увеличивается вероятность найма эффективных сотрудников.

В настоящее время существуют сотни доступных HR-инструментов, специально разработанных для облегчения и оптимизации работы специалистов по подбору персонала. Новое программное обеспечение HR включает в себя инструменты по:

- оптимизации рабочих процессов;
- созданию подробных записей сотрудников;
- организации и управлению данными о сотрудниках;
- управлению заработной платой, отпусками и бонусами и пр.

Повышение производительности труда сотрудников более чем на 41% связано с передовыми технологиями управления персоналом. Например, создание системы обратной связи позволяет менеджерам постоянно предоставлять обратную связь о производительности членам своей команды [2]. Переход к цифровой рабочей среде позволяет современным специалистам по персоналу быстрее выполнять определенные задачи и, таким образом, уделять больше внимания таким вопросам, как удовлетворенность сотрудников, оптимизация процессов найма и адаптации, мотивация сотрудников и т.д.

Фирменный брендинг является важным фактором привлечения и удержания сотрудников. Благодаря Интернету у компаний есть возможность создать сильное присутствие в глобальной информационной среде и привлечь многочисленных потенциальных кандидатов с минимальными усилиями. Тщательный брендинг и дизайн сайта, присутствие на основных торговых площадках и онлайн-коммуникация – все эти факторы способствуют прямому взаимодействию кандидата или сотрудника с компанией.

Одним из основных процессов управления персоналом является процесс развития человеческих ресурсов. Этот инструмент управления персоналом предоставляет всю информацию о планировании преемственности сотрудника, оценке общей эффективности и обзоре индивидуального потенциала, включая подробный профиль сотрудника. Тем самым ведется постоянное развитие карьеры сотрудника. Большим преимуществом этого инструмента является то, что данные, введенные в систему, сохраняются в базе данных и могут быть получены в будущем. Оценка эффективности и карьерный рост могут быть ключевым мотивирующим фактором для сотрудников работать эффективно и результативно.

Системы измерения эффективности и вознаграждения в организации устанавливают взгляды на приоритетность, то есть то, что важно, а что не так важно. Системы вознаграждений должны быть изменены таким образом, чтобы вознаграждения для менеджеров и других сотрудников основывались на целевых показателях производительности, расчет которых ведется с помощью новых информационных инструментов.

Смарт-технологии становятся все более важным фактором повышения производительности на рабочем месте, где с помощью них можно отслеживать, измерять и предоставлять полезные для компании количественные данные.

Таким образом, управление персоналом представляет собой совокупность процессов по обработке больших потоков информации, вращающихся внутри организации при её функционировании. Интернет-технологии играют важную роль в данной системе, т.к. представляют собой инструментарий по обработке информации, что повышает эффективность и результативность деятельности HR-отдела и всей компании в целом.

Список литературы

1. Агафонова М. С., Климачева А. К., Гайдар К. О. Использование информационных технологий в сфере управления персоналом [Текст] / Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2017. – Т. 39. – С. 546–550
2. Mr. Karan Das, Internet of Things (IoT) as the Future Smart Solution to HRM [Электронный ресурс] / URL: <https://www.researchgate.net/> (дата обращения 01.09.2020 г.)

УДК 33

МЕНЕДЖМЕНТ КАЧЕСТВА: УПРАВЛЕНИЕ НЕСООТВЕТСТВУЮЩЕЙ ПРОДУКЦИЕЙ НА ПРЕДПРИЯТИИ

СМИРНОВА ДАРЬЯ ИВАНОВНА,студент заочного отделения кафедры
Стандартизации, сертификации и технологического менеджмента
КНИТУ-КАИ им. А.Н. Туполева**КОЗЛОВА АЛСУ ТАЛГАТОВНА**кандидат экономических наук, доцент,
кафедра стандартизации, сертификации и технологического менеджмента,
ФГБОУ ВО Казанский национальный исследовательский
технологический университет (ВПО «КНИТУ»),
г. Казань

Аннотация: Актуальность данной темы заключается в том, что активизация конкуренции на рынке промышленной продукции требует поиска новых методов и подходов. Для того что бы быть надёжным поставщиком радиолокационной, радионавигационной и дистанционной аппаратуры, а также наращивать свои мощности и становиться лидером среди промышленных предприятий нужно удовлетворять потребностям потребителя. А это значит повышать качество и управлять браком своей продукции. Целью данной работы является совершенствование процедуры управления несоответствующей продукцией.

Ключевые слова: брак, неисправимый брак, дефект, скрытый дефект, неустранимый дефект и устранимый дефект.

Подход к управлению качеством, основанный на контроле, сохраняется в большинстве организаций и сейчас. Однако жизнь заставляет превратить управление качеством из способа борьбы с дефектами в действительно управленческую деятельность, которая ныне присутствует во многих организациях, и процесс этот медленно, но верно набирает силу. Так, с 50-х годов прошлого столетия все чаще обращается внимание на то, что качество необходимо обеспечивать на всех стадиях жизненного цикла товара.

Одной из составляющих комплекса мер по обеспечению качества продукции является работа по выявлению и устранению причин брака. Как правило, в нормативных документах организации предусмотрена детальная градация брака, таких как отказ оборудования, недостатки технологической документации, ошибка исполнителя, ошибка в управляющей программе станка и т. п. В перечисленном ряду особое место занимает «ошибка исполнителя». Появление практически любого брака связано с ошибкой того или иного работника (здесь и далее под ошибкой подразумеваются как нервные действия, так и неправомерное бездействие): рабочего, наладчика, технолога, конструктора, мастера, руководителя и т.д. В этом смысле причина «ошибка исполнителя» тривиальна и не содержит информации для совершенствования производственного процесса. Вместе с тем, творческая деятельность предполагает возможность возникновения ошибки как неизбежного следствия творчества – принятие самостоятельных, нерегламентированных решений. Таким образом, любая человеческая деятельность может привести к ошибке.

Причиной ошибочных действий сотрудника может быть либо случайное нарушение им требований или принятие ошибочного решения в пределах предоставленной ему степени свободы, либо результат некорректного воздействия на работника внешних факторов. Умышленное нарушение установленных требований также может быть следствием некорректного воздействия внешних факторов, таких как система стимулирования, морально-психологический климат и т. п., что, в свою очередь, является следствием ошибки формирования этих факторов. Можно определить факторы, способствовавшие ее возникновению, и принять меры, снижающие вероятность ее повторения. Среди таких мер наиболее эффективная, но и наиболее сложно реализуемая – поддержание мотивации работника на бездефектную работу. Главная задача любого промышленного предприятия - не контролировать каждую единицу продукции, а сделать так, чтобы не было ошибок в работе, которые могли бы привести к появлению брака. А для того, чтобы их избежать, необходимо документировать процессы и процедуры в виде стандартов, положений, инструкций, методик.

Наиболее распространенными причинами брака в процессе производства являются:

- халатность и невнимательность исполнителей, приводящие к появлению следующих дефектов: оплавление, прожоги при сварке; забоины на резьбе; трещины на паяных швах; не обеспечение заданных размеров; несоответствие чистоты обрабатываемой поверхности; наличие царапин и вмятин на внешних поверхностях деталей и сборочных единиц; некачественное лакокрасочное покрытие; некачественное гальваническое покрытие; некачественная сборка;
- скрытый дефект материалов и деталей из литья: трещины, расслоения, наличие пор, посторонние включения;
- несоблюдение исполнителями технологической дисциплины и требований технической документации;
- поставка изделий низкого качества и надежности по кооперации;
- некачественная маркировка комплектующих изделий;
- сбой работы технологического оборудования.

По всем случаям обнаружения несоответствующей продукции на предприятии может быть проведен анализ несоответствий, могут установиться причины, разрабатываться и реализовываться корректирующие и предупреждающие мероприятия.

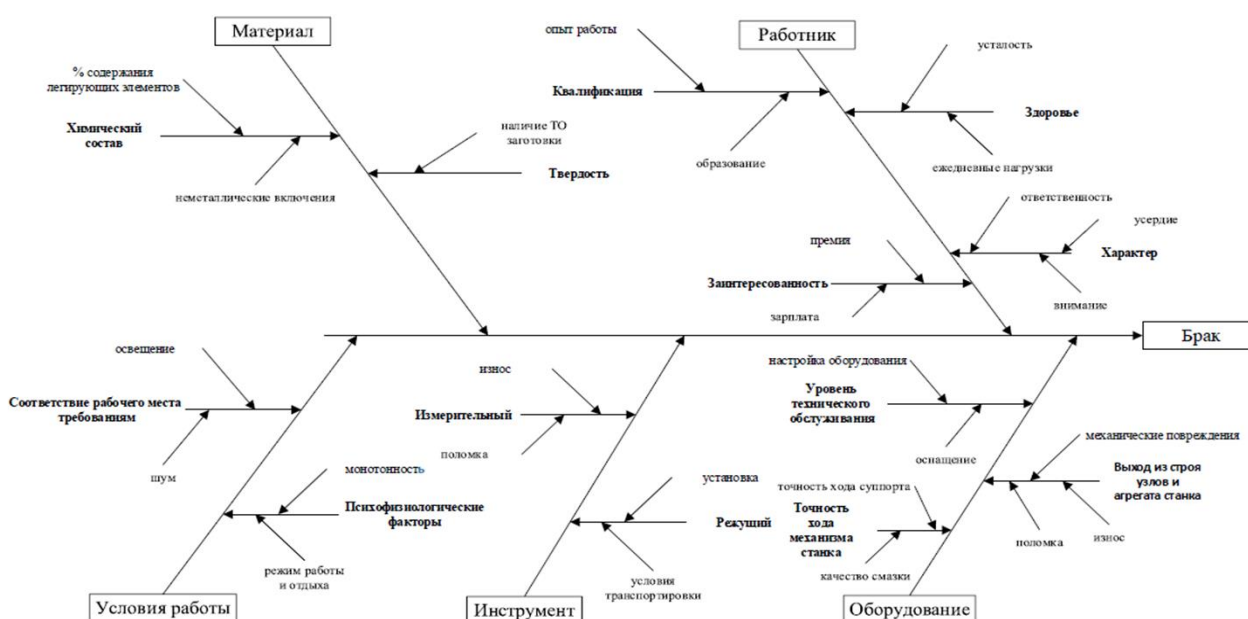


Рис. 1. Причинно-следственная диаграмма

Если предпринятые корректирующие и предупреждающие действия результативны, в целом, то

выпускаемая продукция соответствует по своим характеристикам требованиям конструкторской документации и удовлетворяет требованиям заказчика как по качеству, так и по ассортименту.

Таким образом, с учетом полученных результатов можно сделать вывод, что на рассмотренная диаграмма Исикавы отчетливо показывает причины брака и управление несоответствующей продукцией.

По окончании формирования плана производства осуществляется закупка необходимых полуфабрикатов, сырья, материалов, деталей и покупных комплектующих изделий. На основании номенклатурного задания производства по выпуску продукции (месяц, квартал), а также для опытно-конструкторских работ и ремонтно-эксплуатационных нужд (служебные записки) в адрес поставщиков высылаются письма-заявки на поставку. Чтобы гарантировать качество новых изделий, промышленное предприятие должно прилагать особые усилия к обеспечению качества покупных материалов и комплектующих. В целях исключения запуска в производство несоответствующей установленным требованиям закупаемой продукции, полученные полуфабрикаты, сырье, материалы, детали проходят входной контроль в соответствии со стандартами организации. Система проверок устанавливается с тем, чтобы гарантировать, что все комплектующие изделия и материалы проверены лабораторией входного контроля с привлечением, при необходимости других подразделений.

Оценка и выбор поставщиков может осуществляться исполнителями работ по закупкам на основании информации о качестве поставляемой ими продукции, экономической целесообразности, имеющегося опыта взаимодействия с поставщиками и на основе проверки их способности поставлять продукцию в соответствии с установленными требованиями.

Для выбора поставщиков предлагаю критерии оценки по 10-балльной системе:

- наличие сертифицированной СМК;
- наличие сертификата соответствия на продукцию;
- анализ качества продукции по результатам входного контроля;
- уровень цен и условия оплаты;
- соблюдение требований к идентификации продукции;
- своевременность поставок и соблюдение поставщиком условий договора;
- информация об отказах в эксплуатации, а также об организационно-транспортных условиях, территориальном расположении.

В целях исключения несанкционированного запуска в производство забракованной в процессе входного контроля, а также в процессе производства продукции, в промышленной организации могут быть организованы изоляторы брака по подразделениям. Забракованная продукция передается в изолятор брака, регистрируется в журнале, идентифицируется: к ней прикрепляется бирка с указанием десятичного номера, номера акта о браке и даты бракования.

На этапе производства при выявлении несоответствий требованиям конструкторской документации, технической документации и другим нормативным документам продукции, могут оформляться возвраты. Сведения о показателях качества продукции оформляются и передаются в отдел контроля ежемесячно.

Необходимо осознать, что сегодня для процветания нашей страны нет никаких реальных путей, кроме того, при котором на первое место в стратегии развития экономики будут поставлены цели достижения высокого качества и конкурентоспособности отечественной продукции.

Список литературы

1. Федеральный закон от 29.06.2015 № 162-ФЗ «О стандартизации в Российской Федерации»// СПС КонсультантПлюс.
2. ГОСТ Р ИСО 9000-2015. Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь. – Введ.2015-11-01. – М.: Стандартинформ,2015. – 50 с.
3. ГОСТ Р ИСО 9001-2015. Системы менеджмента качества. Требования. – Введ. 2015-11-01. – М.: Стандартинформ,2015. – 24 с.

4. Деминг, У. Эдвардс. Выход из кризиса: Новая парадигма управления людьми, системами и процессами. Москва, «Альпина Бизнес Букс».- 2007. 370 с.
5. Ishikawa, K. What is Total Quality Control? The Japanese Way. Prentice Hall (1985). Русский перевод: Исикава, К. Японские методы управления качеством. Сокращённый перевод с англ. М.: Экономика, 1988. 230 с.

УДК 33

ТЕКУЧЕСТЬ КАДРОВ: ПОДХОДЫ И КЛАССИФИКАЦИЯ ПОНЯТИЙ

ИЛЬТУГАНОВА ЮЛИЯ ВЛАДИСЛАВОВНА,
БАСКАКОВА АЛЕКСАНДРА ГЕННАДИЕВНА

Студенты

БУ ВО «Сургутский государственный университет»

Научный руководитель: Кауфман Наталья Юрьевна

доцент

БУ ВО «Сургутский государственный университет»

Аннотация. В статье рассматриваются основные подходы к пониманию текучести кадров, предложена классификация терминологии по проблеме текучести кадров с точки зрения разных авторов согласно таким основаниям, как: процесс, фактор, показатель. Представлены выводы относительно рационального использования описанной классификации в практической сфере.

Ключевые слова: текучесть кадров, движение трудовых ресурсов, управление персоналом, текучесть персонала, трудовые ресурсы.

STAFF TURNOVER, APPROACHES AND CLASSIFICATION OF CONCEPTS

**Ituganova Julia Vladislavovna,
Baskakova Alexandra Gennadievna**

Scientific adviser: Kaufman Natalya Yuryevna

Abstract. The article discusses the main approaches to understanding staff turnover, proposes a classification of terminology on the problem of staff turnover from the point of view of different authors according to such grounds as: process, factor, indicator. Conclusions are presented regarding the rational use of the described classification in the practical sphere.

Key words: staff turnover, movement of labor resources, personnel management, staff turnover, labor resources.

На текущий момент в силу разных обстоятельств экономическая ситуация в нашей стране такова, что она не может не оказывать существенного воздействия на трудовые кадры. Для удовлетворения имеющихся потребностей люди начинают поиск нового места работы, где уровень оплаты труда значительно больше. Вследствие чего в организациях, на предприятиях имеет место быть такое явление, как высокая степень текучести кадров, выражающаяся в трансформации кадрового состава вследствие увольнений сотрудников.

Для организации, предприятия сотрудники представляют собой значимый ресурс, поэтому проблема формирования стабильного коллектива вызывает беспокойство, требует немедленного вмешательства, может обусловить возникновение широкого спектра последствий из-за потери кадров.

Такое явление, как текучесть кадров не является чем-то новым, вследствие чего, на текущий момент в специальной литературе по проблеме представлено большое количество подходов к понима-

нию ее сущности. Необходимо отметить, что авторы трактовок по-разному подходят к рассматриваемой дефиниции [5].

Для того, чтобы облегчить понимание множество существующих определений текучести кадров, трактовки можно объединить в группы на основании того или иного признака. Это позволит рассмотреть текучесть кадров с той или иной стороны, и, потому, сосредоточиться на самом важном, том, что и является катализатором негативных последствий для организации, предприятия.

Феномен текучести кадров является дефиницией, оказывающей на организацию, предприятие и позитивный, и негативный эффект. Согласно оценкам экспертов, «текучесть кадров» в большей степени оказывает негативное воздействие на организацию, предприятие, как то:

- изменение кадрового состава, и, как следствие, спад производства вследствие больших временных затрат на поиск новых сотрудников и последующее их ознакомление со спецификой производственного процесса;
- ухудшение морального климата из-за привязанности сотрудников друг к другу;
- рост затрат на подбор, адаптацию сотрудников;
- потеря части прибыли вследствие необходимости адаптации вновь принятого сотрудника к рабочему месту.

Тем не менее, текучесть кадров имеет и ряд позитивных последствий:

- территориальное, межотраслевое перераспределение трудового ресурса;
- профессиональное передвижение трудового ресурса и внутри организации, предприятия, и за их пределами;
- материальное стимулирование сотрудников с тем, чтобы они продолжали занимать свои рабочие места, и, обусловленное им, повышение материального благосостояния сотрудников, членов их семей;
- развитие кадров в разных направлениях [5].

На основании всего выше изложенного, мы можем говорить о том, что наиболее значимым негативным последствием текучести кадров выступает спад производительности труда, снижение эффективности, конкурентоспособности, тогда как позитивным – профессиональное продвижение сотрудников, перераспределение рабочего ресурса.

До настоящего момента отсутствует единое понимание явления текучести кадров. В значительной мере это детерминировано тем, что его характеристика трансформировалась на разных этапах экономического развития.

Например, во время существования плановой экономики, текучесть кадров трактовалась как стихийный неуправляемый процесс, которые вызывает только отрицательные последствия, а, потому, подлежит полной ликвидации [10].

В момент перехода к рыночной экономике в связи с появлением нового термина «рынок труда» текучесть кадров стала пониматься как неконтролируемые, неорганизованные перемещения рабочего ресурса, вызванные дисбалансом между корпоративной конкурентоспособностью рабочей силы организации, предприятия и конкурентоспособностью сотрудника [8, с. 54].

В период существования СССР имели место быть такие точки зрения на текучесть персонала:

- только планируемые увольнения;
- неорганизованные непосредственно увольнения;
- все увольнения, вне зависимости от характера их возникновения [4, с. 123].

Существование большого числа трактовок текучести кадров усложняет его понимание главами организаций, предприятий, и, впоследствии, вводит их в заблуждение, поэтому, с целью минимизации временных затрат понимания сути этой дефиниции, необходимым представляется создание классификации ее определений согласно определенному основанию (признаку). Мы остановимся на классификации термина текучести кадров согласно рассмотрению его как процесса, фактора, показателя (табл. 1).

Приведенная в таблице классификация позволяет рассмотреть феномен текучести кадров многосторонне, и, таким образом, предупредить его высокий уровень в организации, на предприятии.

Таблица 1

Классификация понятия «текучесть кадров»

| Направление | |
|-------------|---|
| Процесс | По Р. Беннетту, текучесть рабочей силы является движением работников из/в штат компании [2]. |
| | Согласно А.Г. Новицкому, текучесть кадров представляет собой форму перераспределения рабочей силы, которая характеризуется неорганизованным непосредственно планомерно нерегулируемым перемещением работников согласно месту работы [6]. |
| Показатель | Джуэлл Л. считает, что текучесть кадров – это изменения в составе сотрудников организации, в процессе которых одни работники увольняются, а их должности занимают вновь прибывшие [3]. |
| | По мнению Л. Никифоровой, текучесть кадров выступает соотношением числа работников, которые ушли из компании и среднесписочного количества работников [7, с. 49]. |
| Фактор | В соответствии с трактовкой А.Я. Кибанова, под текучестью кадров следует понимать движение рабочей силы, которое детерминировано неудовлетворенностью сотрудника рабочим местом, а также неудовлетворенностью организации этим сотрудником [1]. |
| | С.Е. Олишевский считает, что текучесть кадров – это постоянная утечка части персонала вследствие увольнения по собственному желанию из-за нарушений трудовой дисциплины, внутреннего распорядка [9]. |

Подытоживая рассмотрение разных трактовок текучести кадров, можно заметить, что, невзирая на наличие разных подходов к пониманию это распространенного на текущий момент понятия, все они имеют место быть.

Процесс текучести кадров является многогранным, многоаспектным явлением, поэтому его нельзя рассматривать только с одной стороны.

Список литературы

1. Баранова, Н. В. Вклад А.Я. Кибанова в развитие научного направления по управлению персоналом в России // Human Progress. - 2018. - №9. – Режим доступа: URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vklad-a-ya-kibanova-v-razvitie-nauchnogo-napravleniya-po-upravleniyu-personalom-v-rossii>.
2. Беннет, Р. Коэффициенты расчета текучести кадров [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL: <http://www.elitarium.ru / 2009/07/13>.
3. Джуэлл, Л. Индустриально-организационная психология / Линда Джуэлл; [Пер. с англ. Н. О. Малыгина, С. Е. Рысев]. - 4. изд., междунар. - СПб. [и др.]: Питер, 2017. - 709 с.
4. Диалектика развития трудового права: от советского периода до наших дней: избранные труды Ю. П. Орловского. - М.: РГ-Пресс, 2018. - 776 с.
5. Кондакова, А. А. Текучесть кадров: подходы и классификация понятий [Электронный ресурс] // Концепт. - 2017. - №S1. – Режим доступа: URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tekuchest-kadrov-podhody-i-klassifikatsiya-ponyatiy>.
6. Население и трудовые ресурсы [Текст]: справочник / [сост. А. Г. Новицкий]. – М.: Мысль, 1990. - 398 с.
7. Никифорова, Л. Анализируйте текучесть персонала, и вы много узнаете о компании // Кадровое дело. - 2013. - № 2. - С. 48-59.
8. Одегов Ю. Г., Абдурахманов К. Х., Котова Л. Р. Оценка эффективности работы с персоналом: методологический подход. - М.: «Альфа-Пресс», 2011. - 752 с.
9. Олишевский С. Е., Тимофеева М. А. Текучесть кадров: психологические аспекты // Управление персоналом. - 1996. - №7. - С. 28-39.
10. Панюков, В. С. Устойчивость кадров в промышленности (теория и методы социального управления) // Издательство КоР. - 2014. - С. 11-26.

УДК 334.021

ВНУТРЕННИЙ МАРКЕТИНГ В МАЛОМ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВЕ ПРИ ПАНДЕМИИ КОРОНАВИРУСА

РЫКАЛИНА ОЛЬГА ВЛАДИМИРОВНА,

к.э.н., доцент кафедры маркетинга

ШАРОВА ИРИНА ВЛАДИМИРОВНА,

к.э.н., доцент

ЯНГ ЛИЧЕВА АЙГУЛЬ РИФАТИЕВНА

магистрант

ФГБОУ ВО «Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова»

Аннотация: в статье рассматривается внутренний маркетинг в малом предпринимательстве, создание команды и влияние этого на кризисные ситуации на примере пандемии коронавируса (Covid 19). Приведены примеры реально существующих компаний, которые создав команды вышли из кризисной ситуации с минимальными потерями.

Ключевые слова: внутренний маркетинг, создание команды, малое предпринимательство, внутрикорпоративные отношения, кризисная ситуация.

INTERNAL MARKETING IN SMALL BUSINESS UNDER CONDITIONS OF CORONAVIRUS PANDEMIC

**Rykalina Olga Vladimirovna,
Sharova Irina Vladimirovna,
Yanglicheva Aygul Rifatievna**

Abstract: the article refers the influence of internal marketing in small business and team building on crisis situations in the context of the covid-19. The article highlights the examples of existing companies that have got out of crisis with minimal losses due to team building.

Key words: internal marketing, team building, small business, corporate relations, crisis.

Сегодня уже можно говорить о том, как повлияла пандемия Covid 19 на малое предпринимательство. Несомненно, есть сферы предпринимательства, на которые пандемия в силу особенностей бизнеса повлияла крайне болезненно. Все то, что связано со сферой потребительских услуг: держать диспансию в кинозалах и театрах, оказывать услуги парикмахерских, СПА-салонов, маникюрных салонов через сеть невозможно, рестораны и кафе стали тесными и инфекционно-опасными [1]. Коронавирус ощутимо обрушил перевозки и поездки. Авиакомпании отменяют рейсы, пассажиры меньше летают. Это не могло не сказаться на доходах авиаперевозчиков. Поэтому сектор транспорта наряду со сферой HoReCa – один из самых пострадавших от пандемии [2]. Образовательные и развлекательные детские услуги несут серьезные убытки, а зачастую компании вынуждены закрываться. В данной ситуации пострадал и малый, средний и достаточно крупные сетевые бизнесы несут существенные потери. Но и другие сферы предпринимательства особенно в малом и среднем обнажили большое количество проблем. Не секрет, что в отличие от крупных корпораций в малом и среднем бизнесе достаточно серьез-

ные проблемы с выстраиванием взаимоотношения с персоналом, которые стали более явственными в ситуации пандемии. Зачастую малый бизнес не имел финансовой возможности сохранить сотрудникам доходы, а иногда предприниматели вообще были вынуждены сокращать персонал или переводить его на минимально возможные оплаты, даже при условии, что компания продолжала работать дистанционно. И тут на первый план вышла тема внутрикорпоративных отношений, то есть внутреннего корпоративного маркетинга.

Внутренний маркетинг (Internal Marketing) - маркетинг внутри организации, направленный на эффективное обучение и мотивацию труда сотрудников, а также на создание условий, при которых сотрудники работают как единая команда, обеспечивая наиболее полное удовлетворение запросов клиентов [3, с 472]. Это маркетинг, направленный на сотрудников компании, на создание команды, создание отношений здорового коллектива, направленного на максимально эффективную работу. Целью внутреннего маркетинга является создание настоящей команды, т.е. людей, чье пристрастие к своему делу превосходит рамки должностных обязанностей. Они определяют содержание своей работы под углом зрения обслуживания внешних клиентов. Такие люди уже не воспринимают свою работу как набор конкретных заданий, сформулированных руководством. Вместо этого их понимание работы включает все, что они способны сделать по работе с клиентами, по обслуживанию внешних клиентов [3, с 473]. Пандемия показала, что малые и средние предприятия, которые создавали у себя на предприятии настоящую команду пострадали гораздо меньше, чем те, которые приняли авторитарные методы управления. Понимание сотрудниками ситуации с коронавирусом закладывалось гораздо раньше, чем при наступлении режима самоизоляции.

Например, в небольшой компании по услугам, связанным с системой вентиляции и кондиционированием при объявлении режима самоизоляции генеральный директор – собственник компании лично обзвонил всех сотрудников, начиная от главного бухгалтера и заканчивая монтажниками и разнорабочими и объяснил им ситуацию, которая заключалась в том, что выплатить заработную плату за апрель компания сможет, а вот дальше «по ситуации». Ни один человек не уволился из компании, все отнеслось с пониманием. Но, надо понимать, что команда сотрудников, которые в кризисной ситуации оказались единомышленниками, была создана существенно раньше. Отношения в коллективе, которые создал директор позволили пережить кризис и вернуться к работе сразу же после снятия режима самоизоляции. А конкурент данной компании так и не смог собрать команду для начала работ.

Компания, которая занимается продажей, ремонтом и обслуживанием кассовой техники. Компания занимается обеспечением бесперебойной работы объектов торговли и большинство ее клиентов оказались закрыты в связи с пандемией. Стало очевидно, что сохранить действующий штат не получится, поскольку за время, когда сотрудники работали дистанционно и на заявках (выездах), притока денежных средств практически не было.

Сложные времена требуют сложных решений и для сохранения компании именно такие решения пришлось принять. Таким образом сотрудникам было предложено два варианта решений вопроса: взять отпуск за свой счет до конца апреля и остаться в штате компании или уволиться и встать на биржу труда с последующим возвращением на свою должность по окончании пандемии. Все сотрудники, кроме одного решили остаться в штате. Владельцы компании перепрофилировались на поставку товара по государственному контракту, осуществляя весь цикл от и до собственными силами и у них это стало получаться. Ввиду того, что остались малочисленные розничные клиенты, работал сайт и проводилась постоянная работа по участию в аукционах на торговых площадках работы стало много. Также, была дана возможность сотрудникам подзаработать в апреле и мае за счет выполнения платных заявок. Было принято решение сократить все затраты включая выплаты владельцам компании, которые являются также сотрудниками и направление всех денежных средств на увеличение товарооборота, что позволило стать наиболее конкурентоспособными в своем сегменте. Благодаря таким мерам, получилось удержаться на плаву, вести деятельность и сформировать резерв для быстрого старта в период после окончания режима самоизоляции. Сейчас основной задачей является сохранение финансовой стабильности, а также направление средств на развитие рекламы, так как основным механизмом привлечения клиентов являются поисковые системы и онлайн-реклама. В период падения спроса про-

ще выйти на лидирующие позиции, а в дальнейшем во время роста нужно будет эти позиции закрепить и поддерживать, что даст возможность захватить большую долю рынка и обернуть эту сложную ситуацию в пользу компании, ведь уже сейчас известно о том, что большинство конкурентов находятся в критическом положении, а некоторые даже закрылись. Таким образом, по мнению руководства компании такие меры приведут к укреплению и улучшению действующих позиций на рынке. А что самое главное, в этой ситуации сотрудники не ощущают себя обделенными, так как нет ни одного человека в компании, включая руководство и учредителей, на ком бы не отразилось сокращение финансовых затрат, но в то же время собственники – генеральный директор и коммерческий директор выполняют всю работу компании, при этом вообще не получая заработной платы.

Очень важно, что в этой компании все построено на честных взаимоотношениях и руководство всегда своим примером показывает всем о необходимости достижения общей цели. Ведь каждый знает, что в лучшие времена всем становится лучше, а в худшие времена все должны объединить усилия и довериться тем, кто отвечает за всю компанию.

Список литературы

1. ВЕСТИ FM [Электронный ресурс]. – URL: <https://radiovesti.ru/brand/61178/episode/2264490/> (дата обращения 12.08.2020)
2. РБК [Электронный ресурс]. – URL: <https://quote.rbc.ru/news/article/5e74d5249a794773a16a3f5e> (дата обращения 24.08.2020)
3. Маркетинг: создание и донесение потребительской ценности: учебник / под общ. ред. И.И. Скоробогатых, Р.Р. Сидорчука, С.Н. Андреева. — Москва: ИНФРА-М, 2020. – С. 472-473

УДК 33

РОЛЬ ЛИДЕРА ОРГАНИЗАЦИИ В РАЗВИТИИ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ

СЕИТОВ ДИЛЬШАТ УСЕНЖАНОВИЧ

магистрант программы «Международный менеджмент»
экономического факультета РУДН
Москва, Россия

Аннотация. В статье рассматриваются актуальные проблемы лидерства как одного из важнейших факторов формирования организационной культуры. Так же рассматриваются роли лидера в создании организационной культуры и влияния ее на лидера для формирования стиля руководства.

Ключевые слова: руководитель, лидерство, организационная культура, роль лидера.

THE ROLE OF THE ORGANIZATION LEADER IN THE DEVELOPMENT OF ORGANIZATIONAL CULTURE

Seitov Dilshat Usenchanovich

Abstract. The article deals with actual problems of leadership as one of the most important factors in the formation of organizational culture. Also various approaches to classification of organizational cultures are studied, typologies of organizational cultures are compared in terms of the leader's influence on the formation and maintenance of culture, the influence of leadership style on the organizational climate is analyzed.

Key words: leader, leadership, organizational culture, role of the leader.

Каждый сотрудник играет определенную роль в процессе изменения организационной культуры, но, в конце концов, лидеры – это те, кто может это создать или уничтожить; выбор, который они делают, оказывает волновое влияние на набор сотрудников, их вовлеченность и производительность, что сильно влияет на результаты деятельности компании.

Сейчас в современном мире наличие ясной стратегии, использование последних информационных технологий, соблюдение высоких стандартов качества, высокая компетенция персонала являются одними из главных, но недостаточных условий для сохранения высоких позиций конкурентоспособности компании. Ключевым фактором обеспечения высоких позиций конкурентоспособности современной компании становится организационная культура. Главную роль в создании и управлении организационной культуры играет основатель организации, или лидер. [4]

Изучение организационной культуры популярны на сегодняшний момент как никогда. Большой интерес к данной теме породил множество определений и классификаций организационной культуры. На мой взгляд организационная культура – это набор общих мнений, предположений, которые направляют то, что происходит в организациях, определяя соответствующее поведение для различных ситуаций. Организационная культура влияет на то, как сотрудники взаимодействуют друг с другом, с клиентами, а также с заинтересованными сторонами. Кроме этого, организационная культура сильно влияет на то, как сотрудник определяет себя со своей организацией.

Лидеры и организационная культура идут рука об руку, и каждый влияет на другого. Организационная культура не может быть построена без лидера; он обычно контролирует инструменты, ресурсы, людей и процессы, необходимые для создания культуры, и он как компас для направления и измерения, которое пойдет на развитие культуры. В то время как организационная культура влияет на то какой стиль лидерства возможен в компании.

Организационная культура она в свою очередь, формирует личность лидера и подстраивает его под бренд и общий имидж организации. Распространенная культура будет сильно влиять на то, как лидер действует и взаимодействует внутри и снаружи, когда представляет организацию. Действуя в качестве организации, лидер не может позволить своей личности конфликтовать с имиджем организации, и он не может участвовать в действиях, которые отклоняются от общей миссии и видения.

Лидеры являются основными движущими силами перемен в каждой организации, и, если возникнет необходимость в развитии, воспитании или изменении организационной культуры, именно лидеры должны будут руководить процессом. Последователи могут эффективно функционировать только в том случае, если лидер выполняет работу по созданию плана процесса.

Я хотел бы привести примеры лидеров, которые являются основными движущими силами перемен в мировых компаниях, на чью историю мы должны взглянуть и на тех, кого мы должны ориентироваться. [5]

Организационная культура в компании Walt Disney.

Когда компания только начинала свое развитие, Уолт Дисней конкретно выделил для себя направление, в котором он будет развивать свой продукт — это семейные развлечения. Художник изобрел свой собственный секрет творчества: мультфильм, прежде всего, должен быть добрым.

И ему это удалось. Дисней смог создать какой-то параллельный, сказочный мир, который нравился и детям, и взрослым. Подобную атмосферу он стремился создать и в своей компании. По его мнению, добрые мультки могли создаваться только в позитивной обстановке, где основой являются хорошие отношения между сотрудниками, начальниками и подчиненными. С тех пор так заведено, что в Disney работают только те сотрудники, которые разделяют взгляды, цели и миссию компании. Главное требование к ним — это испытывать реальное удовольствие от работы и уметь дарить счастье. На языке менеджмента это называют высокой степенью мотивации, но дело в том, что в Disney уже давно говорят на собственном языке бренда. [2]

Организационная культура в Alibaba Group. Лидер организации Джек Ма.

Все компании в мире отличаются, у каждой из них есть своя индивидуальность, особенность, а также есть своя неповторимая внутренняя организационная культура. Основателем организационной культуры в Alibaba Group является Джек Ма. Он внимает во все детали и вносит свое видение, Джек Ма стал большим защитником природы и экологии, он создал озеро рядом со своей штаб-квартирой. Так же, как и он его сотрудники много читают, соответственно в компании имеется собственная библиотека. Чувство подчинения личных потребностей интересам клиента – краеугольный камень корпоративной культуры Alibaba. На примере того, как компания Disney относится к своим руководителям и рядовым сотрудникам, называя их «актерами», Alibaba придает большое значение духу товарищества и высшему благу. Джек Ма очень активно участвует в корпоративной жизни компании, он даже присутствует на всех свадьбах своих сотрудников и коллег, оплачивает питание и жильё родным молодых. И кроме этого, сотрудники могут воспользоваться беспроцентным кредитом от компании для приобретения жилья на сумму 50000 \$, уже тысячи сотрудников реализовали это, Alibaba выдала кредитов на миллионы долларов.

