

**МЕЖДУНАРОДНЫЙ ЦЕНТР НАУЧНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА
«НАУКА И ПРОСВЕЩЕНИЕ»**



СОВРЕМЕННАЯ ЭКОНОМИКА:

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ, ДОСТИЖЕНИЯ И ИННОВАЦИИ
СБОРНИК СТАТЕЙ XXXVII МЕЖДУНАРОДНОЙ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ,
СОСТОЯВШЕЙСЯ 25 НОЯБРЯ 2020 Г. В Г. ПЕНЗА

**ПЕНЗА
МЦНС «НАУКА И ПРОСВЕЩЕНИЕ»
2020**

УДК 001.1
ББК 60
С56

Ответственный редактор:
Гуляев Герман Юрьевич, кандидат экономических наук

С56

СОВРЕМЕННАЯ ЭКОНОМИКА: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ, ДОСТИЖЕНИЯ И ИННОВАЦИИ: сборник статей XXXVII Международной научно-практической конференции. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2020. – 176 с.

ISBN 978-5-00159-622-6

Настоящий сборник составлен по материалам XXXVII Международной научно-практической конференции **«Современная экономика: актуальные вопросы, достижения и инновации»**, состоявшейся 25 ноября 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 978-5-00159-622-6

Ответственный редактор:

Гуляев Герман Юрьевич – кандидат экономических наук

Состав редакционной коллегии и организационного комитета:

Агаркова Любовь Васильевна – доктор экономических наук, профессор
Ананченко Игорь Викторович – кандидат технических наук, доцент
Антипов Александр Геннадьевич – доктор филологических наук, профессор
Бабанова Юлия Владимировна – доктор экономических наук, доцент
Багамаев Багам Манапович – доктор ветеринарных наук, профессор
Баженова Ольга Прокопьевна – доктор биологических наук, профессор
Боярский Леонид Александрович – доктор физико-математических наук
Бузни Артемий Николаевич – доктор экономических наук, профессор
Буров Александр Эдуардович – доктор педагогических наук, доцент
Васильев Сергей Иванович – кандидат технических наук, профессор
Власова Анна Владимировна – доктор исторических наук, доцент
Гетманская Елена Валентиновна – доктор педагогических наук, профессор
Грицай Людмила Александровна – кандидат педагогических наук, доцент
Давлетшин Рашит Ахметович – доктор медицинских наук, профессор
Иванова Ирина Викторовна – кандидат психологических наук
Иглин Алексей Владимирович – кандидат юридических наук, доцент
Ильин Сергей Юрьевич – кандидат экономических наук, доцент
Искандарова Гульнара Рифовна – доктор филологических наук, доцент
Казданиян Сусанна Шалвовна – кандидат психологических наук, доцент
Качалова Людмила Павловна – доктор педагогических наук, профессор
Кожалиева Чинара Бакаевна – кандидат психологических наук

Колесников Геннадий Николаевич – доктор технических наук, профессор
Корнев Вячеслав Вячеславович – доктор философских наук, профессор
Кремнева Татьяна Леонидовна – доктор педагогических наук, профессор
Крылова Мария Николаевна – кандидат филологических наук, профессор
Кунц Елена Владимировна – доктор юридических наук, профессор
Курленя Михаил Владимирович – доктор технических наук, профессор
Малкоч Виталий Анатольевич – доктор искусствоведческих наук
Малова Ирина Викторовна – кандидат экономических наук, доцент
Месеняшина Людмила Александровна – доктор педагогических наук, профессор
Некрасов Станислав Николаевич – доктор философских наук, профессор
Непомнящий Олег Владимирович – кандидат технических наук, доцент
Орбец Владимир Александрович – доктор ветеринарных наук, профессор
Попова Ирина Витальевна – доктор экономических наук, доцент
Пырков Вячеслав Евгеньевич – кандидат педагогических наук, доцент
Рукавишников Виктор Степанович – доктор медицинских наук, профессор
Семенова Лидия Эдуардовна – доктор психологических наук, доцент
Удут Владимир Васильевич – доктор медицинских наук, профессор
Фионова Людмила Римовна – доктор технических наук, профессор
Чистов Владимир Владимирович – кандидат психологических наук, доцент
Швец Ирина Михайловна – доктор педагогических наук, профессор
Юрова Ксения Игоревна – кандидат исторических наук

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ	8
АНАЛИЗ МАТЕРИАЛЬНЫХ ЗАТРАТ КАК ИНСТРУМЕНТ СНИЖЕНИЯ МАТЕРИАЛОЕМКОСТИ СТРОИТЕЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ НА ПРИМЕРЕ ДОРОЖНО-СТРОИТЕЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ ЗИМИНА АЛЕНА АЛЕКСАНДРОВНА.....	9
МЕНЕДЖМЕНТ	14
ОСОБЕННОСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ КОУЧИНГА В ГОСТИНИЧНОЙ ИНДУСТРИИ БОГАТЫРЕВА МАРИНА РУСЛАНОВНА, АТНАБАЕВА АДЕЛИНА АЙРАТОВНА.....	15
РАЗРАБОТКА ПРОЕКТА ПО ВНЕДРЕНИЮ НОВОЙ ПРОДУКЦИИ НА БАЗЕ КРУПНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ КАЗАНЦЕВА АЛЕНА ЕВГЕНЬЕВНА	18
ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА АБРАМЯН АНУШИК ПЕТРОВНА.....	21
КРОСС-КУЛЬТУРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ В РЕКЛАМНОЙ ПОЛИТИКИ ОРГАНИЗАЦИЙ БАШУН ИНЕССА ИГОРЕВНА	27
ВЛИЯНИЕ КИТАЙСКО-РУССКИХ ОТНОШЕНИЙ НА РЫНОЧНУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ГУСЕВА НАТАЛИЯ ОЛЕГОВНА.....	30
МАРКЕТИНГ	33
ПОДХОДЫ К СЕГМЕНТАЦИИ РЫНКА В ПРОЦЕССЕ ОРГАНИЗАЦИИ КОММУНИКАЦИОННОЙ КАМПАНИИ ПОМИЛУЙКО АННА РОМАНОВНА	34
АССОРТИМЕНТНАЯ ПОЛИТИКА КАК ВАЖНЕЙШИЙ МАРКЕТИНГОВЫЙ ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ПРИБЫЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ БЕКЕТОВ АНТОН НИКОЛАЕВИЧ	37
ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ	41
К ВОПРОСУ О ПРОВЕДЕНИИ АУДИТОРСКИХ ПРОВЕРОК ЭКОНОМИЧЕСКИХ СУБЪЕКТОВ В УСЛОВИЯХ КОРОНАКРИЗИСА КОТОВА ОЛЬГА ВЛАДИМИРОВНА	42
О НЕОБХОДИМОСТИ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ ПРИ СТРАХОВАНИИ РИСКОВ НЕВОЗВРАТА КРЕДИТА НОВИКОВА НАТАЛЬЯ ЮРЬЕВНА.....	47

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ, АНАЛИЗ И АУДИТ	50
НОРМАТИВНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА РАСЧЕТОВ С ПЕРСОНАЛОМ ПО ОПЛАТЕ ТРУДА ШЕВЛЯКОВА АНАСТАСИЯ СЕРГЕЕВНА.....	51
ФОРМИРОВАНИЕ УСТАВНОГО КАПИТАЛА И РАСЧЕТЫ С УЧРИДИТЕЛЯМИ ЗАРОВНЯТНЫХ АННА ВЛАДИМИРОВНА	55
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ КЛАССИФИКАЦИИ РАСХОДОВ КОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ ХАЙРУТДИНОВА РЕНАТА ВЛАДИСЛАВОВНА.....	58
УЧЕТ И КОНСАЛТИНГ В СФЕРЕ АРЕНДНЫХ ОТНОШЕНИЙ МИРОНЕНКО ОКСАНА ВЛАДИМИРОВНА	62
СОВРЕМЕННЫЕ ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В АУДИТЕ СИДАКОВА ВАЛЕРИЯ АЛАНОВНА	66
ПРОИЗВОДСТВЕННО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРЕДПРИЯТИЯ АО «ЛЬГОВСКИЙ МОЛОЧНО-КОНСЕРВНЫЙ КОМБИНАТ» ЩЕГОЛЕВА ЕЛЕНА СЕРГЕЕВНА, СОЛОДУХИНА АРИНА МИХАЙЛОВНА, ВИНОГРАДОВА ИРИНА АЛЕКСАНДРОВНА.....	69
АНАЛИЗ ВЕРОЯТНОСТИ БАНКРОТСТВА ОРГАНИЗАЦИИ ВИНОГРАДОВА ИРИНА АЛЕКСАНДРОВНА, СОЛОДУХИНА АРИНА МИХАЙЛОВНА, ЩЕГОЛЕВА ЕЛЕНА СЕРГЕЕВНА	72
НАЛОГИ И НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ	75
АНАЛИЗ ПОСТУПЛЕНИЯ НАЛОГОВ НА ФОНД ОПЛАТЫ ТРУДА В НАЛОГОВУЮ СИСТЕМУ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ОРЛИКОВА АНАСТАСИЯ ПАВЛОВНА	76
СТРАХОВАНИЕ	81
СУЩНОСТЬ И ОСОБЕННОСТИ СТРАХОВОГО ПРОДУКТА КРУЖАЛИН ВИКТОР ИВАНОВИЧ, КУДРЯШОВ ВАДИМ СЕРГЕЕВИЧ.....	82
РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА	85
ФИНАНСОВАЯ ИНТЕГРАЦИЯ В СТРАНАХ АСЕАН: УСПЕХИ И ПРОТИВОРЕЧИЯ РАКОВ ИВАН ДМИТРИЕВИЧ.....	86
К АНАЛИЗУ ИННОВАЦИОННЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ЧЕЧЕНСКОЙ РЕСПУБЛИКИ В СФЕРЕ МАТЕРИАЛЬНОГО ПРОИЗВОДСТВА ДЕБИЕВА ИМАН ИСАЕВНА.....	91
МЕСТО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ЛАКУНЫ В СТРУКТУРЕ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ ГРИГОРЬЕВА ВИКТОРИЯ ЛЕОНИДОВНА.....	98

ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА	102
ФОРМЫ И МЕТОДЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА МАКСИМОВ ПАВЕЛ АНДРЕЕВИЧ.....	103
VALUE BASED MANAGEMENT КАК ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ КОМПАНИИ УЛАСЕВИЧ ЮЛИЯ ВАДИМОВНА	106
СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ	110
ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНОЙ ЗАЩИТЫ НАСЕЛЕНИЯ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ (НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ ТЫВА) МОНГУШ ВИКТОРИЯ МЕРГЕНОВНА.....	111
ПОСЛЕДСТВИЯ ПАНДЕМИИ ДЛЯ КРУИЗНОГО БИЗНЕСА В МИРЕ И РОССИИ КОМАРЕВЦЕВА НАТАЛЬЯ АЛЕКСАНДРОВНА, УСТЬЯНЦЕВ ПАВЕЛ ЕВГЕНЬЕВИЧ, ИСЛАМОВА МАРГАРИТА МУШФИГОВНА	114
НАЦИОНАЛЬНАЯ ПРАКТИКА НОРМИРОВАНИЯ ЗАТРАТ И ТЕНДЕНЦИИ ЕЁ РАЗВИТИЯ НА ПРИМЕРЕ ПАО «ЧЕЛЯБИНСКОГО КУЗНЕЧНО-ПРЕССОВОГО ЗАВОДА» ЦАКЛИОТИС ГРИГОРИОС	117
КОНКУРЕНЦИЯ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ	121
КАЧЕСТВО БЛЕНДЕРОВ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ ПОЧТЕННОВ ИВАН АЛЕКСАНДРОВИЧ, ВИНОГРАДОВА АННА ВЯЧЕСЛАВОВНА, ИЛЛАРИОНОВА КСЕНИЯ ВИКТОРОВНА	122
ИННОВАЦИИ И ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ	125
ПРОБЛЕМА СОХРАНЕНИЯ СЕМЕЙНЫХ ЦЕННОСТЕЙ В ЦИФРОВУЮ ЭПОХУ КАЗИМИРСКАЯ АННА ГЕННАДЬЕВНА.....	126
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА ОТЕЧЕСТВЕННОМ И ЗАРУБЕЖНЫХ РЫНКАХ ОДЕЖДЫ КРАВЧЕНКО МАРИНА ВЛАДИМИРОВНА, БАХТИНА ВАЛЕРИЯ ПАВЛОВНА	132
КОМПЛЕКСНЫЙ ПОДХОД К ОЦЕНКЕ ИННОВАЦИОННОЙ ПОЗИЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ МАДЬЯРОВА РЕГИНА РИНАТОВНА.....	136
ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ	142
ОРДИНАЛИСТСКИЙ ПОДХОД К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ПОРОГОВЫХ ЗНАЧЕНИЙ ИНДИКАТОРОВ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПОГОСТИНСКАЯ НИНА НИКОЛАЕВНА, ВОРОБЬЕВА ВИОЛЕТТА ВЕНИАМИНОВНА	143
АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ЭКОНОМИКИ	147
ПРОЦЕДУРА ОБРАТНОГО ВЫКУПА АКЦИЙ КАК ФИНАНСОВЫЙ ИНСТРУМЕНТ КОМПАНИИ КАРИНА ЖАННА ПЕТРОВНА, ЦОЙ РОЗАЛИНА АЛЕКСАНДРОВНА.....	148