Alibaba всячески поощряет и создание неформальной атмосферы в компании. Каждого сотрудника просят придумать себе ник. Эта практика настолько распространена, что при необходимости узнать настоящее имя коллеги и найти его контакты где-то вне пределов компании сотрудник может прийти в замешательство. Но в Alibaba не любят тех, кто жалуется, там поощряется, когда человек берёт на себя ответственность за свои поступки и решения. Джек очень много читает про боевые искусства, и в компании это тоже проявляется. В Alibaba очень сильно развита командная работа, они проводят различные тренинги, игры и поездки. Свои корпоративные принципы Alibaba систематизировала в шестигранном духовном мече. Шесть граней «духовного меча» Alibaba – это клиенты, командная работа, встреча изменений с радостью, честность, страсть и приверженность. Звучи универсально, но компания относится к данному списку очень серьезно. Степень соответствия перечисленным принципам составляет половину оценки при аттестации сотрудника в Alibaba. [1]

Лидеры компаний должны ценить свою роль в поддержании и развитии организационной культу-

ры. Сильно укрепившаяся и устоявшаяся культура иллюстрирует, как сотрудники должны вести себя, что может помочь им достигнуть своих целей. Эта поведенческая структура, дает плоды в виде более высокой удовлетворенности работой, когда сотрудники чувствуют, что лидер помогает достигнуть ему поставленных целей. С такого ракурса можно увидеть, что лидерство, организационная культура и удовлетворенность работой тесно связаны друг с другом.

Рассматривая роль и влияние лидера на культуру организации можно сделать вывод что талант лидера заключается в способности создавать и управлять данной организационной культурой, это единственная роль лидера, имеющая реальную важность.

Рассматривая лидерские роли, которые могут показаться довольно очевидными и могут не считаться точками, которые необходимо обсудить, но они важны для содействия и стимулирования развития организационной культуры и, что более важно, они дают указатели, которые лидеры должны знать, чтобы эффективно руководить. Ожидается, что лидер будет вести вниз, поперек и вверх (где это применимо). В его роли как лидера, входят:

Walk the Talk (активное участие) – недостаточно обсудить идею и нарисовать общую картину, лидер также должен присутствовать и активно участвовать. Как лидер, если вам нужно, чтобы ваши последователи правильно поняли идею, покажите им, что нужно сделать и как это нужно сделать.

Мотивировать и вдохновлять – мотивация не обязательно должна проявляться только в форме мощных разговоров и длинных речей, вы можете передать сильное послание, подключившись к вопросам, которые их затрагивают (как внутри, так и вне рабочей среды). Обычно эти проблемы формируют их действия и их реакции и в конечном итоге определяют уровень их продуктивности и внимание к тому, что необходимо сделать. Похвалите сильные стороны вашей команды, признайте их слабые стороны и помогите им стать лучше, создавая обстановку, которая терпима и не слишком критична к ошибкам.

Создать команду, которая подходит – лидер должен убедиться, что его команда соответствует тому, что представляет организация. Он может обеспечить необходимую подготовку и переподготовку в случае необходимости или принять трудное, но необходимое решение о замене членов команды, которые не хотят или не вписываются в развивающийся культурный ландшафт.

Поощряйте открытое общение – обязанность лидера следить за тем, чтобы последователи четко понимали, что необходимо сделать. Они должны иметь возможность задавать вопросы, когда они запутываются, давать разъяснения, когда предоставляемая информация кажется недостаточной, показывать свои оговорки, когда новая идея не кажется полезной или актуальной - все это должно быть сделано в атмосфере, которая способствует справедливости и открытости и свободен от предвзятости.

Создайте открытую структуру обратной связи – узнайте, что ваши читатели думают о новой работе. спросите их мнение (Что можно добавить? Что можно удалить? Что можно изменить? Что можно укрепить? Как культура влияет на уровень участия и продуктивность последователей? Когда лучшее время для реализации? Как лучше всего это сделать? отслеживать и измерять результаты изменения культуры, поскольку это влияет на другие соответствующие структуры). Вы будете удивлены тем, как различное понимание и предоставленная информация могут предложить явно важные перспективы для всего процесса.

Ожидается, что лидер будет эффективным менеджером, если он хочет обеспечить строгое соблюдение концепции развития культуры и соблюдения установленных сроков и этапов роста. В то время как менеджер рассматривается как человек, который менее чуток, менее относителен и менее доступен, чем стандартный трансформационный лидер, его способность выполнять задачи и его навыки планировщика, организатора и исполнителя не могут быть упущены из виду - все это имеет решающее значение для развития организационной культуры. [3]

Список литературы

1. Дункан Кларк: Alibaba. История мирового восхождения от первого лица, КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА ALIBABA [Электронный ресурс] / режим доступа: <https://pishem.org/chitaem10/readers/814/11432/> (Дата обращения 09.07.2020г.)

2. Язык бренда Disney: на чем строится корпоративная культура компании [Электронный ресурс] / режим доступа: <https://hurma.work/ru/blog/yazyk-brenda-disney-na-chem-stroitsya-korporativnaya-kultura-kompanii/> (Дата обращения 09.07.2020г.)

3. How does leadership influence organizational culture? [Электронный ресурс] / режим доступа: https://www.octanner.com/insights/articles/2019/10/23/how_does_leadership_.html/ (Дата обращения 07.07.2020г.)

4. Importance of Leadership in Changing Organizational Culture [Электронный ресурс] / режим доступа: <https://cultureiq.com/blog/role-leadership-changing-organizational-culture/> (Дата обращения 07.07.2020г.)

5. The Role of Leadership in the Development of Organisational Culture [Электронный ресурс] / режим доступа: <https://www.linkedin.com/pulse/role-leadership-development-organizational-culture-seth-chancy/> (Дата обращения 07.07.2020г.)

МАРКЕТИНГ

УДК 339

ОСОБЕННОСТИ СЕГМЕНТАЦИИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ НА МЕБЕЛЬНОМ РЫНКЕ Г. АРХАНГЕЛЬСК (НА ПРИМЕРЕ ПРИКРОВАТНОЙ ТУМБЫ)

ДЕРЯГИНА АННА ФЕДОРОВНА

студент магистратуры

ФГАОУ ВО Северный (Арктический) федеральный университет имени М.В. Ломоносова

Научный руководитель: Задраускайте Наталья Олеговна

к.т.н., доцент,

ФГАОУ ВО Северный (Арктический) федеральный университет имени М.В. Ломоносова

Аннотация: Маркетинговые исследования - это систематическое и объективное выявление маркетинговых проблем. Анкетирование позволяет получить информацию, повышает объективность, организовать массовые обследования и сбор большого объема данных, уровень подготовки и проведения исследований.

Ключевые слова: Маркетинг, маркетинговые исследования, рынок, продвижение, анализ, респонденты, анкета, онлайн-анкетирование, сегментирование.

FEATURES OF CONSUMER SEGMENTATION IN THE FURNITURE MARKET OF ARKHANGELSK (FOR EXAMPLE, A BEDSIDE TABLE)

Deryagina Anna Fyodorovna

Scientific adviser: Zajauskaite Natalia Olegovna

Abstract: Marketing research is a systematic and objective identification of marketing problems. The survey allows you to get information, organize mass surveys and collect a large amount of data, the level of preparation and conduct of research.

Key words: Marketing, marketing research, market, promotion, analysis, respondents, questionnaire, online survey, segmentation.

Маркетинг (от англ. marketing - в буквальном переводе с английского означает «действие на рынке», «рыночную деятельность») - это организационная функция и совокупность процессов создания, продвижения и предоставления продукта или услуги покупателям и управление взаимоотношениями с ними с выгодой для организации. В широком смысле задачи маркетинга состоят в определении и удовлетворении человеческих и общественных потребностей [1].

Достоинства анкетирования [2]:

- Высокая оперативность получения информации.
- Жесткая регламентация процедуры позволяет получить хорошо структурированные и сопоставимые результаты.
- Анонимность респондентов повышает объективность и искренность получаемых ответов.
- Возможность организации массовых обследований и сбора большого объема данных.

– Сравнительно малая трудоёмкость процедур подготовки и проведения исследований, обработки их результатов.

– Отсутствие влияния личности и поведения, опрашиваемого на работу респондентов.

Для любой фирмы, стремящейся к успеху, маркетинговые исследования выступают как начало и логическое завершение любого цикла ее маркетинговой деятельности. Маркетинговые исследования необходимы для овладения текущей информацией на рынке, что позволяет предсказать поведение покупателя в отношении какого-либо изделия, спрогнозировать спрос на него.

Для оценки потребности в прикроватных тумбах была разработана анкета, которая дала сведения о потребительских предпочтениях.

Контакт с респондентами производился в интернете, путем онлайн-анкетирования. Анкета состояла из 15 вопросов открытого и закрытого типа. В анкетировании приняло участие 100 человек различного возраста, а так же с разным уровнем дохода.

Для начала было проведено сегментирование рынка.

Сегментирование рынка — процесс разбивки потребителей или потенциальных потребителей на рынке на различные группы (или сегменты), в рамках которых потребители имеют схожие или аналогичные запросы, удовлетворяемые определенным комплексом маркетинга. Критически важный аспект маркетинга, предназначенный для превращения различий между товарами в стоимостные различия, которые могут быть сохранены на протяжении всего жизненного цикла продукта.

Полученная информация систематизирована, то есть, представлена в табличной форме (таблицы 1, 2).

Таблица 1

Сегментирование потребителей по возрасту и доходу

| Средний доход на семью в месяц, тыс. руб. | Возраст, лет | | | | | Всего, чел |
|---|--------------|-------|-------|-------|-----|------------|
| | <23 | 24-35 | 36-45 | 46-65 | >65 | |
| 45-60 | 9 | 4 | 2 | 1 | - | 15 |
| Более 60 | 4 | 5 | - | - | - | 9 |
| Всего: | 40 | 34 | 10 | 12 | 4 | 100 |

Таблица 2

Средние данные о численности семьи

| Сегмент | Возраст, лет | Кол-во, чел | Средний доход на семью в месяц, тыс. руб. | Средний размер семьи, чел | Средний срок обновления мебели, лет |
|---------|--------------|-------------|---|---------------------------|-------------------------------------|
| I | <23 | 40 | 32,5 | 2,90 | 9,05 |
| II | 24-35 | 35 | 36,2 | 2,94 | 10 |

54,1% опрошенных считают, что обновлять мебель следует не менее, чем через 10 лет.

В комплект мебели для спальни, состоящий из следующих предметов: кровать двуспальная (220*172*85; 220*160*60; 220*180*80), шкаф для одежды (купе, с распашными дверьми), прикроватная тумба (1 шт, 2 шт), туалетный стол, комод (тумба), зеркало (кресло, стул, стеллаж) 70 % опрошенных включили прикроватную тумбу. Этот предмет мебели является наиболее популярным при обстановке интерьера спальни.

Анализируя сегменты, можно сделать вывод, что в большинстве случаев (27,8 %) покупатели выберут готовое изделие, мебель на заказ приобретут 18 %, по каталогу выберут 12 %, а сделать изделие сами не предпочел ни один из опрошенных.

Наибольшее предпочтение в материале для мебели отдают натуральной древесине (красное дерево, дуб, орех и т.д.) – 24,8 %, древесину пород (ель, сосна, береза) выбирают 21,6 %, ламинированную древесностружечную плиту выбрали 16,2 %, фанеру – 5,4 % и смешанные материалы – 13,5 %.

Выбор цвета поверхности представлен графически на рисунке 1.

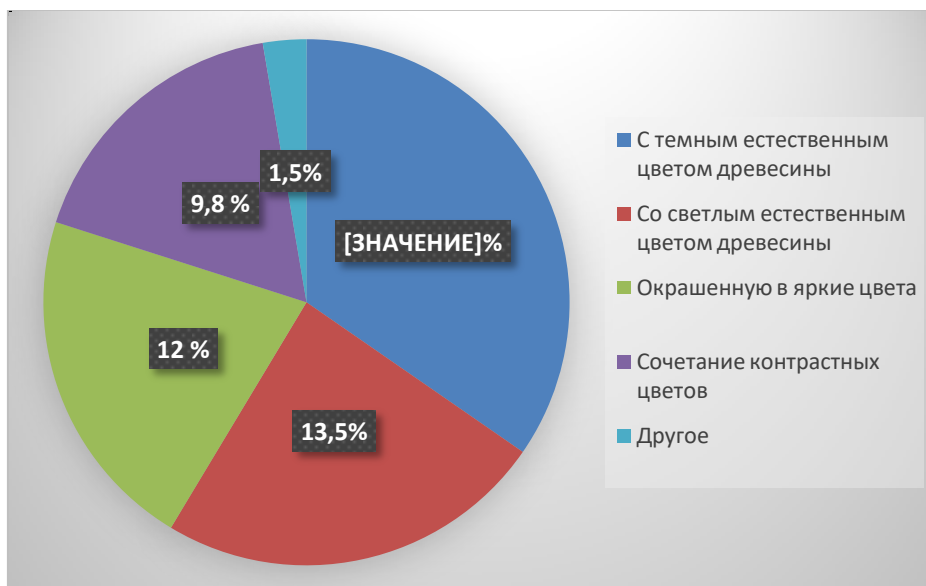


Рис. 1. Выбор цвета и отделки мебели

По степени блеска мебели рассматриваемые сегменты предпочли в большинстве случаев матовую мебель – 54,1 %, полуглянцевую выбрали 29,7 %, глянцевую (блестящую) поверхность только 9,8.

При выборе мебели отдается предпочтение изделиям мебели с плавными, криволинейными формами – 41,9 %, чуть меньше выбирают изделия с геометрическими, прямолинейными формами – 33 %.

При выборе из предложенных прикроватных тумб, проектируемое изделие выбирают 21%.

Выбирая из предложенных стилей: хай-тек, рококо, классицизм, барокко и ар-деко, большинство выбрало рококо (21,6 %), что опять же доказывает, что потребители более склонны покупать мебель с изогнутыми формами, что так характерно рококо.

При обработке анкет было выявлено 2 сегмента в возрасте до 23 лет (35 человек) и в возрасте от 24-35 лет (40 человек), доход на семью которых составляет в среднем 35 тыс. руб.

Готовыми к покупке мебели среди них оказались 37,8 % из которых взять мебель в кредит согласились 38,7 %, в среднем сумма за кредит составит 7,37 тыс. руб. в месяц, а средняя максимальная сумма покупки сразу составит 63 тыс. руб., что свидетельствует о хорошей платежеспособности потребителей и возможности приобрести дорогую качественную мебель.

Список литературы

1. Свободная энциклопедия [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Маркетинг>, свободный. – Загл. с экрана. (Дата обращения: 20 августа 2020 г.)
2. Онлайн энциклопедия маркетинга [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://marketopedia.ru/54-anketirovanie.html>, свободный. – Загл. с экрана. (Дата обращения: 21 августа 2020 г.)

© А.Ф. Дерягина, Н. О. Задраускайте, 2020

УДК 339.138

ВИЗУАЛЬНЫЙ МЕРЧЕНДАЙЗИНГ КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ МАРКЕТИНГОВЫЙ ИНСТРУМЕНТ ДЛЯ УВЕЛИЧЕНИЯ ПРОДАЖ

ПЕТЕНЕВА АНАСТАСИЯ АЛЕКСАНДРОВНАМагистрант
ФГБОУ ВО «НГУЭУ»*Научный руководитель: Волковская Нина Михайловна**д.э.н., профессор
ФГБОУ ВО «НГУЭУ»*

Аннотация: В статье рассматриваются теоретические основы мерчандайзинга и визуального мерчандайзинга как маркетинговых стратегий увеличения продаж. В качестве практического материала рассматриваются законы мерчандайзинга на примере магазина парфюмерии и косметики, для доказательства их эффективности в увеличении продаж.

Ключевые слова: мерчандайзинг, визуальный мерчандайзинг, инструменты мерчандайзинга, законы мерчандайзинга, правила мерчандайзинга.

VISUAL MERCHANDISING AS AN EFFECTIVE MARKETING TOOL FOR INCREASING SALES

Peteneva Anastasia Alexandrovna

Scientific adviser: Volovskaya Nina Mikhailovna

Abstract: The article discusses the theoretical foundations of merchandising and visual merchandising as marketing strategies to increase sales. As a practical material, we consider the laws of merchandising on the example of a perfume and cosmetics store to prove their effectiveness in increasing sales.

Key words: merchandising, visual merchandising, merchandising tools, merchandising laws, merchandising rules.

К инструментам мерчандайзинга можно соотнести почти всё, что может находиться в торговом зале и имеет хоть какое-то отношение к продажам. Данные приспособления представлены дизайнерским оформлением магазина, торговым оборудованием, спланированным потоком клиентов в магазине, рабочая одежда сотрудников и разными рекламными материалами. Для более эффективной работы таких инструментов должна быть предварительная подготовка [2]. Если же считать мерчандайзинг основным источником коммуникации с конечным потребителем, то специалистам стоит обращать больше внимания на инструменты, которые применяются для оптимизации мерчандайзинга. Основные инструменты мерчандайзинга имеют весьма разную классификацию, но можно выделить некоторые основные инструменты, такие как [3, с.56]:

- создание небанального дизайнерского оформления на месте продажи;
- формирование весьма грамотной планировки;
- POS-материалы являются инструментами мерчандайзинга, которые способствуют повышению

информирования клиентов о товарном ассортименте и его преимущественных характеристиках;
- грамотное освещение.

Успешный мерчендайзинг не ограничивается только одними инструментами. Это смесь различных методов, принципов.

Рассмотрим законы, а также правила восприятия [1, с.130].

1. Правило «Трех базовых уровней».

Есть 3 уровня выкладки, которые находятся на: уровне глаз (средняя полка); уровне рук (верхняя полка); уровне ног (нижняя полка).

Уровень рук наиболее выгодное для магазина, если необходимо распродать товар в очень короткие сроки. Чаще всего здесь выкладывают самые популярные продукты у покупателей. Если же перенести товар с нижней полки на самый верх, то предположительно повышаются шансы на его продажу, и наоборот.

2. Закон «Фигуры и фона».

Такой закон применяют в мерчендайзинге только тогда, когда необходимо уделить гораздо больше внимание покупателю на определенный товар для активизации продаж. Выделение фигуры на фоне происходит за счет количества или размера, ярких цветов, нестандартной формы товара или упаковки, подсветки товара.

3. Правило «Первого впечатления».

Покупатели сразу же со входа в магазин, не отдавая себе отчета в этом, начинают прицениваться. Так, в продовольственных магазинах товары выставляются по возрастанию цены (от дешевых к самым дорогим), но при этом еще учитывается направление движения основного покупательского потока. Наиболее эффективным будет, если ближе к входу выкладывать товары по акции или выгодными предложениями.

4. Эффект «Яркого пятна».

Яркие акценты бросаются людям в глаза. Выкладка товаров осуществляется так: от весьма светлых оттенков к более темным по ходу движения. Можно применить такой эффект, когда нужно поставить определенную группу товаров в один сплошной блок, который будет отличаться от других по своему цвету. Существуют сочетания товаров разных форм и цветов, которые вызывают у покупателей весьма приятные ассоциации.

5. «Мертвая зона».

«Мертвой зоной» считаются углы, которые удалены от покупательского взгляда, так как покупатель падает туда очень редко.

6. Правило «Объемности».

Превосходство такой выкладки в том, что она заинтересовывает покупателей и воспринимается как распродажа. Данная выкладка имеет такой вид: подбирается устойчивая, вместительная емкость, например корзина, и в нее размещается товар методом «навала». Необходимо размещать более заметные ценники.

7. Закон «Переключения внимания».

Если человек не определяет привлекательный для себя объект, то внимание переходит на другое в поисках какой-то «фигуры», поэтому нельзя выкладывать товар в абсолютно строгую линейку, потому что покупатель может пройти мимо в поисках чего-нибудь яркого (это не касается поиска конкретного товара).

8. Правило «Хорошего окружения».

Суть в том, что товары, которые не пользуются так таковым спросом, располагают рядом с наиболее популярными, за счет данного мероприятия происходит увеличение объема их продаж. Из-за лидера товаров потребители начинают больше обращать внимание на не востребованный продукт.

9. Правило «Перекрестного опыления».

Здесь происходит расположение продукции по правилу ассоциативной цепочки: конфеты - чай, кофе; разграничения и сопряжения «горячих» и «холодных» участков в торговом зале и на полках.

10. Закон «Размера».

Мелкие товары должны лежать поближе к покупателю, крупный за мелким и дальше.

В магазине «Л'Этуаль» применяются некоторые правила мерчендайзинга, такие как:

– закон «Фигуры и фона». Например, парфюмерия Tiffany & Co занимает 2 полки в особом оформлении, которое отличается от остальных. А такие бренды как Chanel и Dior выделены на фоне других марок, в полках встроена светодиодная лента, тем самым подсвечивая бренды. Это сделано как на полках женской парфюмерии, так и мужской;

– правило «Первого впечатления». На входе магазина расположены самые дешёвые ароматы и косметика, а дальше по нарастающей;

– «Мертвая зона». В «Л'Этуаль» так же как и во всех магазинах есть «мертвые зоны».

- закон «Переключения внимания». Товар расположен по объёму флоксона, от большего к меньшему или наоборот, в линейку или хаотично, в зависимости от планограммы. Если же у бренда есть небольшие линейки, то их чаще всего располагают вместе на одной полке, что привлекает внимание;

- правило «Хорошего окружения». Данное правило в магазине «Л'Этуаль» действует немного иначе. Так как товар выкладывается по брендам, но есть линейки, которые чаще продаются, а есть которое реже. Поэтому для того, что бы линейки редкого спроса продавались, их располагают как можно ближе к лидерам;

- закон «Размера». Мелкий товар расположен ближе к покупателю, крупный подальше. Например, подарочные упаковки расположены на самых нижних полках, так как коробки достаточно большие.

Представлять товар покупателю необходимо не хаотично, а в соответствии с тщательно разработанной схемой - планограммой. Планограмма предназначена для рационального управления торговым пространством, в котором реализуется продукция. Так, правила мерчендайзинга и тщательно разработанная планограмма помогают магазину «Л'Этуаль» увеличить продажи.

Таким образом, если придерживаться законов и правил мерчендайзинга, а так же применять инструменты, то магазин сможет эффективно увеличить свои продажи.

Список литературы

1. Веллхофф А., Массон Ж.Э. Мерчендайзинг. Эффективные инструменты и управление товарными категориями. М.: ИД Гребенникова. 2015 – 270 с.
2. Мерчендайзинг в современной торговле [Электронный документ] URL: https://studwood.ru/835449/marketing/tehnologiya_merchandayzinga
3. Парамонова Т.Н. Конкурентоспособность предприятия розничной торговли: учебное пособие. М.: КНОРУС, 2016 – 120 с.

ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ

УДК 336

ПРОБЛЕМА ГОСУДАРСТВЕННОГО ДОЛГА В НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКЕ

ГОЛОГУШ ДЕНИС КОНСТАНТИНОВИЧ

Студент

УО «Белорусский государственный экономический университет»

Научный руководитель: Герасенко Владимир Петрович

д. э. н., профессор

УО «Белорусский государственный экономический университет»

Аннотация: Международный опыт показывает, что неэффективность системы управления государственным долгом из-за сроков погашения, валюты заимствования или процентных ставок, значительных, необеспеченных резервами обязательств являются факторами зарождения экономической нестабильности в стране. Политика решения этой проблемы разных стран имеет свою специфику вследствие исторических и экономических причин, но можно сказать, что любая страна стремится максимально минимизировать последствия государственного долга и обеспечить постоянное выполнение своих обязательств.

Целью работы является исследование государственного долга Республики Беларусь, а также оценка стратегии государства по управлению государственными обязательствами.

Ключевые слова: государственный долг, внутренний долг, внешний долг, золотовалютные резервы, «бремя государственного долга».

THE PROBLEM OF PUBLIC DEBT IN THE NATIONAL ECONOMY

Gologush Denis Konstantinovich

Scientific adviser: Gerasenko Vladimir Petrovich

Abstract: International experience shows that the ineffectiveness of the public debt management system due to maturity, borrowing currency or interest rates, significant unsecured liabilities are factors in the emergence of economic instability in the country. The policy of solving this problem of different countries has its own specifics due to historical and economic reasons, but we can say that any country seeks to minimize the consequences of public debt and ensure the constant fulfillment of its obligations.

The aim of the work is to study the state debt of the Republic of Belarus, as well as assess the state's strategy for managing state obligations.

Key words: public debt, internal debt, external debt, foreign exchange reserves, "the burden of public debt".

Размер государственного долга находится в прямой зависимости от ежегодных операций государства по получению новых займов и условий их предоставления, а также от размера погашения ранее полученных средств и уплаты процента по ним [1, с. 164].

Основной причиной государственного долга выступает постоянный бюджетный дефицит. Правительство предпринимает различные пути покрытия дефицита, которые приводят к росту государственного долга. Рассмотрим каждый способ подробнее.

Первый способ – это долговое финансирование. Суть в том, что правительство выпускает госу-

дарственные ценные бумаги, как правило, облигации, и продает и на фондовом рынке. Эти облигации покупают фирмы, население, нерезиденты. По ценным бумагам выплачиваются проценты, поэтому это опять же приводит к бюджетному дефициту. Если у правительства нет средств на погашения выпущенных облигаций, оно еще раз выпускает ценные бумаги. Таким образом, это приводит к увеличению как внутреннего, так и внешнего государственного долга.

Второй способ – внешние займы. Если государство активно берет займы для покрытия бюджетного дефицита, финансирования различных программ развития производства, перестройки экономики, то это приводит к росту внешнего государственного долга. Этот способ используют развивающиеся страны. Однако в странах с переходной экономикой заемные средства часто идут на финансирование возросших расходов по управлению, содержанию правоохранительных органов, выплату трансфертов, так что их эффективность сомнительна.

Существует ряд общеэкономических факторов, влияющих на государственные расходы и соответственно, на величину государственного долга. К таким относятся:

1. Непредвиденные ситуации: военные действия, стихийные бедствия и другие чрезвычайные происшествия.
2. Циклы экономики. В период спада правительство активно занимает денежные средства для сглаживания циклических колебаний.
3. Политические аспекты. Здесь понимается увеличение государственного долга, по причине предвыборных обещаний, то есть одновременное увеличение трансфертов и снижение налогов.
4. Инфляция. Инфляция увеличивает государственные расходы и уменьшает доходы, тем самым увеличивая государственный долг.
5. Шоки национальной или мировой экономики.

По мнению части экономистов, рост внутреннего долга не может привести к банкротству нации, так как это долг самим себе. Но государство всегда имеет возможность его профинансировать. Вместе с тем нельзя недооценивать негативные последствия внутреннего государственного долга, поскольку он способен принести существенный ущерб экономике страны.

Выплата внутреннего долга за счет эмиссии денег приводит к увеличению темпов инфляции.

Наиболее опасен рост внутреннего долга для экономик стран с низким уровнем дохода, а значит и сбережений. Вместо того чтобы инвестировать свои сбережения, хозяйствующие субъекты покупают государственные ценные бумаги. Это приводит к сокращению объектов основного капитала в стране.

Последствия внешнего долга более тяжелы для страны. Постоянное рефинансирование займов за счет новых привлечений сохраняет величину выплат по долгу, что является сдерживающим фактором экономического роста страны. Государство вынуждено оплачивать проценты и погашать долг ценными товарами и услугами, что снижает уровень жизни собственного населения. Внешний долг приходится выплачивать за счет золотовалютных резервов, что сокращает национальное богатство страны.

Большой внешний долг вредит международному авторитету страны и осложняет получение новых займов [2, с. 134-135, 137].

Проблемой государственного долга в Республике Беларусь занимается Министерство финансов Республики Беларусь.

Государственный долг Беларуси на 1 августа 2020 года составил 53,123 млрд рублей, или 21,794 млрд долл. США, в том числе внешний долг – 17,772 млрд долл. США, внутренний – 9,785 млрд бел. руб. [3].

Внешние обязательства Беларуси выражаются в иностранной валюте из-за нестабильности обменного курса национальной денежной единицы и привлечения ресурсов в иностранной валюте (табл. 1).

Основу валового государственного долга составляют внешние заимствования.

Необходимо также рассмотреть динамику государственного долга за последние семь лет.

Таблица 1 показывает стремительное увеличение государственных заимствований. Так, по сравнению с 2013 годом, государственный долг увеличился на 29,4 млрд бел. руб., т.е. на 190,9%. Увеличение произошло главным образом за счет внешних займов: на 24,3 млрд бел. руб. или 205,9%. Долг населению достиг своего пика в 2016 году, увеличившись почти в три раза или на 183,3%, однако после заметно снижение до 8,7 млрд бел. руб. или на 14,7%. В целом за семь лет внутренний государствен-

ный долг увеличился на 5,1 млрд бел. руб. или на 141,7% (табл. 1).

Таблица 1

Динамика государственного долга Республики Беларусь за 2013-2019 гг. на, млрд бел. руб.
(с учетом деноминации: уменьшение в 1000 раз)

| Год | Государственный долг | % к ВВП | Внешний долг | % к ВВП | Внутренний долг | % к ВВП |
|------|----------------------|---------|--------------|---------|-----------------|---------|
| 2013 | 15,4 | 21,6 | 11,8 | 16,5 | 3,6 | 5,1 |
| 2014 | 19,8 | 21,5 | 14,9 | 16,0 | 4,8 | 5,5 |
| 2015 | 32,9 | 31,4 | 23,2 | 21,9 | 9,7 | 9,5 |
| 2016 | 36,9 | 39,2 | 26,7 | 28,4 | 10,2 | 10,8 |
| 2017 | 42,2 | 39,1 | 33,0 | 30,6 | 9,2 | 8,5 |
| 2018 | 45,4 | 35,1 | 36,5 | 28,2 | 8,9 | 6,9 |
| 2019 | 44,8 | 33,7 | 36,1 | 27,1 | 8,7 | 6,6 |

Стремительное увеличение государственного долга связано с девальвацией национальной валюты, поскольку государственный внешний долг, выраженный в иностранной валюте, составляет основу всех государственных обязательств.

Однако важны не номинальные показатели государственного долга, а его соотношение с размером экономики.

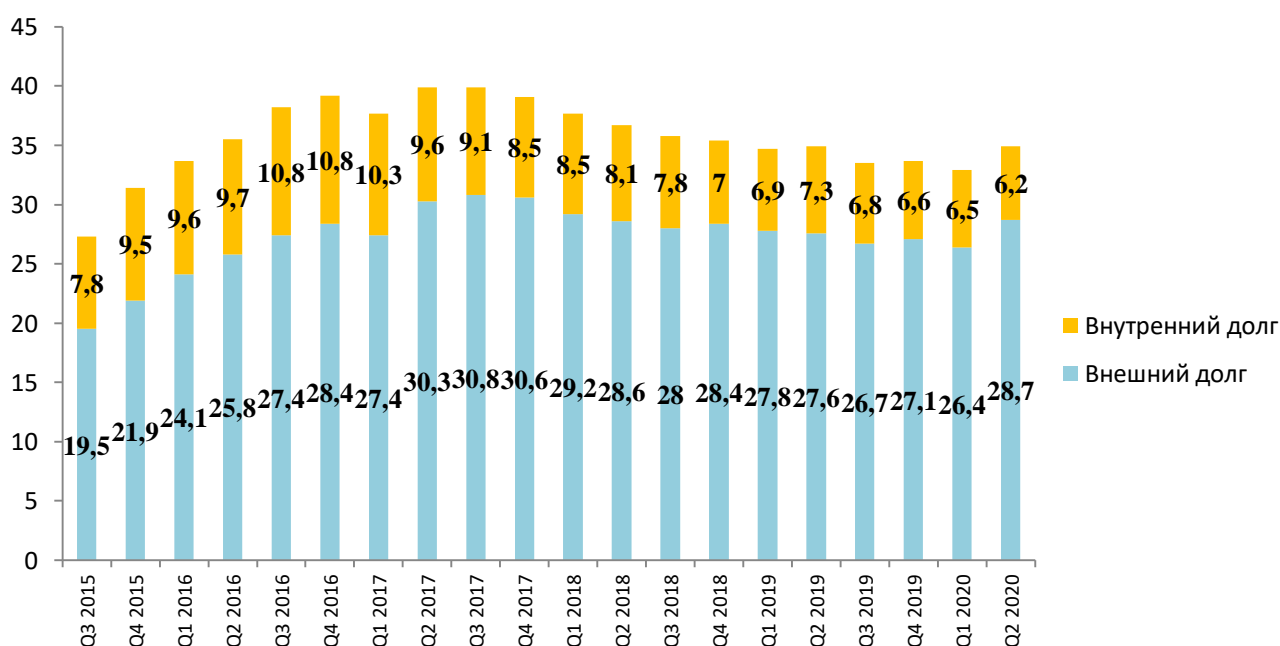


Рис. 1. Динамика государственного долга Республики Беларусь, в % к ВВП

Рисунок 1 показывает постепенное увеличение «бремени государственного долга» до 2017 года, а затем снижение. Этот показатель во втором и третьем кварталах 2017 года составил 39,9% ВВП, максимально приблизившись к законодательно установленному лимиту 45% ВВП (рис. 1).

Со второго квартала 2020 года наблюдается устойчивый рост государственного долга Республики Беларусь как в абсолютном, так и в относительном выражении. По сравнению с первым кварталом

2020 года внешний долг увеличился на 2,3% к ВВП, а внутренний уменьшился на 0,3% к ВВП, таким образом, государственный долг во втором квартале 2020 года составил 34,9%. Рост которого вызван девальвацией национальной валюты и внешними шоками (рис. 1).

Согласно статье 12 Закона Республики Беларусь “О республиканском бюджете на 2020 год”, установлены следующие лимиты государственного долга:

- лимит внутреннего государственного долга 9,5 млрд бел. руб.;
- лимит внутреннего долга, гарантированного Республикой Беларусь 2,9 млрд бел руб.;
- лимит внешнего государственного долга 20,5 млрд долл. США;
- лимит внешнего долга, гарантированного Республикой Беларусь, 2,7 млрд долл. США [4].

Таким образом, политика государства направлена на снижение долгового бремени. Несмотря на увеличение абсолютных показателей государственного долга, заметна тенденция к его сокращению относительно размера экономики. Государственный долг Республики Беларусь увеличивается за счет внешних заимствований, в то время как сокращается внутренний долг перед резидентами. Данная тенденция показывает ухудшение экономической безопасности государства.

Как было рассмотрено ранее, в 2019 году увеличилась нагрузка на республиканский бюджет по выплате долговых обязательств. Основные выплаты осуществляются нерезидентам-кредиторам.

Основными иностранными кредиторами являются: Россия – 7,905 млрд долл. (46,8% внешнего государственного долга Беларуси), Китай – 3,302 млрд долл. (19,6%), Евразийский фонд стабилизации и развития – 2,683 млрд долл. (15,9%), держатели белорусских еврооблигаций – 2 млрд долл. (11,8%), Всемирный банк – 904,5 млн долл. (5,3%) [5].

Таким образом, на долю резидентов России и подконтрольного ей Евразийского фонда стабилизации и развития по состоянию на 1 января 2019 г. приходится, как минимум, 62,7% внешнего государственного долга Беларуси, что свидетельствует о достаточно высокой кредитной зависимости Республики Беларусь от России. В данном случае следует пояснить, что отдельные держатели суверенных еврооблигаций Беларуси также являются резидентами России.

Основным источником собственных средств для выплаты обязательств по государственному долгу в Республике Беларусь являются золотовалютные резервы. С начала 2019 года их объем увеличился на 2,24 млрд. долл. США, составив на 1 января 2020 года 9,4 млрд долл. США [6]. Однако, начиная с февраля 2020 года, размер золотовалютных резервов снижается до 8,8 млрд. долл. США в августе 2020 года, что обусловлено плановым погашением долговых обязательств в иностранной валюте на общую сумму 383,5 млн долл. США [6].

Таким образом, Республика Беларусь использует различные источники внешних государственных заимствований. Поэтому внешний долг преобладает в структуре государственного долга. Стабильный рост государственного долга показывает неэффективность использования привлеченных денежных средств. Что, в свою очередь, влечет экономическую зависимость Республики Беларусь от стран-кредиторов. Поэтому возникает необходимость в эффективной политике управления государственным долгом.

Список литературы

1. Государственные финансы: Учеб. пособие / Г.К. Мультан, Е.Ф. Киреева, О.А. Пузанкевич и др.; Под ред. Г.К. Мультана. – Мн.: БГЭУ, 2005. – 166 с.
2. Брагинская Л.С. Государственный долг: анализ системы управления и оценка ее эффективности: монография / Л.С. Брагинская. – Москва: Литагент «Логос», 2007. – 424 с.
3. Состояние государственного долга Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.minfin.gov.by/ru/public_debt/condition/. – Дата доступа 03.09.2020.
4. О республиканском бюджете на 2020 год: Закон Респ. Беларусь, 16 декабря 2019 г. №269-3 // Эталон – Беларусь [Электронный ресурс] / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2020. – Дата доступа: 03.09.2020.

5. Муха А. Текущие тенденции государственных финансов / А. Муха // Наше мнение [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://nmn-by.eu/news/analytics/6877.html>. – Дата доступа: 03.09.2020.

6. Международные резервные активы Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.nbrb.by/statistics/reserveassets/assets.asp>. – Дата доступа: 04.09.2020.

УДК 336.663

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ОБОРОТНОГО КАПИТАЛА

ЛЮБИНСКИЙ АНТОН ВЛАДИМИРОВИЧ

Магистрант

АНО ВО «Белгородский университет кооперации, экономики и права»

*Научный руководитель: Иовлева Ольга Валерьевна**к.э.н., доцент**АНО ВО «Белгородский университет кооперации, экономики и права»*

Аннотация: Определение оборотного капитала как средства производства позволяет ставить вопрос о его экономической эффективности. В статье структурирован процесс определения эффективности функционирования оборотного капитала, приведены показатели, позволяющие судить об эффективности функционирования оборотного капитала.