РОЛЬ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ ПРИ ФОРМИРОВАНИИ СТРАТЕГИЙ РАЗВИТИЯ АГРОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА СТРАНЫ БОГДАНОВА РАИСА МАНСУРОВНА, ЦЫГАНОК АЛЕКСАНДР АЛЕКСЕЕВИЧ.....	151
ГОСУДАРСТВЕННОЕ УПРАВЛЕНИЕ СТРУКТУРНЫМИ ПРЕОБРАЗОВАНИЯМИ В ПРОМЫШЛЕННОСТИ БОГДАНОВА РАИСА МАНСУРОВНА, САМОНОВ РОМАН ЮРЬЕВИЧ	154
ПРОБЛЕМЫ ФИНАНСИРОВАНИЯ БЮДЖЕТНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ СОЛОДОВНИКОВА АННА РОМАНОВНА.....	157
ПОСТРОЕНИЕ ПРОГНОЗОВ СТОИМОСТНОЙ ОЦЕНКИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КОРЗИНЫ РЕСПУБЛИКИ МАРИЙ ЭЛ САРЫЧЕВА ТАТЬЯНА ВЛАДИМИРОВНА, ВАСИЛЬЕВА АННА ИВАНОВНА.....	160
ВЕНЧУРНЫЙ КАПИТАЛ И СТАРТАП-ЭКОСИСТЕМА В ПАЛЕСТИНЕ ВАСИЛЬЦОВА АННА МИХАЙЛОВНА.....	163
ПРОБЛЕМЫ СТРАТЕГИИ ФОРМИРОВАНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА В СИСТЕМЕ ОБРАЗОВАНИЯ БАСОВСКИЙ ЛЕОНИД ЕФИМОВИЧ, БАСОВСКАЯ ЕЛЕНА НИКОЛАЕВНА.....	167
АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ПОЛИТИКИ	171
ФИНАНСОВАЯ ПОЛИТИКА МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ОВИННИКОВ ВАДИМ АЛЕКСАНДРОВИЧ.....	172

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

УДК 33

АНАЛИЗ МАТЕРИАЛЬНЫХ ЗАТРАТ КАК ИНСТРУМЕНТ СНИЖЕНИЯ МАТЕРИАЛОЕМКОСТИ СТРОИТЕЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ НА ПРИМЕРЕ ДОРОЖНО-СТРОИТЕЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ

ЗИМИНА АЛЕНА АЛЕКСАНДРОВНАМагистрант
Тюменский индустриальный университет,
Россия, г. Тюмень

Аннотация: Затраты на материальные ресурсы являются важнейшей составляющей себестоимости строительно-монтажных работ предприятий стройиндустрии России. В процессе производства материальные ресурсы переносят свою стоимость на готовую продукцию, при этом превращаясь в материальные затраты. Как правило, материальные затраты в себестоимости составляют 70-80%. Поэтому их правильный учет и анализ использования весьма важен, т.к. эффективное расходование материальных ресурсов ведет к снижению материальных затрат, что напрямую ведет к снижению себестоимости выпускаемой продукции.

Ключевые слова: анализ материальных затрат, материальные ресурсы, материалоемкость, дорожно-ремонтно строительное управление.

ANALYSIS OF MATERIAL COSTS AS A TOOL FOR REDUCING THE MATERIAL COST OF BUILDING PRODUCTS ON THE EXAMPLE OF ROAD CONSTRUCTION MANAGEMENT

Zimina Alena Alexandrovna

Abstract: The cost of material resources is the most important component of the cost of construction and installation work at enterprises of the construction industry in Russia. In the production process, material resources transfer their value to finished products, while turning into material costs. As a rule, material costs in the cost price are 70-80%. Therefore, their correct accounting and analysis of use is very important, since efficient use of material resources leads to a decrease in material costs, which directly leads to a decrease in the cost of production.

Key words: analysis of material costs, material resources, material consumption, road repair and construction management.

Доля материальных затрат в структуре элементов затрат себестоимости строительно-монтажных работ в строительных организациях России на 2018-2019 составляет больше половины, т.е. более 50%, затраты на оплату труда около 20-25%, взносы на обязательное социальное страхование, амортизация и прочие затраты занимают не более 10% в сумме затрат на строительно-монтажные работы.

Таким образом, для определения путей решения экономии материальных ресурсов на предприя-

тии стройиндустрии необходимо произвести анализ эффективности применения материальных ресурсов. А чтобы четко определить какими резервами оперировать на том или ином строительном предприятии, необходимо измерить материальные затраты и проанализировать их.

Снижение затрат на материальные ресурсы, по-другому, материальных затрат, повлечет за собой снижение показателя материалоемкости выполняемых строительного-монтажных работ на рассматриваемом предприятии стройиндустрии.

На примере дорожного ремонтно-строительного управления, далее – ДРСУ-2, проведем анализ материальных затрат на строительство и ремонт автомобильных дорог. Данный анализ поможет определить какими резервами сможем оперировать для того, чтобы снизить показатель материалоемкости строительного-монтажных работ. Элементы затрат по материальным ресурсам представлены в таблице 1.

Таблица 1

Материальные затраты ДРСУ для выполнения производственной программы за 2018-2019 гг.

№ п/п	Показатель	2018	2019	Абсолютное отклонение.
1	2	3	4	5
1	Материальные затраты, в т.ч., тыс. руб.	332 490,841	312 728,389	-19 762,452
1.1	Сырье и материалы	298 711,127	282 721,279	-15 989,848
1.2	Вспомогательные материалы	950,364	836,500	-113,864
1.3	Запасные части	-	-	-
1.4	Полуфабрикаты	26 783,450	24 075,300	-2 708,150
1.5	Топливо, энергия и т.д.	2 305,900	1 936,800	-369,100
1.6	Затраты на приобретение работ и услуг	-	-	-
1.7	Затраты на содержание фондов природоохранного назначения	-	-	-
1.8	Потери	3 740,000	3 158,510	-581,490

Более подробный анализ структуры материальных затрат представлен на рисунке 1.

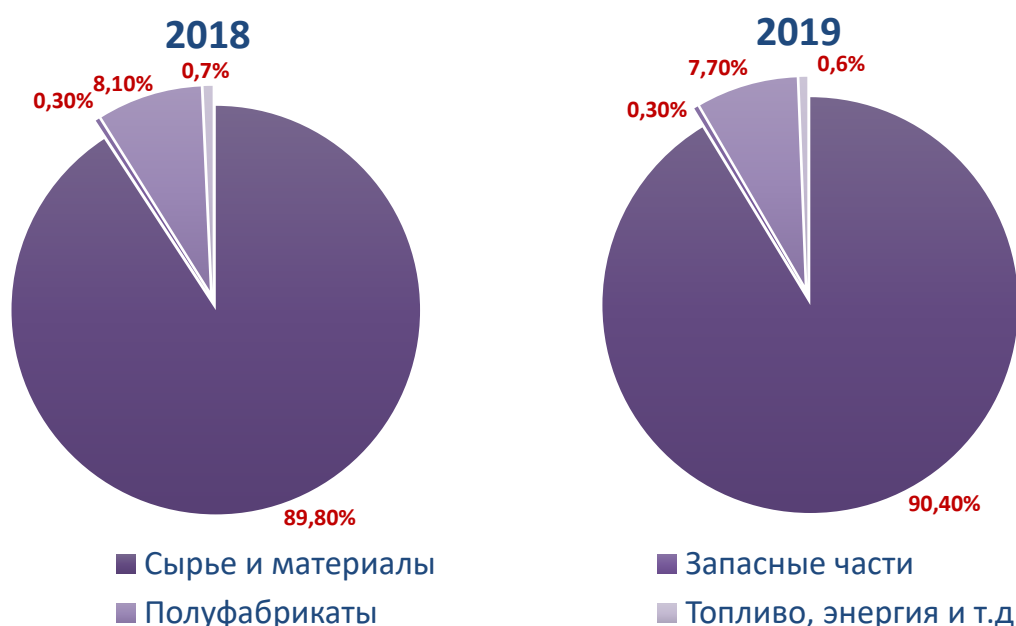


Рис. 1. Структура материальных затрат ДРСУ

Статья затрат «Сырье и материалы» занимает наибольший удельный вес в структуре материальных затрат ДРСУ. И эта статья за анализируемый период увеличивает свой объем в структуре и в стоимостном выражении.

Главной задачей для снижения материалоемкости становится снижение материальных затрат на выполнение СМР данным предприятием.

На снижение материальных затрат влияют факторы, обозначенные на рисунке 2.

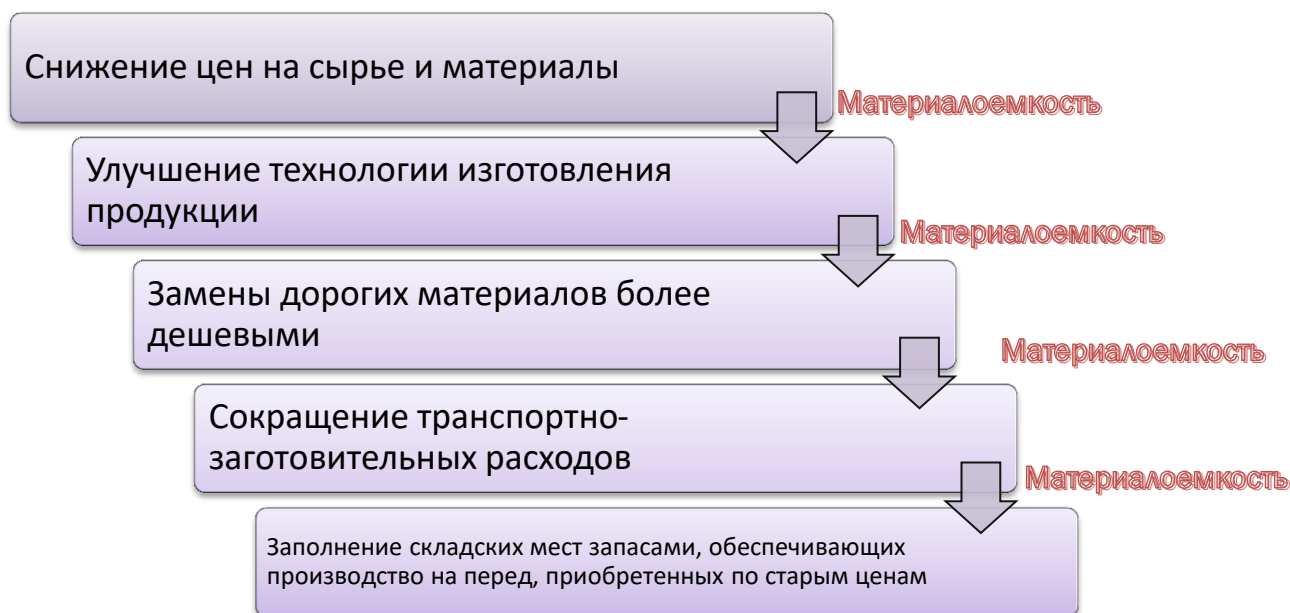


Рис. 2. Факторы, способствующие снижению материалоемкости

Исходя из рисунка 2, к резервам, которыми можно оперировать на дорожно-ремонтно строительном управлении будут являться:

- 1) Снижение цен на сырье;
- 2) Улучшение технологии выполнения дорожно-строительных работ.