Ключевые слова: оборотный капитал, оценка эффективности, капитал организации, показатели эффективности.

DETERMINING THE EFFECTIVENESS OF WORKING CAPITAL

Lyubinsky Anton Vladimirovich

Scientific adviser: Iovleva Olga Valeryevna

Abstract: The definition of working capital as a means of production allows us to raise the question of its economic efficiency. The article structures the process of determining the effectiveness of working capital, provides indicators that allow us to judge the effectiveness of working capital.

Key words: working capital, performance assessment, organization's capital, performance indicators.

Эффективность функционирования оборотного капитала — это залог устойчивой деятельности предприятия, осуществляющего работу в любой отрасли. Эффективность в современных условиях хозяйствования означает способность предприятия генерировать прибыль и быть платежеспособным, конкурентоспособным.

Эффективное управление оборотным капиталом означает, что в организации создана рациональная структура оборотных средств. При этом приняты во внимание особенности сферы ее деятельности. Помимо этого, сформирована адекватная структура источников финансирования организации. Равновесным является состояние между риском утраты платежеспособности организации и достижением необходимого уровня рентабельности. При эффективном управлении оборотным капиталом удастся сократить объем ресурсов, расходуемых на генерацию прибыли [1, с.77.]

Определение уровня эффективности функционирования оборотного капитала предусматривает осуществление комплекса оценок. Прежде всего, осуществляют анализ эффективности формирования оборотных средств. В процессе дальнейшей работы приобретает особенную важность анализ эффективности использования оборотного капитала.

Помимо этого, производят анализ эффективности финансирования проектов, реализуемых на предприятии. В заключение осуществляют анализ эффективности управления оборотным капиталом. Во внимание при этом принимается ликвидность бухгалтерского баланса. Таковы ключевые направления определения эффективности функционирования оборотного капитала.

Реализация вышеперечисленных направлений оценки эффективности функционирования предусматривает реализацию таких важных оценочных процедур (рис.1).

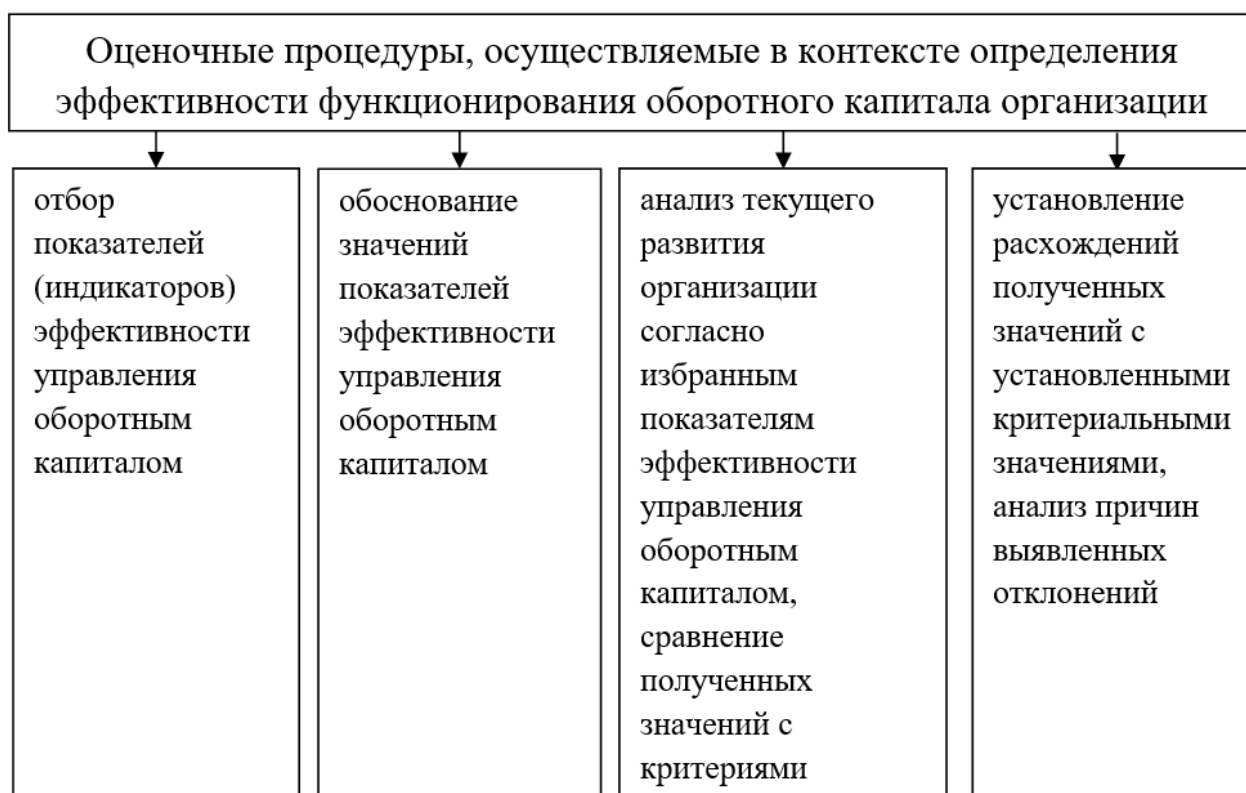


Рис. 1. Оценочные процедуры, осуществляемые в контексте определения эффективности функционирования оборотного капитала организации

Определение эффективности функционирования оборотного капитала происходит в ходе определенных этапов. Перечень этапов определения эффективности функционирования оборотного капитала и их характеристика приведены ниже (табл. 1).

Эффективность финансирования оборотных средств оценивается с помощью следующих коэффициентов:

- 1) коэффициент обеспеченности оборотных активов собственными оборотными средствами;
- 2) коэффициент финансирования оборотных активов за счет долгосрочных обязательств;
- 3) коэффициент финансирования оборотных активов за счет краткосрочных заемных средств;
- 4) коэффициент финансирования оборотных активов за счет кредиторской задолженности [2].

Приняты целевые ориентиры показателей эффективности функционирования оборотного капитала. Так, необходимо стремиться к обеспечению удельного веса собственных оборотных средств в структуре оборотного капитала на уровне более 10 %, удельный вес долгосрочных средств должен составлять менее 36 %, а краткосрочных средств – менее 54 % [3 с. 114].

Таблица 1

Этапы определения эффективности функционирования оборотного капитала

| Название этапа | Характеристика аналитических действий, осуществляемых на этапе |
|--|---|
| Этап 1. Определение эффективности формирования оборотных средств | Основные аналитические процедуры, которые выполняются в ходе реализации данного этапа: - анализ структуры и состава оборотных средств, динамики их изменения; - анализ структуры видов оборотных средств (запасов, дебиторской задолженности, денежных средств). |
| Этап 2. Оценка эффективности использования оборотных средств | Применяют такие показатели: - коэффициенты оборачиваемости; - период оборота средств, характеризующихся мобильностью (число дней, которые необходимы для того, чтобы они в полной мере окупилась); - коэффициенты загрузки (объем ресурсов, которые приходятся на единицу проданных товаров); - коэффициенты рентабельности, описывающие эффективность функционирования оборотного капитала и некоторых его элементов |
| Этап 3. Оценка эффективности финансирования оборотного капитала | Предусматривает оценку структуры источников финансирования оборотного капитала. При этом рассчитывают удельный вес собственных, заемных средств в общей структуре капитала |
| Этап 4. Оценка эффективности управления оборотным капиталом в контексте ликвидности бухгалтерского баланса | Рассчитывают коэффициент текущей ликвидности, коэффициент быстрой ликвидности, коэффициент абсолютной ликвидности |

Наиболее приемлемой системой показателей для оценки эффективности функционирования оборотного капитала будем считать следующие показатели:

1. Коэффициент оборачиваемости оборотного капитала:

$$K_{об} = V/C, \text{ где}$$

V – выручка от реализации продукции организации, тыс. руб.

C – среднегодовой остаток оборотных средств, тыс. руб.

2. Длительность одного оборота, совершаемого оборотными средствами:

$$D_{об} = (C * D) / V, \text{ где}$$

D – количество дней в отчетном периоде.

Важно понимать, каковы тенденции динамики эффективности функционирования оборотного капитала. Данная задача успешно решается путем сопоставления значений коэффициентов оборачиваемости, рассчитанных по состоянию за ближайшие периоды. Оборачиваемость капитала в днях характеризует период времени, за который оборотный капитал совершает полный кругооборот.

Если оборачиваемость оборотных средств растет, то они могут в полном объеме высвободиться из оборота. В таком случае величина высвобожденного капитала, имевшего место в результате того, что оборачиваемость изменилась, определится следующим образом:

$$D = (K_{зоп} - K_{збп}) * V_{отч}, \text{ где}$$

K_{зоп} – коэффициент загрузки оборотных средств, достигнутый в отчетном периоде;

K_{збп} – коэффициент загрузки оборотных средств, достигнутый в базисном периоде.

Расчет данного показателя демонстрирует уровень величины эффективности ущерба, нанесенного динамикой оборачиваемости оборотных средств. Целесообразно определять показатель, характеризующий уровень общего высвобождения капитала. В таком случае необходимо суммировать вели-

чину его высвобождения в относительном и абсолютном выражении [4, с. 129].

Определение величины высвобожденного капитала, полученного в результате изменения оборачиваемости капитала, играет важную роль в установлении эффективности функционирования оборотного капитала. Высвобожденные средства можно направить на наращивание производства. Такой подход способствует укреплению финансовой устойчивости организации.

3. Рентабельность оборотных активов. Определяется по следующему выражению:

$$P = П/С, \text{ где}$$

П – прибыль, сгенерированная предприятием, тыс. руб.

С – себестоимость, тыс. руб.

Для того, чтобы расходы, осуществленные предприятием, дали позитивный эффект, рентабельность должна быть отличной от 0. В противном случае понесенные расходы не дают отдачи, и предприятие терпит убыток.

Удельный вес оборотных средств в общем оборотном капитале отличается в зависимости от того, в какой сфере экономики работает предприятие. Так, для предприятий оптовой и розничной торговли он находится в пределах 0,806-0,900. Для строительных компаний диапазон его изменения составляет 0,843-0,881.

Для малых и средних предприятий управление эффективностью использования оборотного капитала связано с поддержанием на оптимальном уровне структуры оборотных активов. Контролируя уровень дебиторской задолженности, денежных средств и запасов, можно существенным образом улучшить структуру оборотного капитала, и, следовательно, эффективность его функционирования. Естественно, в силу того что масштаб деятельности этих предприятий мал, число оценочных показателей для измерения эффективности функционирования оборотного капитала, для них также не может быть слишком большим.

Анализ эффективности использования оборотного капитала также можно производить с помощью модифицированной формулы EVA – экономической добавленной стоимости [5, с. 93]. Модифицированная формула имеет следующий вид:

$$EVA = EVABA + EVAPK, \text{ где}$$

$$EVABA = \text{Spread} * \text{Уд}BA * A;$$

$$EVAPK = \text{Spread} * \text{Уд}PK * A, \text{ где}$$

BA – величина внеоборотных активов;

PK – рабочий капитал;

A – оборотный капитал организации.

Эти выражения предоставляют широкие возможности для анализа вклада элементов актива в общую эффективность использования оборотного капитала.

Каждая организация обладает определенными резервами повышения эффективности управления оборотным капиталом. Резервы состоят в сокращении издержек производства и обращения. Реализовать данный потенциал становится возможным благодаря содействию укреплению платежеспособности, построению адекватной структуры капитала и обеспечению его рентабельного использования.

Анализ эффективности функционирования оборотного капитала необходимо производить комплексно, учитывая особенности сферы деятельности организации и цели ее перспективного развития. Структура оборотного капитала должна быть рациональной, представлять интересы всех заинтересованных сторон в эффективной деятельности предприятия. Следует принимать во внимание необходимый уровень платежеспособности предприятия, которую требуется сохранить при управлении оборотным капиталом. Рассчитанные показатели и коэффициенты использования оборотного капитала являются целевыми индикаторами управления.

На предприятии должна действовать понятная и действенная политика управления дебиторской задолженностью, запасами. Следует также контролировать длительность операционного цикла. Все перечисленные мероприятия будут содействовать повышению эффективности функционирования оборотного капитала предприятия.

Список литературы

1. Векленко В.И., Махонькова А.С., Жмакина Н.Д. Повышение эффективности управления оборотным капиталом организации//Вестник Курской государственной сельскохозяйственной академии. 2017. – С. 75-80
2. Жамбалов Ж.Ч., Головецкий Н.Я. Оборотный капитал на производстве: анализ и эффективное использование // Вестник Евразийской науки, 2019 №2, <https://esj.today/PDF/67ECVN219.pdf> (доступ свободный).
3. Муравьева Н.Н., Дубинина Т.В. Методика оценки эффективности управления оборотным капиталом в коммерческих организациях//Экономика и бизнес: теория и практика. 2020. –Том 5-3 (63). С. 110-114
4. Талалаева Н.С., Мурдасова М.О. Оценка эффективности использования оборотных средств на предприятиях малого и среднего бизнеса//Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2019. Том 3-2. – С. 127-131
5. Кучеренко С.А., Есикова Д.А., Бондарева Н.Н. Аналитическое обеспечение применения EVA методики оценки эффективности оборотных активов сельскохозяйственных организаций//Естественно-гуманитарные науки. № 25 (3) 2019. – 87-94

УДК 33

РОЛЬ МЕЖДУНАРОДНОГО ВАЛЮТНОГО ФОНДА В СИСТЕМЕ СОВРЕМЕННОЙ МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

ЖЛОБНИЦКИЙ МАКСИМ ДМИТРИЕВИЧ

Студент

Филиал ФГБОУ ВО «Национальный исследовательский университет «МЭИ» в г. Смоленске

Аннотация: Международный валютный фонд (МВФ) является международной организацией, основной целью создания которой является стандартизация финансовых отношений и обменных курсов на глобальном уровне. В целом, МВФ контролирует глобальную экономику, основной целью которой является экономическое укрепление своих стран-членов. В ходе научной работы будут проанализированы организационно-экономические функции МВФ, также будут проанализированы способы присоединения стран к МВФ, доли расходов на основные виды деятельности МВФ, а в особенности расходы на деятельность в области развития, помимо этого будет дана оценка деятельности МВФ в 2020 году.

Ключевые слова: международный валютный фонд, финансовые отношения, макроэкономическая политика, денежно-кредитная сфера.

Международный валютный фонд (МВФ) представляет собой валютную организацию, а не организацию по вопросам развития, но тем не менее он призван играть важную роль в сокращении бедности в государствах [1]. В частности, МВФ создавался со следующими намерениями:

1. Содействие валютной и обменной стабильности на глобальном уровне.
2. Содействие сбалансированному росту международной торговли, а также её расширению.
3. Содействие в создании многосторонней системы платежей за текущие транзакции.

Обеспечение МВФ ресурсами осуществляется за счёт его государств-членов. По большей части это происходит благодаря внесению платежей в счёт квот, в целом отражающих размеры экономики каждой из стран в отдельности. МВФ осуществляет наблюдение за экономической ситуацией в мире и в отдельно взятой стране с помощью официальной системы надзора (рис. 1).

Международный валютный фонд стремится внести вклад в рамках своей деятельности, призванной способствовать тому, чтобы процесс глобализации содействовал успешному развитию и расширению экономических связей и сотрудничества между государствами в денежно-кредитной сфере.

Для присоединения страны к МВФ необходимо просто подать заявку, сделать это может любая страна. Обязательством для стран, сотрудничающих с МВФ, является регулярное внесение членских взносов или квот, присваиваемых отдельным странам, в зависимости от их экономических размеров. Благодаря данным квотам оговаривается, в какой степени страны способствуют деятельности МВФ. Чем мощнее экономика страны, тем больше квоты, из них образуется пул для выдачи кредитов нуждающимся в помощи странам. Помимо этого, страны-члены обязаны соблюдать Кодекс поведения, который устроен так, что к просящим финансовую помощь странам применяются более строгие правила.

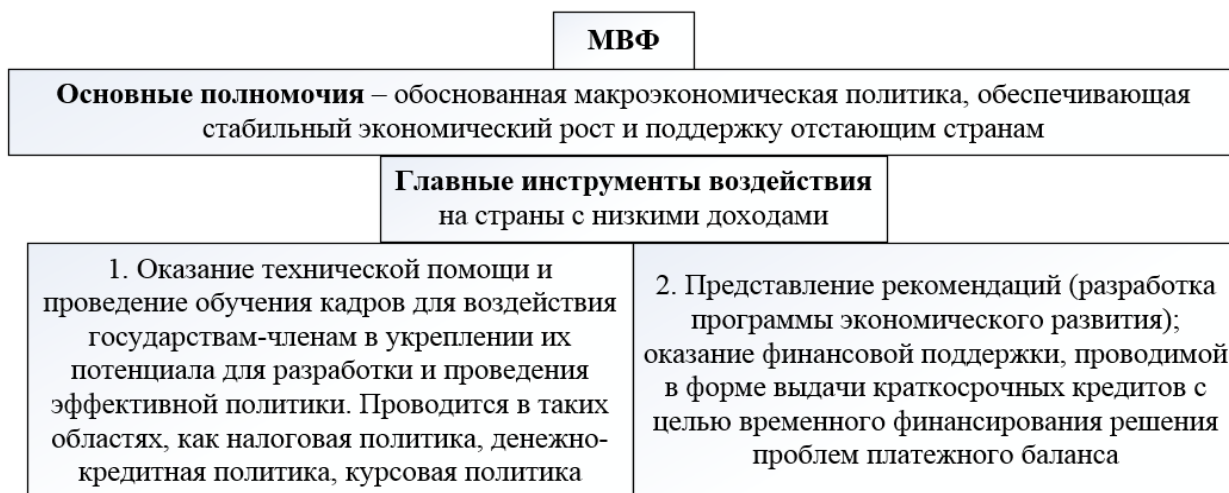


Рис. 1. Организационно-экономические функции МВФ

Давая оценку современному влиянию МВФ на мировую экономику необходимо отметить следующее: на данный момент в МВФ насчитывается 189 стран-членов, все взаимосвязи между странами осуществляются через столицу США Вашингтон. Все страны или регионы представляются членами Исполнительного совета Фонда, а также многочисленными сотрудниками. Основа соотношения членов совета директоров от каждой из стран базируется на мировом финансовом положении каждой из них, ввиду этого сильные страны в мировой экономике обладают самым сильным представительством. США имеют самое высокое право голоса, дальше по списку идут азиатские страны, такие как Япония и Китай, а также страны Западной Европы (Италия, Германия и т.д.)

На рисунке 2 представлены доли расходов на основные виды деятельности МВФ в 2018 финансовом году [2]. Проанализировав рисунок, можно заметить, что наибольший процент приходится на техническую помощь (26%), также стоит учитывать, что техническая помощь вместе с подготовкой кадров (5%) вместе образуют развитие потенциала, на которое приходится в сумме 31%. На втором же месте находится надзор на двусторонней основе (24%), немногим обходя надзор на многосторонней основе (20%).



Рис. 2. Доли расходов на основные виды деятельности МВФ, 2018 финансовый год

Говоря о развитии потенциала в ходе работы МВФ, стоит отметить, что деятельность МВФ в этой области продолжала расширяться в 2018 финансовом году в основном за счет большего объема работы со странами Африки к югу от Сахары, Азиатско-Тихоокеанского региона, а также Ближнего Востока и Центральной Азии. Общая сумма прямых расходов на деятельность по развитию потенциала (за исключением общей поддержки и накладных расходов на управление) составила 303 млн долларов США в 2018 финансовом году, по сравнению с 267 млн долларов США в 2017 финансовом году, увеличившись на 14 процентов (рис. 3). Компонент финансирования из внешних источников в 2018 финансовом году составил 55 процентов от общего объема, увеличившись на 23 процента [2].

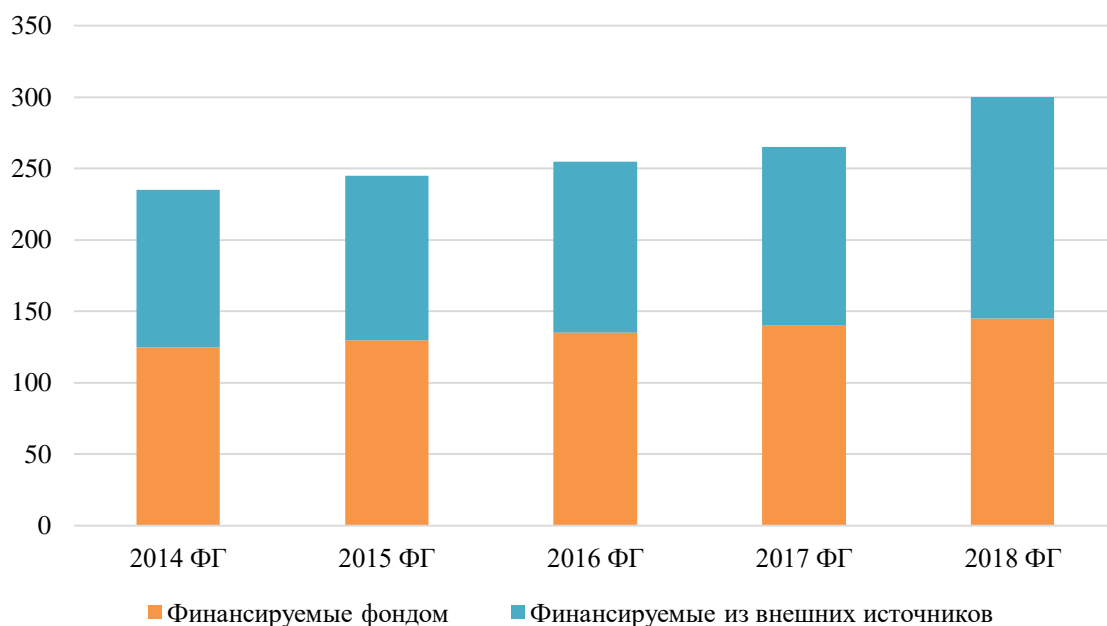


Рис. 3. Расходы на деятельность в области развития потенциала (млн долларов США)

Говоря о деятельности МВФ в целом, стоит отметить, что помимо установки стандартов для мировой экономики и контроля финансовых связей между странами, МВФ помогает нуждающимся странам путём предоставления им денег, необходимых для улучшения экономического состояния и восстановления финансовой структуры. Также МВФ помогает странам разработать более устойчивую финансовую политику, консультирует, помогает странам вывести свою финансовую эффективность на максимум и помогает развивающимся странам стабилизироваться в мировой экономике.

Таким образом, следует отметить, что МВФ играет три основные роли в мировой денежной системе. Фонд занимается изучением экономических и финансовых изменений, выделяет средства странам с трудностями с платежным балансом и оказывает техническую помощь и подготовку странам, которые его запрашивают.

Список литературы

1. Международный валютный фонд: официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://www.imf.org/external/russian/index.htm>
2. Годовой отчёт МВФ 2018 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://www.imfconnect.org/content/dam/imf/Spring-Annual%20Meetings/AM18/Public%20Documents/IMF%20AR%202018%20Russian.pdf>

УДК 336.663

ВЛИЯНИЕ НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКОГО ПРОГРЕССА НА ОБОРОТНЫЙ КАПИТАЛ

ЛЮБИНСКИЙ АНТОН ВЛАДИМИРОВИЧ

Магистрант

АНО ВО «Белгородский университет кооперации, экономики и права»

*Научный руководитель: Иовлева Ольга Валерьевна**к.э.н., доцент**АНО ВО «Белгородский университет кооперации, экономики и права»*

Аннотация: в статье исследованы новые тенденции в функционировании оборотного капитала, обусловленные особенностями его кругооборота под влиянием научно-технического прогресса. На примере фармацевтических компаний рассмотрены ключевые факторы влияния научно-технического прогресса на управление оборотным капиталом.

Ключевые слова: оборотный капитал, капитал компании, управление капиталом, научно-технический прогресс, НТП.

WORKING CAPITAL MANAGEMENT METHODS

Lyubinsky Anton Vladimirovich

Scientific adviser: Iovleva Olga Valeryevna

Abstract: the article examines new trends in the functioning of working capital due to the peculiarities of its circulation under the influence of scientific and technological progress. Using the example of pharmaceutical companies, the key factors of scientific and technological progress influence on working capital management are considered.

Key words: working capital, company capital, capital management, scientific and technological progress, S&T development.

Оборотный капитал представляет собой финансовые средства, которые в авансированном виде направляются на развитие организации, осуществление ею производственной и хозяйственной деятельности, что способствует устойчивой работе. Одним из факторов, воздействующим на оборотный капитал, является научно-технический прогресс. По мере того, как некоторая сумма финансовых ресурсов авансируется, в запасы вкладывается также определенная стоимость прибавочного продукта.

Рентабельная работа предприятия во многом определяется уровнем внедрения инновационных решений. Наиболее рентабельно работающие предприятия имеют возрастающую сумму авансированных оборотных средств на некоторую величину. Нерентабельные организации по завершении производственно-сбытового цикла имеют уменьшенную величину авансированных средств вследствие того, что оборотный капитал был использован неэффективно. В результате предприятие понесло убытки.

Научно-технический прогресс (НТП) представляет собой вовлечение инноваций и конструкторских решений в производственно-сбытовой процесс предприятия. Благодаря НТП создаются современные и отвечающие требованиям времени технологии и продукты, качество предпринимательской деятельности существенно увеличивается [1, с. 113]. Предприятие развивается за счет повышения

своего технологического уровня. Достижения прогресса и науки оказывают воздействие на состояние оборотного капитала предприятия. Так, благодаря влиянию научно-технического прогресса становится возможным улучшить технологию выпуска товара, что позволяет существенным образом нарастить объем производства. При этом расход труда и капитала, задействуемых в производстве продукта, снижается. Возникает возможность нарастить производительность труда и уровень заработной платы работников.

Научно-технический прогресс играет капиталосберегающее значение. В ходе проведенных исследований экономисты Э. Прескотт и Ф. Кидланд заключили, что НТП является на 75 % драйвером наращивания объема выпуска товаров и услуг в экономике [2, с. 114]. То же можно сказать и предпринятии, которое получает благодаря НТП значительный импульс к наиболее эффективному использованию оборотного капитала.

Как уже отмечалось, оборотный капитал представлен в авансированном виде, который в своей совокупности способствует наращиванию стоимости. Капитал также способствует созданию факторов производства. Капитал по своей природе – это фактор производства. Иными словами, оборотный капитал представляет собой стоимость, которая в авансированном виде аккумулируется в средствах производства.

НТП оказывает свое влияние на характер отношений, складывающихся между факторами производства, повышая потребительскую стоимость капитала. Капитал как фактор производства начинает функционировать более эффективно. Вследствие влияния научно-технического прогресса снижается энергоемкость, капиталоемкость и материалоемкость. Все это становится залогом экономии оборотного капитала. Капитал получает стимул к более быстрому обращению, повышается его ликвидность.

Под воздействием НТП изменяется структура и закономерности кругооборота оборотного капитала. Функциональная структура оборотного капитала также подвергается воздействию и изменению. В результате НТП высвобождается некоторая величина оборотных средств. Последние становятся частью резервов и целевых фондов. Оборотный капитал играет важную роль, выступая стимулом для поддержания непрерывного оборота финансовых средств. Особенно это важно в современных условиях хозяйствования, отличающихся неустойчивостью вследствие возникновения различных по длительности кризисов. Оставшаяся часть оборотного капитала становится особенной формой активов финансового характера. Данные ресурсы непосредственным образом не участвуют в производственном процессе. Однако они решают важную задачу, состоящую в формировании позитивных условий для осуществления основных и вспомогательных производственных процессов в организации. Данные финансовые ресурсы принимают активное участие в формировании финансовых показателей развития организации. Таким образом, можно заключить, что они обуславливают результативность кругооборота оборотного капитала.

Оборотный капитал оборачивается значительно быстрее благодаря воздействию НТП. Это становится возможным благодаря тому, что уменьшается период, в течение которого капитал находится в обращении. Оборотный капитал оборачивается с недостаточной эффективностью, если на предприятии не выработана серьезная платежная дисциплина, контрагенты имеют долги перед друг другом.

Оборотный капитал характеризуется различной степенью восприимчивости к достижениям НТП. Капитал функционирует активно и подвергается качественным преобразованиям благодаря воздействию научно-технического прогресса. При этом оборотный капитал принимает непосредственное участие в переходе к новому технологическому укладу и промышленной революции, предприятие выходит на экстенсивный уровень развития [3, с. 38]. Предельная продуктивность капитала возрастает по мере того, как используются наиболее дешевые ресурсы.

В современных условиях хозяйствования добиться приемлемого уровня конкурентоспособности невозможно без выбора интенсивного пути использования оборотного капитала, который подразумевает применение качественно новых технологий. Прогресс и стремление предприятий выходить на ведущее место на рынке возможны только благодаря тому, что они осуществляют инновационную деятельность, позитивно сказывающуюся на всех аспектах использования в этом процессе оборотного капитала.

Предприятия могут быть ограничены в средствах вследствие высокой стоимости заемных ресурсов. Организации, которые осуществляют свою деятельность в разных отраслях экономики, часто

ограничены в собственных источниках финансирования.

Например, фармацевтические компании могут усилить эффективность использования оборотного капитала только за счет частичного перехода к инновационному функционированию. Имеющаяся у них ресурсная база позволяет частично модернизировать оборудование и освоить современные производственные технологии. Инновационный цикл у таких предприятий длителен в силу специфики деятельности. Производство фармацевтической продукции стадийное, научные разработки имеют значительную стоимость. Вместе с тем фармацевтические предприятия должны решать проблему ценообразования на свою продукцию на гибкой основе, ведь их продукция, несмотря на высокую стоимость научных разработок, должна быть доступна широкому кругу потребителей.

Рынок фармацевтической продукции является высококонкурентным. Фармацевтические предприятия сталкиваются со сложностями, принимая решение заниматься прогрессивными научными разработками. Это касается, прежде всего, недостатка собственных финансовых средств. Многие предприятия вынуждены обратиться за кредитами, их значительная величина в структуре оборотного капитала повышает зависимость организаций от внешнего финансирования. Если предприятие не сможет вовремя рассчитаться по своим долгам, это ухудшит его платежеспособность. Окупаемость инвестиций существенно возрастет, если увеличится скорость оборота денежных средств в производственном процессе. Стоит отметить, что в условиях фармацевтического производства период от покупки запасов и до момента, когда поступят деньги на счет предприятия за отпущенный товар, составляет 12 месяцев.

В случае увеличения оборачиваемости оборотных ресурсов высвобождаются ликвидные средства. В таком случае предприятие будет платежеспособным. Такой подход позволит содействовать окупаемости инновационных проектов предприятия. Фармацевтическим предприятиям в силу несовершенной структуры оборотного капитала рекомендуется поддерживать рентабельность продаж на уровне не ниже 15 % [1, с. 114]. Только в подобном случае станет возможным отвечать по кредитным обязательствам.

Многие современные компании идут по пути поиска источников долгосрочного развития. Некоторые из них обращают свое внимание на цифровые технологии, являющиеся инструментом научно-технического прогресса. Внедряются интегрированные технологии управления производственно-сбытовой деятельностью. Хорошо себя зарекомендовала практика использования короткого цикла «cash-to-cash». Чем выше скорость прохождения оборотным капиталом стадий производства и обращения, тем эффективнее он используется при условии задействования прогрессивных технологий. Вопрос подвижности капитала, который принимает участие в хозяйственном обороте, выходит на первый план. Оборачиваемость оборотного капитала является неотъемлемым элементом результативности его использования. Современное предприятие, желающее стать конкурентоспособным, стремится избежать ситуации сокращения объема оборотного капитала. Также чрезвычайно важно, разрабатывая и применяя передовые технологии, снижать плату за использование кредитных ресурсов.

Цифровизация завоевывает все новые рынки. Цифровизировать свою деятельность компании стараются за счет внедрения новых технологий, которые повышают продуктивность работы машин и оборудования. Для поддержания непрерывной их работы важно в автоматическом режиме предсказывать возможные выходы из строя важного производственного оборудования. Широко используются технологии Big Data, а также технологии машинного обучения. Современные машинные механизмы генерируют решения, агрегируя прошлые данные об имеющихся местах аномалий в работе оборудования. Машина разбивает данные на отдельные кластеры и строит ассоциативные связи. Оборудование работает в таких условиях более четко и слаженно, без сбоев, не требуя внеплановых ремонтов.

Научно-технический прогресс и цифровизация приводят к получению качественных и количественных эффектов для предприятия. При этом качественный эффект от внедрения прогрессивных технологий состоит в том, что осуществляется непрерывное планирование, составление модели развития производственно-сбытовых процессов на основе проведения аналитики, а также визуализация процесса планирования. Количественный эффект цифровизации и НТП состоит в том, что предприятие получает совершенно иные финансовые показатели деятельности. Прежде всего, увеличивается вы-

пуск продукции, цикл «cash-to-cash» становится менее длительным, снижается величина себестоимости, растет продуктивность труда, прогноз деятельности можно составить с высоким уровнем надежности, имеется возможность экономии на задействовании человеческих ресурсов, вовлекаемых в процесс производства и сбыта продукции [4, с. 53].

Изменения, происходящие в результате научно-технического прогресса, оптимизируют запасы, закупки и ресурсы. При этом существенным образом снижается нагрузка на оборотный капитал. Предприятие имеет возможность нарастить объем инвестиционных ресурсов, привлекая альтернативные средства финансирования своих проектов модернизации.

Эксперты Маккинси пришли к заключению, что улучшение режима работы оборудования за счет внедрения инструментов НТП позволяет нарастить производительность в среднем на 4 %. Простои оборудования можно сократить до 50 %, если внедрить прогрессивные технологии, способствующие более полной загрузке оборудования [5]. Эти мероприятия существенно улучшают возможности использования оборотного капитала предприятия и повышают его конкурентоспособность и эффективность.

Можно констатировать, что научно-технический прогресс прямым образом воздействует на оборотный капитал и ускоряет его оборачиваемость.

Список литературы

1. Наджафова М.Н. О возможностях внедрения инновационных технологий в производственный процесс//Карельский научный журнал. 2017. Т. 6. № 3.- С. 112-115
2. Медведева О.Е., Артеменков А.И. Теоретические основы экономических измерений стоимости технологических сдвигов и кризисов. Новейшая методологическая база (часть 1)//Вестник университета. 2019.- № 12.- С. 112-118
3. Жаров В.С. Взаимосвязь технологического и экономического развития производственных систем // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Экономические науки. 2018. Т. 11, № 3. С. 32—44
4. Ганьшина Е.Ю. Цифровизация как источник возмещения капитала – решения, меняющие бизнес//Инновации инвестиции. 2019.- № 9.- С. 50-55
5. «Инновации в России – неисчерпаемый источник роста». McKinsey&Company, июль 2018 – <https://pro.rbc.ru/news/5c88d45e9a7947890377485e>.

УДК 336.663

МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ ОБОРОТНЫМ КАПИТАЛОМ ПРЕДПРИЯТИЯ

ЛЮБИНСКИЙ АНТОН ВЛАДИМИРОВИЧ

Магистрант

АНО ВО «Белгородский университет кооперации, экономики и права»

*Научный руководитель: Иовлева Ольга Валерьевна**к.э.н., доцент**АНО ВО «Белгородский университет кооперации, экономики и права»*

Аннотация: цель любой коммерческой организации - получение прибыли - может быть достигнута только благодаря эффективной работе управленческого персонала. Неспособность руководства правильно выбрать методику ведет к нерациональному управлению, в том числе, оборотными средствами, что приводит к их застаиванию в неиспользуемых и бесполезных активах, снижает ликвидность, рентабельность, а также возможность осуществлять капиталовложения. Повысить эффективность использования оборотного капитала поможет анализ и сравнение его методов управления.

Ключевые слова: оборотный капитал, капитал компании, методы управления, рентабельность, ликвидность, модели финансирования.

WORKING CAPITAL MANAGEMENT METHODS

Lyubinsky Anton Vladimirovich

Scientific adviser: Iovleva Olga Valeryevna

Abstract: the goal of any commercial organization - to make a profit-can be achieved only through the effective work of management personnel. The inability of management to choose the right method leads to irrational management, including working capital, which leads to their stagnation in unused and useless assets, reduces liquidity, profitability, and the ability to make capital investments. Analysis and comparison of working capital management methods will help to improve the efficiency of working capital use.

Key words: working capital, company capital, management methods, profitability, liquidity, strategy, financing models.

В современных условиях хозяйствования значение и роль оборотных средств повышается. Оборотный капитал – это компонент, формирующий активы предприятия, приемлемый объем которых дает возможность осуществлять постоянную производственно-хозяйственную деятельность. Ни в коем случае нельзя допускать ограниченного объема оборотного капитала в распоряжении предприятия. Управление оборотными средствами должно быть эффективным, чему способствуют некоторые методы. Использование данных методов позволяет избежать ограниченности в оборотных ресурсах и финансовой нестабильности в деятельности организации.