Таким образом, предложенные резервы приведут к снижению материальных затрат, снижению себестоимости продукции, увеличению прибыли и рентабельности производства.

Анализ использования материальных ресурсов при использовании выбранных резервов, представлен в таблице 2.

Таблица 2

Анализ использования материальных ресурсов при снижении материальных затрат используя хозяйственные резервы предприятия

Показатели	2018	2019	Плановый год	Темп прироста, %
1	2	3	4	5
Снижение цен на сырье и материалы или замена дорогих материалов более дешевыми либо внедрение инновационных строительных материалов, обладающих лучшими или аналогичными характеристиками, но по более низкой цене				
Коэффициент использования материальных ресурсов по прибыли, руб./руб.	0,72	0,54	0,73	1,4
Материалоотдача, руб./руб.	2,08	1,92	2,16	3,9
Материалоемкость, руб./руб.	0,48	0,52	0,46	-4,2
Соотношение темпов роста производства и материальных затрат	-	0,92	1,12	9,8

Продолжение таблицы 2

Показатели	2018	2019	Плановый год	Темп прироста, %
1	2	3	4	5
Удельный вес материальных затрат в себестоимости СМР, руб./руб.	0,73	0,72	0,70	-4,1
Улучшение технологии выполнения дорожно-строительных работ или дорожно-ремонтных работ может быть реализована за счет приобретения новой современной техники для дорожного строительства, внедрение энергосберегающих технологий				
Коэффициент использования материальных ресурсов по прибыли, руб./руб.	0,72	0,54	0,72	0
Материалоотдача, руб./руб.	2,08	1,92	2,15	3,4
Материалоемкость, руб./руб.	0,48	0,52	0,47	-2,1
Соотношение темпов роста производства и материальных затрат	-	0,92	1,12	9,8
Удельный вес материальных затрат в себестоимости СМР, руб./руб.	0,73	0,72	0,70	-4,1

Соотношение показателя материалоемкости анализируемого периода и планового представлены на рисунке 3.



Рис. 3. Материалоемкость строительно-монтажных работ ДРСУ

Исходя из полученного анализа следует, что при снижении цен на сырье и материалы хотя бы на 12%, либо внедрение инновационных строительных материалов, обладающих лучшими или аналогичными характеристиками, но по более низкой цене (уровень цен должен быть ниже на 12% и более процентов). Данный фактор будет снижать статью расходов «Сырье и материалы» на 12% или более, тем самым снижая материалоемкость и повышая материалоотдача, что влечет к повышению показателей эффективности использования материальных затрат чем за отчетный период.

При улучшении технологии строительства или ремонта автомобильных дорог изменяются факторы: снижается статья затрат «Сырье и материалы» от 10,5%, снижение статьи расходов «Топливо, энергия» от 50%, снижение «Потерь» от 70%.

Список литературы

1. Павлов А. С. Экономика строительства: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры: в 2 т. / А. С. Павлов. – 1-е издание (ред.) – Москва: Юрайт, 2019. – 316 с.
2. Алферов, В.Н. Учетно-аналитическая система формирования затрат на примере деятельности дорожно-строительной организации: монография / В.Н. Алферов. – Москва: Наука, 2019. – 151 с.
3. Орлова, В. С. Поиск резервов снижения затрат на материальные ресурсы / В. С. Орлова. — Молодой ученый. — 2014. — № 4.2 (63.2). — С. 141
4. Мельник, М. В. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия / М.В. Мельник, Е.Б. Герасимова. - М.: Форум, Инфра-М, 2016. – 192 с.

МЕНЕДЖМЕНТ

УДК 005.95/.96

ОСОБЕННОСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ КОУЧИНГА В ГОСТИНИЧНОЙ ИНДУСТРИИ

БОГАТЫРЕВА МАРИНА РУСЛАНОВНА,

к.с.н., доцент

АТНАБАЕВА АДЕЛИНА АЙРАТОВНА

Студент

Башкирский государственный университет

Аннотация. В данной статье рассмотрены, какие методы коучинга используются в гостиничной индустрии.

В современном обществе от других отстают те, кто не умеет быстро адаптироваться к новым условиям. Жизнь меняется так быстро, что постоянно появляются новые технологии и инновационные подходы. Главная задача коуча – это научить человека преодолевать страх перемен и быстро адаптироваться к новым условиям.

Ключевые слова: коучинг, тренер, гостиничная индустрия, эффективность, потенциал сотрудника, управление персоналом, модель GROW-коучинга.

SPECIAL FEATURES OF COACHING IN THE HOTEL INDUSTRY

**Bogatyreva Marina Ruslanovna,
Atnabaeva Adelina Airtovna**

Annotation. This article examines what coaching methods are used in the hotel industry.

In modern society, those who do not know how to quickly adapt to new conditions lag behind others. Life is changing so fast that new technologies and innovative approaches are constantly emerging. It is the task of a coach to teach a person to overcome this fear and quickly adapt to new conditions.

Key words: coaching, coach, hotel industry, efficiency, employee potential, personnel management, GROW-coaching model.

Самым трендовым видом бизнеса на сегодняшний день является коучинг, ведь каждая компания должна быть конкурентоспособна, и именно коучинг может дать положительные результаты. Он поможет найти преимущества компании, повысить эффективность работы персонала, вдохновит сотрудников на поиск и создание преимуществ компании.

Что же такое коучинг и с «чем его едят»? История коучинга начинается еще в 80-х годах в Америке. Сам глагол «to coach» означает тренировать, учить, вести. Вначале концепция коучинга развивалась в спорте, когда профессор Гарвардского университета и теннисист Тимоти Голви говорил о том, что работа с психическим состоянием человека не менее важна, чем физическая подготовка.

Неслучайно эта простая истина начала использоваться в бизнесе, ведь она получила положительную оценку и может, применена в любой сфере деятельности. После Тимоти Голви, концепцию коучинга представил Томас Леонард, в своей современной интерпретации. Занимая должность финансового аналитика, он практиковал не только финансовую поддержку клиентов, но и их личностный рост, что в будущем стал специализироваться на человеческих ресурсах, то есть коучинге [2, с. 160].

Интересно, но факт, что многие открытия приходят в нашу жизнь вовремя, когда они необходимы, и открывают новые двери и возможности для движения человечества вперед.

Человеку в современном мире сложно иметь дело с множеством информации, ускоренный темп жизни приводит к стрессам и эмоциональным нагрузкам. Но, чтобы добиться успеха, нужно постоянно двигаться вперед, активно развиваться, быть конкурентоспособным и наращивать свой потенциал. Человечество давно использует природные ресурсы, но недооценивает свои собственные.

А как раскрыть потенциал сотрудников компании, и повысить эффективность их труда в «эпоху перемен»?

Можно воспользоваться самым распространенным способом – направить их на профессиональное обучение, но не всегда можно ожидать желаемого результата, плюс к этому это довольно дорого. Но это не единственный способ. Есть еще один, возможно более эффективный и менее затратный. Из наиболее квалифицированных сотрудников внутри компании, обучить своего коуч-тренера.

Для начала проведения обучения персонала, руководству придется сделать выбор: либо воспользоваться услугами профессионального коуча, либо обучить из числа собственных сотрудников – своего штатного. Какой выбор сделает руководитель, зависит от конкретных потребностей гостиницы, численности персонала и специфики программ обучения, проводимых коучем.

Конечно, данная услуга посильна не всем гостиницам. В основном такую функцию берет на себя управляющий отелем, либо руководитель отдельного подразделения, который обладает широким кругозором, имеет навыки проведения тренингов и в целом хотят развивать свой персонал для эффективной работы.

Это действительно пример того, когда руководство напрямую транслирует свое видение эффективности на персонале, так как он знает все внутренние факторы их работы. Такой коуч, который разрабатывает программы обучения, его идеи, ценности и отношение к событиям и людям в компании «расширяются» для всей организации. Таким образом, необходимо, чтобы ценности самого коуча, совпадали с ценностями корпоративной культуры компании. И если нанимать такого человека, то эти требования нужно формулировать при отборе кандидатов [1, с. 168].

Внутри компании различают два вида коуч-тренеров: узкоспециализированный и широкопрофильный.

К узкопрофильным специалистам относят руководителей отдела. У них одна программа – либо несколько – для одной категории сотрудников. Развитие сотрудников своего отдела – лишь одна из функций такого специалиста, совмещающая его с основной деятельностью. Он выполняет задачи, которым обучает каждый день, и является экспертом в своей области.

Широкопрофильный специалист реализует различные мероприятия для многих категорий профессионалов. Его основная работа – обучение. Он часто обладает только академическими знаниями (обычно выполняет несколько специальных функций из-за опыта) и не имеет опыта работы в области, которую преподает. Его задача – постоянно выявлять потребность в обучении и создавать новые программы.

Также в сфере гостеприимства практикуется модель GROW-коучинга, поскольку эта модель является базовой и включает в себя все основные этапы, необходимые для обучения работников гостиничной индустрии (от целей и проблем до возможностей решения этих проблем и достижения цели) [3, с. 96].

Разработанную модель GROW-коучинга Джоном Уитмором активно используют в своей практике крупнейшие компании мира. Модель GROW-коучинга расшифровывается как:

- goal – цели;
- reality – реальность ;
- options/opportunity – возможности;
- will/what next – воля.

Система коучинга в индустрии гостеприимства используется не как способ обучения сотрудников, а как целая система управления персоналом. Главной целью является долгосрочное профессиональное развитие сотрудников, а формирование системы обратной связи, которая выстраивает компетентную систему взаимодействия подчиненных и руководителя является сущностью этого стиля.

Успех в компании гостиничной индустрии зависит только от сотрудников, так как именно они создают то качество предоставляемых услуг и формируют имидж компании. Коучинг способствует улуч-

шению системы управления персонала в целом, которая в свой черед развивает, мотивирует и подталкивает сотрудников на высшее качество обслуживания гостей и внедрение новых идей.

Список литературы

1. Антонова, Н.В. Консультирование и коучинг персонала в организации: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры [Текст] / Н.В. Антонова. – М.: Юрайт, 2019. – 370 с.
2. Майлз, Д. Эффективный коучинг. Уроки тренера коучей [Текст] / Д. Майлз. – М.: Добрая книга, 2014. – 250 с.
3. Уитмор, Дж. Коучинг высокой эффективности [Текст] / Дж. Уитмор. – М.: Международная академия корпоративного управления и бизнеса, 2008. – 168 с.

© Богатырева М.Р., Атнабаева А.А., 2020

УДК 65

РАЗРАБОТКА ПРОЕКТА ПО ВНЕДРЕНИЮ НОВОЙ ПРОДУКЦИИ НА БАЗЕ КРУПНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

КАЗАНЦЕВА АЛЕНА ЕВГЕНЬЕВНАМагистрант
НГУЭУ «НИНХ»

Аннотация: Каждой крупной производственной компании требуется обновлять ассортимент продукции, чтобы увеличить свою долю на рынке сбыта или удержать ее на стабильном уровне. Разработка и вывод на рынок новой продукции должны быть организованы как отдельный проект в рамках маркетинговой политики компании [1]. Как правило, в проекте участвуют представители практически всех функциональных подразделений организации.

Ключевые слова: инвестиционный проект, внедрение новой продукции, электротехническое оборудование, сбыт продукции, производственная программа.

DEVELOPMENT OF THE PROJECT FOR IMPLEMENTATION OF NEW PRODUCTS ON THE BASIS OF A LARGE ENTERPRISE

Kazantseva Alena Evgenievna

Abstract: Each large manufacturing company needs to update its product range to increase its market share or keep it stable. The development and launch of new products should be organized as a separate project within the framework of the company's marketing policy [1]. As a rule, representatives of almost all functional divisions of the organization participate in the project.

Key words: investment project, introduction of new products, electrical equipment, sales of products, production program.

Среди постоянно изменяющихся запросов потребителей, технологий и конкурентного окружения производства напрямую зависят от того, насколько успешно они разрабатывают и продвигают на рынок новый продукт. Предприятие, которое рассчитывает продолжительное время сохранять свой рынок и быть прибыльным, обязано постоянно обновлять предложение [2]. В обновление предложения входят различные мероприятия по реализации новых товаров: улучшение существующих товаров, разработка новых и увеличение ассортимента торговых марок.

Для этого требуется внедрять разработанные инвестиционные проекты. Реализация в процессе инвестиционной деятельности высокоэффективных проектов является главным условием ускорения экономического роста. На практике, эффективность инвестиционной деятельности и темпы экономического роста в большей степени определяются совершенством системы отбора инвестиционных проектов к реализации, адаптацией её к существующим и сменяющимся во времени условиям функционирования экономики.

Для примера возьмем крупное производственное предприятие АО «N», это крупная компания с постоянным штатом сотрудников – квалифицированным менеджментом и персоналом, располагающая развитой энергетической и транспортной инфраструктурой, производственными подразделениями с не-

обходимым технологическим оборудованием для разработки и производства изделий. Данное предприятие является одним из крупнейших производителей электронных компонентов на внутреннем рынке РФ.

На данный момент оно ориентировано на развитие за счет обновления номенклатуры выпускаемой продукции, что позволит в случае успешной реализации намеченных проектов получить дополнительную прибыль.

Миссия предприятия: обеспечить керамическими материалами и изделиями все возможные применения и области, где может применяться данный материал, с целью повышения качества жизни общества и развития инновационного потенциала социума.

Для достижения миссии предлагается разработать проект по внедрению новой электротехнической керамической продукции. Спрос на электротехническое оборудование в России по причине его физического износа и морального старения несомненен [3].

Рассмотрим барьеры для выхода на новые рынки сбыта (табл.1).

Таблица 1

Барьеры для выхода на рынок

Виды барьеров	Возможные потери	Меры снижения потерь
Не востребованность продукции (ограничения спроса).	Падение объемов производства и реализации, потеря прибыли	Постоянный поиск новых потребителей и новых видов продукции на основе рассматриваемого проектом класса керамики
Сбои в поставках, выполнении контрактов, хозяйственных договоров	Неритмичная работа, нарушение обязательств перед потребителями	Поиск альтернативных поставщиков
Усиление конкуренции	Потеря потребителя, уменьшение объемов реализации	Работа над соотношением цена/качество, постоянный поиск новых потребителей
Увеличение инфляции	Снижение эффективности проекта	Работа над снижением постоянных издержек
Ценообразование	Потеря потребителя, уменьшение объемов реализации	Работа над соотношением цена/качество, постоянный поиск новых потребителей

Основными барьерами для выхода на рынок является следующее:

- а) Повышение тарифов на энергоресурсы, рост цен на сырье и материалы;
- б) Инфляция, изменение банковских процентов;
- в) Непредвиденные изменения системы налогообложения;
- г) Появление на рынке новых поставщиков;
- д) Барьеры капитальных затрат или объемы первоначальных инвестиций, необходимых для входа на рынок (оптимальный экономический размер предприятия).

Стратегия «проникновение на новый рынок»: расширение круга потребителей; основная задача – сбыт продукции, поиск выгодных партнеров.

Конкурентные преимущества новых видов продукции из керамики определяются высоким качеством и надежностью, а также оптимальным соотношением цены и качества.

Проект по внедрению нового вида продукции предусматривает:

- а) исследование зарубежного рынка продуктов данного проекта;
- б) исследование российского рынка продуктов данного проекта;
- в) исследование конкурентной среды;
- г) Производственная программа:
 - сроки и этапы реализации проекта;
 - выполнение ОКР, разработка ТЗ;
 - запуск серийного производства новой продукции;

- развитие производства;
- выход на зарубежный рынок в соответствии с требованиями европейских стандартов;
- д) Финансовые показатели проекта:
- описание вариантов расчета окупаемости проекта;
- е) анализ рисков

Можно сделать вывод, что процессы, проходящие на предприятии и связанные с разработкой и внедрением в производство новой продукции, являются неотъемлемой составной частью деятельности любого предприятия. Разработка новой продукции является далеко не первым и не последним явлением в процессе деятельности предприятий. В этом ряду стоят так же процессы, связанные с генерацией новой идеи, разработкой концепции товара, и вплоть до проведения экономических расчётов цены и возможной прибыли от выпуска данного товара.

Список литературы

1. Cheung, W. and Chen, F. (2015) A Three-Stage Stochastic Dynamic Pricing Game Model Affected by New Products into the Market. *Open Journal of Statistics*, № 5, 284-290.
2. Man, X. and Zuo, X. (2019) Vertical Differentiation and Sequential Introduction for Versioned Information Products. *Open Journal of Business and Management*, № 7, 1031-1041.
3. Тюкавкин Н. М., Шутов П. П. Приоритетные направления развития электротехнической отрасли машиностроения // *Основы экономики, управления и права [Электронный ресурс]*. – Режим доступа: URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/prioritetnye-napravleniya-razvitiya-elektrotehnicheskoy-otrasli-mashinostroeniya> (20.11.2020)

УДК 331.108.5

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА

АБРАМЯН АНУШИК ПЕТРОВНА

студент

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет»

*Научный руководитель: Поддубная Марина Николаевна**канд.экон.наук., доцент**ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет»*

Аннотация. В данной статье представлены особенности мотивации и стимулирования персонала на предприятиях различных стран мира. Объектом изучения является отечественный и зарубежный опыт трудовой мотивации работников. В статье дано определение мотивации, мотивации труда персонала, обоснована ее комплексность. Проанализированы подходы трех сильнейших школ менеджмента к мотивации персонала с точки зрения материальной ее составляющей (заработной платы). Материальная мотивация выбрана автором, поскольку она является основным мотивирующим аспектом в России. Проанализированы Европейская модель мотивации, а также, приведены особенности мотивации труда во Франции и Англии, описана гибкая система оплаты труда. Определены особенности Японской модели мотивации, выделены основные элементы системы мотивации труда персонала в Японских компаниях. В результате исследования был сделан вывод, о необходимости активного развития системы как материального, так и нематериального стимулирования персонала.

Ключевые слова: мотивация; стимулирование, система мотивации; модель мотивации; зарубежный опыт стимулирования, персонал.

FOREIGN EXPERIENCE OF STAFF MOTIVATION

Abramyan Anushik Petrovna*Scientific adviser: Poddubnaya Marina Nikolaevna*

Abstract: This article presents the features of staff motivation and incentives at enterprises around the world. The object of study is domestic and foreign experience of labor motivation of workers. The article gives the definition of motivation, motivation of personnel labor, justifies its complexity. The approaches of the three strongest management schools to personnel motivation from the point of view of its material component (wages) are analyzed. Material motivation is chosen by the author, since it is the main motivating aspect in Russia. The European model of motivation is analyzed, as well as the features of labor motivation in France and England, a flexible system of remuneration is described. The features of the Japanese motivation model are determined, the main elements of the personnel labor motivation system in Japanese companies are highlighted. As a result of the study, it was concluded that it is necessary to actively develop the system of both material and non-material incentives for personnel.

Key words: motivation; incentives and incentives; motivation model; foreign experience of stimulation, personnel.

Введение

В нынешнее время проблема мотивации и стимулирования сотрудников в большинстве российских компаний стоит очень остро. В современной экономике одним из ключевых ресурсов организации является ее персонал. От эффективности использования человеческих ресурсов зависит не только объем прибыли и перспективы развития компании, но также сама возможность ее выживания в условиях рынка.

В этой связи важной задачей управления становится создание благоприятных условий для персонала, который трудится в организации. Поддержка заинтересованности работников в конечных результатах труда и их интереса к целям организации являются центральными вопросами для сферы управления персоналом. Поэтому проблемы мотивации и стимулирования трудовой деятельности в настоящее время весьма актуальны, особенно в практическом плане.

Эффективность работы компаний определяется их способностью выдерживать конкуренцию с другими компаниями, которые производят аналогичную продукцию, а также зарабатывать больше них. Ключевым показателем развития любой компании, является активная инновационная деятельность и собственно ее персонал. Благодаря профессиональным, компетентным сотрудникам компании могут добиваться явных преимуществ перед конкурентами, т.к. человеческий ресурс один из самых важных критериев для эффективной деятельности организации. Только постоянное совершенствование персонала, введение новых технологий в совокупности с воспроизведенными новшествами, эффективным стимулированием персонала могут способствовать росту показателей чистой прибыли и производительности и т.д.

Самый ценный капитал каждого действующего на рынке субъекта - это персонал, потому что это движущая сила предприятия. Их нужно воспринимать как неизбежный элемент, что оказывает реальное влияние на успех компании.

Одна из основных функций управления - мотивация. Это представляет собой одну из четырех основных функций управления, помимо планирования, организации и контроля. Вознаграждение является основным элементом процесса мотивации работника.

Поэтому в организации должны быть созданы условия, в которых сотрудник чувствует себя комфортно. Это вдохновляет и может побудить его и весь персонал к новаторскому мышлению.

Вознаграждение исключительно как инструмент мотивации может быть ошибкой, поскольку существуют и другие нематериальные мотиваторы. Следует учитывать, что должным образом мотивированный персонал являются основой для достижения целей на каждом предприятии, потому что его мотивация отражает удовлетворенность клиентов, а также их лояльность. Таким образом, следует сделать вывод, что помимо инвестирования в продукт, необходимо инвестировать в персонал [3].

Человеческий капитал все чаще воспринимается организацией как наиболее значимый элемент, без которого его успех маловероятен. Отсюда можно сделать вывод, что люди представляют собой главный источник конкурентного преимущества [4]. Достаточно мотивированный работник будет реализовывать стратегические цели компании более эффективным образом, что, как следствие, может привести к удовлетворению, роль современного лидера должна заключаться в том, чтобы мотивировать сотрудников, что будет иметь отношение ко всей стратегии управления [6]. В настоящее время каждый руководитель обязан мотивировать своих сотрудников, поэтому их работа более эффективная, максимизирует прибыль

Разработка мотивационных систем - непростая задача. Но это самый важный элемент, повышающий эффективность и результативность работы [10].

Довольно часто системы мотивации сводятся к уровню вознаграждения, но неясно, будет ли зарплата отражать эффективность реализованных действий.

Мотивация к работе - это стимулирование групп лиц к активным действиям, направленным на достижение целей компании.

Без достаточных знаний и сосредоточения внимания на технологиях, конкурентное положение современной организации может быть поставлено под угрозу, что даже более вероятно, когда мотивационные процессы сформулированы неточно.

Мотивация - это модель человеческих ресурсов, которая предполагает необходимость обращения с сотрудником субъективным образом, путем улучшения его активности

Сегодняшнее время заставляет работодателей применять не только системный, но и ситуативный подход, который будет использоваться для индивидуального стимулирования каждого сотрудника.

Верно, что мотивация в управлении претерпела быструю трансформацию в течение нескольких лет. Наряду с развитием представлений о мотивационном процессе инструменты примененные менеджерами оказались лишь незначительно эффективными.

Мотивационные инструменты определяются как набор ресурсов, которые приводят к выполнению потребностей сотрудника, тем самым повышая его вовлеченность в работу. Они создают:

1. финансовые и нематериальные (нефинансовые) причины для работы. Материальная мотивация - это все финансовая и нефинансовая прибыль от проделанной работы. Это измеряют деньги и любые другие льготы, выплачиваемые работнику компании [5]. В свою очередь нематериальная мотивация дополняет материальную мотивацию, которая является полным дополнением влияния на сотрудника. Правильный выбор этих преимуществ может мотивировать сотрудника в большей степени, чем материальная мотивация, которая представляет собой согласованное вознаграждение за выполненную работу. Целью реализации нематериальной мотивации является:

1. повышение привлекательности вознаграждения и его адаптация к индивидуальным потребностям,
2. улучшение отношений между работником и работодателем,
3. приобретение специалистов,
4. эффективность и результативность работника,
5. создание индивидуальных и единых комплектов оплаты труда,

Мотивация – это одно из самых основных направлений управления, которая обусловлена, как вектор, определяемый процессом внешнего стимула и побуждения к какой-либо трудовой деятельности, которая ориентирована на достижение целей компании [1].

Термин «мотивация» происходит от латинского и означает «приводить в движение» или «побуждать». Хотя в экономической литературе мотивация трактуется по-разному, чаще всего это означает сознательное побуждение к действию. Мотивация не только побуждает человека действовать, он также определяет, что должно быть сделано и каким именно образом это действие должно быть выполнено.