Финансовый менеджмент предусматривает разработку результативной политики управления оборотными средствами. С помощью различных методов управления оборотным капиталом организация получает возможность быть обеспеченной необходимым объемом оборотных средств.

Перед руководством предприятия стоит важная задача, состоящая в применении наиболее адек-

ватных методов и моделей управления оборотными активами, которые принимают во внимание специфику деятельности. Такой подход дает возможность разрабатывать рациональную политику управления оборотным капиталом. Важной является выработка наиболее действенных подходов к управлению оборотными фондами на предприятии.

Сущность оборотных средств определялась различными авторами, которые рассматривали эту экономическую категорию под разными углами. Так, интересна точка зрения по поводу сущности оборотного капитала, высказанная Н.В. Колчиной, которая под ним понимает денежные ресурсы, которые в авансируемом порядке обслуживают выполнение производственно-хозяйственной и сбытовой деятельностью предприятия [1, с. 12]. Ковалев Ю.Н. полагает, что оборотные средства представляют собой активы, имеющие свойство оборачиваться как минимум однократно за производственный цикл деятельности [2, с. 19].

Полагаем, что в настоящих условиях оборотный капитал может быть определен как средства, которые являются непременным условием развития предприятия, достижения им конкурентоспособного и финансово устойчивого положения на рынке, а также являющиеся залогом его экономической безопасности.

Формирование оборотного капитала предусматривает специфичность деятельности предприятия. Специфика функционирования обуславливает различную потребность в оборотном капитале для каждого предприятия. Управлять оборотным капиталом чрезвычайно важно в контексте задачи увеличения доходности деятельности организации. Оптимальный уровень оборотных средств может быть достигнут только при условии маневрирования составом и структурой оборотного капитала. Важно производить адекватное нормирование оборотных статей средств.

Эффективное управление оборотными средствами предусматривает достижение следующих установок:

- необходимо обеспечивать наличие на счетах предприятия минимальной величины наличности (страхового запаса), что даст возможность не прекращать производственный цикл;
- величина дебиторской задолженности должна находиться под особым контролем;
- необходимо осуществлять нормирование товарных и материально-производственных запасов;
- величина кредиторской задолженности должна находиться на приемлемом уровне [3, с. 59].

Управление оборотными средствами предусматривает анализ финансовых и товарных потоков. Здесь важно оценивать состояние денежных средств и складских остатков. Управление денежными средствами предусматривает инвестирование, финансирование средств на краткосрочной основе, а также их перемещение. Складские остатки предусматривают наличие готовой продукции, сырья и материалов, полуфабрикатов, а также осуществление эффективной логистики.

Процесс управления оборотным капиталом имеет специфическое информационное обеспечение, состоящее в наличии правовых и регуляторных данных, бухгалтерской отчетности, справочных данных, внутренней статистической отчетности организации, данных о достигнутой рентабельности и ликвидности предприятия.

Могут быть выделены следующие модели финансирования оборотного капитала:

- идеальная модель, характеризующаяся таким уравнением: долгосрочные пассивы равны внеоборотным активам. Эта модель финансирования характеризуется значительным риском, так как неблагоприятные условия хозяйствования могут стать причиной продажи существенного объема основных средств;
- консервативная модель, представленная следующей зависимостью: Долгосрочные пассивы равны внеоборотным активам плюс системная часть текущих активов плюс варьирующая часть текущих активов. Модель также характеризуется риском вследствие того, что на осуществление текущей деятельности организация может не иметь достаточно средств.
- агрессивная модель, суть которой характеризует следующее уравнение: Долгосрочные пассивы равны внеоборотным активам плюс системная часть текущих активов. Модель способствует покрытию в полном объеме потребности в оборотном капитале.
- компромиссная модель, суть которой характеризует выражение вида: долгосрочные пассивы

равны внеоборотным активам плюс системная часть текущих активов плюс 0,5* на варьирующуюся часть текущих активов. Модель способствует снижению рентабельности и ликвидности предприятия вследствие наличия не используемой части активов [4, с. 39].

Далее будут рассмотрены модели управления оборотным капиталом.

Методы управления оборотным капиталом могут быть подразделены на такие методы:

1) методы управления денежными активами. Среди методов данной категории выделяются модели Баумоля, Миллера-Орра, метод Монте-Карло, метод бюджетирования, метод овердрафта. Модели Баумоля, Миллера-Орра характеризуются наличием строгого математического аппарата, позволяющего определить оптимальную величину остатков денежных средств на счетах предприятия. В практике деятельности российских предприятий данные методы еще применяются достаточно редко вследствие наличия широкого круга ограничений. Прежде всего, к ним относят такие: невозможность создать остаток средств необходимого объема, принимая во внимание резерв ресурсов, замедленный платежный оборот, обуславливающий незапланированные поступления денег на счета предприятия, нехватку краткосрочных фондовых инструментов недостаточной ликвидности, что не дает возможности их применять в расчетах сумм финансовых инвестиций [5, с. 21].

Метод Монте-Карло имеет свои преимущества, состоящие в том, что удастся сформировать математическую модель использования средств. Причем в ней значения параметров не определены. На предприятии могут отсутствовать специалисты, которые владеют этим методом и это затруднит его использование. Его применение требует наличия особых математических пакетов.

Бюджетирование является довольно часто применяющимся методом управления оборотным капиталом. Его преимущества следующие:

- координация деятельности организации;
- возможность корректировки бюджета предприятия;
- возможность применения опыта разработки прошлых бюджетов;
- процесс распределения ресурсов становится отлаженным;
- метод – приемлемый способ сопоставления того результата, который был достигнут и был запланирован.

Метод бюджетирования имеет и свои недостатки. Прежде всего, они состоят в том, что система бюджетирования сама по себе является дорогостоящей. Мотивация коллектива с использованием данного метода не повышается, если сотрудники ничего о нем не знают и не понимают необходимость его применения. Если на предприятии не достигнута высокая производительность труда, этот метод не будет эффективным [6, с. 28]. Существует также противоречие между достижением цели и стимулирующим эффектом.

Овердрафт представляет собой нецелевой банковский краткосрочный кредит. Он характеризуется такими недостатками применения:

- установлен строгий период использования кредитного транша, предоставляемого овердрафтом. Этот период составляет около тридцати дней с момента его получения;
- оборот по счету должен быть строго определен, этого требуют условия овердрафта;
- с расчетного счета имеет место списание в автоматическом порядке средств, которые направляются на погашение овердрафта;
- овердрафт является сложным для предприятия в контексте наличия необходимости уплаты большей суммы по процентам за его использование, чем по традиционным займам.

2) методы управления дебиторской задолженностью: кредитная политика, управление дебиторской задолженностью в контексте теории жизненного цикла, кластерный анализ, факторинг, форфейтинг, ABC-анализ.

Кредитная политика позволяет повысить объем продаж вследствие того, что покупатели получают выгодные условия покупки товара. Помимо этого, кредитная политика предоставляет широкие возможности для ускорения оборачиваемости дебиторской задолженности. Минимизируется объем недополученных доходов, снижаются финансовые риски. Метод позволяет быстро перейти на альтернативные источники кредитования. Возможным становится надзор за погашением кредита. Кредитная поли-

тика не может быть реализована безоглядно вне учета вариантов ее реализации. Так, если выбрать ее реализацию в жестком исполнении, то операционную деятельность сложно станет наращивать. Под угрозой будет создание устойчивых коммерческих связей организации и ее контрагентов [7, с. 128]. Если будет выбрана реализация кредитной политики в мягком варианте, то слишком значительная сумма средств будет отвлечена на ее осуществление. Такое положение дел станет предпосылкой снижения платежеспособности организации. Рентабельность активов и капитала будет снижена.

Метод управления дебиторской задолженностью в контексте теории жизненного цикла также характеризуется своими достоинствами и недостатками. Достоинство метода состоит в том, что он дает возможность составить прогноз динамики политики, которая позволяет предотвратить неплатежеспособность. Сложность, ограничивающая применение этого метода в практике обусловлена необходимостью установления текущей стадии жизненного цикла организации.

Кластерный анализ является современным методом управления оборотным капиталом предприятия. Прежде всего, он полезен тем, что дает возможность установления отдельных кластеров, в которые выделены дебиторы организации. Причем объекты можно разбить по целому ряду признаков. Недостатки метода могут быть определены следующим образом:

- зависимость числа и структуры выделенных кластеров от разбиения по определенным параметрам;

- в процессе сведения данных в большом объеме для достижения их компактного отображения имеют место серьезные искажения. Вследствие этого утрачиваются признаки объектов, ведь характеристики параметров кластеров также изменяются.

Факторинг предоставляет широкие возможности в контексте управления оборотным капиталом предприятия. Прежде всего, благодаря факторингу оборотные средства могут пополняться своевременно и в достаточном объеме для обеспечения текущей производственно-хозяйственной деятельности предприятия. Метод позволяет значительным образом ускорить оборачиваемость оборотных средств [8, с.19]. Расширяется ассортимент, который привлекает все новых покупателей. Предприятие может предоставить предприятию возможность оплаты товара на льготных условиях. Таким образом, объем прибыли станет возможным существенно нарастить. Ограничения применения факторинга как метода управления оборотными средствами прежде всего состоят в том, что метод затратен, влечет возникновение убытков в чистом виде вследствие того, что долг в полном объеме получен быть не может. Должники будут утрачены из поля зрения предприятия.

Форфейтинг дает возможность получить средства благодаря применению операции учета векселей. При этом риски принимает на себе сам форфейтер. Задолженность может быть поделена на части путем выделения его в отдельный вексель. Применение форфейтинга связано с построением гибкого графика платежей. При этом предоставляется для погашения долга льготный период. Недостаток применения этого метода управления оборотным капиталом состоит в том, что он затратен.

ABC-анализ дает возможность выделять должников в соответствующие группы. Каждая группа должников имеет разное значение. При этом к каждой группе должников требуется определенный подход. Метод применять сложно вследствие того, что требуется автоматизация отношений с дебиторами.

3) методы управления запасами.

В их числе выделяют метод EOQ, метод ABC, метод "just –in-time", система уровня повторного заказа [9, с. 17].

Метод EOQ позволяет его использовать в различных модификациях. Модель универсальна. Ее можно адаптировать к разным логистическим процессам на предприятии. Она согласована с современными логистическими концепциями. Однако ее применение строго ограничено для конкретных случаев.

Метод ABC точен, прост в использовании, нагляден. Он может быть в полной мере автоматизирован. Организация может сконцентрироваться на наиболее проблемных и противоречивых запасах. Метод не предоставляет возможностей формирования структурированного товарного ассортимента.

Метод "just –in-time" используется в случае наличия ограниченных складских площадей и значительных расходов на содержание запасов. Организация имеет возможность сократить объем запасов

до минимального уровня. Метод в современных условиях, характеризующихся значительным риском и неопределенностью, используется весьма ограниченно [10, с. 14].

Система уровня повторного заказа дает возможность сократить расходы на хранение запасов. Метод часто используют организации, в которых ассортимент товаров незначителен.

Таким образом, можно заключить, что в арсенале оценки имеются многочисленные методы управления оборотным капиталом, которые могут применяться в зависимости от текущей ситуации и сферы деятельности. Необходимо концентрировать свои усилия на совершенствовании управления дебиторской задолженностью. Также не стоит обходить вниманием контроль денежных средств и запасов организации. Необходимо организовать оптимальное управление всеми элементами оборотного капитала. Только соблюдение этого условия даст максимальный эффект.

Все элементы взаимосвязаны, взаимодействуют между собой, и наилучший результат достигается только после всестороннего анализа последствий воздействия на каждую из составных частей оборотного капитала.

Список литературы

1. Финансы организаций: учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению подготовки «Финансы и кредит» / [Н.В. Колчина и др.]; под ред. Н.В. Колчиной, О.В. Португаловой. – 6-е изд., перераб. и доп. – Москва: ЮНИТИ, 2018. – 399 с.
2. Ковалев В.В. Управление денежными потоками, прибылью и рентабельностью: монография / В.В. Ковалев. – Москва: Проспект, 2018. – 338 с.
3. Никитина Н.В. Финансовый менеджмент: учебное пособие / Н.В.
4. Кулакова Ю.Н. Оборотные средства предприятия: стратегии управления и оценка оборачиваемости (инновационный подход): монография / Ю.Н. Кулакова, А.Б. Кулаков. – Москва: АТиСО, 2017. – 211 с.
5. Горевая А.Р. Современные методы управления оборотными средствами компании//Бизнес-образование в экономике знаний. – 2017.- № 1.- С. 19-23
6. Нелаева И.А., Троянова Е.Н. Управление оборотными активами как часть финансовой политики современного предприятия// Статья в сборнике трудов конференции НГТУ, г. Новосибирск. – 2017. –С. 23-29.
7. Финансовый менеджмент: учебное пособие / А.Н. Гаврилова, Е.Ф. Сысоева, А.И. Барабанов, Г.Г. Чигарев, Л.И. Григорьева, О.В. Долгова, Л.А. Рыжкова. – 6-е изд., стер. – Москва: КНОРУС, 2018. – 432 с.
8. Зубкова Т.А. Источники формирования оборотных активов организации: монография / Т.А. Зубкова. – Курск: Курский филиал АНО ВПО «Белгородский университет кооперации, экономики и права», 2017. – 98 с.
9. Стерлигова А.Н. Управление запасами в цепях поставок: учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» / А.Н. Стерлигова. – Москва: ИНФРА-М, 2018. – 428 с.
10. Управление денежными потоками: учебник / И.Я. Лукасевич, П.Е. Жуков. – Москва: Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, 2018. – 183 с.

УДК 658.15

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСОВЫМИ РЕСУРСАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ

САЛИТА СВЕТЛАНА ВИКТОРОВНА,

д.э.н., доцент

ПЕРЛОВСКАЯ НАТАЛЬЯ ВИКТОРОВНА

к.э.н., доцент

ГОУ ВПО ЛНР «Луганский Национальный Университет имени В. Даля»

Аннотация: В статье рассмотрены содержание категории финансовых ресурсов предприятия, этапы процесса управления финансовыми ресурсами, принципы, функции и методы управления. Обоснована актуальность подхода к управлению финансовыми ресурсами на основе сбалансированной системы показателей.

Ключевые слова: доходы, закономерности, методы, принципы управления, планирование, прогнозирование, сбалансированная система показателей, финансы, финансовые ресурсы.

METHODOLOGICAL BASIS ENTERPRISE FINANCIAL RESOURCES MANAGEMENT

Salita Svetlana Viktorovna,
Perlovskaja Natalia Viktorovna

Abstract: The article describes the enterprise's financial resources category content, the stages, principles, functions and methods of the financial resources management. The relevance of a balanced scorecard approach to financial management is proved.

Key words: revenues, patterns, methods, management principles, planning, forecasting, balanced scorecard, finance, financial resources.

В условиях жестких ограничений экономической активности и снижения темпов развития особого внимания заслуживает эффективное использование финансовых ресурсов предприятий. В настоящее время именно они выполняют решающую роль в устойчивом функционировании предприятий и являются определяющим фактором процесса расширенного воспроизводства. Управление финансовыми ресурсами предприятия должно основываться на общих принципах управления экономическими системами и, в то же время, должно учитывать особенности объекта управления, что вызывает необходимость исследования содержания данной категории и определения подхода к организации процесса управления.

Анализ экономической литературы выявил отсутствие единого мнения относительно сущности финансовых ресурсов. Частично это обусловлено разными уровнями исследования и поставленными в них задачами. На макроэкономическом уровне финансовые ресурсы зачастую отождествляют с понятием денежные ресурсы, которые «существуют либо в денежной форме, либо являются денежным выражением определенных материальных ресурсов» (В.П.Дьяченко)[6]. Распространен подход, рассматривающий «финансовые ресурсы как выраженную в деньгах часть национального дохода; накопленные (или текущие) доходы, оставшиеся после покрытия обычных повседневных расходов (А.М. Бирман, В.Г. Князев, В.А. Слепов) [2,13]. Источником их формирования являются общественный продукт и национальный доход; направлениями использования – расширенное воспроизводство, удовлетворение

общегосударственных потребностей, увеличение материального благополучия населения [13, с.33].

На микроэкономическом уровне финансовые ресурсы определяются как денежные фонды отдельных субъектов хозяйствования (Д.А. Аллахвердян, Е.О. Вознесенский)[1,4]. В данном случае не учитывается часть средств предприятий, которые находятся в нефондовой форме, на что обратил внимание в своих работах А.Н. Поддерёгин [12]. Финансовые ресурсы рассматриваются как «совокупность денежных доходов, поступлений и накоплений коммерческой организации (А.Г. Грязнова) [5]. Нередкой является исследование финансовых ресурсов с позиций капитала как «совокупность собственных денежных средств и поступлений заемных и привлеченных средств для выполнения финансовых обязательств, финансирования текущих затрат и затрат, связанных с расширением капитала» (Н.И. Никитина) [8]. При этом, несмотря на различие подходов к определению сущности и составляющих финансовых ресурсов, авторы в своих исследованиях едины касаясь назначения финансовых ресурсов – обеспечение предприятием своих финансовых обязательств, осуществление расширенного воспроизводства и экономического симулирования [1,4,5,12].

Цель статьи состоит в дальнейшем развитии содержания категории «финансовые ресурсы» предприятия и уточнению подхода к управлению финансами предприятия на основе системы сбалансированных показателей.

Для понимания сущности категории «финансовые ресурсы» необходимо обратиться к генезису и эволюции ее составляющих. Термин «ressourse» в переводе с французского означает вспомогательное средство, что-то, что может быть получено из определенного источника в дополнение к чему-либо для целевого использования [10]. В соответствии с Современным экономическим словарем Б.А. Райзберга, ресурсы экономические – это фундаментальное понятие экономической теории, означающее источники, средства обеспечения производства [9]. Термин «финансы» в переводе с лат. «financia» означает «наличность, доход», и в широком смысле – экономические отношения, связанные с движением денежных средств, денежным обращением, использованием денег [9].

Термин «финансовые ресурсы» можно определить как доходы, которые формируются в воспроизводственном процессе, характеризуют кругооборот, трансформацию и возвратность денежных средств и используются в соответствии с целевым назначением.

Исходя из этого, финансовые ресурсы предприятий – это доходы и привлеченные средства, которые аккумулируются предприятием из внутренних и внешних источников, существуют в фондовой и нефондовой форме, используются в целях обеспечения процесса расширенного воспроизводства, достижения высоких финансовых результатов хозяйствования и максимального удовлетворения собственников средств.

Формирование и рациональное использование финансовых ресурсов осуществляется в процессе финансовой деятельности предприятия, в результате которой постоянно происходят изменения в размерах и структуре средств, которые привлекаются из внешних и внутренних источников. Агрессивность факторов внешней среды хозяйствования и их высокая динамичность требуют постоянного контроля формирования и использования финансовых ресурсов с целью их рационального использования и обеспечения устойчивого финансового состояния предприятия.

Управление финансовыми ресурсами предприятия подчиняется общим принципам управления экономическими системами, которые эволюционируют вместе с изменениями концепции управления: эффективности, научной обоснованности, системности, конкуренции, разделения ответственности, стимулирования, устойчивости к воздействию факторов внешней среды, двоецелия решений, анализа проблем на адекватность [8, с.16-19].

Управление характеризуют такие категории как закономерности, принципы, функции и методы. Взаимосвязь и место каждой категории в управленческой деятельности представлены на рис. 1.

Закономерности – это объективная, повторяющаяся существенная связь явлений, процессов, черт, элементов управления. Принципы управления (от лат. principium – начало, основа) – начальное состояние системы управления на основе ее закономерностей. Методы (от греч. methodos – путь исследования или познания) – способ достижения какой-либо цели, решение конкретной задачи; совокупность приемов или операций практического или теоретического освоения действительности [8, с.19].

Функции (от лат. function – выполнение, осуществление) управления – это специфическая сфера деятельности на конкретном объекте.

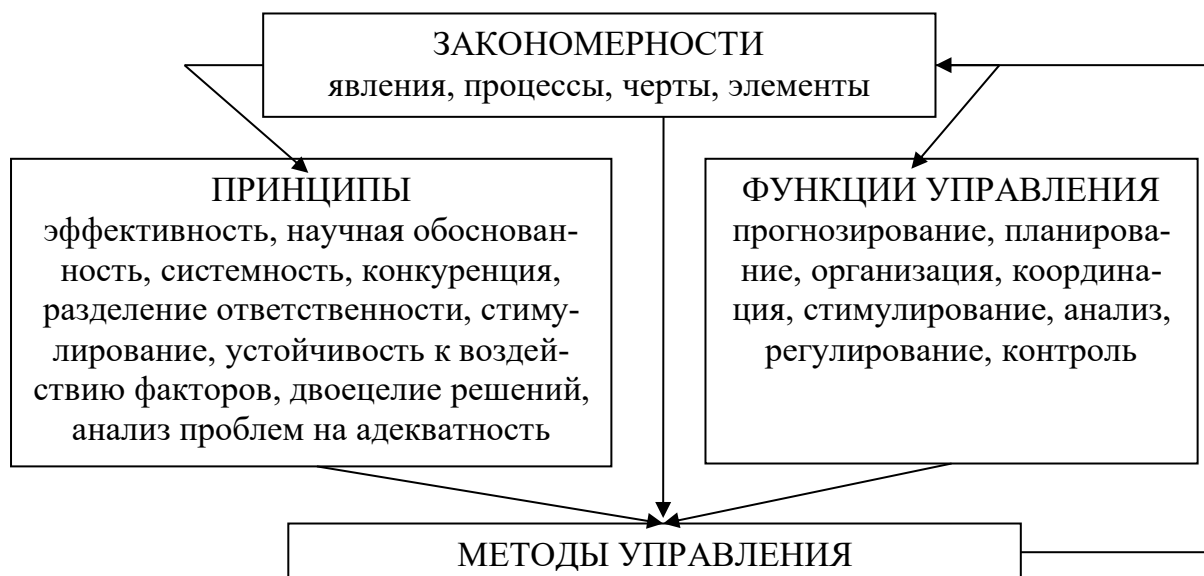


Рис. 1. Взаимосвязь категорий управления

Под управлением финансами понимают процесс воздействия на финансовые отношения, финансовые ресурсы, их организацию для осуществления эффективной финансовой политики. Управление финансовыми ресурсами предприятия – это действия всех уровней управленческого аппарата, которые приводят к изменениям в объемах, составе и структуре финансовых ресурсов, и которые влияют на показатели бизнес-процессов.

Управление финансовыми ресурсами предприятий требует соответствующей организации этой деятельности. Основными этапами процесса управления финансовыми ресурсами предприятия являются:

1. Постановка проблемы и обоснование целевых показателей управления финансовыми ресурсами.
2. Выбор управленческого решения и его реализация.
3. Оценка и корректировка результата реализации решения.

На каждом из этапов управления финансовыми ресурсами реализуются специфические функции управления (рис. 2).

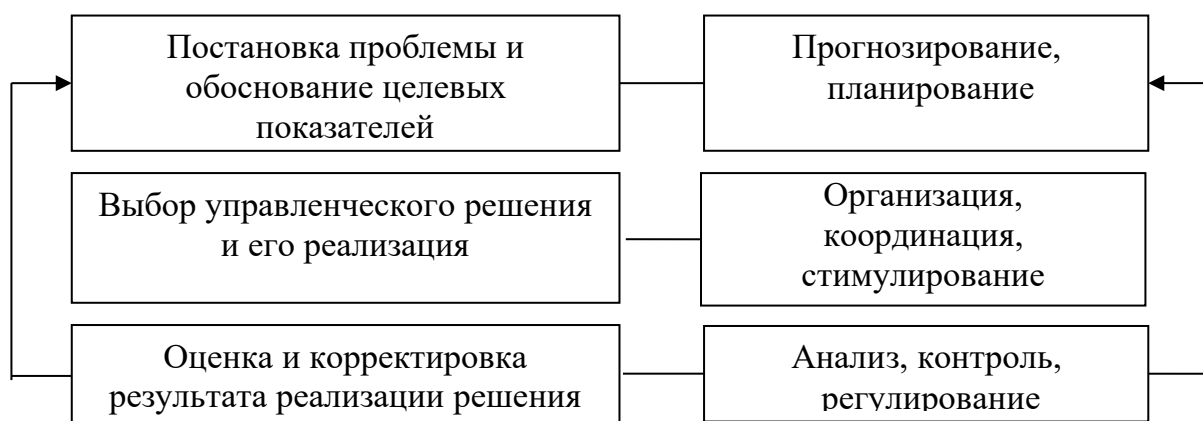


Рис. 2. Взаимосвязь этапов и основных функций управления финансовыми ресурсами предприятия

С помощью контроля и анализа можно оценить результаты принятых решений в сфере управления финансовыми ресурсами, посредством регулирования – обеспечить обратную связь с объектом и перезапуск всего цикла управления.

Реализация каждой функции управления базируется на применении соответствующих методов. Так, функция прогнозирования реализуется посредством разработки сценариев финансового состояния предприятия при вероятных изменениях параметров внешней и внутренней среды; использования статистических, экспертных и прочих методов.

Функция планирования реализуется на основе разработки бюджетов предприятия и его структурных подразделений, системы норм и нормативов. Функция анализа предусматривает использование методов финансового анализа, экономико-математических методов и моделей.

Система управления финансовыми ресурсами предприятия может считаться достаточно эффективной лишь в том случае, если она дает возможность не только рационально использовать имеющиеся ресурсы, но и обеспечивать активный системный поиск возможностей дальнейшего развития предприятия.

Финансовые показатели деятельности предприятия имеют определенный временной лаг, что не позволяет достоверно определить каким способом предприятие собирается достичь стратегических целей. В отличие от них, опережающие показатели бизнес-процессов отражают ключевые изменения в деятельности предприятия, однако не позволяют определить, приводят ли эти изменения к улучшению финансовых результатов.

Авторы концепции сбалансированной системы показателей Д.Нортон, Р.Каплан предлагают исследовать эффективность управления финансами предприятий во взаимосвязи с достижением целевых показателей развития бизнес-процессов, клиентской базы, обучения с учетом миссии, ценностей и стратегических показателей деятельности предприятия (рис.3)[7].

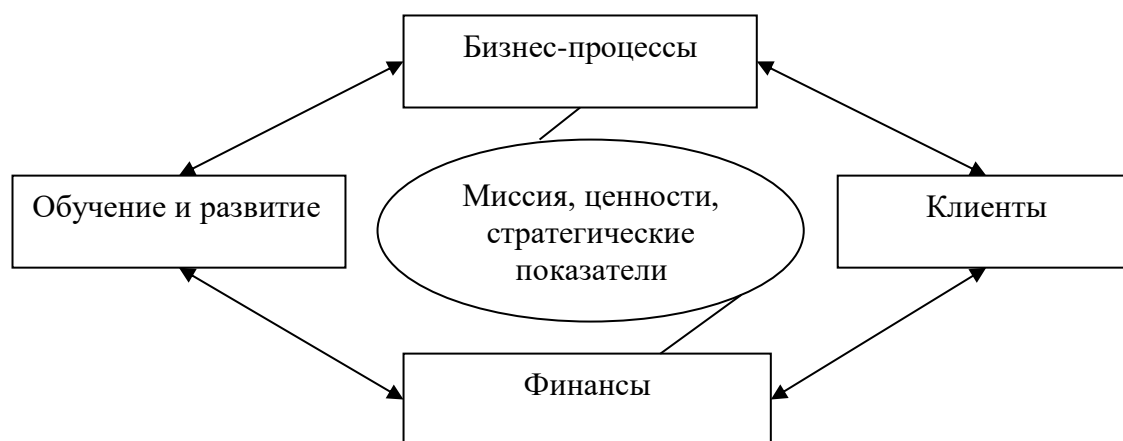


Рис. 3. Основные составляющие сбалансированной системы показателей

Согласно этой концепции эффективность управления финансами должна оцениваться во взаимосвязи с изменениями стоимости нематериальных активов предприятия, которая отражает быстро изменяющееся положение на рынках сбыта в условиях острой конкуренции, лояльность клиентов и возможность их удержать, прогрессивность технологии и отлаженность бизнес-процессов, управление персоналом.

Финансирование роста профессионального уровня сотрудников, материальное стимулирование по результатам работы приводят к росту объемов продаж, расширению клиентской базы и прибыли от операционной деятельности. В свою очередь при грамотном налоговом планировании и распределении полученных результатов обеспечивается прирост оборотных средств, возможность получать прибыль от инвестиционной и финансовой деятельности. После установления формализации причинно-следственных связей между показателями различных составляющих сбалансированной системы показателей, она становится важным инструментом оценки состояния финансового управления. Управ-

ление на базе системы сбалансированных показателей позволяет решить ключевую проблему переориентации управленческих решений с тактического уровня на достижение стратегических целей развития предприятия. Причинно-следственные отношения между показателями разных составляющих сбалансированной системы показателей могут быть использованы для ранней диагностики состояния управления финансовыми ресурсами, поддержки процесса принятия управленческих решений и разработки мероприятий по стимулированию развития.

Список литературы

1. Аллахвердян Д.А., Роль финансов в распределении национального дохода СССР. / Д.А. Аллахвердян – М.: Госфиниздат, 1955. – 96 с.
2. Бирман А.М., Некоторые проблемы науки управления народным хозяйством. / А.М.Бирман – М.: Экономика, 1965. – 86 с.
3. Богачева Н.С., Исследование понятия финансовые ресурсы и их экономической сущности / Н.С. Богачева // Интернет-журнал «Науковедение». – Том 7–№2 – (март-апрель 2015). – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://naukovedenie.ru/PDF/85EVN215.pdf>
4. Вознесенский Э.В., Методологические аспекты анализа сущности финансов. / Э.В. Вознесенский – М.: Финансы, 1974. – 128 с.
5. Грязнова А.Г., Финансы / А.Г. Грязнова, .Е.В.Маркина, М.Л. Седова и др. – 2-е изд перераб. и доп. – М.: Финансы и статистика, 2012. – 496 с.
6. Дьяченко В.П., История финансов СССР (1917-1950 гг). / В.П. Дьяченко – М.: Наука, 1978. – 496 с.
7. Каплан Роберт С., Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию / Каплан Роберт С., Нортон Дейвид П. – Пер. с англ. – М.: ЗАО «Олимп—Бизнес», 2003 – 304 с.
8. Никитина Н.В., Корпоративные финансы / Н.В.Никитина, В.В. Янов – М:КноРус., 2013. – 512 с.
9. Райзберг Б.А., Современный экономический словарь / Б.А. Райзберг, Л.Ш.Лозовский, Е.Б. Стародубцева – 6-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2011. – 512 с.
10. Советский энциклопедический словарь / Под ред. Прохорова А.М. – Г: Советская энциклопедия, 1987.
11. Удалов Ф.Е., Основы менеджмента. Учебное пособие. / Ф.Е.Удалов, О.Ф.Алёхина, О.С. Гапонова – Нижний Новгород: Нижегородский госуниверситет, 2013 – 363 с.
12. Финансы предприятий: Учебник / Руководитель авт. кол. и науч. ред. проф. А. Н. Поддерёгин. –8-е изд., перераб. и доп. – К.: КНЭУ, 2013. – 515 с.
13. Финансы: Учебник. 3-е издание, переработанное и дополненное / Под ред. проф. В.Г. Князева, проф. В.А. Слепова. – М.: "Магистр", "ИНФРА-М", 2012. – 314 с.

© С.В. Салита, Н.В. Перловская, 2020

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ, АНАЛИЗ И АУДИТ

УДК 332.05

ОСОБЕННОСТИ АНАЛИЗА РЕЗУЛЬТАТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ АВИАКОМПАНИЙ

ДРУЖИНИН ИЛЬЯ ДМИТРИЕВИЧ

студент 4 курса

Институт Экономики и Финансов

Сыктывкарский государственный университет им. Питирима Сорокина

Научный руководитель: Пономарева В. А.

Ст. преподаватель

Институт Экономики и Финансов

Сыктывкарский государственный университет им. Питирима Сорокина

Аннотация: в научной работе рассматриваются виды анализа, характеризующие результаты деятельности авиакомпаний, основные показатели их производственной деятельности, а также некоторые статистические данные о нескольких авиакомпаниях России.

Ключевые слова: финансовые показатели, финансовый анализ, сравнительный анализ, авиакомпания.

FEATURES OF ANALYSIS OF RESULTS OF AIRLINES 'ACTIVITIES

Druzhinin I. D.

Scientific adviser: Ponomareva V.A.

Abstract: The scientific work examines the types of analysis that characterize the performance of airlines, the main indicators of their production activities, as well as some statistical data on several airlines in Russia.

Key words: financial indicators, financial analysis, comparative analysis, airline.

Рыночная экономика ставит перед каждой компанией задачу самостоятельного решения всех финансовых и производственных вопросов. Не исключением являются и компании, работающие в нише воздушного транспорта. Для данных компаний наиболее острой стоит проблема обеспечения технического обслуживания и обновления парка летной техники. Инфляция, недостаток оборотных средств и собственного капитала, отсутствие программ государственной поддержки привели к тому, что большинство авиационных компаний оказались на грани банкротства. Таким образом менеджментом компаний во главу ставятся вопросы повышения эффективности деятельности, и в частности повышения прибыли компании.

Долгое время о мере реализации принципа эффективности работы предприятия судили с помощью показателей производительности, доходности и рентабельности. При выборе программы деятельности предприятия, определении ее количественной структуры, а также наиболее выгодной комбинации ресурсов, необходимых для ее реализации, в качестве основного критерия эффективности использовалась прибыль.

Посредством привлечения прибыли обеспечивается нарастание капитала, что, в свою очередь, расширяет границы деятельности и увеличивает объем производства. Помимо этого, прибыль выступает как стимул для дальнейшей деятельности организации и удовлетворяет интересы собственников.

Этот показатель является универсальным в любой сфере коммерческой деятельности и его можно отнести к финансовому показателю.

Отдельно к основным показателям производственной деятельности авиакомпании выделяют множество других, таких как:

- показатели, характеризующие качество предоставляемой услуги клиенту (авиапассажиру и/или отправителю грузов);
- показатели качества авиаперевозок, как производственного процесса;
- показатели качества работы персонала авиакомпании (летный состав, инженерно-технический состав, административный персонал и т.д.), куда включены процессы обучение, переподготовки, повышения квалификации, стажировки и т.п. [2, с. 154].

Говоря о финансовых показателях, следует затронуть понятие “финансовая устойчивость”, которое означает стабильное положение фирмы на рынке, способность субъекта функционировать и развиваться, сохранять равновесие своих активов в изменяющейся внутренней и внешней среде, гарантирующее его постоянную платежеспособность и инвестиционную привлекательность в границах допустимого уровня риска [5, с. 52].

Исходя из определения, основным признаком финансовой устойчивости является наличие ликвидных активов. Для того чтобы иметь объективную информацию о финансовой устойчивости, следует использовать финансовый анализ, который позволит изучить имеющиеся активы и, на основе этих данных, сделать выводы.

Предметом финансового анализа являются: *платежеспособность* – способность и возможность отвечать по обязательствам перед поставщиками и подрядчиками; *кредитоспособность* – способность в полной мере, с процентами и своевременно выплатить обязательства по заемным средствам (кредитам); *конкурентоспособность* – проведение грамотной, обоснованной ценовой политики, устойчивость на конкурентном рынке; прибыль, а также другие оборотные и внеоборотные активы, собственный и заемный капитал.

Данный подход не позволяет менеджменту оценивать реальную ситуацию, которая складывается в компании, так как отражает ситуацию на конец года и не позволяет принимать правильные управленческие решения. Современные реалии вынуждают дополнять существующие методики оценки финансовых результатов все новыми, или дополнительными способами оценки результатов, для получения более полной картины происходящего. Сегодня руководству авиапредприятий необходимо еще на стадии планирования управленческих решений оценивать возможные результаты от их принятия и рассчитывать прогнозируемый финансовый результат.

Учитывая то, что одной из задач деятельности авиакомпаний является обеспечение безопасности полетов, которых можно достичь обновлением воздушного парка, повышением квалификации летных и наземных кадров, то при оценке финансовых результатов важным моментом является создание резервов, которые будут направлены на достижение этих задач. Учитывая то, что на результативность анализируемой отрасли оказывают влияние не только внутренние факторы, но множество внешних, потому при планировании управленческих решений, оценке финансовых результатов желательно учитывать и эти факторы. В таком случае, это позволит оперативно принимать решения или корректировать их.

Включение в оценку результативности деятельности авиакомпании таких факторов как изменения объема реализации, полную себестоимость, структуру и ассортимент оказываемых работ и услуг на величину финансовых результатов позволит многофакторно проанализировать и спрогнозировать будущие показатели.

Важной проблемой при проведении факторного анализа выступает определение ключевых, значимых факторов, которые стоит заложить в модель. И в зависимости от размеров компании, специализации, региона размещения авиапарка комбинация факторов будет отличаться.

Такая оценка возможно при внедрении и использовании финансового прогнозирования в экономических службах компании.

К нему можно отнести:

- экономическое прогнозирование;
- математическое моделирование;
- стохастические методы;
- метод экспертных оценок;
- трендовый метод.

Рассмотрим финансовые показатели 3 авиакомпаний, “Аэрофлот”, “ЮТэйр” и “Уральские авиалинии” на 2018 год.

Таблица 1

Финансовые показатели авиакомпаний

| Авиакомпания | Аэрофлот | | | ЮТэйр | | | Уральские авиалинии | | |
|----------------------------|----------|-------|-------|-------|------|-------|---------------------|------|--------|
| | 2016 | 2017 | 2018 | 2016 | 2017 | 2018 | 2016 | 2017 | 2018 |
| Выручка, млрд. руб. | 495,9 | 532,9 | 611,6 | 56,8 | 55 | 58,5 | 57,3 | 66,6 | 81,2 |
| Издержки, млрд. руб. | 457,1 | 509,8 | 605,9 | 54,7 | 54,1 | 62,8 | 54,7 | 63,4 | 81,3 |
| Чистая прибыль, млрд. руб. | 38,8 | 23,1 | 5,7 | 2,1 | 0,9 | -4,3 | 2,6 | 3,2 | -0,1 |
| Коэф. рентабельности | 7,8% | 5% | 0,9% | 3,6% | 1,5% | -7,3% | 4,5% | 4,8% | -0,12% |

[6], [7], [8]

Изучив таблицу 1, можно сказать, что из трех представленных авиакомпаний только “Аэрофлот” за 2018 год имел чистую прибыль, и соответственно, положительный коэффициент рентабельности. Исходя из анализа перечисленных показателей, очевидно, что “Аэрофлот” финансово устойчивее на рынке, чем его конкуренты.

Еще одним видом анализа, используемым в авиасфере, выступает сравнительный анализ. Исследования позволяют выявлять скрытые проблемы и помогают менеджерам концентрировать свои усилия на тех направлениях деятельности, которые приносят наибольшее улучшение общих показателей [4, с. 101].

В рамках данного вида анализа, рассматривались 3 показателя:

1. Экономические показатели;
2. Коэффициент загрузки воздушного судна;
3. Эффективность использования персонала.

Однако анализ этих показателей не точен, если не учитывать такие вещи как включение в программы субсидирования авиаперевозок и отдельных видов деятельности, возраст воздушных судов, возраст кадров, сезонность.

Татуров С.А. в своей работе «Оценка эффективности деятельности авиакомпании и пути ее повышения» ставит на первое место при сравнительном анализе систему экономических показателей. По его мнению, что проведение подобных сравнений сопровождается трудностями, так как у всех авиакомпаний глубокие различия в их стратегиях, а также разнятся структуры расходов и доходов у различных авиакомпаний. Он объясняет это тем, что авиакомпании, эксплуатирующие большие самолеты, летающие по маршрутам значительной протяженности, сильно отличаются структурой эксплуатационных расходов, складывающихся из затрат на топливо, посадочных сборов, расходов на подготовку самолета к рейсу, на аэронавигационные услуги и т. д., от авиакомпаний, обслуживающих преимущественно маршруты небольшой протяженности [4, с. 102].

Поэтому сильное различие в структурах расходов и доходов приводит к выводу о неэффективности использования экономических показателей при проведении сравнительного анализа.

Другим не менее важным критерием оценки выступает коэффициент загрузки воздушного судна. Здесь сравнительный анализ используется для определения тарифов по авиаперевозкам. Система, основываясь на статистической базе предыдущих лет, сезонных колебаниях спроса и фактической ситуации на рейсе, прогнозирует количество потенциально желающих приобрести билет по каждому классу бронирования в каждом салоне, затем рассчитывает и предлагает наиболее выгодный для авиакомпании вариант [4, с. 103]. Вдобавок к этому сравнительный анализ также используется при гибкой политике перепродажи рейсов. Система на основе статистических данных об аналогичных рейсах

за предыдущий период времени, согласно их с текущим бронированием, увеличивает предложения к продаже сверх компоновки воздушного судна [4, с. 103].

Завершающим показателем в рамках сравнительного анализа выступает эффективность использования персонала. Одной из оценок производительности персонала может стать отношение общего объема перевозок (в км.) к общему числу сотрудников. Но этот показатель выше у тех авиакомпаний, которые обслуживают маршруты большей протяженности, используя самолеты большей вместимости. В то же время, если производительность персонала измерять числом самолетовылетов, приходящихся на одного сотрудника, то результаты сравнения могут оказаться иными и они, как правило, будут выше у тех авиакомпаний, которые обслуживают маршруты в среднем меньшей протяженности [4, с. 104].

Таблица 2

Операционные показатели авиакомпаний 2016, 2017 и 2018 года

| Авиакомпания | Аэрофлот | | | ЮТэйр | | | Уральские авиалинии | | |
|----------------------------------|----------|-------|-------|-------|------|------|---------------------|------|------|
| | 2016 | 2017 | 2018 | 2016 | 2017 | 2018 | 2016 | 2017 | 2018 |
| Пассажиропоток, млн. чел. | 43,4 | 50,1 | 55,7 | 6,7 | 7,3 | 8 | 6,5 | 8 | 9 |
| Пассажирооборот, млрд. км. | 112,1 | 130,2 | 143,2 | 10,8 | 11,7 | 12,8 | 15,3 | 19,2 | 21,7 |
| Занятость пассажирских кресел, % | 81,4 | 82,8 | 82,7 | 72 | 75 | 80 | 78,3 | 82,6 | 82,3 |

[6], [7], [8]

Данные таблицы свидетельствуют об эффективной деятельности всех трех авиакомпаний, лидером, безусловно является Аэрофлот, однако, это обусловлено большим парком воздушных судов, разнообразием направлений полетов, участием в субсидируемых государством программах.

Таким образом, можно сделать вывод, что полный всесторонний анализ финансовых результатов деятельности авиакомпании можно достичь используя одновременно несколько видов анализа в комплексе, рассматривая в каждом из них разные показатели. Такой комплексный анализ позволяет получить наиболее достоверную и качественную информацию об эффективности и результатах деятельности любой авиакомпании, и в будущем учесть выявленные закономерности и резервы для принятия управленческих решений.

Список литературы

1. Акчурин М. Р. Егорова А. А. Регрессионный анализ при планировании и контроле результатов работы подразделений авиакомпании // М.: Некоммерческое партнерство «Национальный Электронно-Информационный Консорциум». – 2011 г. – С. 1-7
2. Елисеев Б.П., Лю Джонда, Железная И.П. показатели производственной деятельности типовой авиакомпании // М.: Научный вестник МГТУ ГА. – 2015 г. – С. 154-161
3. Комарова Е. С. Парный регрессионный анализ: учебное пособие // Москва, Берлин: Директ-Медиа. – 2015 г. – 59 с.
4. Тутуров С.А., Найшев М.В. Оценка эффективности деятельности авиакомпании и пути ее повышения // Научный вестник МГТУ ГА. – 2006 г. – 101-107
5. Шолиева Н.А. Подходы к определению “Финансовая устойчивость предприятия” // М.: ООО «Олимп». – 2017 г. – С. 51-55
6. Официальный сайт ПАО "Аэрофлот". URL: <https://www.aeroflot.ru/ru-ru>
7. Официальный сайт ПАО Авиакомпания «ЮТэйр». URL: <https://www.utair.ru/>
8. Официальный сайт ОАО Авиакомпания «Уральские авиалинии». URL: <https://www.uralairlines.ru/>

НАЛОГИ И НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ

УДК 340.1

ПОНЯТИЕ МЕСТНЫХ НАЛОГОВ В ФОРМИРОВАНИИ ДОХОДОВ БЮДЖЕТА РАЙОНА. РОЛЬ И ПРОБЛЕМЫ ДОХОДОВ МЕСТНЫХ БЮДЖЕТОВ

СЕРГЕЕВА ЕКАТЕРИНА ВИКТОРОВНАСтудент факультета Экономики и информационных технологий (магистр)
ОЧУВО «Московский инновационный университет»

Аннотация: в условиях рыночных отношений и особенно в переходный к рынку период налоговая система является одним из важнейших экономических регуляторов, основой финансово-кредитного механизма государственного регулирования экономики. От того, насколько правильно построена система налогообложения, зависит эффективное функционирование всего государства. В формировании эффективной налоговой системы главная роль принадлежит государству.

Ключевые слова: налоги, налоговая политика, предприятие.

THE CONCEPT OF LOCAL TAXES IN THE FORMATION OF DISTRICT BUDGET REVENUES. ROLE AND PROBLEMS OF LOCAL BUDGET REVENUES

Sergeeva Ekaterina Viktorovna

Annotation: in the conditions of market relations and especially in the transition period to the market, the tax system is one of the most important economic regulators, the basis of the financial and credit mechanism of state regulation of the economy. The effective functioning of the entire state depends on how well the tax system is built. The main role in forming an effective tax system belongs to the state.

Key words: taxes, tax policy, enterprise.

В каждом государстве есть свои рычаги управления экономики, но самое главное место занимают налоги. Эффективная жизнедеятельность страны зависит от правильного ведения системы налогообложения. Три уровня страны: федеральный, региональный и местный включают в себя массу налогов и других платежей. В нынешней ситуации существует проблема с местными налогами.

Местными налогами можно назвать поступления налогов и других сборов в казну именно местного бюджета, их могут устанавливать местные власти, но только на подведомственной им территории. Местные бюджеты состояются из бюджетов муниципальных образований - административных районов, городов и поселков. Бюджет муниципального образования - поступление и расход средств, для обеспечения функций местного самоуправления.

Законом РФ «Об основах налоговой системы Российской Федерации» определены виды местных налогов, а так же Налоговым кодексом. В последнем указаны общие установки о самих плательщиках, размеры их ставок, источники, из которых всё уплачивается. Этот закон наделяет местные органы власти правами на введение налогов и сборов, определению налогоплательщиков, установке ставок, а так же сроки уплаты и предоставление льгот. Так же им было предоставлено право на введение дополнительных налогов в местном управлении Указом президента РФ №2268 (п. 7, 11) со 2 квартала 1994 г.

После этого роль местных бюджетов значительно увеличилась в социально-экономическом развитии муниципальных образований, это связано с расширением прав местной власти и Федеральным законом от 06.10.20103 №131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления РФ».

Охарактеризовать роль местных бюджетов в социально-экономическом развитии районов можно в следующем:

- финансовая база местных органов власти формируется из сосредоточения финансовых ресурсов в бюджете муниципального образования и позволяет выполнять свои полномочия в соответствии с Конституцией РФ

- главная цель местных бюджетов - создание финансовой базы.

Наличие финансовых ресурсов в бюджете муниципальных образований даёт возможность муниципальным образованиям самостоятельно действовать в распределении и расходах средств на развитие муниципальных нужд. Местные бюджеты дают большую возможность властям обеспечивать равномерное развитие учреждений медицинского плана, жилищного фонда и дорог. Так же с его помощью можно выровнять уровни экономического и социального развития этих территорий. Для этого формируются разнообразные программы на региональном уровне - социального и экономического развития муниципальных образований по благоустройству сел и поселков, ремонту дорог, возрождению памятников и других необходимых мер.

Сумма, которая остается в муниципальном бюджете при превышении доходов над расходами не изымается органами государственной власти.

Доходной части не всегда хватает на покрытие деятельности на данном этапе, тогда не выполняются программы общепринятые государством. Тогда государство из своего бюджета выделяет финансовую помощь в виде субсидии или субвенции. Субсидия и субвенция - это дотация от государства местному бюджету. Рассмотрим их значение и различие. Субсидия – это общая дотация (местные власти могут распоряжаться ею по своему усмотрению), а субвенция – это дотация, назначенная для какого-то определенного действия (например, ремонт дороги или моста, строительство школы).

Местным бюджетом финансовые органы муниципалитетов могут регулировать капитальные и текущие затраты, эффективно использовать материальные и трудовые ресурсы, создавать новые производства. Инфляция негативно влияет не только на страну в целом, но и на отдельные её составляющие, например, местные бюджеты из-за неё не могут в полной мере себя проявить. Местные бюджеты могут являться весьма важным звеном при определенных условиях. Таким условием можно назвать наделение органов местного самоуправления дополнительными властями в формировании и использовании местных бюджетов.

Бюджетом муниципального образования называют местный бюджет, а за его формирование, утверждением и исполнением должны следить только органы местной власти. Его доход - это денежные средства, которые безвозмездно поступают в соответствии с законодательством России и попадают под распределение местного самоуправления. Состояние этого бюджета – это собственность объектов муниципалитета. Собственником этих средств бюджета является административно-территориальное образование. Распоряжаться этой собственностью могут только органы власти и то, в пределах своей компетенции.

Местный бюджет можно взять за основу признака самоуправленческой местности, которая при наличии установленными законодательствами признаками обладает статусом муниципального образования. Бюджеты муниципальных образований относятся и к муниципальным бюджетам. Все функции местного бюджета МСУ осуществляют сами. В качестве основной части в местных бюджетах - сметы расходов различных территорий, которые не прикреплены к муниципальному образованию.

Для любой экономической ситуации в каждой стране очень важное значение имеет администрирование местных налогов, так как даже их величина не зависит от поведения и деятельности налогоплательщиков. Земельный налог и налог на имущество физических лиц - это основа бюджета муниципального образования. Отсюда можно сделать вывод, что актуальной и важной проблемой является и будет пока являться конкретно администрирование местных налогов.

Список литературы

1. Аксенов С., Битюкова Л., Крылов А., Ласкина И. Налоги и налогообложение. К.: Региональный финансово-экономический институт, 2013. - 356 с.
2. Дубов В.В. Действующая налоговая система и пути её совершенствования. - Финансы, 2018.
3. Кашин В.А. Налоговая политика России на современном этапе // Финансы. - 2016. - №9.

МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА И МЕЖДУНАРОДНЫЕ ОТНОШЕНИЯ

УДК 334

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ГЛОБАЛЬНЫХ ЦЕПЕЙ ПОСТАВОК ПУТЕМ СОЗДАНИЯ ВИРТУАЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

МАРТЫНОВИЧ НАТАЛЬЯ ВЛАДИМИРОВНА

ассистент

УО «Белорусский государственный экономический университет»

Аннотация: В данной статье рассмотрены принципы создания виртуальных предприятий при построении глобальных цепей поставок, их структура, особенности организации логистических процессов и формирования единой информационной системы, организационного и технологического процессов, а также используемые информационные технологии.

Ключевые слова: глобальные цепи поставок, виртуальные предприятия, информационная система, логистические процессы, цифровая логистика.

TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF GLOBAL SUPPLY CHAINS THROUGH THE CREATION OF VIRTUAL ENTERPRISES

Martynovich Natallia Vladimirovna

Abstract: This article discusses the principles of creating virtual enterprises in the construction of global supply chains, their structure, features of the organization of logistics processes and the formation of a unified information system, organizational and technological processes, as well as the information technologies used.

Key words: global supply chains, virtual enterprises, information system, logistics processes, digital logistics.

В современной экономике все более значимым фактором конкурентоспособности становится скорость реакции на рыночные изменения. Быстрое развитие информационных технологий, высокая конкуренция на рынке, а также изменение структуры мировой экономики способствуют развитию в международной логистике виртуализации глобальных цепей поставок и приводят к появлению новых форм предприятий, таких как виртуальные предприятия.

Виртуальное предприятие - это предприятие, которое объединяет географически разрозненные субъекты хозяйствования, взаимодействующие в процессе совместного производства и доведения товаров до конечного потребителя с преобладающим использованием электронных средств коммуникаций.

Основными преимуществами виртуальных предприятий являются:

- своевременное реагирование и быстрая перестройка логистических процессов с учетом требований потребителей и рынка;
- наличие синергетического эффекта взаимодействия;
- эффективное использование ресурсов каждого отдельного предприятия, входящего в структуру ВП;
- повышение конкурентоспособности за счет снижения издержек и повышения уровня обслуживания потребителей.

Современные подходы к построению и организации логистических процессов, обусловленные концентрацией разнообразных ресурсов в единой базе данных ВП, расширяют возможности управления цепями поставок и цепочками добавленной стоимости. Данные подходы увеличивают экономический потенциал входящих в виртуальное предприятие организаций и позволяют быстро и гибко реагировать на изменения рыночного спроса [1].

Среди отличительных особенностей ВП можно выделить следующие:

- наличие открытой распределенной структуры участников;
- преобладание горизонтальных связей;
- гибкость и мобильность системы;
- приоритет информационных технологий;
- узкая специализация субъектов.
- высокий статус кадровых средств интеграции [2].

Организационная схема и принципы взаимодействия предприятий-участников ВП представлены на рисунке 1.



Рис. 1. Организационная схема ВП и принципы взаимодействия его участников

Для создания ВП первоначально необходимо сформировать общую базу данных (БД), в которую вносятся данные всех участников глобальной цепи поставок, определяются их функции и возможные компетенции. Далее создается база всех технологических операций, проводимых ВП. Доступ к БД имеют все участники ВП и осуществляется он посредством сети Интернет.

Таким образом, созданное общее информационное пространство предоставляет возможность оперативной работы с заказами потребителей путем быстрого и оптимального привлечения ресурсов участников, а также эффективного управления цепями поставок.

Необходимым условием согласованности всех бизнес-процессов, в особенности при наличии большого количества предприятий-участников, является использование единой сетевой информационной системы, в основе которой лежит применение современных информационных технологий и способов коммуникации.

Таким образом, в основе концептуальной модели виртуального предприятия (ВП) лежат информационные технологии, которые поддерживают и связывают управление производственными процессами, стратегический менеджмент, а также логистические процессы. Модель взаимодействия ВП на основе информационных технологий представлена на рисунке 2.



Рис. 2. Концептуальная модель взаимодействия ВП на основе информационных технологий

Создание новых форм взаимодействия предприятий в цепях поставок на основе информационных технологий предоставляет неоспоримые конкурентные преимущества, такие как:

- 1) целесообразность сотрудничества географически удаленных контрагентов за счет устранения влияния фактора расстояния;
- 2) эффективное использование ресурсов всех предприятий за счет наличия общей БД, способной обеспечить совместный доступ к информации, вне зависимости от размера ВП и количества его участников;
- 3) высокая скорость и эффективность принимаемых решений, а также четкая координация действий участников;
- 4) расширение возможностей и улучшение эффективности планирования и реализации проектов за счет привлечения узкоспециализированных посредников;
- 5) гибкое реагирование на требования и запросы рынка;
- 6) возможность привлечения различных компаний на аутсорсинг на всех этапах построения глобальной цепи поставок.

Международные цепи поставок проектируются в ВП под каждый отдельный проект путем анализа и сравнения различных альтернативных вариантов. С целью повышения технических возможностей участников в ВП реализуется возможность использования мощных Интернет-ресурсов и современных технологий координатора проекта путем предоставления необходимого программного обеспечения (Software) на условиях аренды с помощью технологии ASP (Application Service Providing). Данная возможность позволяет небольшим предприятиям избежать значительных затрат на создание сложной IT-инфраструктуры.

Координатором проекта ВП может стать:

- компания, не являющаяся непосредственным участником производственно-логистического процесса, но несущая функции координации действий;
- предприятие-участник ВП, которое производит основную часть работ.

Одной из основных задач организации производственной кооперации в виде ВП является разра-

ботка такого интегрированного информационного пространства и системы быстрого управления процессами и координации, которые позволили бы в оперативном режиме осуществлять прием заказа, проверку возможности его выполнения и распределение работ по выполнению данного заказа между отдельными предприятиями-участниками ВП [3].

При моделировании интегрированного информационного пространства определяются базовые средства программного обеспечения с целью наиболее эффективного управления ресурсами ВП. Среди таких программных средств можно отметить такие автоматизированные системы как ERP, CSRP, SCM, CRM.

Организация информационного взаимодействия между предприятиями-участниками ВП производится путем использования единых классификаторов данных с единым стандартом описания.

Основным функциональным «ядром» ВП выступает система оперативного управления (СОУ), связанная с производственно-экономическими системами класса ERP. Данная система предназначена для хранения данных по выполняемым процессам, а также включает базу данных, содержащую всю информацию об участниках ВП. Система оперативного управления отвечает, в том числе, за управление заказами потенциальных клиентов и определение наилучшей возможности их реализации путем сопоставления различных вариантов построения глобальной цепи поставок. Системы оперативного управления предприятием (СОУП) каждого отдельного участника связаны с основной системой оперативного управления ВП. СОУП управляет оперативной информацией о процессах, происходящих на предприятиях-участниках и передает данные основному функциональному «ядру», находящемуся в ведении координатора проекта.

В случае поступления заказа клиента в информационную систему ВП параметры по нему сразу поступают в СОУ. Результатом обработки заказа является решение системы, определяющее возможность выполнения всех параметров заявки с учетом возможностей и ресурсов данного ВП.

К основным функциям СОУ относятся:

- разработка и выбор алгоритмов для решения и оптимизации процессов;
- построение комплексных моделей процессов в цепях поставок;
- имитационное моделирование данных процессов с использованием динамической модели на основании данных об мощностях, используемых технологиях, уровне складских запасов, ассортименте, прогнозируемых затратах и сроках выполнения работ;
- планирование выполнения заявок клиентов на основе анализа внешней среды, возможностях распределения работ между участниками, а также конфигурации затрат и процесса создания добавленной стоимости;
- контроль и управление процессом в ходе реализации задачи, а также корректировка его параметров;
- разработка рекомендаций по совершенствованию процессов, выбор наилучших конфигураций;
- анализ реализации и выявление причин отклонений фактических данных от плановых.

Пример организации информационного пространства ВП представлен на рисунке 3.

При формировании базы данных информационного пространства на концептуальном уровне следует обратить внимание на построение эффективной структуры данных, определение методов и объемов доступа агентов к общим информационным ресурсам, а также на стратегии обновления данных. В свою очередь отдельного внимания требует обеспечение информационной безопасности, а также возможность использования всеми предприятиями-участниками стандартных средств моделирования данных, таких как ERWin, BPWin (All Fusion), ARIS, IDEF0 и др.

Поддержка жизненного цикла ВП осуществляется в непрерывном режиме программно-коммуникационной средой данного предприятия, которая в западной методологии называется CALS (Continuous Acquisition and Life Cycle Support). В настоящее время CALS является глобальной стратегией повышения эффективности бизнес-процессов, выполняемых в ходе жизненного цикла ВП и создаваемого продукта за счет информационной интеграции и преемственности информации.

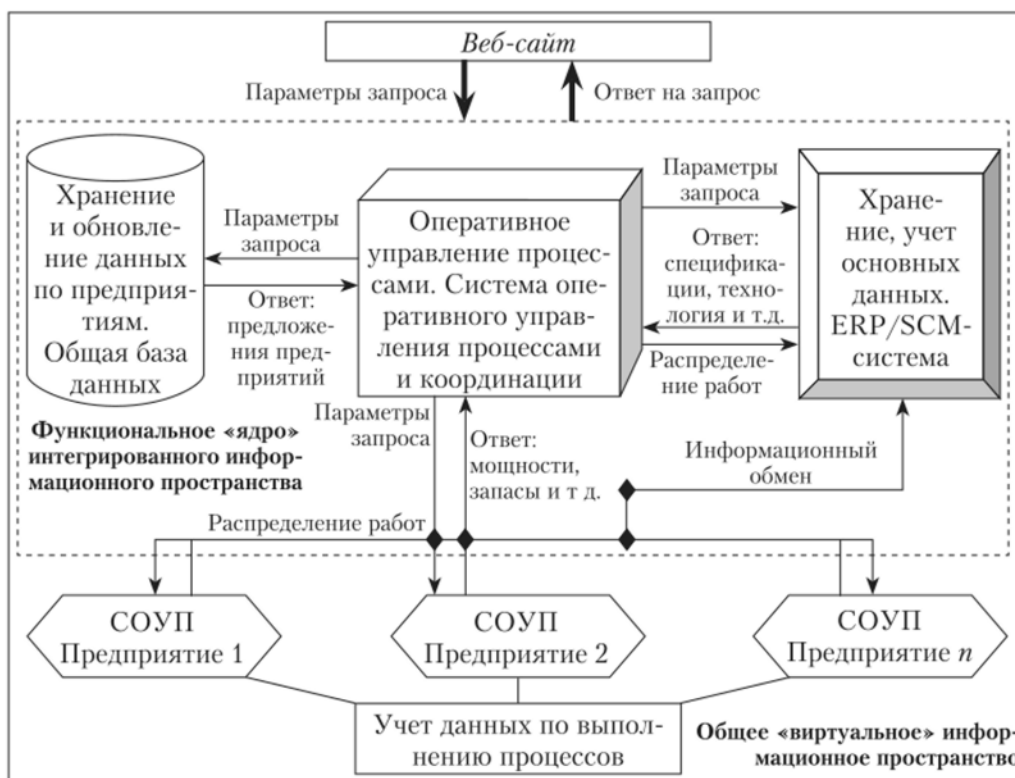


Рис. 3. Организация информационного пространства ВП

В разрезе построения и функционирования глобальных цепей поставок для достижения оптимального результата и высоких экономических показателей работы виртуальное предприятие является наиболее эффективной формой.

В настоящее время в бизнес-практике успешно используются различные концепции организационной структуры ВП, а также разработаны соответствующие ИС. Однако, присутствуют и различные проблемы при создании виртуальных предприятий. Так, предприятия малого и среднего бизнеса сталкиваются с вопросом необходимости обеспечения высоких стандартов информационно-технологической оснащённости.

Тем не менее, в условиях глобализации, современного развития международных рынков и технологий внедрение практики создания ВП является объективной тенденцией, повышающей конкурентоспособность, а также гибкость и скорость реакции на изменяющиеся рыночные условия.

Список литературы

1. Халиев М.С. Виртуальные предприятия. Организация управления виртуальными предприятиями // Известия чеченского государственного университета. – 2019. - №2. – С. 28 -33.
2. <http://iamdrunk.ru/teach/> [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <http://iamdrunk.ru/teach/> (01.09.2020).
3. Нагорный Е.В. Совершенствование технологии перевозок ТНП в городах с использованием логистических принципов // Восточно-европейский журнал передовых технологий. – 2012. - №3. – С. 44 – 45.
4. Афанасенко И.Д. Цифровая логистика: Учебник для вузов. Питер. - 2019. 272 с.
5. Проектирование единого информационного пространства виртуальных предприятий: Учебник / А.Г. Схиртладзе, А.В. Скворцов, Д.А. Чмырь. - Абрис-учебники. - 2012. - 615 с.

© Н.В. Мартынович, 2020

РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

УДК 630

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ЛЕСНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ В РАЗРЕЗЕ ЗАТРАТ НА ТРАНСПОРТИРОВКУ СЫРЬЯ

ПОЗДНЯКОВА МАРИЯ ОЛЕГОВНА,

Магистрант

**МОХИРЕВ АЛЕКСАНДР ПЕТРОВИЧ,
ГЕРАСИМОВА МАРИНА МИХАЙЛОВНА**

к.т.н., доценты

ФГБОУ ВО «Сибирский государственный университет
науки и технологий имени академика М.Ф. Решетнева»

Аннотация: в статье проведен анализ сезонной динамики в условиях транспортировки древесного сырья от мест заготовки к пунктам потребления. Выявлены причины снижения эффективности лесной инфраструктуры в зависимости от времени года, предложены пути решения данных проблем.

Ключевые слова: лесная инфраструктура, доступность древесины, вывозка леса, производительность транспорта.

EFFICIENCY OF FOREST INFRASTRUCTURE IN TERMS OF RAW MATERIAL TRANSPORTATION COSTS

**Pozdnyakova Maria Olegovna,
Mokhirev Aleksandr Petrovich,
Gerasimova Marina Mikhailovna**

Abstract: the article analyzes the seasonal dynamics in the conditions of transportation of wood raw materials from the places of harvesting to the points of consumption. The reasons for the decrease in the efficiency of forest infrastructure depending on the time of year are identified, and ways to solve these problems are proposed.

Key words: forest infrastructure, availability of timber, timber forest, the performance of the transport.

Ввиду большой географической протяженности лесных угодий России зачастую заготовка древесины производится за десятки и сотни километров от мест ее потребления (переработки). В связи с этим развитие лесной инфраструктуры становится ключом к повышению эффективности лесозаготовительного производства.

Исследования авторов показывают, что процесс вывозки заготовленных лесоматериалов из лесосеки до пункта потребления (переработки) составляет большую часть себестоимости сырья и становится ключевым фактором в определении доступности лесного участка для промышленного освоения, это подтверждается и исследованиями других авторов.

Производительность применяемых машин при транспортировке леса целесообразно приводить на кубокилометр. Найти суточную производительность транспортных единиц $\Pi_{\text{сут}}^{\text{ТР}}$ можно по формуле:

$$\Pi_{\text{сут}}^{\text{ТР}} = \Pi_{\text{см}} \cdot t \quad (1)$$

где $\Pi_{\text{см}}$ – производительность машины в час, $\text{м}^3/\text{км}/\text{час}$;

t – суточное время работы при транспортировке, час.

Вывозка древесины с лесных участков производится по дорогам разного назначения (временный лесовозный ус, дорога круглогодичного пользования) и в разные сезоны, в связи с этим производительность машин существенно изменяется. Для упрощения решения численного примера в данных условиях используем средневзвешенные показатели.

С учетом условий движения по разным типам дорог имеет смысл ввести такой показатель как средневзвешенная производительность одной машины - $\Pi_{\text{сред.см}}$.

Средневзвешенную производительность одной машины $\Pi_{\text{сред.см}}$ при движении по разным типам дорог можно найти по формуле:

$$\Pi_{\text{сред.сут}} = \frac{\Pi_{\text{сут(ВД)}} + \Pi_{\text{сут(ДКП)}}}{n} \quad (2)$$

где $\Pi_{\text{сут(ВД)}}$ – суточная производительность одной машины по дороге временного назначения, $\text{м}^3/\text{сут}$;

$\Pi_{\text{сут(ДКП)}}$ – производительность одной машины по дороге круглогодичного пользования, $\text{м}^3/\text{км}/\text{сут}$;

n – суммарное количество дорог.

Для проведения расчетов (решения численного примера) в данной работе взяты два участка заготовки древесины на территории Красноярского края. Статистические данные для проведения исследований получены на предприятиях лесного профиля Красноярского края, таких как ЗАО «Новоенисейский ЛХК», АО «Лесосибирский ЛДК №1».

Таблица 1

Средневзвешенная производительность одной машины при движении по разным типам дорог

| № | Маршрут вывозки* | Продукция | Производительность по периодам | | | | |
|------------------|------------------|------------|--------------------------------|---------------------|----------------|-------------|-------------|
| | | | зимний (I) | зимне-весенний (II) | весенний (III) | летний (IV) | осенний (V) |
| Лесной участок 1 | В-25+К-250=275км | Хлысты | 19845 | 6615 | - | 17955 | - |
| | В-25+К-110=135км | | 19845 | 6615 | - | 17955 | - |
| | К-180км | | 28350 | 9450 | - | 28350 | 9450 |
| | В-25+К-250=275км | Сортименты | 24255 | 8100 | - | 23175 | - |
| | В-25+К-110=135км | | 24255 | 8100 | - | 23175 | - |
| | К-180км | | 36450 | 12150 | - | 36450 | 12150 |
| Лесной участок 2 | В-30+К-250=280км | Хлысты | 19845 | 6615 | - | 17955 | - |
| | К-95км | | 28350 | 9450 | - | 28350 | 9450 |
| | Р-589км | | - | - | 30000 | 50000 | - |
| | В-30+К-250=280км | Сортименты | 24255 | 8100 | - | 23175 | - |
| | К-95км | | 36450 | 12150 | - | 36450 | 12150 |
| | Р-589км | | - | - | 30000 | 50000 | - |

*Примечание: В – временный лесовозный ус, К – дорога круглогодичного пользования, Р – река.

Производительность транспортировки древесины по участку маршрута (между вершинами графа) в период θ можно найти по формуле:

$$\Pi_{\theta}^{тр} = \frac{\Pi_{сут} \cdot p_d}{2 \cdot L}, \quad (3)$$

где L - расстояние вывозки;

$\Pi_{сут}$ - производительность машин или $\Pi_{сред.сут}$ средневзвешенная производительность (зависит от типа дорог), м³/км/сут., (приведена в таблице 1);

p_d – количество дней для данного периода.

Трудозатраты – это величина, обратная производительности, сут/м³, определяет количество суток на заготовку единицы продукции. Трудозатраты на погрузку и разгрузку древесины в разные периоды года можно найти по формуле:

$$f^{\theta} = 1/\Pi_{сут}, \quad (4)$$

где $\Pi_{сут}$ – производительность машин м³/сут.,

θ – период года (I,II,III,IV,V).

Таблица 2

Трудозатраты по периодам для транспортировки древесины

| Операция | Трудозатраты по периодам при 18 ч. работы 1 машины. | | | | |
|---|---|------------------------|-------------------|----------------|----------------|
| | зимний (I) | зимне-весенний (II) | весенний (III) | летний (IV) | осенний (V) |
| Вывозка хлыстов по усам, сут/м ³ /км | 0.00008818 | 0.0002645 | - | 0.0001322 | - |
| Вывозка сортиментов по усам, сут/м ³ /км | 0.00008291 | 0.0002469 | - | 0.0001010 | - |
| Вывозка хлыстов по ДКП, сут/м ³ /км | 0.00003527 | 0.0001058 | - | 0.00003527 | 0.00010582 |
| Вывозка сортиментов по ДКП, сут/м ³ /км | 0.00002743 | 0.00008230 | - | 0.00002743 | 0.00008230 |
| Транспортировка сортимен- тов в плотях, сут/м ³ /км | - | - | 0.00003333 | 0.00002000 | - |

Транспортировка древесины автомобильными лесовозами предполагает движение машины в рабочем и порожнем направлении, таким образом, трудозатраты на транспортировку увеличиваются в два раза. Формулу трудозатрат по маршруту вывозки можно представить следующим образом:

$$f = f \cdot L \cdot 2 \quad (5)$$

или

$$f = f_{сред} \cdot L \cdot 2, \quad (6)$$

где f - трудозатраты машины, сут/м³;

$f_{сред}$ - средневзвешенные трудозатраты сут/м³;

L - расстояние транспортировки, км.