Так повышение эффективности управления человеческими ресурсами возможно лишь, когда они будут позитивно относиться к поставленным задачам и будут заинтересованы в результатах своего труда. Это становится возможным лишь тогда, когда конечные результаты и процесс трудовой деятельности позволяют сотрудникам удовлетворить свои основные потребности.

Внутренние и внешние факторы, которые стимулируют желание и стремление людей постоянно интересоваться и посвящать себя работе, прилагать усилия для достижения цели. Мотивацию сотрудников можно подразделить на два вида, это материальная и нематериальная. Материальная часть мотивации — это очень эффективный способ поощрения сотрудников к тому, чтобы они стремились к выполнению своих заданий качественно и быстро [3]. Именно материальная мотивация персонала считается самой лучшей в России, так как другие способы не приносят необходимых результатов. основополагающая роль в системе материального стимулирования труда принадлежит заработной плате [4]. Она остается для большинства работников основным источником доходов, а значит, заработная плата будет и в перспективе наиболее мощным стимулом повышения результатов деятельности предприятия.

Целью настоящей статьи является анализ основных трех школ мотивации персонала в мире с целью выявления возможности их применения в России.

Особенности стимулирования и мотивации в странах мира

В мировой практике менеджмента сформировались три основные школы: Американская школа,

Японская школа, Европейская школа.

К примеру, в США размер оплаты труда работника зависит, главным образом, от результатов его трудовой деятельности [5]. Топ-менеджмент компаний в целях улучшения качества труда активно использует систему наградных бонусов и иных видов поощрений. Дополнительные бонусы могут варьироваться в различных пределах и не фиксируются определенной величиной, их рассматривают как вознаграждение за услуги, выполненные в течение года [6]. В части материального вознаграждения американские компании значительное внимание уделяют окладу и денежным выплатам общего характера

Можно отметить, что японская модель считается наиболее гибкой из всех остальных. Однако его существование построено на особенностях национального менталитета и требует у людей высокую степень развития самосознания, приоритет общественных интересов над личными, а также готовность к определенным «жертвам» во имя общего благополучия. В большинстве японских организаций стимулы основаны на оплате труда рабочих.

Американская модель рассматривает оплату труда как основу системы мотивации, которая основывается на определенных социальных и культурных установках т. е. ориентации на достижение личных успех и высокий уровень экономического благополучия каждого человека. Системы мотивации. стимулы к трудовой деятельности здесь представлены различными модификациями почасовой оплаты труда с учетом стандартизированных заданий, дополненных различными формами бонусов. Преимущества подхода - это осведомленность сотрудников об экономической ситуации в компании и сильное стимулирующее влияние на эффективность и качество работы, что обеспечивает саморегулирование фонда оплаты труда.

Английская система основывается на двух аспектах системы оплаты труда сотрудников в зависимости от полученной прибыли: денежная и акционерная (с частичной выплатой в виде акций), а также использование «колеблющейся» заработной платы, которая полностью зависит от прибыли организации. В результате их рассмотрения можно сделать вывод, что все они имеют отличительные особенности, что во многом связано с национальными особенностями.

Таким, образом, обобщая полученные результаты от анализа литературных источников, можно построить следующую схему, отражающую процесс мотивации и мотивационную политику предприятия:

В целом можно сказать, что мотивация персонала на современном этапе является одной из приоритетных задач внутри каждой компании, поэтому компания должна сформулировать мотивационную политику, которая соответствует целям и специфике деятельности. Разработка и использование эффективной системы мотивации персонала и мотивационной политики, в том числе за счет внедрения методик материального и нематериального стимулирования сотрудников является основным условием улучшения эффективности каждого предприятия, повышающая его конкурентоспособность на рынке.

В США размер оплаты работника зависит, главным образом, от результатов его деятельности. Топ-менеджеры компаний в целях улучшения качества труда активно использует систему наградных бонусов и иных видов поощрений. Бонусы могут меняться в различных пределах и не фиксируются определенной величиной, их рассматривают как вознаграждение за услуги, выполненные в течение года [7]. В части материального вознаграждения компании в США значительное внимание уделяют заработной плате т.е. окладу и денежным выплатам общего характера.

Рассмотрим пример Европейской школы на примере Германии. В стране вопросом управления персоналом занимаются специальные службы [8]. В функционал службы может входить помимо бухгалтерии, также и вопросы оплаты труда сотрудников. В европейской модели мотивация включает в себя несколько инструментов - заработную плату, а также повышение квалификации и различные социальные [9].

Главная особенность японской модели в стимулировании труда работника обусловлена, в первую очередь внедренными технологиями по работе с персоналом, которые помогают эффективно использовать трудовой потенциал работников предприятия [11]. Таким образом, оплата зависит от

фактических результатов труда работника и стажа, оплата труда менеджеров компаний – от результатов работы предприятия. Японская модель мотивации персонала и стимулирования труда основана на следующих 5 аспектах [12]:

- 1) работы в течение всей жизни в одной компании: организация стремится заинтересовать работника трудиться в одной организации путем введения прогрессивной оплаты за выслугу лет, премирования, социальных льгот
- 2) оплаты труда персонала, которая зависит от профессиональной квалификации работника, итогов работы предприятия, фактической результативности труда работников;
- 3) подготовки и переподготовки на рабочем месте.
- 4) репутации: гарантирует, что при смене трудовой деятельности в рамках предприятия через два-три года на новом месте за работниками закрепляется репутация предприимчивых, ответственных сотрудников;
- 5) кадровой ротации: работник организации может быть перемещен по вертикальной и горизонтальной лестнице каждые два-три года (гибкость, повышение квалификации, конкурентоспособность персонала).

Еще одна особенность японской модели: в случае возникновения непредвиденных обстоятельств, которые сказались на результатах деятельности предприятия, зачастую снижаются оклады топ-менеджеров и главы компании, а заработки рабочих увеличиваются [12].

Заключение

Таким образом, формирование эффективной отечественной модели мотивации персонала должно базироваться на имеющемся мировом опыте [13] и методах стимулирования труда, которые могут и должны быть успешно внедрены в систему управления персоналом в российских компаниях.

Создание условий поддержки инновационного процесса в компании напрямую зависит от формы его применения. В частности, важно обеспечить содействие и активизацию инновационных процессов на всех стадиях производственного и управленческого циклов.

Во времена, когда цифровые технологии облегчают выполнение работы, обеспечивая комфорт, свобода работы, улучшение отношений с клиентами, сотрудничество между отделами, мотивация сотрудников без учета дополнительных финансовых выгод затруднена.

Доступность цифровых технологий требует от работников творческого подхода, поскольку основные мотивационные инструменты, применявшиеся в моделях ранее, были заменены цифровыми технологиями. Исследование предполагает, что помимо более высокого вознаграждения работник также будет удовлетворены субсидиями на питание, уходом за детьми, языковыми курсами или медицинским обслуживанием.

Просматривается необходимость ввода и укрепления проектных групп, осуществляющих поддержку производственного процесса. Эти взаимосвязанные и взаимодействующие организационные единицы представляют собой группы работников по одному или нескольким направлениям деятельности, созданные для активизации поиска проблем и реализации способов улучшения показателей качества и конкурентоспособности компании.

При разработке системы стимулирования труда были учтены следующие факторы: организационная структура и штат предприятия, активность инновационного мышления персонала и его удовлетворенность. На практике в деятельности производственных рабочих необходимость применения креативного мышления и удовлетворенность трудом в целом нивелированы. Следовательно, необходимо провести работу по этим направлениям.

Систему мотивации и стимулирования персонала необходимо выстроить таким образом, чтобы она была прозрачной, гибкой и справедливой, устраивающей всех сотрудников в организации. Также, помимо этого необходимо активно развивать системы не только материального стимулирования, но и нематериального стимулирования персонала. Эффективность функционирования такой системы будет определяться не только влиянием на сотрудников организаций, но и ее актуальностью и адаптивностью и жизнеспособностью на долгосрочную перспективу.

Список литературы

1. Чуланова О. Л.; Рынгач О. Л.; Виниченко М. В.; Повышение лояльности персонала путем совершенствования системы мотивации на предприятиях нефтегазового комплекса Ханты-Мансийского автономного округа-Ugra // *Modern Journal of Language Teaching Methods*. 2018, Том: 8, Вып.: 8. С.: 39-47.
2. Rahman, M.S.; Mannan, M.; Hossain, Md A.; с соавторами. Tacit knowledge-sharing behavior among the academic staff: Trust, self-efficacy, motivation and Big Five personality traits embedded model // *International Journal of Educational Management*. 2018, Том: 32, Вып.: 5. С.: 761-782.
3. Sabbagha, M.De S.; Ledimo, O.; Martins, N. Predicting staff retention from employee motivation and job satisfaction // *Journal of Psychology in Africa*. 2018, Том: 28, Вып.: 2. С.: 136-140.
4. Manuel Ramon-Jeronimo, J.; Florez-Lopez, R.; Dominguez-Lario, N. Usefulness of the budget and the balanced scorecard in managing Primary Care Centres. Impact on staff motivation // *Atencion Primaria*. 2018, Том: 50, Вып.: 3. С.: 166-175.
5. Галаева, Е.; Россикова, Ю. Заработная плата и социальное страхование в США // *Проблемы теории и практики управления*. 2013. № 9. С. 43-55.
6. Герасимчук, О.С. Сравнительный анализ мотивации труда в Японии и США // *Новая наука: От идеи к результату*. 2016. № 4-1. С. 116-118.
7. Варданян, И.С. Менеджмент в России и Германии: организация труда и нематериальная мотивация в структуре управления персоналом // *Менеджмент в России и за рубежом*. 2016.
8. Мамалимова, Р.А.; Рабцевич, А.А. Мотивация труда как метод поддержания трудовой дисциплины: опыт Японии, США и Германии // *Векторы развития современной науки*. 2015. № 1. С. 147-149
9. Литовская, Ю.В.; Свиридова, Г.С.; Полькина, Я.Ю. Особенности мотивации труда персонала в США и странах Западной Европы / В сборнике: *Современный менеджмент: теория и практика*. 2017. С. 15-21. № 1. С. 147-149.
10. Литовская, Ю.В.; Свиридова, Г.С.; Полькина, Я.Ю. Особенности мотивации труда персонала в США и странах Западной Европы / В сборнике: *Современный менеджмент: теория и практика*. Материалы 2017. С. 15-21.
11. Кругликова, М.Е.; Гурьева, И.Ю.; Шатохина, А.О. Мотивационная стратегия управления персоналом в культуре Японии // *Фундаментальные и прикладные исследования в современном мире*. 2015. № 11-2. С. 134-136.
12. Сафеекина, А.А.; Стеклова, О.Е. Зарубежный опыт мотивации персонала // *Вестник УлГТУ*. 2017. № 4 (80). С. 71-73.
13. Соломанидина, Т.О.; Калмыкова, П.Д. Зарубежный опыт мотивации трудового поведения персонала // *Нормирование и оплата труда в промышленности*. 2015. № 8. С. 56-60.

© М.Н. Поддубная, А.П. Абрамян, 2020

УДК 339.9

КРОСС-КУЛЬТУРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ В РЕКЛАМНОЙ ПОЛИТИКИ ОРГАНИЗАЦИЙ

БАШУН ИНЕССА ИГОРЕВНА

Студентка 4 курса

Сибирский государственный университет науки и технологий имени М.Ф. Решетнева»

Научный руководитель: Кравченко Марина Владимировна

Сибирский государственный университет науки и технологий имени М.Ф. Решетнева»

Аннотация. В статье рассмотрены кросс-культурные особенности различных стран при продвижении продукта на международном рынке.

Количество международных корпораций, предлагающих свой продукт на рынках различных стран, растет с каждым днем. Это японский, корейские, российские, американские, латиноамериканские и западноевропейские компании, а так же многие другие. Менталитет нации обуславливает рекламные предпочтения той или иной потребительской аудитории. Каждая страна, каждый народ имеют свои национальные уникальные особенности восприятия мира.

Ключевые слова: реклама, международная компания, интеграция, особенности стран.