На основании полученных данных рассчитаны трудозатраты на транспортировку древесины в хлыстах (рис. 1) и в сортиментах (рис. 2)

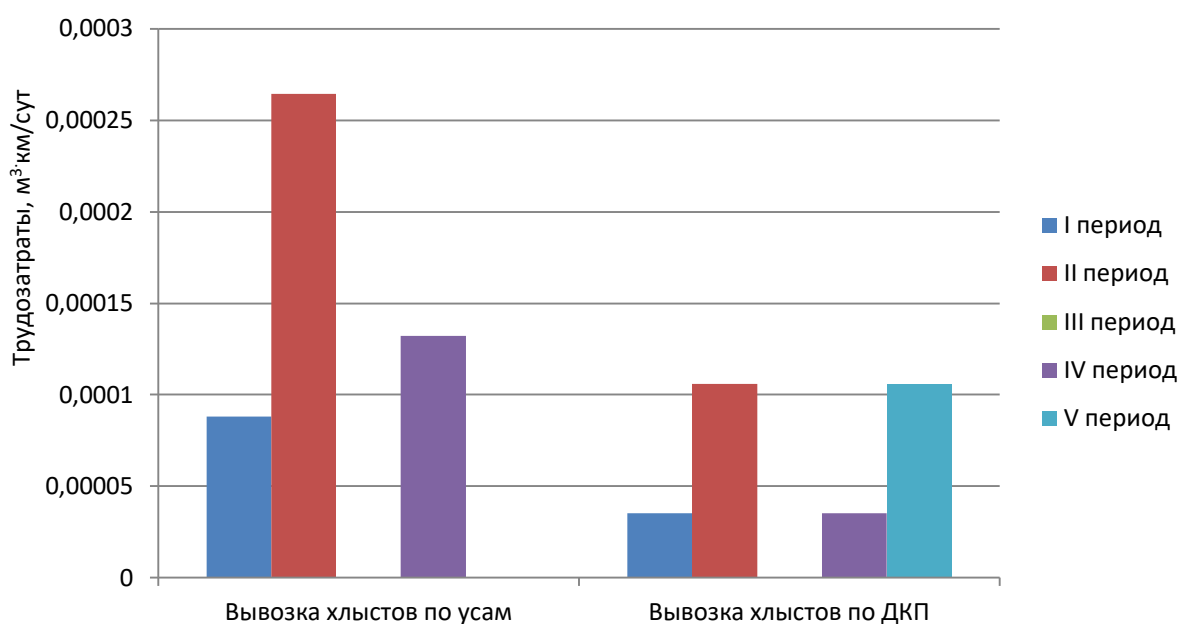


Рис. 1. Трудозатраты на вывозку хлыстов в различные периоды года

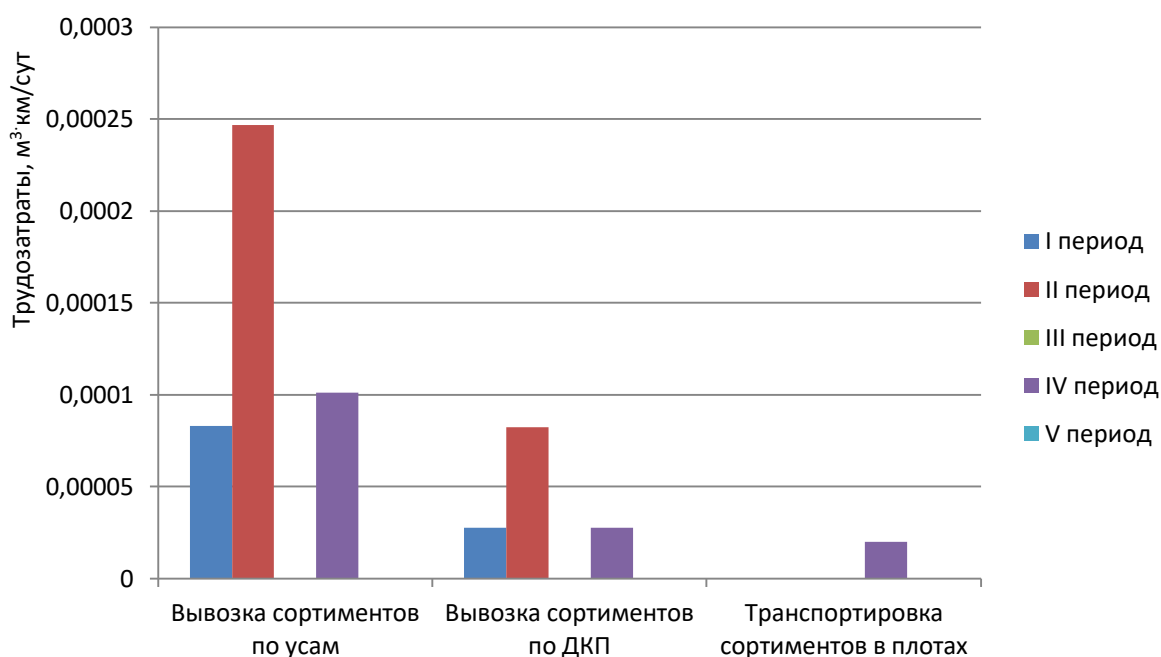


Рис. 2. Трудозатраты на вывозку сортиментов в различные периоды года

В ходе производственного процесса возникают переменные S и постоянные Z затраты. Постоянные затраты учитываются только при условии хранения древесины между периодами. К постоянным затратам (Z), фиксация которых осуществляется при перемещении потока с одного периода на следующий, можно отнести затраты, связанные с амортизационными отчислениями, плановые затраты на техническое обслуживание и ремонт используемой техники, аренду техники, заработную плату при повременной оплате труда рабочих (сторожа на нижнем складе), аренду территории и т.п. Они представлены в таблице 3.

Таблица 3

Постоянные и переменные затраты на выполнение различных операций по периодам

| Операция | Затраты по периодам | | | | |
|---|---------------------|---------------------|----------------|-------------|-------------|
| | зимний (I) | зимне-весенний (II) | весенний (III) | летний (IV) | осенний (V) |
| Погрузка хлыстов, руб/м ³ | 130.00 | 130.00 | - | 130.00 | 130.00 |
| Погрузка сортиментов, руб/м ³ | 130.00 | 130.00 | - | 130.00 | 130.00 |
| Вывозка хлыстов по усам, руб/м ³ ·км | 8.00 | 8.50 | - | 17.00 | - |
| Вывозка сортиментов по усам, руб/м ³ ·км | 6.50 | 7.00 | - | 15.00 | - |
| Вывозка хлыстов по дорогам круглогодого периода, руб/м ³ ·км | 6.80 | 7.30 | - | 7.30 | 7.30 |
| Вывозка сортиментов по дорогам круглогодого периода, руб/м ³ ·км | 5.30 | 6.00 | - | 6.00 | 6.00 |
| Разгрузка хлыстов, руб/м ³ | 100.00 | 100.00 | - | 100.00 | 100.00 |
| Разгрузка сортиментов, руб/м ³ | 80.00 | 80.00 | - | 80.00 | 80 |
| Раскряжевка хлыстов на нижнем складе, руб/м ³ | 80.00 | 80.00 | 80.00 | 80.00 | 80.00 |
| Рейдовые и сплоточные работы по формированию плота, руб/м ³ | - | - | 120.00 | 95.00 | - |
| Транспортировка сортиментов или хлыстов в плотах, руб/м ³ ·км | - | - | 1 | 1 | - |
| Постоянные затраты на выполнение всего комплекса работ, тыс. руб/сут | 16 500.00 | 16 500.00 | 16 500.00 | 16 500.00 | 16 500.00 |
| Постоянные затраты на хранение древесины на складе, тыс. руб/сут | 16 500.00 | 16 500.00 | 16 500.00 | 16 500.00 | 16 500.00 |

При расчете переменных затрат на дуге, обозначающей транспортировку до потребителя, следует учесть доход, получаемый предприятием от реализации продукции. Цена реализации древесины принята на уровне 3 600.00 рублей – средняя рыночная цена реализации.

Требуется определить технологическую цепочку выполнения операций по первичной обработке и транспортировке заготовленной древесины с двух лесных участков до потребителя, характеризующуюся минимальной стоимостью (как следствие, максимальной прибылью от реализации продукции) и обеспечивающую максимальную комплексную выработку при выполнении всех видов работ, с учетом исходных данных.

Поставленная задача основывается на определении потока минимальной стоимости в рассматриваемой транспортной сети. Для его нахождения будем применять алгоритм Басакера-Гоуэна. Однако, для решения поставленной задачи были введены корректировки алгоритма. При прохождении потока по одной из дуг пропускная способность смежных дуг снижается. Тем самым учитывается снижение производительности машин и оборудования, задействованных на разных технологических участках. Методика решения задачи была основана на графоаналитических подходах с использованием инструментов географических информационных систем.

Численное решение данной задачи проведено авторами и опубликовано в развернутом виде. В результате решения полученной задачи сформирована оптимальная схема логистики лесоматериалов от погрузочных работ на верхнем складе до разгрузки на нижнем. В рамках данной работы проведен анализ полученных результатов и их интерпретация для реалий лесозаготовительного предприятия.

Для сравнения показателей и оценки эффективности полученной технологической цепочки осуществлен анализ других вариантов технологических цепочек транспортно-переместительных работ. На территории Красноярского края, при похожих условиях, наиболее часто применяются следующие варианты:

1) Транспортировка в хлыстах в летний период до нижнего склада с дальнейшим сплавом максимально возможного объема древесины, остальной объем в период заготовки (зимний) автотранспортом до потребителя. В данном случае со второго лесного участка в летний период транспортируется на нижний склад с дальнейшим водным транспортом потребителю объем древесины, равный 18600 м³. Остальная часть объема древесины второго лесного участка (31400 м³) в зимний период автотранспортом до потребителя. Весь объем (20000 м³) с первого лесного участка транспортируется в зимний период.

2) Автомобильным транспортом максимально возможный объем сортиментов в зимний период до потребителя, остальной объем автотранспортом в летний период до потребителя. В данном случае транспортировка всего объема (50000 м³) со второго участка будет доставляться потребителю в зимний период, часть объема (3770 м³) с первого участка транспортируется также в зимний период, остальная часть объема (16230 м³) первого лесного участка в летний период.

3) Автомобильным транспортом максимально возможный объем сортиментов в зимний период до потребителя, остальной объем в летний период до нижнего склада с дальнейшим сплавом. В данном случае транспортировка всего объема (50000 м³) со второго участка будет доставляться потребителю в зимний период, часть объема (3770 м³) с первого участка транспортируется также в зимний период, остальная часть объема (16230 м³) первого лесного участка сплавом в летний период.

Сравнение затрат на предложенную рациональную технологическую цепочку и традиционные варианты логистики приведены на диаграмме (рис. 3).

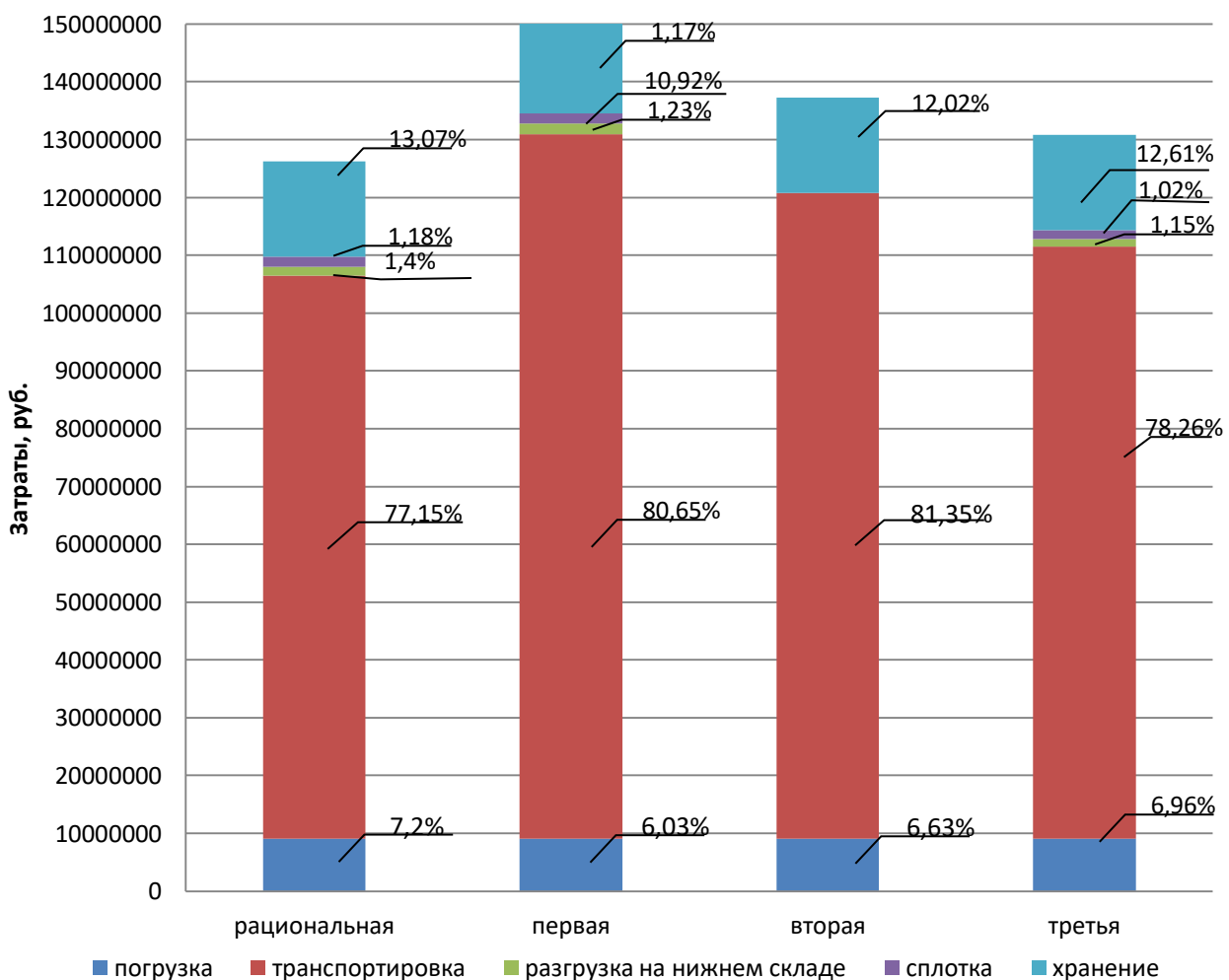


Рис. 3. Сравнение затрат на предложенную технологическую цепочку с традиционными вариантами логистики

Таким образом, наибольший экономический эффект от оптимизации логистики лесоматериалов можно получить, сокращая затраты непосредственно на транспортировку. В этой ситуации есть два пути: сокращение длительности расстояния вывозки и сокращение удельных затрат на вывозку.

Второй вариант – сокращение удельных расходов – является более достижимым и может включать мероприятия по снижению затрат на строительство и содержание используемых дорог, установку систем контроля расхода топлива на транспорте, поиск альтернативных путей доставки древесины (сплав).

Данное исследование направлено на иллюстрацию возможностей применения экономико-математических методов для решения производственных задач. В условиях острой необходимости снижения себестоимости сырья в лесозаготовительной отрасли производства выявление альтернативных вариантов логистики, способствующих снижению затрат, и как следствие – повышению рентабельности продукции, является эффективным инструментом и должно быть принято на вооружение промышленными лесопользователями.

Исследование выполнено в рамках проекта «Разработка фундаментальных основ проектирования лесной инфраструктуры как динамически изменяемой системы в условиях деятельности лесозаготовительного производства», № 19-410-240005 поддержанного за счет средств целевого финансирования, предоставленного РФФИ, Правительством Красноярского края и Краевым фондом науки. Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ, Правительства Красноярского края, Краевого фонда науки и ООО «Красресурс 24» в рамках научного проекта № 20-410-242901

Список литературы

1. Герасимова, М.М. Оптимизация материальных потоков лесозаготовительного предприятия на основе теории графов / М.М. Герасимова, С.О. Медведев, А.П. Мохирев, К.П. Рукомойников. — Текст : непосредственный // Логистика и управление цепями поставок. - 2019. - № 6 (95). - С. 50-57. – Библиогр.: с. 50-57 (13 назв.).
2. Rukomoinikov K.P. Structuring of loading points and main skid road in conditions of existing road network in forest compartment // Journal of Applied Engineering Science. - 2015. - Т. 13.- № 3. - С. 167-174.
3. Богданов, В.М. Инфраструктура, пропускная и провозная способность / В.М. Богданов. — Текст : непосредственный // ВНИИЖТ - транспорту. Научные проблемы технического развития железнодорожного транспорта: сборник научных трудов научно-практической конференции, посвященной 90-летию ВНИИЖТ. - 2008. - С. 62-65. – Библиогр.: с. 62-65 (11 назв.).

УДК 338.984

ОСОБЕННОСТИ ФИНАНСИРОВАНИЯ КАЗЕННЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ ДОШКОЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ НА ПРИМЕРЕ МКДОУ ДЕТСКИЙ САД №3 ПГТ ДУБОВКА УЗЛОВСКИЙ РАЙОН

ПОПОВ СЕРГЕЙ АНАТОЛЬЕВИЧ,

к.т.н., доцент

БУДИЛОВА ЕЛЕНА АЛЕКСЕЕВНА

магистр

ОЧУВО «Московский инновационный университет»

г. Москва

Аннотация: В статье отмечается, что организация бюджетного и внебюджетного финансирования казенных дошкольных общеобразовательных учреждений имеет существенные отличия, которые обусловлены особым положением данного типа государственных и муниципальных учреждений в государственном и муниципальном секторе. Рассматриваются особенности механизма финансового обеспечения МКДОУ детский сад №3 Узловского района ПГТ Дубовка.

Ключевые слова: казенное учреждение, финансирование, ДОУ, бюджетные средства, дополнительное финансирование, смета.

FEATURES OF FINANCING OF STATE INSTITUTIONS OF PRESCHOOL EDUCATION ON THE EXAMPLE OF MKDOU KINDERGARTEN №3 VILLAGE DUBOVKA UZLOVSKY DISTRICT

Popov Sergey Anatolyevich,
Budilova Elena Alekseevna

Annotation: The article notes that the organization of budget and extra-budgetary financing of state preschool educational institutions has significant differences, which are due to the special position of this type of state and municipal institutions in the state and municipal sector. The article considers the features of the financial support mechanism for the kindergarten No. 3 in the Uzlovsky district of Dubovka VILLAGE.

Key words: state institution, financing, DOW, budget funds, additional funding, estimates.

Дошкольное образование является одним из значимых элементов в области социальных услуг, как на федеральном, так и на региональном уровне. [3] В дошкольных образовательных учреждениях формируются необходимые условия, направленные на формирование и воспитание здоровой, всесторонне развитой личности. Здесь закладывается основа предстоящей жизни человека, гарантируется индивидуальное, умственное, физическое, художественно-эстетическое и также созидательное развитие детей дошкольного возраста.

Дошкольный возраст выступает переходным звеном в категориях смены образовательных, социальных и межличностных контактов, в связи с чем продуктивность базиса данного возраста будет напрямую зависеть от эффективности вложенного потенциала в категориях социального образова-

тельно межличностного пространства. Оно напрямую влияет на адаптационные процессы перехода из одной возрастной детерминанты в другую, а также на успешность функционирования ребёнка в начальном школьном, школьном, и, как следствие, юношеском периоде, который напрямую связан с качеством вхождения личности в профессиональное пространство. [7]

Необходимо отметить, что уровень дошкольного образования находится в значительной зависимости от финансирования из бюджета государства и региона. Цель государства - обеспечить многообразие форм и типов дошкольного образования, абсолютно удовлетворяющее потребности семей, и кроме того регулирование многоканальной концепции финансирования услуг ДОУ.

Проанализируем особенности финансирования муниципального казённого дошкольного образовательного учреждения детский сад № 3, который располагается в Узловском районе ПГТ Дубовка. Руководителем учреждения является Буцък Нина Николаевна. Учредителем - комитет образования администрации муниципального образования Узловский район.

Детский сад основан и веден в эксплуатацию в 1957 году. ДОУ располагается в типовом 2-х этажном здании, в центре поселка Дубовка Узловского района, обладает отдельным земельный участок. Зеленая архитектура составляет 60%. На участке размещены грунтовые площадки, часть из них оборудованы оттеняющими навесами, спортивными площадками. Сад, цветники, кусты, деревья гарантируют условия для хорошего самочувствия и благотворно влияют на состояние здоровья детей. В здании расположены массовые ячейки с полным комплектом требуемых помещений. Кроме того, в ДОУ размещаются прачечная, гладильная, пищеблок, медицинское помещение, спортивный и музыкальный залы, методический кабинет.

Главная цель деятельности МКДОУ д/с № 3 состоит во воспитании, обучении и развитии, а также в присмотре, уходе и оздоровлении воспитанников от 1 года до 7 лет, формировании обстоятельств для реализации гарантированного гражданам Российской Федерации права на получение общедоступного и бесплатного дошкольного образования.

Для начала стоит рассмотреть само понятие казенного учреждения, чтобы осуществить качественный анализ источников его финансирования.

В согласовании со ст. 161 [1] Бюджетного кодекса РФ казенное учреждение является государственным (муниципальным) учреждением, которое занимается предоставлением государственных (муниципальных) услуг, выполнением работ и исполнением государственных (муниципальных) функций в целях обеспечения реализации предусмотренных законодательством России полномочий органов государственной власти или органов местного самоуправления.

Главной основой финансирования казенного ДОУ считаются и останутся в ближайшей и отдаленной перспективе, бюджетные средства. В соответствии со ст. 39 БК РФ [1] финансовое обеспечение деятельности казенного учреждения осуществляется за счет средств надлежащего бюджета в основе бюджетной сметы. Бюджетная смета казенного учреждения - это экономический документ, в коем указываются размер, направленность также расположение финансов, выделяемых учреждению из бюджетного фонда. [5] От того в какой степени грамотно будет разработана бюджетная смета казенного учреждения, будет зависеть размер бюджетных средств. В данном направлении Бюджетный кодекс РФ дает довольно небольшой набор форм финансирования дошкольного образования из муниципального бюджета.

В соответствии со ст. 70 БК РФ казенные учреждения могут тратить бюджетные средства: в плату работы сотрудников в казенных учреждениях, и т.п.; на оплату поставок товаров, выполнения работ, предложения услуг с государственных (муниципальных) потребностей; в уплату налогов, сборов и других неотъемлемых платежей в бюджетную систему РФ; на компенсацию ущерба, доставленного казенным учреждением при исполнении его деятельности.

С целью установления эффективности бюджетного финансирования значимо мониторинг использования бюджетных средств. Надзор ведется на основе характеристик социально-экономической результативности работы казенного учреждения. [2]

Другим, согласно значимости, источником финансирования дошкольных учреждений считается родительская плата. Согласно функционирующему законодательству, размер родительской платы ни-

как не должен быть выше 20% с цены нахождения ребенка, а для многодетных семей - 10%. Помимо данного, для разных категорий семей функционирует целый ряд льгот, в соответствии с каким родительская плата существенно снижена либо совершенно отсутствует.

Бюджетное финансирование МКДОУ д/с №3 составляет приблизительно 80% с нужд учреждения, при этом в абсолютном объеме финансируются только лишь фонд оплаты труда, приобретение материальных запасов также плата общественных затрат. [4] Все данное приводит к ухудшению положение материально-технической основы ДОУ.

Сдерживание бюджетного финансирования образовало у детского сада направленность к повышению внебюджетных источников финансирования. В соответствии с пунктом 8 статьи 41 Закона Российской Федерации «Об образовании» образовательное учреждение располагает возможностью заинтересовывать в порядке, определенном законодательством, дополнительные финансовые средства за счет добровольных пожертвований также целевых взносов физических также (либо) юридических лиц, денежных выплат с разных социальных фондов.

Вовлечение дополнительных источников финансирования - особое направление профессиональной деятельности заведующей, благополучность и успешность которой в значительной степени определяется уровнем компетентности также мастерства руководителя, его умением устанавливать контакты со другими людьми, умением быть изобретательным, веским, обаятельным. [6]

В условиях недостаточного финансирования дошкольное учреждение не прекращает реализовывать в полном объеме образовательный процесс, дети обеспечены гарантированным, сбалансированным питанием. В МКДОУ д/с №3 созданы все условия для укрепления физического и психического здоровья детей. В учреждении работают высококвалифицированные специалисты, получающие за свой труд небольшую зарплату.

Список литературы

1. Бюджетного кодекс РФ от 31.07.1998 № 145-ФЗ (ред. от 31.07.2020) // [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_19702/ (дата обращения: 28.08.2020).
2. Федеральный закон «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в связи с совершенствованием правового положения государственных (муниципальных) учреждений» от 08.05.2010 № 83-ФЗ (с изм. от 26 июля 2019 г. N 237-ФЗ) // [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_100193 (дата обращения: 28.08.2020).
3. Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012 № 273-ФЗ (с изм. от 31 июля 2020 г. N 304-ФЗ) - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_140174/ (дата обращения: 28.08.2020).
4. Закон Тульской области «О бюджете Тульской области на 2019 год и на плановый период 2020 и 2021 годов» от 21.12.2018 № 107-ЗТО (с изменениями на 13.12.2019) // [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/550301339> (дата обращения: 28.08.2020).
5. Иванов Д.С., Иванова М.С., Боровских И.В. Бюджет казенного учреждения как элемент системы управления // Проблемы экономики и менеджмента. - 2017. - С. 44-51.
6. Новые подходы к управлению деятельностью в дошкольном образовательном учреждении / Л.М. Денякина. // [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://search.rsl.ru/ru/record/01001769129> (дата обращения: 28.08.2020).
7. Кузнецова Н.В. Сабанина Н.О. Фактор самосознания межличностного взаимодействия личности // Приоритетные направления развития науки и образования: сборник статей IV Международной научно-практической конференции. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2018.

ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

УДК 336.763.2

ДИВИДЕНДЫ: СУЩНОСТЬ, ВИДЫ, ФОРМЫ, ИСТОЧНИКИ И ПОРЯДОК ВЫПЛАТЫ

ДРУЖИНИН ИЛЬЯ ДМИТРИЕВИЧ

студент 4 курса
Институт Экономики и Финансов
Сыктывкарский государственный университет им. Питирима Сорокина
Россия, г. Сыктывкар

Научный руководитель: Швецова И. Н.

к.э.н., доцент
Институт Экономики и Финансов
Сыктывкарский государственный университет им. Питирима Сорокина
Россия, г. Сыктывкар

Аннотация: научная работа посвящена изучению сущности дивидендов, а именно: нормативно-правовой базы, типологий, форм, факторов, влияющих на выплату дивидендов, а также в научной работе рассматриваются источник и порядок их выплаты.

Ключевые слова: дивиденды, дивидендная политика, гражданский кодекс, факторы, акции.

DIVIDENDS: ESSENCE, TYPES, FORMS, SOURCES AND PAYMENT PROCEDURE**Druzhinin I. D.**

Scientific adviser: Shvetsova I.N.

Annotation: scientific work is devoted to the study of the essence of dividends, namely: the regulatory framework, typologies, forms, factors affecting the payment of dividends, as well as the source and procedure for their payment are considered in the scientific work.

Key words: dividends, dividend policy, civil code, factors, shares.

Российские акционерные общества проделали длинный путь, связанный с целесообразностью и рациональным управлением дивидендной политикой на первоначальном этапе акционирования компаний, вплоть до наших дней, когда дивидендная политика активно используется почти в каждой крупной организации, что позволяет грамотно рассматривать такое понятие, как “дивидендная доходность” – денежный доход акционеров, сигнализирующий о том, насколько успешно работает фирма, акции которой инвестор приобрел. Дивиденды – это денежные средства, выплачиваемые собственникам фирмы и, как известно, отражаемые в активе баланса [8].

Рассматривая Гражданский кодекс РФ [1] и Федеральный закон от 22.04.1996 года №39-ФЗ “О рынке ценных бумаг” [3], можно сказать, что само понятие “акции” неразрывно связано с понятием получения прав на дивиденды. Правовое регулирование указанных отношений характеризует выплату дивидендов не как обязанность акционерных обществ, а как их право. Иными словами, владелец акций не может гарантировать себе получение дивидендов, а именно – в статье 42 Федерального закона от 26.12.1995 N 208-ФЗ “Об акционерных обществах” говорится, что общество вправе принимать решения (объявлять) о выплате дивидендов по размещенным акциям [4].

Налоговый кодекс Российской Федерации – единственный нормативно-правовой документ, содержащий определение дивиденда. Дивиденд – любой доход, полученный акционером (участником) от организации при распределении прибыли, остающейся после налогообложения (в том числе в виде процентов по привилегированным акциям), по принадлежащим акционеру (участнику) акциям (долям) пропорционально долям акционеров (участников) в уставном (складочном) капитале этой организации [2]. К дивидендам также можно отнести любые доходы, получаемые из источников за пределами РФ, относящиеся к дивидендам в соответствии с законодательствами иностранных государств.

Более лаконичным определением дивидендов выделил Васильев Р. И., который считает, что дивиденды – это часть чистой прибыли акционерного общества, распределяющаяся между акционерами по результатам года, отражённым в финансовой отчётности [5].

Источником выплаты дивидендов является прибыль компании после налогообложения (чистая прибыль), которая определяется по данным бухгалтерской отчётности. Дивиденды по привилегированным акциям могут выплачиваться за счет специальных заранее сформированных фондов компании [4].

Обратимся к учебнику Тугузовой И. З., которая рассматривает такую типологию дивидендов:

- регулярные дивиденды, выплачиваемые на периодической основе;
- дополнительные дивиденды (сверхприбыль компании);
- специальные дивиденды (разовые дивидендные выплаты);
- ликвидационные дивиденды [8].

Для любой компании разработать единую, совершенную, универсальную дивидендную политику, схожую с выделенными типологиями очень сложно, ведь каждая компания преследует различные цели деятельности, имеет отличительные способы их достижения. В каждой организации имеются различия в потенциальных финансовых возможностях, они по-разному зависят от внутренних и внешних обстоятельств. Поэтому оптимальная дивидендная политика составляется на основе анализа факторов, оказывающих влияние на эффективность распределения прибыли:

- Темп роста организации (прибыль используется для дальнейшего роста, а не для выплаты дивидендов);
- Ограничительные договоры (лимитация дивидендов);
- Размер и стабильность доходности организации;
- Наличие резерва собственных средств, сформированного в предыдущем периоде;
- Степень финансирования за счет заемного капитала.
- Возможность финансирования из внешних источников;
- Возраст и масштаб компании;
- Уровень дивидендных выплат фирм-конкурентов;
- Налогообложение [6][7].

Перечисленные факторы следует агрегировать и оценивать в комплексе, прежде чем избирать тип дивидендной политики.

Выплата дивидендов осуществляется либо самим обществом, либо банком-агентом, которые выступают в этот момент агентами государства по сбору налогов у источников и выплачивают акционерам дивиденды за вычетом соответствующих налогов. Налог с дивидендов в РФ – 9%.

Тогузова И.З. [8] считает, что выплата дивидендов осуществляется в следующих формах:

1. Денежная;
2. Натуральная;
3. Автоматическое реинвестирование. Владелец дивиденда забирает полученный дивиденд, либо инвестирует в дополнительные акции данной компании. В последнем случае компания дополнительно производит эмиссию акций или выкупает их на рынке;
4. Выплата акциями. Акционерам выдается дополнительный пакет акций вместо дивиденда. Данная форма необходима при нехватке высоколиквидных активов для оплаты дивиденда в денежной форме;
5. Выкуп собственных акций [8].

Рассмотрим порядок выплаты обществом дивидендов, закрепленный в ФЗ “Об акционерных об-

ществах" [4]:

1. Решение о выплате дивидендов по размещенным акциям может быть принято в течение трех месяцев после окончания соответствующего периода (первый квартал, полугодие, девять месяцев, отчетный год);
2. Решение о выплате (объявлении) дивидендов принимается общим собранием акционеров (размер дивидендов, форма, порядок выплаты, дата);
3. Дата, на которую в соответствии с решением о выплате (объявлении) дивидендов определяются лица, имеющие право на их получение, не может быть установлена ранее 10 дней с даты принятия решения о выплате (объявлении) дивидендов и позднее 20 дней с даты принятия такого решения;
4. Срок выплаты дивидендов номинальному держателю ... не должен превышать 10 рабочих дней, а другим зарегистрированным в реестре акционеров лицам - 25 рабочих дней с даты, на которую определяются лица, имеющие право на получение дивидендов.
5. Выплата дивидендов в денежной форме осуществляется в безналичном порядке.

Список литературы

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 N 51-ФЗ (ред. от 16.12.2019, с изм. от 12.05.2020) (дата обращения: 02.09.2020)
2. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) от 31.07.1998 N 146-ФЗ (ред. от 01.04.2020) (дата обращения: 02.09.2020)
3. Федеральный закон "О рынке ценных бумаг" от 22.04.1996 N 39-ФЗ (последняя редакция) (дата обращения: 02.09.2020)
4. Федеральный закон от 26.12.1995 N 208-ФЗ (ред. от 04.11.2019, с изм. от 07.04.2020) "Об акционерных обществах" (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2020) (дата обращения: 02.09.2020)
5. Дивиденды как показатель эффективности госкомпаний / Васильев Р. И. – Москва: ООО "Издательство "Спутник+" - 2017. - 6 с. (дата обращения: 02.09.2020)
6. Воронина, М.В. Финансовый менеджмент: учебник / М.В. Воронина. – Москва: Дашков и К°, 2020. – 399 с. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573253> (дата обращения: 02.09.2020)
7. Кириченко, Т.В. Финансовый менеджмент: учебник / Т.В. Кириченко. – Москва: Дашков и К°, 2018. – 484 с.: ил. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573157>-. (дата обращения: 02.09.2020)
8. Финансовый и инвестиционный менеджмент : учебник / И.З. Тогузова, Т.А. Хубаев, Л.А. Туаева, З.Р. Тавасиева ; Финансовый университет при Правительстве РФ. – Москва : Прометей, 2018. – 375 с. (дата обращения: 02.09.2020)
9. Бадюкина Е.А., Созина Е.С., Некрасова Г.А., Швецова И.Н. Оценка влияния уровня и динамики дивидендных выплат на рыночную стоимость российских акционерных компаний // Сибирская финансовая школа. 2019. № 5 (136). С. 139-144.
10. Бадюкина Е.А., Швецова И.Н. Факторная модель капитализации российских компаний // Корпоративное управление и инновационное развитие экономики Севера: Вестник Научно-исследовательского центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкарского государственного университета. 2016. № 1. С. 76-85.

УДК 336.763.2

ПАО “НОВАТЭК”: ДИВИДЕНДНАЯ ПОЛИТИКА, ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СТРУКТУРА, РЕГРЕССИОННАЯ МОДЕЛЬ ДИНАМИКИ ДИВИДЕНДОВ

ДРУЖИНИН ИЛЬЯ ДМИТРИЕВИЧ

студент 4 курса

Институт Экономики и Финансов

Сыктывкарский государственный университет им. Питирима Сорокина

Научный руководитель: Швецова И. Н.

к.э.н., доцент

Институт Экономики и Финансов

Сыктывкарский государственный университет им. Питирима Сорокина

Аннотация: научная работа посвящена изучению организационно-экономического положения ПАО “Новатэк”, анализу ее дивидендных выплат и дивидендной политики. В научной работе исследуется эконометрическая модель динамики дивидендов, а именно, какие факторы оказывают влияние на выплату дивидендов, а также даны выводы и рекомендации по деятельности корпорации.

Ключевые слова: регрессионная модель, детерминация, дивиденды, дивидендная политика, эконометрика, прибыль, выручка, акции.

PJSC NOVATEK: DIVIDEND POLICY, ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC STRUCTURE, REGRESSION MODEL OF DIVIDEND DYNAMICS

Druzhinin Ilya Dmitrievich

Scientific adviser: Shvetsova I. N.

Annotation: The scientific work is devoted to the study of the organizational and economic situation of PJSC "Novatek", the analysis of its dividend payments and dividend policy. The scientific work examines the econometric model of the dynamics of dividends, namely, what factors influence the payment of dividends, and also provides conclusions and recommendations on the activities of the corporation.

Key words: regression model, determination, dividends, dividend policy, econometrics, profit, revenue, shares.

Дивиденды и их ожидания играют важную роль в формировании текущей оценки стоимости акций. Для потенциальных инвесторов это имеет огромную значимость, поскольку они рассматривают дивиденды не только как источник дохода, но и способ оценки и управления компанией. Для любой компании необходимо разработать единую, совершенную, универсальную дивидендную политику, однако это зависит от различий в потенциальных финансовых возможностях корпорации. Рассмотрим основные финансовые показатели ПАО “Новатэк”.

Таблица 1

Структура держателей акций компании ПАО «Новатэк»

| Участник (акционер) эмитента | Доля от уставного капитала, % | Количество акций, шт. |
|----------------------------------|-------------------------------|-----------------------|
| ООО «ВОЛГА ГРУП» | 23,4882 | 713 173 626 |
| TOTAL E&P ARCTIC RUSSIA | 16,2864 | 494 504 940 |
| ООО «ЛЕВИТ» | 7,3182 | 222 202 946 |
| SWG Growth Fund (Cyprus) Limited | 14,3925 | 437 000 341 |
| Прочие | 38,5147 | 1 169 424 147 |
| Всего | 100 | 3 036 306 000 |

Источник: составлено и рассчитано автором на базе данных официальной статистики ПАО «Новатэк» [1]

ПАО «Новатэк» в 2019 году имеет выручку 862 млрд. руб. с темпом прироста 3,2% по сравнению с 2018 г. Чистая прибыль 2019 года составила 883 млрд. руб., что выше выручки. Это связано с прибылью, которую они получили от выбытия долей владения в дочерних обществах и совместных предприятиях – 682 млрд. руб.

Коэффициент текущей ликвидности за счет прибыли от выбытия в 2019 году стал 4,25, что, безусловно, придает крайне высокую платежеспособность компании.

Вернемся к дивидендным выплатам и рассмотрим их величину за 10 лет.

Таблица 2

Дивидендные выплаты ПАО «Новатэк» в динамике

| | | |
|---------------------|-------|---------|
| след 12м. (прогноз) | 15.1 | -51,4% |
| 2019 | 31.04 | +79.94% |
| 2018 | 17.25 | +23.66% |
| 2017 | 13.95 | +1.09% |
| 2016 | 13.8 | +16.95% |
| 2015 | 11.8 | +23.04% |
| 2014 | 9.59 | +32.09% |
| 2013 | 7.26 | +11.69% |
| 2012 | 6.5 | +30% |
| 2011 | 5 | +53.85% |
| 2010 | 3.25 | +28.97% |
| 2009 | 2.52 | 0% |

Источник: составлено и рассчитано автором на базе данных официальной статистики ПАО «Новатэк» [1].

Выводы по таблице 2:

1. При цене акции в 1305,6 рублей полученная доходность по дивиденду составила 2,3%
2. Положительная динамика выплаты дивидендов;
3. Самый высокий прирост и дивиденд в 2019 году;
4. За 10 лет произошел рост выплаты дивидендов в 12 раз.

Исходя из таблицы 2, компания ПАО «Новатэк» за 10 лет ни разу не снизила выплату дивидендов, относительно предыдущего года, а чистая прибыль имела отличительную от дивиденда тенденцию. Темп прироста выплаты дивиденда каждый год очень близок к 30%. Это наводит на агрессивный поход выплаты и политику постоянного возрастания размера дивидендов или политику стабильного роста уровня дивидендов. Отсюда следует, что «Новатэк» может использовать девиз: «Никогда не снижай годовой дивиденд», соответствующий их дивидендной политике, что может формировать положительный имидж компании. Риск – ежегодное возрастание финансовой напряженности.

Следует изучить регрессионную зависимость выплаты дивидендов от ряда факторов: выручки, чистой прибыли, стоимости акций, темпа прироста ВВП и темпа инфляции.

Исследуем информационную базу за 10 лет и построим уравнение множественной регрессии с помощью метода наименьших квадратов.

Таблица 3

Модель 3: МНК, использованы наблюдения 1-10, зависимая переменная: Y

| | Коэффициент | Ст. ошибка | t-статистика | P-значение | Значимость |
|-----------|-------------|------------|--------------|------------|------------|
| const | -2,41559 | 1,75111 | -1,379 | 0,2399 | |
| Revenue | 0,00648801 | 0,00401210 | 1,617 | 0,1812 | |
| Profit | 0,0117243 | 0,00250468 | 4,681 | 0,0094 | *** |
| Value | 0,0147827 | 0,00551738 | 2,679 | 0,0553 | * |
| GDP | -0,0895588 | 0,0376420 | -2,379 | 0,0761 | * |
| Inflation | 0,370122 | 0,113190 | 3,270 | 0,0308 | ** |

Источник: составлено автором на основе вычислений в программе gretl

Модель регрессии при стандартных ошибках, указанных в таблице 3, выглядит следующим образом:

$$Y_3 = -2,4 + 0,006x_1 - 0,01x_2 + 0,01x_3 - 0,09x_4 + 0,3x_5, \quad (1)$$

где Y_1 – выплата дивидендов, x_1 – выручка, x_2 – чистая прибыль, x_3 – стоимость акции, x_4 – темп прироста ВВП, x_5 – темп инфляции.

Более значимыми факторами в уравнении регрессии являются: чистая прибыль, стоимость акции, темп прироста ВВП, и инфляция т.к. они имеют P-значение около 0,05, что говорит о маленькой вероятности ошибки при отклонении нулевой гипотезы.

Значимые показатели регрессионной модели:

- $R^2 = 0,996$ – выборочный коэффициент детерминации (высокое качество построенной модели)
- $F(5,4) = 228,66$ – наблюдаемое значение F-статистики
- P-значение (F) = 0,000053 – уровень значимости (нулевая гипотеза отвергается)

ПАО “Новатэк”: в данной модели уравнения множественной регрессии (1) при увеличении чистой прибыли на 1 млн. рублей, дивиденд вырастет на 11 рублей. При увеличении стоимости акции на 1000 рублей, дивиденд увеличится на 14 рублей. При изменении темпа прироста ВВП на 1%, дивиденд изменится в обратную сторону на 8 копеек. А также при увеличении темпа инфляции на 1%, дивиденд увеличится на 37 копеек.

ПАО “Новатэк”: прогноз по дивидендам – первое за 10 лет снижение дивиденда на 51%. В соответствии с их дивидендной политикой рекомендуется не продолжать постоянный рост дивиденда, поскольку чистая прибыль в условиях пандемии за 2020 год может снизиться, а финансовая напряженность – возрасти.

Список литературы

1. Официальный сайт ПАО “Новатэк” URL: <http://www.novatek.ru/> (дата обращения: 02.09.2020)
2. Бадюкина Е.А., Швецова И.Н. Факторная модель капитализации российских компаний // Корпоративное управление и инновационное развитие экономики Севера: Вестник Научно-исследовательского центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкарского государственного университета. 2016. № 1. С. 76-85
3. Бадюкина Е.А., Созина Е.С., Некрасова Г.А., Швецова И.Н. Оценка влияния уровня и динамики дивидендных выплат на рыночную стоимость российских акционерных компаний // Сибирская финансовая школа. 2019. № 5 (136). С. 139-144.

УДК: 336.763.2

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ТИПОВ И ТЕОРИЙ ДИВИДЕНДНОЙ ПОЛИТИКИ

ДРУЖИНИН ИЛЬЯ ДМИТРИЕВИЧ

студент 4 курса
Институт Экономики и Финансов
Сыктывкарский государственный университет им. Питирима Сорокина
Россия, г. Сыктывкар

Научный руководитель: Швецова И. Н.

к.э.н., доцент
Институт Экономики и Финансов
Сыктывкарский государственный университет им. Питирима Сорокина
Россия, г. Сыктывкар

Аннотация: научная работа посвящена изучению сущности и типов дивидендной политики. В научной работе также рассматриваются основные теории дивидендной политики и присущие к теориям гипотезы.

Ключевые слова: дивиденды, дивидендная политика, теория дивидендов, налоговая дифференциация и т.п.

COMPARATIVE ANALYSIS OF TYPES AND THEORIES OF DIVIDEND POLICY

Druzhinin Ilya Dmitrievich

Scientific adviser: Shvetsova I. N.

Annotation: scientific work is devoted to the study of the essence and types of dividend policy. The scientific work also examines the main theories of dividend policy and hypotheses inherent in theories.

Key words: dividends, dividend policy, dividend theory, tax differentiation, etc.

Обратимся к зарубежным источникам и обратимся к работе автора Альберта Ди Джули [1]. По его мнению дивидендная политика – это краткосрочная политика, которая позволяет всем простым владельцам, независимо от их инвестиционного горизонта, воспользоваться преимуществами своего управления. Он считает, чтобы оценить соотношение между дивидендной доходностью вновь приобретенной фирмы и других фирм в существующем портфеле общего владельца, должны соблюдаться две взаимосвязи:

- Во-первых, акционеры должны повлиять на решение фирмы о выплате дивидендов. Используя свои права голоса, акционеры фактически принимают решение о размере дивидендов, которые фирма распределяет;
- Во-вторых, совладельцы должны координировать дивидендную и корпоративную политики в рамках фирм, которыми они владеют [1].

Более системный подход в своей работе выделил Кириченко Т. В., который определяет дивидендную политику как упорядоченную систему принципов и подходов, которыми руководствуются собственники организации при определении той доли имущества, которую они считают целесообразным

распределить в виде дивидендов по окончании очередного отчетного периода [3].

По мнению Ворониной М. В. [2] дивидендная политика — это составная часть общей политики управления прибылью не только акционерного общества, но и предприятий других организационно-правовых форм. Она считает, что суть ее сводится к тому, чтобы решить какую часть нераспределенной прибыли направить на развитие предприятия, а какую — на выплату дивидендов.

Изучив научные работы нескольких авторов, а именно: Воронина М. В. [2], Кириченко Т. В. [3] и Тугузову И. З. [5] можно выделить основные теории дивидендной политики:

- Теория независимости дивидендов (нерелевантность) – политика не оказывает влияния на рыночную стоимость акций и на благосостояние акционеров. Инвесторов в условиях совершенного рынка будет интересовать только общая доходность, а не ее конкретные формы.

- Теория предпочтительности дивидендов (существенности дивидендной политики или “синица в руках”) – дивидендная политика влияет на рыночную стоимость организации и на благосостояние акционеров. Инвесторы, исходя из принципа минимизации риска, всегда предпочитают текущие дивиденды, чем потенциально возможные доходы в будущем при капитализации прибыли;

- Теория налоговой дифференциации (или теория налоговых предпочтений) – со стороны акционеров приоритетной является не дивидендная, а капитализируемая доходность, так как дивиденды облагаются большим налогом, чем капитализируемая прибыль.

- Сигнальная теория дивидендов – высокие дивиденды дают “сигнал” о подъеме предприятия, соответственно, ожидается существенный рост прибыли, хорошие перспективы в будущем, что является привлекательным для инвесторов и акционеров.

- Теория клиентуры – предприятию следует осуществлять такую дивидендную политику, которая будет соответствовать ожиданиям, нуждам и предпочтениям акционеров и потенциальных инвесторов.

- Модель агентских издержек – увеличение дивидендных выплат является способом снижения агентских издержек, так как у менеджмента снижаются возможности инвестирования в неприбыльные проекты.

Продолжая изучать теории дивидендной политики, следует обратиться к зарубежным авторам, а именно Jeong-Bon Kim [6], Le Luo и Hong Xie, которые в своей работе очень углубленно разбирают модель агентских издержек и считают, что выплата дивидендов сдерживает накопление “плохих новостей” о неприбыльных проектах, уменьшая:

1. стимулы менеджеров для сокрытия “плохих новостей” за счет сокращения чрезмерных инвестиций;
2. способности менеджеров скрывать “плохие новости”, подвергая менеджеров внешнему мониторингу.

В своей работе они выделяют несколько гипотез, тесно связанных с вышперечисленными теориями:

- Выплата дивидендов отрицательно связана с риском обвала цен акций, при прочих равных условиях – дивиденды сдерживают накопление “плохих новостей” и сокращают чрезмерные инвестиции, поэтому риск обвала цен при выплате дивидендов минимален;

- Выплата дивидендов негативно связана с накоплением плохих новостей (чрезмерное инвестирование), в то время как накопление плохих новостей (чрезмерное инвестирование) положительно связано с риском обвала цен на акции, при прочих равных условиях.

Практическое использование теорий, описанных выше, позволило выделить несколько подходов к формированию дивидендной политики.

Рассмотрим типы дивидендной политики, которые в своих работах выделяет Кириченко Т. В. [3], и Погодина Т. В. [4]:

1. **Консервативный** – предполагает, что дивиденды должны выплачиваться в последнюю очередь, т.е. после решения текущих и инвестиционных задач, стоящих перед компанией. В рамках данного подхода выделяются 2 типа дивидендной политики:

А) Остаточная политика дивидендных выплат – фонд выплаты дивидендов образуется после того, когда за счет прибыли удовлетворена потребность в формировании собственных финансовых ресурсов, обеспечивающих в полной мере реализацию инвестиционных возможностей организации.

Преимущество: обеспечение высоких темпов развития компании, сохранение ее финансовой устойчивости, повышении ее рыночной стоимости.

Недостаток: не гарантированная выплата дивидендов.

Б) Политика стабильного размера дивидендных выплат – выплата неизменной их суммы на протяжении продолжительного периода (при высоких темпах инфляции сумма дивидендных выплат корректируется на индекс инфляции).

Преимущество: надежность, уверенность акционеров в доходах.

Недостаток: в периоды спада, неблагоприятной конъюнктуры возможна нехватка финансовых ресурсов для полной реализации инвестиционной деятельности.

2. Умеренный. В рамках умеренного подхода выделяется 1 тип дивидендной политики:

А) Политика минимального стабильного размера дивидендов с надбавкой в отдельные периоды (экстра-дивиденд). Регулярная выплата фиксированной суммы дивидендов, а в случае благоприятного финансового подъема компании – выплата дополнительного дивиденда.

Преимущество: дивиденды стабильно выплачиваются вне зависимости от финансового результата, но в меньшем размере, чтобы грамотно успевать реализовывать другие направления финансовой деятельности, а также экстра-дивиденд при получении большого объема прибыли.

Недостаток: снижение инвестиционной привлекательности акций при продолжительной выплате минимального дивиденда.

3. Агрессивный – означает, что компания использует дивиденды как инструмент, влияющий на стоимость акционерного общества, и стремится к постоянному приросту дивидендов. В рамках агрессивного подхода выделяются 2 типа дивидендной политики:

А) Политика стабильного роста уровня дивидендов – установление долгосрочного нормативного коэффициента дивидендных выплат по отношению, к сумме прибыли (или норматива распределения прибыли на потребляемую и капитализируемую ее части).

Преимущество: простота ее формирования и тесная связь с размером формируемой прибыли.

Недостаток: высокая прибыль – высокие дивиденды, низкая прибыль – низкие дивиденды. То есть отсутствие стабильности в доходах от дивидендов.

Б) Политика постоянного возрастания размера дивидендов осуществляемая под девизом: “Никогда не снижай годовой дивиденд” – стабильное возрастание уровня дивидендных выплат в расчете на одну акцию. Рассчитывается как процент прироста к прошедшему периоду. Преимущество: обеспечение высокой рыночной стоимости акций фирмы и формирование ее положительного имиджа у потенциальных инвесторов при дополнительной эмиссии.

Недостаток: отсутствие гибкости в ее проведении и постоянное возрастание финансовой напряженности.

Список литературы

1. Di Giuli, Alberta and Karmaziene, Egle and Sekerci, Naciye, Common Ownership and Firm Dividend Policies (October 17, 2019). Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3175247>
2. Воронина, М.В. Финансовый менеджмент: учебник / М.В. Воронина. – Москва: Дашков и К°, 2020. – 399 с.
3. Кириченко, Т.В. Финансовый менеджмент: учебник / Т.В. Кириченко. – Москва: Дашков и К°, 2018. – 484 с.
4. Финансовый менеджмент: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Т. В. Погодина. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 351 с.

5. Финансовый и инвестиционный менеджмент: учебник: / И.З. Тогузова, Т.А. Хубаев, Л.А. Туаева, З.Р. Тавасиева; Финансовый университет при Правительстве РФ. – Москва: Прометей, 2018. – 375 с.:
6. Kim, Jeong-Bon and Luo, Le and Xie, Hong, The Bright Side of Paying Dividends: Evidence from Stock Price Crash Risk (February 1, 2018). Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3127275> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3127275>
7. Бадочкина Е.А., Созина Е.С., Некрасова Г.А., Швецова И.Н. Оценка влияния уровня и динамики дивидендных выплат на рыночную стоимость российских акционерных компаний // Сибирская финансовая школа. 2019. № 5 (136). С. 139-144.

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

УДК 338.2

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

ШОГЕЛЬБАЕВ АБЗАЛДокторант
DBA AlmaU,
г. Алматы

Аннотация: В статье приводится сущностная характеристика конкурентоспособности. Автор описывает основные этапы теории конкурентоспособности, начиная от Й. Шумпетера и до теории «цепочка ценности» М. Портера. Автором раскрывается специфика каждого этапа развития теории конкурентоспособности. Особая роль отводится факторам социальной и экологической среды. Также подчеркивается роль сетей как основной формы организации бизнеса в современных условиях.

Ключевые слова: конкурентоспособность, теории конкурентоспособности, цепочка ценности, инновации, конкурентные преимущества.

THEORETICAL FOUNDATIONS OF COMPETITIVENESS

Shogelbaev Abzal

Abstract: the article provides an essential characteristic of competitiveness. The author describes the main stages of the theory of competitiveness, starting from J. Schumpeter and up to the theory of "value chain" by M. porter. The author reveals the specifics of each stage of development of the theory of competitiveness. Social and environmental factors play a special role. The role of networks as the main form of business organization in modern conditions is also emphasized.

Key words: competitiveness, theories of competitiveness, value chain, innovation, competitive advantages.

Изучению сущности конкурентоспособности посвящены труды многих ученых. Основной исследовательской задачей многих ученых, занимающихся анализом конкурентоспособности, является постоянное развитие и совершенствование гипотез о повышении конкурентоспособности с учетом изменения приоритетов и условий внешней среды.

Рассмотрим основные этапы развития теории конкурентоспособности, которые представлены на рисунке 1.

Первый этап был условно определен до 1960-х годов. На этом этапе такие факторы, как организация, кадровый состав, производственный процесс, технологии и др. принимались в качестве источника конкурентных преимуществ компании. Известный ученый Шумпетер Й. ввел в экономический оборот термин инновации. Инновациям и предпринимателям он отводил главную роль в экономическом развитии. Мы видим, что на этапе индустриальной экономики источники конкурентоспособности формировались преимущественно во внутренней среде компании [2].

На втором этапе с 1960 по 1990 годы произошло формирование теории отраслевых рынков. Представители теории отраслевых рынков - Акоф К., Ансофф И., Эндрюс К., Минцберг Г., Портер М. и др. основное внимание уделяли конкурентной среде. В рамках этой теории было определено, что основным фактором, который оказывают влияние на конкурентоспособность, является позиция в отрасли. Мы видим, что в отличие от индустриальной экономики источником конкурентоспособности являются не только внутренние факторы, но и внешние.

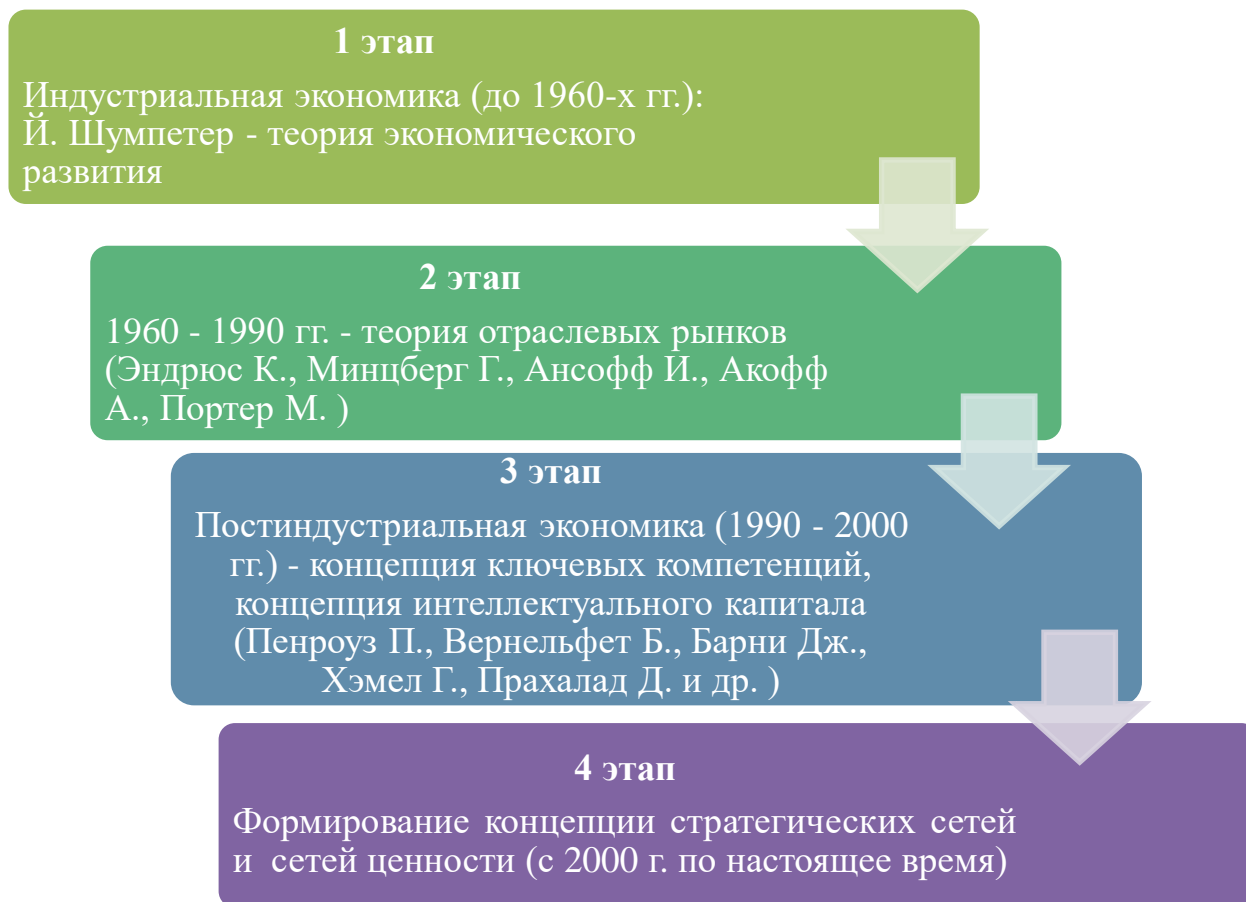


Рис. 1. Основные этапы теории конкурентоспособности [1]

Третий этап характеризуется становлением и развитием ресурсного подхода (Resource Based View). Пенроуз П., Вернелфет Б., Барни Дж., Хэмел Г., Прахалад Д., Тис Д. и др. в своих трудах доказывали, что ресурсы компании и организационные способности выступают ключевыми параметрами конкурентоспособности. Согласно ресурсному подходу, неоднородность субъектов предпринимательства объясняется различием используемых ресурсов и способностей, которые и являются источниками конкурентоспособности. Чем сложнее дублировать конкурентные преимущества субъекта предпринимательства, тем выше будет оцениваться его конкурентоспособность. Возможность дублирования конкурентных преимуществ компании зависит от двух основных факторов:

- доступности к ресурсной базе;
- организационных способностей, таких как организационная структура, формирование и управление бизнес-процессами, качественный и количественный состав кадров и др. [3].

В этот же период была сформирована концепция ключевых компетенций. Хамел Г. и Прахалад К. доказывали, что ключевые компетенции компании составляют базу или источники конкурентоспособности [4].

В настоящее время существует несколько подходов к определению индикаторов, формирующих ключевые компетенции компании.

Дальнейшее развитие теории конкурентоспособности привело к разработке концепции интеллектуального капитала. В постиндустриальной экономике в условиях значительных и стремительных изменений в рыночной среде конкурентные преимущества компании сместились в экономику знаний. В экономике знаний интеллектуальные ресурсы превратились в главный фактор конкурентоспособности компании.

На современном этапе в качестве основных источников конкурентоспособности рассматриваются факторы социальной и экологической среды. Постепенно сети превращаются в основную форму организации бизнеса, переходя в стратегические сети и сети ценностей.

Категорию «цепочка ценности» впервые ввел Портер М. в работе «Competitive advantage creating

and sustaining superior performance» в 1985 г. Цепочку ценности можно представить в виде определенного алгоритма функций компании в процессе превращения ресурсов в продукты или услуги. Цепочка ценности используется для выявления конкурентных преимуществ компании и его позиции в бизнес процессах [5].

Для составления цепочки ценности Портер М. выделял основную и вспомогательную деятельность компании. Основная деятельность позволяет непосредственно добавлять стоимость к производимому продукту или услуге. Вспомогательная деятельность создает условия для выполнения основных видов деятельности компании, то есть косвенно добавляет ценность. Рассмотрим элементы цепочки ценности на рисунке 2.

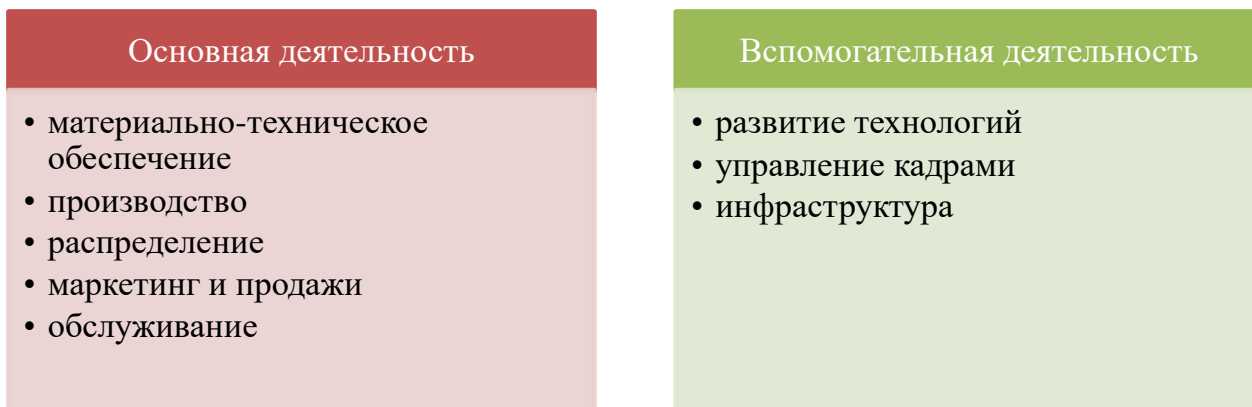


Рис. 2. Цепочка ценности по Портеру М. [6]

Постепенно цепочка ценности трансформировалась в сеть ценности (value net), которая подразумевает объединение компаний, связанных между собой партнерскими отношениями и единым процессом создания ценности.

Выделим основные элементы сети ценности:

- головная компания, организующая сети ценности;
- компании, реализующие различные функции в процессе формирования ценности (первый уровень);
- компании, формирующие инфраструктуру для доставки ценности клиентам, которые производятся на первом уровне (второй уровень);
- клиенты;
- стейкхолдеры.

Таким образом, мы рассмотрели сущностные характеристики категории «конкурентоспособность» и раскрыли этапы эволюции теории конкурентоспособности. Изучение теоретических основ конкурентоспособности представляет собой фундамент для разработки стратегии и тактики субъектов рынка на всех уровнях.

Список литературы

1. Эволюция теории конкурентоспособности и конкурентных преимуществ: становление концепции сетей ценности. Лищук А.А., Трефилова И.Н./ <https://clck.ru/QdPi3>
2. Шумпетер Й. Теория экономического развития. — М.: Прогресс, 1982
3. Катъкало В.С. Эволюция теории стратегического управления. СПб.: ИД СПбГУ, 2008
4. Прахалад К, Хамел Г. Стержневые компетенции корпорации/ Минцберг Г., Куинн Дж., Гошал С. Стратегический процесс. СПб: Нева, 2001.
5. Портер М. Конкурентное преимущество: как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость. М.: Альпина Бизнес Букс. 2006, С. 715)
6. Гайдук В.А. Методы и инструменты стратегического планирования /<https://clck.ru/QdQ7m> /

УДК 330.117

ПУТИ СНИЖЕНИЯ ИЗБЫТОЧНОЙ ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ ДОХОДОВ

БОЛОТИН ЭДУАРД СЕРГЕЕВИЧ

студент
СГУ им. Питирима Сорокина

Аннотация: на современном этапе развития России в реализации государственной политики регулирования доходов населения можно важную проблему: социальное неравенство и дифференциация населения по уровню дохода. Если государство не хочет столкнуться с негативными последствиями сильного расслоения общества из-за дифференциации доходов населения, то его задачей является решение проблем, связанных с низким уровнем жизни, ростом безработицы, низкой заработной платой.

Ключевые слова: дифференциация доходов, устойчивое развитие экономики, налогообложение, неравенство, реформа.

Одну из самых веских причин можно выделить территориальную дискриминацию. Оплата вакансии одних и тех же специалистом одних и тех же компаний может различаться в регионах центральной России и в восточных регионах. Так например, оклад консультанта в Сбербанке в г. Москва составляет 60000 руб., а в Сыктывкаре 43000 руб.

Дискриминация в России не так сильно развита, однако она тоже имеет место быть. Так например, в России в большом количестве имеется возрастное неравенство. Более пожилые слои общества и инвалиды не могут претендовать на рабочие места в полном объеме, как люди в трудоспособном возрасте. Они не имеют спрос на рынке труда из-за своей нестабильности в плане здоровья, интенсивности работы, уровень знаний современных технологий и тд. Пенсионеры и инвалиды с одной стороны не получают должной помощи от правительства, с другой стороны их труд не имеет большого спроса на рынке труда. Данная ситуация к тому же подкрепляется недавно изданным Федеральным законом от 03.10.2018 N 350-ФЗ "О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам назначения и выплаты пенсий"[1].

Основные положения нового закона вступили в силу с 2019 года. Повышать пенсионный возраст будут постепенно. Когда выходят на пенсию те, кто попадает в переходный период, можно увидеть в сравнительной таблице. (табл.1)

Таблица 1

Даты выхода на пенсию граждан, которые попадают в переходный период.

| Год рождения | | Год наступления пенсионного возраста | |
|--------------|---------|--------------------------------------|-----------|
| Мужчины | Женщины | Как сейчас | Как будет |
| 1959 | 1964 | 2019 | 2020 |
| 1960 | 1965 | 2020 | 2022 |
| 1961 | 1966 | 2021 | 2024 |
| 1962 | 1967 | 2022 | 2026 |
| 1963 | 1968 | 2023 | 2028 |

[9]

Граждане, которые по еще действовавшим правилам должны были выйти на пенсию в 2019 -

2020 годах, получают льготу. Стать пенсионерами они смогут на шесть месяцев раньше нового пенсионного возраста.

Для работников с большим стажем предусмотрели возможность выйти на пенсию на два года раньше положенного. Для этого мужчинам понадобится стаж не менее 42 лет, а женщинам - не менее 37. Воспользоваться льготой смогут только те, кто достиг возраста 60 и 55 лет соответственно.[1]

Данное положение усугубляет ситуацию людей предпенсионного возраста. Их услуги на рынке труда с каждым годом имеют меньший спрос от работодателей. Тем самым это повысит уровень дифференциации доходов в обществе. Ведь работающие пенсионеры ранее получали в добавок к заработной плате еще и пенсию. В основном работающие пенсионеры находятся в низших слоях населения по доходам, раз им приходится работать на пенсии. К тому же это повысит молодежную безработицу, так как старшее поколение не будет стремиться отдать своё место молодым специалистам. Однако это не единственное последствие данного решения. Ведь повышение пенсионного возраста означает недополучение людьми значительных сумм, что ведет к снижению покупательной способности, которая тянет за собой спад спроса на товары массового потребления. В результате возникает цепная реакция, осложняющая выход отечественной экономики из затяжного кризиса.

Очень веской причиной так же можно назвать неэффективное распределение доходов государством. В первую очередь за дифференциацию доходов населения должно отвечать правительство. Высокий уровень дифференциации доходов в обществе говорит нам о непрофессиональной работе государственного аппарата. Правительство неэффективно перераспределяет средства в пользу более бедных и незащищенных категорий граждан с помощью налоговой системы. Так же на дифференциацию доходов влияет и широко развитый сектор теневой экономики. Это очень сложный вопрос: как теневая экономика влияет на уровень дифференциации доходов в обществе, так как невозможно в полной мере оценить её масштабы. Но можно с уверенностью сказать, что в большинстве своём фирмы и физические лица в теневом секторе зачастую не платят налоги, что очень сильно может повысить их доходность. Этот факт порождает дифференциацию доходов, так как остальные фирмы исправно платят обязательные исчисления государству, что сильно снижает их прибыль.

Совсем недавно, 1 мая 2018 года, в Российской Федерации минимальный размер оплаты труда приравнивали к прожиточному минимуму. Для России это маленький, но столь необходимый шаг для снижения дифференциации доходов населения в России. Это повысит минимальный размер оплаты труда на 1674 рубля по сравнению с 1 января 2018 года. Однако вряд ли такая мера изменит реальный доход бедного населения. Скорее всего это вызовет рост неофициально трудоустроенных работников, у которых заработная плата будет меньше прожиточного минимума. К тому же прожиточный минимум в Российской Федерации очень занижен по мнению многих экспертов прожиточный минимум должен быть около 20000 руб [1].

Однако эту политику необходимо продолжить. Необходимы дальнейшие действия для того, чтобы реальные доходы граждан начали расти. Например, сделать это можно с помощью более гибкой налоговой системы.

Государственное регулирование доходов должно быть направлено, прежде всего, на преодоление их чрезмерной дифференциации с помощью прогрессивного налогообложения.

Для сглаживания дифференциации доходов населения государству следует предусматривать следующие меры государственной политики: перераспределение полученных доходов через бюджет с помощью прямых методов регулирования:

- налоговой системы (переход к прогрессивной системе налогообложения доходов физических лиц), трансфертных платежей, дотаций, субвенций, субсидий и некоторых других, косвенных механизмов. При этом должно быть строгое соблюдение баланса между экономической эффективностью и перераспределением. На текущий момент величина налога на доходы физических лиц составляет 13%.

- свободный доступ малообеспеченных граждан к образованию и профессиональной подготовке;

- несомненно, очень важен процесс совершенствования и развития политики занятости. На рынке труда должна осуществляться активная политика, расширяющая возможности, особенно молодежи, трудоустройства. В условиях невысокой инвестиционной активности следует уделять повышен-

ное внимание введению рабочих мест с относительно невысокой стоимостью, содействуя распространению индивидуального предпринимательства и занятости в таких сферах, как социально-бытовые услуги, жилищное строительство.

Следует организовывать стимулирующие мероприятия с помощью различных налоговых льгот, создание дополнительных рабочих мест в малом бизнесе и поощрять предоставление там работы социально уязвимым категориям населения;

– Развитие системы социального страхования населения. На сегодняшний день в России существует система единых страховых взносов, вне зависимости от уровня заработка и доходов застрахованных лиц.

Государственная политика регулирования доходов должна быть направлена на поддержание благосостояния между всеми членами общества на основе принципа справедливости.

Наряду с повышением эффективности перераспределительной политики нужно стимулировать экономический рост, способствовать развитию регионов, инвестировать в человеческий капитал и модернизацию институтов в менее развитых регионах.

Список литературы

1. О прожиточном минимуме в Российской Федерации [Электронный ресурс] : федер. закон от 24.10.1997 г. № 134-ФЗ (ред. от 03.12.2012) // КонсультантПлюс : справ. правовая система. – Электрон. дан. – М., 2018. – URL: <http://www.consultant.ru> (дата обращения: 13.08.2020).

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ

УДК 351:314.04

НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЫ В СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ В УСЛОВИЯХ ДОЛГОСРОЧНЫХ СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКИХ ТРЕНДОВ

ПЕЧЕРКИНА МАРИЯ СЕРГЕЕВНА

Младший научный сотрудник
Институт экономики УрО РАН

Аннотация: В статье выделены долгосрочные социально-экономические тренды. Отмечено, что одним из инструментов повышения эффективности функционирования социальной сферы выступают социально-ориентированные некоммерческие организации (СОНКО). Описаны количественные показатели по СОНКО и представлены проблемы их функционирования.

Ключевые слова: социально-демографический тренд, регион, экономическая безопасность, социально-ориентированные некоммерческие организации, социальные услуги.

DIRECTIONS FOR IMPROVING THE EFFICIENCY OF THE SOCIAL SPHERE IN THE SVRDLOVSK REGION IN THE CONTEXT OF LONG-TERM SOCIO-DEMOGRAPHIC TRENDS

Pecherkina Maria Sergeevna

Abstract: The article highlights long-term socio-economic trends. It is noted that one of the tools for improving the effectiveness of the social sphere are socially-oriented non-profit organizations (SONPO). Quantitative indicators for SONPO are described and problems of their functioning are presented.

Key words: socio-demographic trend, region, economic security, socially-oriented non-profit organizations, social services.

Социально-демографические тренды выступают как стимулами, так и ограничителями экономического роста, определяя устойчивость и безопасность развития регионов РФ.

К долгосрочным социально-экономическим трендам относят следующее:

- проявление признаков второго демографического перехода в демографическом поведении населения России;
- старение населения и как следствие сокращение численности населения в трудоспособном возрасте;
- «постарение» возрастного профиля рождаемости;
- умеренный рост коэффициента рождаемости на фоне снижения смертности;
- рост ожидаемой продолжительности жизни.

Основные задачи в демографической политике определены в майских Указах Президента 2018 года как увеличение продолжительности жизни и обеспечение устойчивого естественного роста населения.

Рассмотрим основные социально-экономические показатели Свердловской области в сравнении со среднероссийским значением (таблицы 1, 2).

Таблица 1
Социально-экономические показатели Свердловская область

| | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 |
|--|-------|-------|-------|-------|
| Индекс ВРП, в % к предыдущему году | 97,3 | 101,9 | 102,0 | 102,3 |
| Суммарный коэффициент рождаемости | 1,94 | 1,91 | 1,75 | 1,70 |
| Индекс промышленного производства | 96,6 | 102,6 | 101,4 | 108,8 |
| Реальные денежные доходы населения (в % к предыдущему году) | 93,5 | 94,7 | 97,8 | 101,7 |
| Численность населения с денежными доходами ниже величины прожиточного минимума (в % от общей численности населения субъекта) | 9,9 | 10,2 | 9,8 | 9,5 |
| Уровень безработицы, % | 6,5 | 6,2 | 5,5 | 4,8 |
| Индекс физического объема оборота розничной торговли (в % к предыдущему году) | 89,0 | 94,5 | 98,5 | 102,3 |
| Индекс физического объема платных услуг населению (в % к предыдущему году) | 102,1 | 100,7 | 103,3 | 105,8 |

Таблица 2
Социально-экономические показатели в среднем по России

| | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 |
|--|------|-------|-------|-------|
| Индекс ВРП, в % к предыдущему году | 99,4 | 100,8 | 101,8 | 102,8 |
| Суммарный коэффициент рождаемости | 1,77 | 1,76 | 1,62 | 1,57 |
| Индекс промышленного производства | 99,2 | 102,2 | 102,1 | 102,9 |
| Реальные денежные доходы населения (в % к предыдущему году) | 96,4 | 95,5 | 99,8 | 101,1 |
| Численность населения с денежными доходами ниже величины прожиточного минимума (в % от общей численности населения субъекта) | 13,4 | 13,2 | 12,9 | 12,6 |
| Уровень безработицы, % | 5,6 | 5,5 | 5,2 | 4,8 |
| Индекс физического объема оборота розничной торговли (в % к предыдущему году) | 90,0 | 95,2 | 101,3 | 102,8 |
| Индекс физического объема платных услуг населению (в % к предыдущему году) | 98,9 | 100,7 | 101,4 | 101,4 |

Из таблиц 1, 2 следует, что в Свердловской области показатели социально-экономического развития стабильно находятся на уровне и выше средних по России. Свердловская область относится к благополучным регионам с высоким потенциалом и развитой промышленностью. Однако в последние годы экономическая безопасность в социальной сфере стала снижаться, что обусловлено падением реальных среднедушевых денежных доходов и увеличением доли населения с доходами ниже величины прожиточного минимума.