CROSS-CULTURAL FEATURES IN THE ADVERTISING POLICY OF ORGANIZATIONS

Bason Inessa Igorevna*Scientific adviser: Kravchenko Marina*

Annotation. The number of international corporations offering their product in the markets of various countries is growing every day. These are Japanese, Korean, Russian, American, Latin American and Western European companies, as well as many others. The mentality of the nation determines the advertising preferences of a particular consumer audience. Each country, each nation has its own unique national perception of the world.

Key words: advertising, international company, integration, country features.

Крупным международным компаниями необходимо информировать о своей продукции население тех стран, в которых у них есть филиалы, где они имеют непосредственно рынки сбыта. Рекламная деятельность на сегодняшний день обрела характер кросс-культурного менеджмента. Отличительными чертами данного вида менеджмента является умение решать сложные проблемы, обязательность учета числа многочисленных факторов культурных особенностей каждой страны и менталитета населения в целом для наиболее качественного и информативного донесения информации до конечного потребителя.

Компании, которые достигли международного уровня, организуют свою рабочую деятельность так, что бы были исследованы данные проблемы:

-качество специализации рекламной кампании исходя из особенностей конкретной страны

-централизованное или децентрализованное управление рекламной деятельностью

-использование услуг рекламных агентств — международных и национальных

-размещение рекламы в средствах массовой информации

-влияние культурологических и исторических особенностей каждой страны на эффективность данной рекламной кампании.

Один из наиболее сложных вопросов в создании современной рекламной кампании - определение политики создания рекламного предложения с учетом так же и политических особенностей страны.

Реклама в одном стиле для всех стран или же специальная реклама, созданная исходя из особенностей страны? Оба направления имеют свои положительные и отрицательные характеристики.

Менеджеры некоторых компаний выступают за сохранение единого корпоративного стиля компании в рекламных кампаниях для всех стран, некоторые считают, что реклама должна быть ориентирована на конкретного конечного потребителя данной страны. По мнению автора, реклама может быть эффективна только тогда, когда она имеет целевую направленность на каждую группу потребителей.

Согласно предшествующему иностранному опыту, можно сказать, что в конце 80-х годов в рекламном менеджменте на западе главную позицию занимала стратегия стандартизированной рекламы. Менеджеры того времени считали, что в каждой стране есть одинаковые группы потребителей.

Несмотря на тенденцию к единой стандартизированной рекламе, международные компании используют сочетание стандартизированной и локальной рекламы. Так, исходя из исследований американского рынка, можно сказать, что только 8% компаний международного уровня пользуются единым стилем рекламы, а 263% компаний используют только локальную рекламную кампанию. Большинство компаний, которое составляет 66%, используют оба вида рекламы исходя из особенностей каждой страны. Они обращают внимание на такие факторы, как экономические и политические особенности страны, особенности табу и культуры в целом, национальные стереотипы и многое другое. [5] Главным является тот факт, что эти факторы являются лимитирующими, то есть ограничивают определенные рекламные кампании, заставляя менеджером анализировать и адекватно оценивать эти факторы и искать выход из сложившейся ситуации.

Один из главных факторов – особенности законодательства страны в области рекламы. Например, это касается возможности использования так называемой «сравнительной рекламы» в СМИ. В таких странах, как Италия и Великобритания данный метод разрешен законодательством. А вот в Германии, Люксембурге и Бельгии это незаконно. Следовательно, типовая для Америки сравнительная реклама, в которой часто используется сравнение товара с аналогичным товаром конкурента, не может существовать на рынках ряда стран Западной Европы, а если из неё убрать сравнительный элемент, то она станет просто неэффективной.

Так же в некоторых странах существует уникальная система налогообложения иностранной рекламы в СМИ.

Второй проблемный фактор – язык. Проблема включает в себя сразу несколько аспектов: различные языки стран, различные диалекты внутри другой страны, понятийные и лингвистические особенности стран.

Например, компания, которая планировала запуск продажи мячей в странах, где население использует испанский язык, столкнулась с неожиданными трудностями перевода этого простого слова. Английское слово «ball» переводится на испанский язык как «bola». Но в различных странах, где говорят на этом языке, слово «bola» имеет абсолютно различное значение: в одних — мяч, в других — революция, в третьих — ложь, подлог. Такие ошибки в переводе могут казаться не просто курьезными, а смысловыми, что по итогу приведет к провальной рекламной кампании и реклама будет просто не понята населением страны. Так же возникает проблема с переводом на иностранный язык всевозможных идиоматических выражений, устойчивых фраз, коротких изречений, сокращений и так далее.

Именно знание культурологических особенностей и стереотипов каждой страны лежит в основе модифицированной рекламы, которую используют международные компании.

Менеджеры при планировании маркетинговой активности должны оценивать гомогенность или гетерогенность культурных особенностей рынка. Даже при выборе цветовой гаммы необходимо быть внимательным, потому что, например, белый цвет в Европе ассоциируется с чистотой, непорочностью, а в Азии — со смертью. В международном рекламном бизнесе существует целая энциклопедия символик цветов и их сочетаний. Рекламист должен обладать знаниями о них, чтобы сделать эффективную рекламу. В ряде случаев это важно еще и потому, чтобы не создать отрицательного восприятия рекламного текста или более того — не оскорбить чувства жителей данной местности, страны. Так

же немаловажное значение имеет вопрос преодоления устоявшихся традиций и привычек населения страны. Так, например, лет десять назад было невозможным представить, что житель Азии может быть заинтересован в рынке кофейной продукции. Азиаты не принимали кофе как напиток. Однако грамотная и хорошо разработанная рекламная политика помогла перешагнуть этот барьер и растворимый кофе в Японии и Китае нашел своего потребителя.

Эффективность рекламной кампании зависит и от уровня технологической обеспеченности каждой страны. В небольших и экономически неразвитых странах трудно производить рекламные материалы из-за отсутствия качественного сырья – красок, бумаги, нужного оборудования и наличия квалифицированного персонала. Всё это негативно складывается на качестве рекламы.

Подводя итог всего вышесказанного, можно сказать, что для менеджера, занятого в сфере рекламы на международном рынке стоит глобальная проблема преодоления культурных особенностей стран. Главными являются задачи по минимизации ограничений, накладываемых на рекламу различными особенностями стран. Для того, что бы рекламная кампания на международном уровне была эффективна, крайне необходимо профессиональное управление её созданием и донесением до конечного потребителя. Так же важной является наличие заранее разработанной всех предвиденных и непредвиденных обстоятельств, возникающих в ходе рекламной кампании на международном рынке и разработка нейтрализации отрицательного влияния внешних факторов.

Список литературы

1. Альчук А. Метаморфозы образа женщины в русской рекламе // Гендерные исследования / ХЦГИ. Харьков, 1998. №
2. Лебедев-Любимов А. Психология рекламы.— М., 2003.
3. Мамонтов А.С. Кросс-культурный анализ (лингвострановедение в сфере рекламы).—М.: Изд-во МГСА, 2002. С.9.
4. Головлева Е.Л. Основы рекламы: учебно-методическое пособие. — М., 2001. Лебедев Любимов А. ЛЗЗ Психология рекламы. — СПб.: Питер, 2002 [HTTPS://KONSPEKTS.RU/ MARKETING /MEZHDUNARODNYJ-REKLAMNYJ-MENEDZHMENT/](https://konspekts.ru/marketing/mezhdunarodnyj-reklamnyj-menedzhment/)

УДК 339.9

ВЛИЯНИЕ КИТАЙСКО-РУССКИХ ОТНОШЕНИЙ НА РЫНОЧНУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

ГУСЕВА НАТАЛИЯ ОЛЕГОВНА

студент 4 курса направление

Сибирский государственный университет науки и технологий имени М.Ф. Решетнева

Научный руководитель: Марина Владимировна Кравченко*Сибирский государственный университет науки и технологий имени М.Ф. Решетнева*

Аннотация. Статья посвящена развитию китайско-русских отношений. Укрепление взаимоотношений стороны Китая и Русской стороны нельзя пройти стороной. Для Российского государства это идеальный союзник во всех сферах деятельности. Какова же перспектива данного союза рассмотрим далее.

Ключевые слова: Россия, Китай, экономика, политические отношения, товарооборот.

THE DEVELOPMENT OF CHINESE-RUSSIAN RELATIONS, THEIR CURRENT SITUATION AND PROSPECTS

Guseva Natalia*Scientific adviser: Kravchenko Marina*

Annotation. The article is devoted to the development of Chinese-Russian relations. Strengthening the relationship between China and the Russian side cannot be ignored. For the Russian state, it is an ideal ally in all areas of activity. What is the prospect of this union, we will consider further.

Key words: Russia, China, economy, political relations, commodity circulation.

Китайская Народная Республика и Советский Союз установили дипломатические отношения в далеком 1949 году, затем после развала СССР был заключен Договор о добрососедстве, сотрудничестве и дружбе уже с Российской Федерацией. В текущем году состоялся торжественный вечер, посвященный 70-летию установления дипломатических отношений между Россией и Китаем. На данный момент российско-китайские отношения официально определяются сторонами как равноправно-доверительное партнерство. Главы государств поддерживают постоянный контакт, а также организуют встречи около пяти раз в год. Два года назад, в июле 2018 года, президент Российской Федерации Владимир Владимирович Путин получил орден Дружбы КНР. [4]

Важнейшей частью китайско-русских отношений является торгово-экономическое взаимодействие. Китай - крупнейший торговый партнер Российской Федерации. По итогам 2018 года товарооборот впервые в истории превысил 100 миллиардов долларов. Он составил 108,284 миллиарда долларов, показав рост на 24,5%. Объем российского экспорта составил 56,065 миллиарда долларов, импорта – 52,218 миллиарда долларов (статистика товарооборота с 2013 года в рисунке 1., таблица 1.). Главы государств нацелены на увеличение к 2020 году объема двустороннего товарооборота до 200 миллиардов долларов, а объема китайских прямых инвестиций в экономику России – до 12 миллиардов долларов. Основу российского экспорта составляют минеральные продукты, древесина и целлюлозно-бумажные изделия, продовольственные товары и сельскохозяйственное сырье, машины, оборудование и транспортные средства, продукция химической промышленности, металлы и изделия из них. [2]

В структуре экспорта России в Китай в 2018 году основная доля приходится на следующие виды товаров: минеральные продукты, древесина и целлюлозно-бумажные изделия, продовольственные товары и сельскохозяйственное сырьё, машины, оборудование и транспортные средства, продукция химической промышленности, металлы и изделия из них. [2]ъ

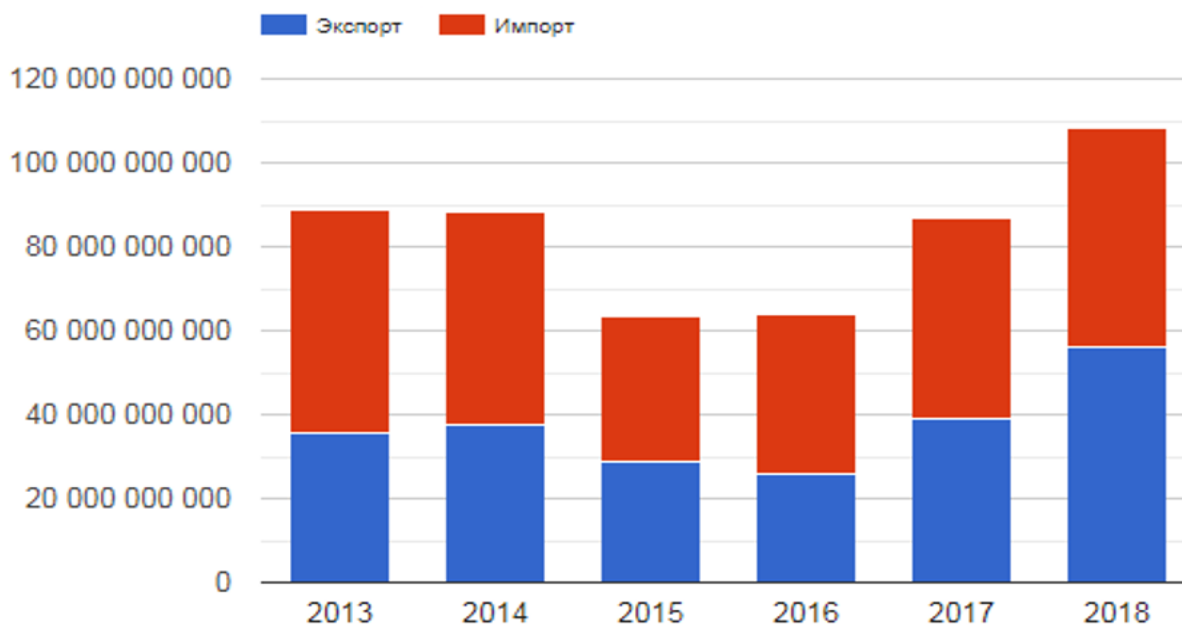


Рис. 1. График уровня товарооборота России и Китая, все товары, в долларах. [1]

В структуре импорта России основная доля поставок приходится на следующие виды товаров: машины, оборудование и транспортные средства, текстиль и обувь, продукцию химической промышленности, металлы и изделия из них, продовольственные товары и сельскохозяйственное сырьё.