Необходимо разрабатывать направления повышения эффективности функционирования социальной сферы в целях обеспечения экономической безопасности.

Эффективность функционирования социальной сферы может быть обеспечена не только при прямом участии государства через создание необходимых организационно-правовых условий, но и через разработку и внедрение механизмов, направленных на консолидацию усилий государства, бизнеса и институтов гражданского общества для развития социальной сферы. Для социальной сферы эффективность проявляется в степени удовлетворения социальных потребностей населения региона в срав-

нении со стандартами развитых стран.

Одним из инструментов удовлетворения спроса на социальные услуги выступают социально-ориентированные некоммерческие организации (СОНКО). Возрастание их роли в реализации социальной политики в настоящее время обусловлено тем, что:

- развитие данных организаций будет способствовать обеспечению социальной безопасности, поскольку они представляют интересы разных слоев населения (инвалидов, многодетных матерей, несовершеннолетних и др.) и оперативно реагируют на острые социальные проблемы населения;
- в связи с последствиями глобальных вызовов СОНКО выступают в качестве альтернативных поставщиков государственных социальных услуг, поскольку такие периоды отрицательно влияют на способность государства в полном объеме обеспечивать выполнение всех социальных задач;
- СОНКО обеспечивают и общественный контроль деятельности органов государственной власти и местного самоуправления.

Развитие СОНКО невозможно без государственной поддержки. Как на федеральном, так и региональном уровнях принимаются законы, направленные на выработку механизмов поддержки СОНКО. В Свердловской области также принята комплексная программа "Поддержка социально ориентированных некоммерческих организаций в Свердловской области на 2018-2024 годы". В 2020 г. на ее реализацию предусмотрено 558,1 млн руб., в основном это средства областного бюджета (530,8 млн руб.), а также средства федерального бюджета и внебюджетные источники.

В 2019 г. по сравнению с 2018 г. в Свердловской области число СОНКО увеличилось до 5000 (в 2018 г. было 4700). СОНКО осуществляли деятельность в области физической культуры и спорта, благотворительности, образования, в сфере духовно-нравственного воспитания, социальной поддержки населения, здравоохранения, и др. В 2019 г. среднесписочная численность работников СОНКО составила 12,5 тыс. человек.

Таким образом, СОНКО становятся активными участниками на рынке социальных услуг. Тем не менее, остается ряд моментов, которые необходимо решить в целях дальнейшего повышения эффективности их работы:

- отсутствие или нехватка у населения информации о деятельности СОНКО;
- несовершенство законодательства, определяющего деятельность СОНКО;
- низкий уровень доступности информации о мерах бюджетной поддержки СОНКО;
- отсутствие четкого регламента по оценке соответствия уровня оказания услуги критериям качества.

Благодарность

Статья подготовлена при финансовой поддержке РФФИ грант № 18-010-0049 «Долгосрочные социально-демографические тренды в развитии регионов России: эффективность функционирования социальной сферы и ее адаптация».

Список литературы

1. Митрофанова Е.С. Демографическое поведение поколений россиян в сфере семьи и рождаемости // Экономический журнал Высшей школы экономики. – 2011. – Т. 15. № 4. – С. 519-542.
2. Напалкова И.Г., Солдатова А.С. Территориальное управление в России: современный социально-демографический профиль // Гуманитарий: актуальные проблемы гуманитарной науки и образования. – 2012. – №4. – С. 61-68.
3. Указ Президента Российской Федерации от 07.05.2018 г. № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://static.kremlin.ru/media/acts/files/0001201805070038.pdf> (дата обращения: 31.07.2020 г.)
4. Балакина Г.Ф. Проблемы определения эффективности реализации стратегии развития региона // Региональная экономика: теория и практика. – 2017. – Т. 15, № 8. – С. 1428 – 1441.

5. Федеральный закон "О внесении изменений в Федеральный закон "О некоммерческих организациях" в части установления статуса некоммерческой организации - исполнителя общественно полезных услуг" от 03.07.2016 № 287-ФЗ (последняя редакция) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_200638/ (дата обращения: 25.07.2020 г.)

6. Об утверждении «дорожной карты» «Поддержка доступа негосударственных организаций к предоставлению услуг в социальной сфере» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://government.ru/docs/23445/> (дата обращения: 23.07.2020 г.)

7. Комплексная программа Свердловской области "Поддержка социально ориентированных некоммерческих организаций в Свердловской области на 2018-2024 годы" (с изменениями на 30 апреля 2020 года) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/543726346> (дата обращения: 25.07.2020 г.)

8. О деятельности социально ориентированных некоммерческих организаций Свердловской области в 2019 году [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://sverdl.gks.ru/storage/mediabank/ssKOIqkq/%D0%9E%20%D0%B4%D0%B5%D1%8F%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B8%20%D0%A1%D0%9E%D0%9D%D0%9A%D0%9E%20%D0%B2%202019%20%D0%B3%D0%BE%D0%B4%D1%83.doc> (дата обращения: 03.08.2020 г.)

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ЭКОНОМИКИ

УДК 33

МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА СЕБЕСТОИМОСТИ ПРОДУКЦИИ

ЧУХРОВА ОКСАНА ВИКТОРОВНА,

к.э.н., доцент

ХУМИГОВ ИЛЬЯС АРАБОВИЧ

магистрант

ФГБОУ ВО «РГЭУ (РИНХ)

Аннотация. В статье рассмотрены организационно-методические основы ведения учета затрат на производство продукции, калькулирование себестоимости продукции. Группирование расходов по экономическим элементам осуществляется во всех отраслях народного хозяйства.

Ключевые слова: предприятие, учет затрат, контроль, продукция, элементы, факторы.

METHODOLOGICAL ASPECTS OF MANAGEMENT ACCOUNTING OF PRODUCTION COSTS

Chuhrova Oksana Viktorovna,**Homelow Ilyas Aranovich**

Annotation. The article considers the organizational and methodological bases of accounting for production costs, calculating the cost of production. Grouping of expenditures by economic elements is carried out in all sectors of the national economy.

Key words: enterprise, cost accounting, control, products, elements, factors.

Важным шагом в переходе России к новой системе учета и отчетности стало разделение единой системы хозяйственного учета на составляющие. Особую роль приобретает управленческий учет как комплексная система учета, планирования, контроля, анализа информации о доходах и расходах.

Своевременное поступление объективной информации является основанием к принятию эффективного управленческого решения. При этом, «степень информационного обеспечения руководителей всех уровней управления предприятием определяется способностью бухгалтеров-аналитиков использовать методы калькулирования себестоимости продукции и управления расходами, планирования и бюджетирования» [1, с. 7]. В рамках обоснования единого методологического подхода к учету себестоимости продукции, необходимо определить ее место в системе управления затратами, а также решить различные методические и практические проблемы организации управления затратами с целью предоставления управленческому персоналу для принятия эффективных управленческих решений.

В современных условиях определение себестоимости продукции относится к прерогативе управленческого учета, поскольку финансовый учет направлен на оценку активов предприятия с целью продажи и не всегда достоверно отражает показатели эффективности производства, которые, к тому же, становятся коммерческой тайной. Международная федерация бухгалтеров считает, что управленческий учет – это процесс выявления, измерения, накопления, анализа, подготовки, интерпретации и передачи информации, используемой управленческим звеном для планирования, оценки и контроля внутри организации и обеспечения соответствующего подотчетного использования ресурсов. Из этого

следует, что управленческий учет является составляющей системы управления, предоставляющей важную информацию для:

- определение стратегии и планирования будущих операций предприятия;
- контроля за его текущей деятельностью;
- оптимизации использования ресурсов;
- оценки эффективности деятельности;
- снижение рисков в процессе принятия решений.

Управленческий учет не имеет жесткой нормативной регламентации, а носит только рекомендательный характер. Это выбор предприятия для конкретных внутренних потребностей управления. Поэтому основная цель управленческого учета – обеспечение достижения стратегических целей. Если система управленческого учета этого не обеспечивает, предприятие зря тратит средства на организацию управленческого учета на предприятии [2].

Существует распространенное мнение, что управленческий учет является подсистемой бухгалтерского учета. Но так как на чисто учетную информацию в управленческом учете приходится лишь 30% информации [1, с. 16], нельзя однозначно считать, что «традиционная система бухгалтерского учета имеет «узкие места», что делает невозможным получение информации, необходимой для стратегического управления» [5, с. 14], потому что она для этого и не предназначена. Она является базой, фундаментом, который позволяет определять затраты, а маневрировать ими в том или ином направлении – задача других информационных составляющих. Отказ от калькулирования себестоимости по видам продукции в бухгалтерском учете для отдельных (малых) предприятий становится возможной только потому, что калькулирование продукции, осуществляемое на крупных предприятиях является своеобразным ее нормативом. Следовательно, в части калькулирования себестоимости продукции управленческий учет остается подсистемой общей учетной системы.

Принято считать, что калькулирование – это система экономических расчетов себестоимости продукции, важный экономический процесс управления производством, что является заключительным этапом учета затрат на производство [1, с. 116]. Речь идет о выделении структурных уровней в такой системе как «информационное обеспечение управления», что отдельными авторами [5, с. 13] трактуется как совокупность информационных ресурсов, методов и приемов сбора, обработки, накопления, интерпретации, передачи информации, используемой в деятельности предприятия. Основной задачей калькулирования себестоимости является предоставление субъектам управления информации, необходимой для реализации конкретных функций управления. Учитывая то, что одной из задач управленческого учета является обеспечение управленческих решений, важными объектами управленческого учета, которые подлежат измерению, исследованию и управлению являются издержки производства и их классификация, то есть определение себестоимости, так как на формирование затрат предприятие имеет значительное влияние, даже в большей степени, чем на доходы.

Таким образом, калькуляция, как систематизация учетной информации затрат по видам раскрывает возможности эффективной деятельности путем осуществления надлежащего производственно-хозяйственного управления, как в текущей ситуации, так и на перспективу.

Управление результатами бизнеса является систематическим процессом, которому присущ процедурный и методологический подходы. Вызвано это тем, что механизм измерения и оценки результатов деятельности предприятия – основа общей системы управления эффективностью. В силу распространенности проблемы, а именно необходимостью составлять финансовую и управленческую отчетность всеми субъектами хозяйствования, на основе которых можно формулировать задачи и контролировать их выполнение, она имеет универсальные составляющие для производственных предприятий. Однако часто по данным бухгалтерского и управленческого учета невозможно получить необходимую информацию. Например, определить уровень доходов, расходов и прибыли по видам продукции, производственным подразделениям, покупателям и тому подобное. Поэтому недостаточность информации не позволяет активно управлять деятельностью подразделений.

Один из принципов управленческого учета: разные затраты – для разных целей напрямую касаются методики формирования себестоимости. Ее можно определять по всем затратам, производствен-

ным затратам, части затрат, релевантным расходам и тому подобное. Информация о затратах дает возможность определить: какую цену на услуги следует установить; какой процесс является наиболее экономным; какое подразделение использует ресурсы наиболее эффективно; какой заказчик обеспечивает наибольший вклад в прибыль предприятию [2]. В частности, если необходимо определить себестоимость реализованной или готовой продукции на складе исходя из традиционной модели бухгалтерского учета, то такая модель требует часть затрат включать в производственную себестоимость, а часть не включать. То есть, определяют затраты на продукцию связаны с производством или приобретением товаров для реализации, и расходы периода – расходы, не включаемые в себестоимость запасов и рассматриваются как расходы того периода, в котором они были осуществлены. Расходы, которые включаются в себестоимость – это расходы, связанные с производством или приобретением товаров. Расходы периода сразу относят в отчет о финансовых результатах, а затраты на продукцию оседают в запасах. Запасы товаров или продукции становятся затратами только тогда, когда продукция реализовывается. Как объясняет С. Голов [2], это традиционный подход GAAP к классификации затрат.

В перечне современных методов и инструментов управленческого учета являются: анализ стоимостной цепочки, калькулирование жизненного цикла, целевое калькулирование, калькулирование для непрерывного совершенствования, метод учета по видам деятельности, системы управления видами деятельности и тому подобное. Целью управления по сложившимся определенным образом затратам ставится определение видов деятельности, обеспечивающих предприятию текущее или потенциальное преимущество в расходах, осуществление «стратегической оценки текущей позиции предприятия на рынке и его потенциала в плане будущего развития» [5, с. 10]. Одной из весомых составляющих управления является управление результатами на основе ключевых показателей эффективности.

В управленческом учете для принятия решений применяют маргинальное калькулирование. Различия между традиционной и маргинальной системами калькулирования заключаются в том, что система калькулирования переменных затрат предоставляет информацию, необходимую для принятия текущих решений по оптимизации производственной программы; ценообразование; изменение объемов производства и тому подобное. При этом важным показателем для принятия решений является структура затрат.

Структурой расходов является соотношение постоянных и переменных затрат предприятия. Влияние структуры затрат на прибыль можно определить с помощью операционного рычага. Операционный рычаг – соотношение постоянных и переменных затрат, что обеспечивает больший процент роста прибыли, чем соответствующий процент роста объема продаж.

Управление затратами в системе калькулирования – многогранная проблема, предполагающая использование различных подходов и концепций [1, 5]. Задача ее в том, чтобы выбрать подход, наиболее подходящий условиям деятельности предприятия и органично совместить его с системой информационного обеспечения и управления. В силу распространенности проблемы, а именно необходимостью составлять финансовую и управленческую отчетность всеми субъектами хозяйствования, на основе которых можно формулировать задачи и контролировать их выполнение, система калькулирования имеет универсальные составляющие для производственных предприятий. Однако часто по данным бухгалтерского учета невозможно получить необходимую информацию. Поэтому недостаточность информации не позволяет активно управлять деятельностью подразделений.

Ключевыми показателями эффективности, которые должны быть развиты в системе калькулирования должен быть набор основных параметров, используемых для диагностики результатов деятельности и принятия на их основе управленческих решений. Они отражают наиболее важную информацию для управления. Это могут быть как финансовые показатели, так и нефинансовая информация, характеризующая важные участки хозяйственной деятельности. Согласно методики финансового анализа, такими показателями являются: финансовая устойчивость, ликвидность, оборачиваемость капитала, оборачиваемость активов, рентабельность инвестиций, внутренняя норма прибыли, доходы, расходы и тому подобное [6].

Таким образом, внедрение системы управления результатами связано с принятием решений относительно уровня детализации показателей, их доведения до более низких уровней организации

предприятия. Для того, чтобы должным образом организовать этот процесс, на крупных предприятиях следует создать специальное подразделение бухгалтерии, или, в традиционной терминологии, планово-экономический отдел. Он будет заниматься аналитической поддержкой разработки системы основных показателей эффективности и определения их целевых уровней, оценкой фактических результатов и анализом причин отклонения от планового уровня.

Список литературы

1. Васильева Л. С., Ряховский Д. И., Петровская М. В. Бухгалтерский управленческий учет: учебн.пособ. - М.: Эксмо, 2007. - 368 с.
2. Голов С. Классификация затрат и методы калькулирования себестоимости в управленческом учете // Налоговое планирование. – 2006. - № 2. - С. 25.
3. Малюга Н.М. Бухгалтерский учет в России: теория и методология, перспективы развития: Монография. – Москва, 2015. – 548 с.
4. Моссаковский В. об управленческом учете // Бухгалтерский учет и аудит. - 2016. - № 10. - С. 37.
5. Нападковская Л. В. Особенности дальнейшего развития системы управленческого учета // Школа профессионального бухгалтера. - 2016. - № 11. - С. 12-14.
6. Уолш К. Ключевые финансовые показатели. Анализ и управление развитием предприятия: Пер. с англ. - К.: научная мысль, 2001. – 367 С.

УДК 33

КОМПЛЕКСНЫЙ ИНДЕКС НАЦИОНАЛЬНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ КАК ИНТЕГРИРУЮЩАЯ ФОРМА РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ

ФИЛИМОНОВА АНАСТАСИЯ РОСТИСЛАВОВНА

студентка

Южно-Российский институт управления –
филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы
при президенте Российской Федерации

Научный руководитель: Ярошенко Галина Васильевна

доцент кафедры политологии и этнополитики ЮРИУ РАНХиГС,
кандидат экономических наук, доцент
Южно-Российский институт управления –
филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы
при президенте Российской Федерации

Аннотация. В настоящей статье раскрываются основные аспекты индекса национальной безопасности, в качестве существенной опоры национальной экономики нашей страны. Приводятся основные проблемы и тенденции.

Ключевые слова: национальная безопасность; экономика; индекс национальной силы; экономическая интеграция.

COMPREHENSIVE NATIONAL SECURITY INDEX AS AN INTEGRATING FORM OF THE RUSSIAN ECONOMY

Filimonova Anastasia Rostislavovna*Scientific adviser: Yaroshenko Galina Vasilyevna*

Abstract: This article reveals the main aspects of the national security index, as an essential support of the national economy of our country. The main problems and trends are presented.

Key words: national security; the economy; the index of national power; economic integration.

Понимание собственной безопасности, ощущение перманентной надежности жизненно важных институций для отдельных граждан, в целом российского общества и институтов государственной власти в сфере экономики является для нашей страны важной категорией. Противостояние внутригосударственным и общемировым кризисам и вызовам в экономическом пространстве является одной из ключевых задач системы национальной безопасности. Проработанная и, главное, действующая система взаимных гарантий, позволяет строить качественную платформу для организации и роста российской экономики, её стабильности и конкурентоспособности.

Экономическая система представляет собой многоструктурную сложную отрасль, представленная развернутой подборкой структурных показателей и индексов. При анализе систем экономической без-

опасности такие данные принимают как индикаторы, имеющие взаимосвязи друг с другом. Аналитика, проводимая в виде наложения числовых и статистических показателей, их сравнения позволяет дать качественную оценку принимаемым экономическим решениям, определить социальные и политические последствия данных решений в условиях внешних и внутренних вызовов для национальной безопасности.

Существует набор ключевых индикаторов экономической безопасности, к таковым ученые относят:

- индекс физического объема валового внутреннего продукта;
- валовой внутренний продукт на душу населения (по паритету покупательной способности);
- процент российского вклада в общемировой ВВП;
- доля инвестиций в основной капитал в валовом внутреннем продукте;
- уровень исчерпанности валютных фондов;
- показатели тяжелой и легкой промышленности;
- производительность труда;
- индекс денежных агрегатов M2;
- уровень инфляции в стране;
- Внутренний государственный долг РФ (так же долги отдельных субъектов РФ);
- внешний долг Российской Федерации;
- количественные характеристики экономических преступлений.

Одной из ключевых трудностей приведенных индикаторов является, так называемое, пороговое значение этих индикаторов. Для обеспечения экономической безопасности крайне важным является сохранение определенных числовых показателей у приведенных индикаторов, любые отклонения от установленных значений способны повлечь за собой существенные экономические последствия, создать ситуацию напряженности или угрозы. В основном проблемы связанные со смещением показателей напрямую или косвенно влияющих на экономическую безопасность связаны в большей степени с глобальными макроэкономическими процессами.

Аналитическая деятельность в областях приведенных выше индикаторов, анализ их пиковых значений способность корректной работы экономической системы в стрессовых ситуациях является важнейшей работой в области экономической безопасности Российской Федерации. Из общего комплекса индикаторов экономической безопасности необходимо выделять те показатели, которые способны приводить к ситуациям особой угрозы для национальной экономики. На основе таких индикаторов выстраиваются не только общие статистические показатели, но и прогнозы экономических процессов. Это необходимо в силу того, что данные показатели, при их системном игнорировании, способны привести к ступору экономических процессов, как следствие, к существенному падению уровня экономической безопасности Российской Федерации.

Главной областью применения результатов аналитической работы в области пороговых значений, приведенных индикаторов – интегративная работа экономической системы с институтами государственной власти. К данному направлению работы относится анализ и коррекция нормативных правовых актов в области экономической безопасности. В ходе подобной работы органы государственной власти как на федеральном, так и на региональном уровнях при использовании законодательной инициативы обращались к анализу ключевых социально-экономических показателей (индикаторов). Таким образом, создается правильный баланс, и нормативные правовые акты учитывают риски пороговых значений, закладывая эти значения в программы и стратегии совместной работы. Это позволяет учесть все необходимые требования стратегии экономической безопасности Российской Федерации, а также выстроить приоритеты в системе национальных интересов Российской Федерации в настоящем и будущем времени.

Анализируя современные тенденции в области актуальных угроз национальной, в частности экономической, безопасности Российской Федерации, необходимо учитывать крайне быстрые темпы развития мировой экономики, а как следствие и постоянное формирование новых типов угроз и вызовов. В последние несколько лет, в новых условиях мы наблюдаем значительные изменения в составе и характере внешних угроз национальной и экономической безопасности. В первую очередь для нашей

страны это связано с вхождением в активную фазу роста российской экономики после затяжного кризисного периода. Новые экономические зоны и достижения в области ведения народного хозяйства приводят к новым угрозам, с ростом системы пропорционально увеличиваются и риски с этой системой связанные.

Во многом, национальная и социально-экономическая безопасность Российской Федерации по-прежнему зависит от показателей сырьевой части национальной экономики. Зависимость российской экономики от добывающего сектора остается значительной, что вызывает ряд угроз, главная из которых заключается в отставании прочих секторов экономики в силу превалирования нефти-газового сектора. Не смотря на многие попытки ухода от зависимости экономики от добывающего сектора, разрыв между этим и прочими секторами российской экономики сохраняется на критически высоком уровне.

Существует перечень наиболее существенных направлений работы органов государственной власти Российской Федерации в целях противостояния и предупреждения угроз национальной, в частности, экономической безопасности.

Первое. Материально-финансовая дифференциация между различными стратами населения Российской Федерации. Поляризация общего уровня финансового состояния, дезинтегративные процессы в обществе. Подобная ситуация в экономике страны ведет к деструктивной системе социальных показателей, нарушается общественный баланс. Конкретно на ухудшения данной социально-экономической ситуации могут повлиять следующие факторы:

- массовое разделение людей на сверхбогатых и сверхбедных. Это приводит к размытию картины будущего для большинства граждан; в отсутствии перспектив происходит маргинализация общества;

- крайне неравномерное распределения денежной массы по географическому признаку: большое скопление капиталов в региональных центрах и крупных городах, по сравнению с критической нехваткой денежной массы на периферии, что так же способствует неблагоприятной социальной обстановке;

- ещё одним негативным показателем является доля невыплаченных заработных плат и сокращения работников на предприятиях.

Второе. Деформированность экономической системы Российской Федерации. Данный важный фактор негативно влияющий на экономическую и национальную безопасность страны, обусловлен такими показателями, как:

- поступательное увеличения добывающего сектора в российской экономике относительно прочих секторов;

- нерациональность использования ресурсов топливно-энергетического сектора, где истощение ресурсов страны опережает разведывательные мероприятия, что способно в обозримом будущем привести к истощению ряда ресурсов;

- слабая развитость производящего сектора национальной экономики, что приводит к снижению российского вклада в общемировые показатели производства;

- снижение уровня внедрений достижений научно-технического прогресса в области добывающей и обрабатывающей промышленности; общий низкий инновационный климат в экономике страны;

- высокая доля иностранного капитала в ключевых отраслях российской экономике, что снижает один из важнейших индексов национальной безопасности – экономический суверенитет;

Третье. Неравномерность в экономическом и социальном развитии регионов Российской Федерации. Данная проблема может быть отражена в следующих индексах и показателях:

- наличие слаборазвитых депрессивных регионов, отстающих от общих темпов экономического развитие в различных сферах и секторах экономики;

- ослабление или разрушение экономических связей между отдельными регионами Российской Федерации;

- рост негативных тенденций в сфере оценки национального дохода на душу населения в отдельных регионах страны, по отношению к другим.

Четвертое. Один из важнейших факторов, обуславливающих экономическую и национальную безопасность – инвестиционный и инновационный климат в стране, а также инновационный потенциал России в мировом секторе. Без серьезных и регулярных вложений в инновационные сектора экономики невозможно говорить о её стабильном росте, поскольку в современном мире изменения происходят крайне динамично, есть риск «не успеть» за экономическими трендами и остаться в списке отстающих. Экономическая политика государства должна быть ориентирована на постоянное поддержание на высоком уровне инновационного потенциала в ведущих секторах экономики. Такой симбиоз государственной экономической политики и собственно ведущих экономических отраслей страны позволяет создавать условия для экономического роста, что, как мы выяснили в ходе настоящей научной работы, способствует росту индекса национальной безопасности и силы, эти показатели имеют прямую зависимость.

Таким образом, делая вывод из всего вышеизложенного, мы можем заключить, что национальная безопасность, её показатели и индексы являются важнейшими структурными элементами национальной российской экономики. Государственная экономическая политика Российской Федерации во многом направлена на формирование благоприятного и безопасного положения национальной экономики внутри страны и на международной арене.

Список литературы

1. Викулов С. Ф. Экономика военного строительства: эволюция взглядов на проблемы, методы, решения. — М.: ИГ «Граница», 2013. — [С. 117.]
2. Воропай Н.И., Сендеров С.М. Энергетическая безопасность: сущность, основные проблемы, методы и результаты исследований. М.: ИНП РАН, 2017.
3. Северо-Кавказский юридический вестник. 2014. № 2. [С. 8-10.] Стратегия экономической безопасности Российской Федерации на период до 2030 года, утвержденную Указом Президента РФ от 13 мая 2017. № 208.

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ СОЦИОЛОГИИ

УДК 316.35

ОБЩЕСТВЕННАЯ КООРДИНАЦИЯ И КОНТРОЛЬ НАЦИОНАЛЬНОГО ПРОЕКТА «ЭКОЛОГИЯ» КАК ФАКТОР СНИЖЕНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ НАПРЯЖЕННОСТИ В РЕГИОНАХ

ПАВЛЕНКО НАТАЛЬЯ ВАСИЛЬЕВНА

К.Э.Н.

ФГБОУ ВО «Пятигорский Государственный Университет»

Аннотация: общественный контроль национального проекта «Экология» должен стать отправной точкой создания эффективно действующего гражданского общества, поскольку именно экологические проблемы являются приоритетными в современных реалиях мирового устройства. Механизмы взаимодействия активистов и власти еще слабы, не закреплены законодательно, не отработаны на практике, отсюда отсутствие диалога между властью и населением, что ведет к росту уровня социальной напряженности.

Ключевые слова: общественный контроль, власть, общество, активисты, эксперты, экология, национальный проект.

**PUBLIC COORDINATION AND CONTROL OF THE NATIONAL PROJECT "ECOLOGY" AS A FACTOR IN
REDUCING SOCIAL TENSION IN THE REGIONS**

Pavlenko Natalia

Abstract: public control of the national project "Ecology" should become the starting point for creating an effective civil society, since environmental problems are the priority in the modern realities of the world order. The mechanisms of interaction between activists and the government are still weak, not fixed by law, not worked out in practice, hence the lack of dialogue between the government and the population, which leads to an increase in the level of social tension.

Key words: public control, government, society, activists, experts, ecology, national project.

Общественный контроль в правовом государстве, это неотъемлемая часть управления на всех уровнях власти. В России институт гражданских инициатив, структура не новая, но в силу определенных причин, не развитая. Отсюда возникают резонансные случаи нежелания власти прислушиваться к мнению народа и вовремя не принимать адекватных мер для нивелирования негативной ситуации.

Роль народного мнения осуществляет Общественный совет РФ, который на федеральном уровне действует быстро и слажено, но региональные и местные структуры по-прежнему не являются связующим звеном между населением территории и властью. Состав Общественных советов зачастую согласуется с представителями регионального управления, в списки включаются только лояльно настроенные граждане, руководители крупных организаций, то есть лица, неспособные объективно оценивать проблемы и уровень социальной напряженности в обществе.

Исходя из действующего законодательства, непонятны функциональные обязанности и возможности общественных советов, их роль в принятии тех или иных решений на региональном или местном

уровне. Эта правовая несостоятельность используется оппозиционными структурами для расшатывания народных масс, с призывами к открытым действиям против официальных властей и их политике.

Росту социальной напряженности также способствуют и сами региональные власти, принимая необоснованные решения по спорным вопросам, не учитывая специфику местности или не слушая «глас народа». Это приводит к мощной информационной войне между властью и активистами, к которым позже примыкают группы людей, сочувствующих проблеме. Общественники становятся героями, а действия властей приобретают антинародный окрас. К примеру, ситуации вокруг горы Куштау, озера Байкал или курортных территорий в регионе Кавказских Минеральных Вод. Эти и другие случаи народного возмущения, являются ярким примером отсутствия диалога между общественностью и властью. Причиной таких политических всплесков является бездействие существующих на местах общественных советов, слабое развитие гражданского общества, невозможность народа «достучаться» и быть услышанными.

Актуальность проблемы подчеркивается выделением национального проекта «Экология» (Указ Президента РФ от 7 мая 2018 года) в отдельный пункт государственной политики. То есть активность граждан должна быть поддержана на федеральном уровне, но на практике этого не происходит, общественникам приходится преодолевать сложный путь отстаивания интересов территории.

Не всегда региональные власти пользуются научными изысканиями, трудами геологов, гидрогеологов, топографов, экологов, когда закладываются планы реконструкции или благоустройства особо охраняемых природных территорий (ООПТ), что служит причиной нарушения природного баланса, уничтожения уникальных особенностей местности. Проблема общественного контроля реализации национальной программы «Экология» заключается в отсутствии единства между экспертами. Большая часть инициативных граждан не связаны друг с другом, являя свое возмущение той или иной ситуацией лишь в крайних случаях. Кроме того, к экспертной оценке редко привлекаются специалисты различных направлений. Отсюда возникает несогласованность и неорганизованность действий народных масс.

Общественные структуры должны стать регуляторами действий властей в направлении экологического преобразования в государстве. Но для этого необходимо эти структуры создать и определить их статус в иерархии общества. Задача для разрозненных активистов неподъемная. Эта функция должна реализовываться самим государством. Механизмы модификации общественных советов должны разрабатываться на федеральном уровне и содержать такие пункты, как проценты представленной оппозиции, перечень научных экспертов, правила свободного вхождения, возможность сбора объективной информации о взглядах на проблему различных социальных групп. Содержание структуры возможно за счет экономии на поддержании имиджа региональной или местной власти, на что в стране тратится от 20 до 260 миллионов рублей (в 2020 году по данным официальной страницы Госзакупок). Сложность работы заключается в запуске системы взаимодействия общественности и власти, но эффект отдачи превосходит трудности, поскольку снятие социальной напряженности окупается за короткий период.

Экология всегда в России находилась на первом месте среди прочих проблем в силу своей невозобновляемости. Большая часть неудачных, преступных проектов не проходили должной экспертной оценки. Постфактум оказывалось, что действия властей не согласовывались на министерских уровнях. Лоббирование интересов олигархических и коррупционных групп можно остановить только мощной системой гражданского общества, работающего не в политическом, а в социально-общественном направлении.

Председатель Комиссии по экологии и охране окружающей среды Альбина Дударева в своих выступлениях неоднократно подчеркивала, что проект «Экология» был создан правительством в короткие сроки и требует корректировки, в том числе с внесением возможности прямого участия граждан, вплоть до их вовлечения в нацпроект.

Общественное управление дает возможность гражданам влиять на планы и стратегии развития регионов в различных направлениях. На федеральном или региональном уровне не всегда получается учитывать особенности той или иной местности, этим вопросом в совершенстве владеют местные жи-

тели, чей гражданский потенциал следует использовать.

Нацпроекты не должны восприниматься населением как ниша для «отмывания» средств, эти направления должны стать отправной точкой доверительных отношений между властью и обществом. Это возможность реализовать местные инициативы федеральными инструментами. Приоритетными должны остаться решения экологических проблем конкретного населенного пункта. Исключения составляют ООПТ, проблемы которых выходят за пределы местности и региона.

Степень участия граждан должна быть заметной и не ограничиваться одобрением или неодобрением проекта, здесь применимы механизмы учета мнений граждан, инициативного проектирования, сбора/среза широкого общественного мнения. Конкретных рекомендаций и правил по применению механизмов не существует, существуют проблемы как правового, так и технического характера.

С 2019 года в рамках форума «Сообщество» работает проект «Университет Общественной палаты РФ», где члены ОП РФ делятся опытом, презентуют удачные практики. Слушателями выступают студенты вузов и представители молодежных региональных палат. Подобная практика включения молодых людей в государственную повестку должна выйти на региональный и местный уровень.

ОП РФ неоднократно работала в выездном формате для ознакомления местных НКО региона, активных граждан и исполнительной власти с новыми реалиями взаимодействия граждан и власти. Но этот формат носит частный характер, еще нет массовости и открытости для всех представителей социальных групп. К тому же мероприятия приводят к управлению проблемами в ручном режиме, нет автоматизации в действиях, когда каждый элемент знает, что необходимо предпринять в той или иной ситуации.

Практика мониторинга реализации нацпроекта «Экология» должна выйти на новый уровень, когда каждому жителю страны, региона, отдельной местности станет понятно, куда и зачем направляются государственные финансы. Совершенствование общественного контроля должно стать таким же проектом как и прочие национальные идеи.

Развитие общественного контроля и инициативы гражданского общества, важная задача построения новой системы государственного устройства, основанного на равенстве и участии населения в социальных, экономических, политических и прочих направлениях.

НАУЧНОЕ ИЗДАНИЕ

**ЭКОНОМИКА И СОВРЕМЕННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ:
ТЕОРИЯ, МЕТОДОЛОГИЯ, ПРАКТИКА**

Сборник статей

Международной научно-практической конференции

г. Пенза, 5 сентября 2020 г.

Под общей редакцией

кандидата экономических наук Г.Ю. Гуляева

Подписано в печать 6.09.2020.

Формат 60×84 1/16. Усл. печ. л. 12,7

МЦНС «Наука и Просвещение»

440062, г. Пенза, Проспект Строителей д. 88, оф. 10

www.naukaip.ru

Уважаемые коллеги!

Приглашаем Вас принять участие в Международных научно-практических конференциях!

| Дата | Название конференции | Услуга | Шифр |
|------------|---|----------------------|--------|
| 5 октября | XIV Международная научно-практическая конференция СОВРЕМЕННЫЕ НАУЧНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ, ДОСТИЖЕНИЯ И ИННОВАЦИИ | 90 руб. за 1 стр. | МК-891 |
| 5 октября | VI Международная научно-практическая конференция ЭКОНОМИКА В ТЕОРИИ И НА ПРАКТИКЕ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ И СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ | 90 руб. за 1 стр. | МК-892 |
| 5 октября | VI Международная научно-практическая конференция ПЕДАГОГИКА В ТЕОРИИ И НА ПРАКТИКЕ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ И СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ | 90 руб. за 1 стр. | МК-893 |
| 5 октября | VI Международная научно-практическая конференция ЮРИСПРУДЕНЦИЯ В ТЕОРИИ И НА ПРАКТИКЕ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ И СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ | 90 руб. за 1 стр. | МК-894 |
| 5 октября | II Международная научно-практическая конференция ФИЛОЛОГИЯ, ЛИНГВИСТИКА, ЖУРНАЛИСТИКА: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ И СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ | 90 руб. за 1 стр. | МК-895 |
| 5 октября | II Международная научно-практическая конференция МЕДИЦИНА И ЗДРАВООХРАНЕНИЕ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ | 90 руб. за 1 стр. | МК-896 |
| 7 октября | XXII Международная научно-практическая конференция EUROPEAN SCIENTIFIC CONFERENCE | 90 руб. за 1 стр. | МК-897 |
| 7 октября | III Всероссийская научно-практическая конференция МОЛОДЫЕ УЧЁНЫЕ РОССИИ | 90 руб. за 1 стр. | МК-898 |
| 10 октября | IV Международная научно-практическая конференция НАУКА, ОБРАЗОВАНИЕ, ИННОВАЦИИ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ И СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ | 90 руб. за 1 стр. | МК-899 |
| 10 октября | XXII Международная научно-практическая конференция ИННОВАЦИОННЫЕ НАУЧНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ: ТЕОРИЯ, МЕТОДОЛОГИЯ, ПРАКТИКА | 90 руб. за 1 стр. | МК-900 |
| 12 октября | VI Международная научно-практическая конференция SCIENCE AND EDUCATION: PROBLEMS AND INNOVATIONS | 90 руб. за 1 стр. | МК-901 |
| 15 октября | XXXVIII Международная научно-практическая конференция ФУНДАМЕНТАЛЬНЫЕ И ПРИКЛАДНЫЕ НАУЧНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ, ДОСТИЖЕНИЯ И ИННОВАЦИИ | 90 руб. за 1 стр. | МК-902 |
| 15 октября | IV Международная научно-практическая конференция СОВРЕМЕННАЯ НАУКА И МОЛОДЫЕ УЧЁНЫЕ | 90 руб. за 1 стр. | МК-903 |
| 20 октября | Международная научно-практическая конференция НАУКА И ОБРАЗОВАНИЕ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ И ИННОВАЦИОННЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ | 90 руб. за 1 стр. | МК-904 |
| 20 октября | III Международная научно-практическая конференция ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА СОВРЕМЕННОЙ НАУКИ | 90 руб. за 1 стр. | МК-905 |

www.naukaip.ru