Уровень взаимных инвестиций пока значительно отстают от объемов двусторонней торговли, но это остается приоритетом для развития китайско-русских торговых и экономических отношений. При этом вложения Китая в Россию гораздо больше, чем инвестиции России в Китай.

Таблица 1

Числовые показатели уровня товарооборота. [1]

Период	Сумма
2013	88,7 млрд.
2014	88,3 млрд.
2015	63,5 млрд.
2016	63,7 млрд.
2017	87 млрд.
2018	108,3млрд
2019	110,75 млрд.
2020	88,19 млрд (по итогу 3 квартала)
ИТОГО:	698,44млрд.

Китайские капиталовложения в России: энергоресурсы, сельское и лесное хозяйство, строительство и производство стройматериалов, торговля, легкая и текстильная промышленность, производство бытовой электротехники, услуги. Русские инвестиции в Китае: производственная отрасль, строительство, транспортные перевозки.

Военная сфера также приоритет для двух держав. Россия является крупным поставщиком Китая. Россия предоставляет большое количество товаров и услуг военного назначения. Портфель контрактов с КНР составил семь миллиардов долларов. На Китай приходилось около 15% от общего портфеля заказов в военной промышленности.

Установление связей двух государств происходит не только в политической сфере мирных отношений, но и в образовательной, научной жизни. Многие ведущие вузы российских регионов сотрудничают с зарубежными вузами Китая. Каждый год университеты принимают к себе десятки тысяч студентов, приезжающий по обмену или для получения полноценного образования в данной стране, а возможно и остаться для получения рабочей визы и дальнейшей работы. У студентов не возникает сложностей в получении визы, по приглашению ее можно сделать всего за несколько дней. Также между университетами практикуется обмен преподавателями на установленные сроки, что позволяет им получить драгоценный опыт в преподавании иностранным студентам, поделиться своими знаниями и опытом с иностранными коллегами.

Сфера туризма также не остается без внимания. По данным на 2018 год число туристов из Китая выросло на семнадцать процентов в сравнении с предыдущим годом. Сегодня Китай занимает шестое место среди самых популярных туристических направлений у российских туристов. Всего в 2018 году, по данным Росстата, количество россиян, путешествующих за рубеж составило почти 42 миллиона человек, что на 5,8% больше, чем годом ранее. Сфера бизнеса находится под напряжением. Никаких продвижений в этой сфере нет. Российскому законодательству необходимо обратить на это внимание и принять меры по упрощению ведения бизнеса для иностранных граждан на территории РФ. Эти меры помогут не только гражданам Китая в делах бизнеса, но и будут мощным толчком для экономического роста России. Развитие отношений между Китаем и Россией имеет перспективные и взаимовыгодные действия. В настоящий момент китайско-российские отношения находятся на самом высоком уровне за всю историю развития. В последние годы наблюдается непрерывное повышение китайско-российского торгово-экономического, образовательного, туристического, военного и политического сотрудничества. Несмотря на это мощный потенциал развития двусторонних отношений используется не на полную мощь, так как без внимания остается ряд важных сфер.

Существует ряд факторов, замедляющих развитие российско-китайского сотрудничества:

- 1) трудности в изучении языков. Русским тяжело дается китайские тона, а китайцев пугают длинные слова и падежи, но несмотря на это, все больше людей начинают осознавать важность и перспективу изучения иностранных языков;
- 2) разные подходы к ведению бизнеса, отличия в менталитете;
- 3) Налогообложения в РФ не стимулируют иностранное предпринимательство в России;
- 4) Недостаточная защищенность китайского бизнеса в России.

[4] В будущем страны будут продолжать проявлять взаимное стремление к повышению уровня сотрудничества и планомерного развития деловых отношений во всех существующих сферах взаимодействия. Трудности в отношениях существуют, так как каждая из сторон стремится защищать прежде всего свои национальные интересы, исходя из собственного представления о них. Основой стратегии нашего партнерства должны стать стремление наших народов к лучшей жизни в обеих государствах.

Список литературы

1. Товарооборот России и Китая. Режим доступа: электронный ресурс <https://ru-stat.com/date-Y2013-2019/RU/trade/CN>
2. Торговля между Россией и Китаем в 2018 г. Режим доступа: электронный ресурс <https://russian-trade.com/reports-and-reviews/2019-02/torgovlya-mezhdu-rossiey-i-kitaem-v-2018-g/>
3. Межгосударственные отношения России и Китая. Режим доступа: электронный ресурс <https://ria.ru/20190918/1558725587.html>
4. Перспективы отношений и сотрудничества России и Китая. Режим доступа: электронный ресурс https://studwood.ru/1059172/politologiya/perspektivy_otnosheniy_sotrudnichestva_rossii_kitaya

МАРКЕТИНГ

УДК 330

ПОДХОДЫ К СЕГМЕНТАЦИИ РЫНКА В ПРОЦЕССЕ ОРГАНИЗАЦИИ КОММУНИКАЦИОННОЙ КАМПАНИИ

ПОМИЛУЙКО АННА РОМАНОВНА

Студент

НГУЭУ «Новосибирский государственный университет экономики и управления»

*Научный руководитель: Плюснина Лидия Константиновна**профессор кафедры**НГУЭУ «Новосибирский государственный университет экономики и управления»*

Аннотация: в статье затронуты актуальные направления сегментации рынка в процессе организации коммуникационной кампании и проведен анализ подходов к сегментации рынка с использованием различных критериев, что позволило автору выделить дополнительные критерии и виды сегментации рынка.

Ключевые слова: маркетинг, коммуникационная кампания, целевая аудитория, сегментация, подходы.

APPROACHES TO SEGMENTATION OF THE TARGET AUDIENCE IN THE PROCESS OF ORGANIZING A COMMUNICATION CAMPAIGN

Pomiluyko Anna Romanovna*Scientific adviser: Plyusnina Lydia Konstantinovna*

Abstract: the article touches the subject of the current directions of market segmentation in the process of organizing a communication campaign and analyzes approaches to market segmentation using various criteria, which allowed the author to identify additional criteria and types of market segmentation.

Key words: marketing, communication campaign, target audience, segmentation, approaches.

Проведение коммуникационной кампании требует исследования такого важного аспекта как сегментация рынка. Для того чтобы успешно провести коммуникационную кампанию, необходимо сегментировать рынок и работать с каждым сегментом по отдельности. Таким образом, сегментация рынка – это выбранная компанией стратегия, которая направлена на разделение и приспособление производства и маркетинговых действий к целевой аудитории рынка и потребностям покупателей. Сегментирование рынка позволяет сгруппировать и выделить из общей аудитории потенциальных потребителей продукции компании в группы, которые обладают одинаковыми требованиями к товару или услуге. Также эти группы обладают одной и той же реакцией на рекламу или PR - мероприятия, т. е. групп с одинаковыми потребительскими мотивациями, предпочтениями и поведением. Группы образуют сегмент рынка, благодаря которому осуществляется определенная программа действий. Сегментация рынка нацелена на узкую группу потребителей (сегмент рынка) с помощью маркетинговой стратегии, которая основывается на требованиях и потребностях потребителей, входящих в группу. Для достиже-

ния цели деятельности необходимо обеспечить четкую направленность на нужного потребителя, т.е. не распылять, а концентрировать свои усилия на “направление главного удара”, тем самым позволяя поднять «коэффициент полезного действия» предприятия [2].

Актуальность темы обуславливается тем, что сегментация рынка – это возможность эффективно и грамотно использовать бюджет на коммуникационную деятельность и увеличить конверсию в покупку. Она уменьшает шанс отправить сообщение тем, кто в нем не нуждается. Благодаря сегментации объединяются клиенты с одинаковыми предпочтениями и возможностями. Сегментация рынка используется в контекстной рекламе, социальных сетях (ВКонтакте, Instagram, Facebook и т.д.), наружной рекламе и т.д. Иначе можно получить широкую аудиторию с размытым потребностями, которая входит в сегмент рынка. Так компания не сможет получить возможность выделить ключевые особенности и сформировать уникальное предложение.

По нашему мнению, среди наиболее актуальных направлений сегментирования рынка можно выделить следующие: уточнение концепции сегментации и, ее определения; перечисление способов сегментации; конкретизация признаков сегментации; совершенствование способа сегментации по свойствам продукта, по параметрам их выраженности; совмещение сегментации и позиционирования; разработка способов сбора информации для проведения сегментации по свойствам продукта этого сегмента.

По мнению Ф. Котлера, рынок состоит из всех потенциальных потребителей, которые имеют отличающиеся от других потребности и желания, а также из компаний, которые готовы их удовлетворить [1]. На рынке образуются группы потребителей с различающимися нуждами и желаниями. Каждая из групп – это определенный сегмент рынка со своими особенностями и характеристиками. Процесс деления рынка на такие группы называется “сегментацией” или “целевым маркетингом” [2].

В общем и целом сегментация – это стратегия, используемая компанией для концентрации и, следовательно, оптимизации использования своих ресурсов на рынке. С другой стороны — это маркетинговая стратегия с рядом последовательных действий, используемых компаниями для сегментирования рынка [3].

Ф. Котлер предлагает сегментацию рынка по таким характеристикам: география, демография, психография [1]. Сегментирование по географическому принципу предполагает деление рынка на различные географические единицы: государства, штаты, регионы, округа, города, общины. Компания должна определить в каком направлении она хочет действовать, это может быть один или несколько географических региона или во всех районах, но при это учитывать особенности и потребности, определяемых географией.

Сегментирование по демографическому принципу заключается в распределение аудитории на основе демографических признаков как пол, возраст, размер семьи, этап жизненного цикла семьи, уровень доходов, род занятий, образование, религиозные убеждения, раса и национальность. Чаще всего компании в первую очередь опираются на демографические признаки, она служат основой для различия групп. Это является одним из популярных способов распределения аудитории, потому что чаще всего потребности и предпочтения, а также интенсивность потребления товара часто тесно связаны демографическими признаками. Другая причина основывается на том, что демографические характеристики легче поддаются замерам. При психографическом сегментировании рынок потребителей подразделяют на группы по признакам принадлежности к общественному классу, образа жизни и/или характеристик личности. У представителей одной и той же демографической группы могут быть совершенно разные психографические профили.

М.А. Поличенкой предлагает для реализации сегментирования компании использовать варианты сегментирования на основе разных параметров, одного или нескольких сразу, в попытках отыскать наиболее полезный подход к рассмотрению структуры рынка [3]. Для осуществления требуется анализ факторов, который исследует влияние различных факторов на результат, на основе этого компания имеет возможность выбрать именно те факторы, которые максимально воздействуют на конечный результат.

Все подходы к сегментированию рынка, можно условно разделить на два вида [3]:

1. Неупорядоченный выбор критериев сегментирования. Он производится произвольно. Его следует применять, когда построение иерархии критериев сегментирования рынка затруднительно, либо не хватает данных для дальнейшего построения.

2. Многоступенчатые подходы. Построение иерархической системы критериев на основе оценки важности для сегментирования. Необходимо определить два или более критериев, через которые формируется сегментация [3]. На первой, макростадии, используются общие факторы - демографические характеристики населения, географическое положение, активность потребления и т.п. Микростадия заключается в определении сегментов в рамках макрогрупп на основе характеристик субъектов, принимающих решения.

На основе рассмотренных подходов сегментирования рынка можно сделать вывод, что особое внимание необходимо уделить подробному построению портрета потребителя. Опираясь на неупорядоченный выбор критериев сегментирования важно уточнить, что в зависимости от ситуации, в которой находится организация можно использовать произвольное сегментирование. Что в дальнейшем поможет собрать подробные данные для построения сегментов.

Помимо вышеупомянутых подходов в качестве критерия сегментирования можно добавить местонахождение организации, по которому необходимо сегментировать свою аудиторию. Местоположение организации важно, так как благодаря этому можно понять, кто заинтересуется товаром\услугой организации. Также выявить конкурентов с альтернативным предложением на рынке, чтобы предугадать поведение потенциального потребителя. Сегментация по месту проживания позволит персонализировать специальное предложение для определенного рынка. Пользователь с большей вероятностью обратит внимание на продукт\услугу, если она связана с его местом проживания.

Таким образом, любая компания, осуществляющая маркетинговую стратегию, заинтересована в конечном результате. Для достижения результата необходимо анализировать рынок, на который планируется выходить. Для разработки стратегии участникам рыночных отношений нужно иметь понимание рынка, на который они выходят. С точки зрения маркетинга потенциальный рынок определяется по средствам сегментации. Потенциальный рынок, на котором выражают свой определенный спрос работодатели и конкретизируют свое предложение наемные работники, состоит из ряда отдельных сегментов, групп потребителей. Каждая из групп имеет как схожие, так и различные требования и желания к товару или услуге.

Также необходимо учесть покупательскую способность каждого сегмента, которая зависит от демографических и географических признаков. Таким образом, совмещая все показатели для сегментации рынка можно сформировать точный портрет аудитории и получить максимально эффективный результат.

Список литературы

1. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс. 2-е изд. / Пер. с англ. под ред. С. Г. Божук. — СПб.: Питер, 2006. — 464 с
2. Котлер Ф., Армстронг Г., Сондерс Д., Вонг В. Основы маркетинга: Пер. с англ. - 2-е европ. изд. К.; М.; СПб.: Издат. дом "Вильямс", 1998.
3. Сегментирование рынка [Электронный ресурс]- URL: <http://www.marketopedia.ru/34-segmentirovanie-rynka.html> (15.11.2020).

УДК 33

АССОРТИМЕНТНАЯ ПОЛИТИКА КАК ВАЖНЕЙШИЙ МАРКЕТИНГОВЫЙ ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ПРИБЫЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

БЕКЕТОВ АНТОН НИКОЛАЕВИЧАссистент кафедры маркетинга
ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова»

Аннотация: В статье рассматриваются некоторые аспекты взаимодействия финансов и маркетинга в предприятиях розничной торговли и использование такого важнейшего инструмента комплекса маркетинга как товарная политика для обеспечения финансовой устойчивости компании с помощью управления ассортиментом и процессом закупки товаров.

Ключевые слова: товарная политика, товарный ассортимент, розничная торговля, торговое предприятие, управление товарным ассортиментом, торговые площади, формирование рационального ассортимента товаров в предприятиях розничной торговли.

ASSORTMENT POLICY AS THE MOST IMPORTANT MARKETING TOOL FOR INCREASING THE PROFITABILITY OF A RETAIL COMPANY

Beketov Anton Nikolaevich

Abstract: In article some aspects problem of interaction of finance and marketing in the enterprises of retail trade and use of such major tool of a complex of marketing as commodity policy for ensuring financial stability of the company by means of management of the range and procurement process of goods are considered.

Key words: Commodity policy, commodity range, retail enterprise, trade enterprise, product assortment optimization, retail space, formation of a rational range of goods in retail enterprises.

С повышением уровня зрелости основных потребительских рынков, а также уровня конкуренции для различных отраслей экономики, к которым можно отнести и автомобильную промышленность, растет роль и значение маркетинга для системы управления продажами корпорации. Как известно, рационально и правильно организованная с маркетинговой точки зрения система управления продажами — это почти половина общего успеха для современной автомобильной корпорации. Представляется, что в рамках управления процессами системой продаж требуется эффективное владение методологией маркетингового планирования деятельности автомобильной корпорации и ноу-хау, связанными с использованием ключевых и надежных индикаторов, характеризующих эффективность работы по производству, маркетингу и продажам автомобильной продукции.

Образ жизни людей формируется розничной торговлей. Розничная торговля — это неотъемлемая часть современного общества, и люди очень зависят от розничных магазинов, чтобы вести комфортную жизнь. В прошлом товары и услуги предоставлялись в процессе торговли. В цепочке поставок товары и услуги перетекают от производителя или поставщика услуг к конечным потребителям — а когда существует огромное количество потребителей, и они распространяются по всему миру, роль рознич-

ных магазинов становится гораздо более важной. Розничные торговцы играют роль связующего звена между производителем и конечными потребителями. Из-за их решающего значения в цепочке поставок структура розничных магазинов с годами постепенно улучшалась. На глобальном рынке розничная торговля подразделяется на несколько крупных сетей, а не на небольшие независимые розничные магазины. Растущее значение и формализация розничной торговли сделали ее важной частью цепочки поставок. Более того, сравнение розничных торговцев проводится с производителями, что показывает растущее доминирование розничных торговцев в канале сбыта. Вдобавок к этому годовой оборот некоторых розничных торговцев, таких как Wal-Mart, намного превышает годовой оборот многих высокотехнологичных компаний. Все эти моменты показывают, что розничная торговля является наиболее доминирующей частью всей цепочки поставок.

Розничные торговцы постепенно становятся владельцами главного актива любого бизнеса – клиентской базы. В прошлом власть находилась в руках поставщиков из-за ограниченного числа поставщиков на рынке. У розничных продавцов не было другого выбора, кроме как получать товары от поставщика для продажи в своих магазинах. Но в настоящее время существует множество поставщиков одного вида продукции. Таким образом, розничный торговец может принять решение, какой бренд хранить в своих магазинах, а потребители покупают запасы продуктов, предоставленные розничными торговцами. Таким образом, розничные торговцы играют важную роль в формировании запросов клиентов на потребительском рынке.

Ассортиментная политика является наиболее важным маркетинговым инструментом для розничного предприятия. Правильный выбор товаров и наличие их на складе в необходимом количестве крайне важен для обеспечения трёх важнейших показателей для торгового предприятия: (1) операционного дохода от продаж, (2) оборачиваемости товаров и (3) дохода на квадратный метр. Никто не может предложить покупателю сразу все возможные товары и бренды, но в имеющемся ассортименте продуктов должно быть достаточно альтернатив, чтобы обеспечить высокий средний чек и частоту покупок. К примеру, если клиент, ищущий элемент одежды, не находит одного цвета, он должен иметь возможность выбрать вместо него другой цвет.

Достижение успеха в постоянных продажах требует предложения нужного продукта в нужном месте в нужное время и для нужного покупателя. Ассортиментная политика как комплекс решений, направленный на правильный выбор продуктов, способствует энергичному росту не только крупных, но и небольших компаний. Розничный торговец может повысить свой доход только тремя путями: (1) увеличить количество покупателей, (2) увеличить средний чек и (3) увеличить частоту покупок постоянными клиентами – и решения в двух последних путях как относятся к решениям в ассортиментной политике. Таким образом, корректное управление ассортиментной политикой позволяет обеспечить 2/3 успеха розничного предприятия, а для устойчивого роста всех вышеперечисленных экономических показателей необходимо своевременно и на постоянной основе изменять и улучшать выбор продуктов для клиентов, формируя лояльную клиентскую базу, осуществляющую повторные покупки.

Именно рациональное формирование ассортимента помогает покупателю найти продукт, который он искал, или достаточно похожий, который удовлетворяет потребности. Необходима прозрачная система формирования ассортимента, позволяющая с определённой периодичностью анализировать критически важные решающие факторы для выбора покупателя, находящегося в магазине: наличие нужного продукта или его заменителя, цену, необходимое количество, марку/стандарт, нужный размер, вкус, цвет и т.д. Очень важно предлагать различные альтернативы, которые покупатели могли бы выбрать, если не найдут товар, за которым они пришли в магазин. Если подходящий размера отсутствует, покупатель вряд ли купит одежду большего размера, но он может выбрать тёмно-красную куртку вместо просто красной. Если клиенту важно найти конкретный размер шин, то при условии, что спецификации товара соответствуют требованиям, возможен выбор другой марки/бренда. Поэтому при выборе продукта всегда следует учитывать, что некоторые клиенты предпочтут купить второе лучшее решение, когда идеальный продукт недоступен – главное обеспечить для них эту возможность.

Обзоры рынка помогают понять клиента и сформировать оптимальный ассортимент как для большой торговой сети, так и для отдельно взятого регионального магазина. Анализ рынка предоста-

вит розничному продавцу идеи о том, какие дополнительные продукты предлагать, что чаще выбирают те или иные потребители, сколько они готовы заплатить, а также о том, как планировать и осуществлять акции и целевые предложения. Анализ должен также охватывать деятельность конкурентов – какие продукты они предлагают, по какой цене и в каком ассортименте, а также клиентов – каковы потребительские предпочтения существующих и потенциальных клиентов в месте продаж и какие продукты должны дополнять существующие предложения. Для анализа рынка проводятся интервью, опросы, холл–тесты, фокус–группы, а также специальные методы исследований трейд–маркетинга.

Как и в любом другом случае, планирование начинается с определения клиента. Чем точнее определен целевой покупатель, тем проще будет выбрать продукты для формирования оптимального ассортимента. Например, выбор молодых одиноких женщин в качестве потенциальной целевой группы клиентов вместо всех женщин является полезным, поскольку молодые женщины могут тратить больше денег на свои личные потребности и желания по сравнению с матерями. Однако важно помнить, что больше – не всегда лучше в ассортиментной политике.

Часто покупатели ищут в магазине только один или два конкретных товара и не обращают особого внимания на остальные; при этом маржинальность разных товаров может сильно различаться. Более узкий выбор продуктов, который удовлетворяет потребности покупателя, но в то же время позволяющий сделать максимальную наценку, определяют эффективность работы розничного продавца а также сокращать затраты на складские запасы. Кроме того, исключение из ассортимента товаров, не представляющих интереса для постоянного покупателя, позволяет улучшить покупательский опыт – в конце концов, покупатель живет насыщенной жизнью, и чем проще процесс покупки, тем приятнее. Время на покупки являются важной частью покупательского опыта, и если клиент может быстро и понятно сделать выбор, это формирует его лояльность по отношению к продавцу.

Таким образом, рациональный выбор продукта означает больше, чем просто прогнозирование потенциала продаж. Определенные товары необходимы как магнит для привлечения покупателя в магазин (товар – локомотив); другие выгодны из–за высокого товарооборота (товары постоянного спроса), а третьи – из–за возможности сделать максимальную наценку.

Критически важно предлагать продукты, которые регулярно приводят покупателя в магазин, поскольку эти продукты создают возможность для него совершать дополнительные покупки по сравнению с первоначальным намерением, другими словами, делать импульсивные покупки, увеличивая средний чек. Но такая схема работает только при предложении товаров, которые действительно нужны покупателю на регулярной основе. Молодые матери ежедневно покупают подгузники для своих младенцев, поэтому разумно доставить их в магазин, предлагая подгузники по ценам ниже конкурентов или даже по себестоимости. Подгузники должны быть окружены продуктами с более высокой маржой, такими как книги, одежда, игрушки и другие детские товары – покупатели, ищущие подгузники, обязательно заметят другие товары поблизости.

Другим важным выбором в ассортиментной политике является наличие предложения дорогих или же более дешёвых альтернатив. Как правило, более дешевые продукты коррелируют с более высоким объемом продаж, тогда как более дорогие продукты имеют более высокую маржу, создавая меньший объем продаж, но более высокую прибыль. Следует искать баланс между продуктами с более высоким объемом продаж и более низкой маржой и продуктами с меньшим объемом продаж и более высокой маржой, одновременно удовлетворяя потребности клиентской базы. При этом важно учитывать размеры торгового предприятия – так, небольшой магазину может повышать прибыль с помощью более высокой торговой наценки, а для крупного ритейлера более важным могут быть показатели оборачиваемости и оборот продаж.

При выборе продуктов необходимо также учитывать важность предлагаемых брендов и текущую рыночную ситуацию. Преобладающие экономические условия определяют, является ли предложение доступных товаров по лучшей цене преимуществом перед товарами высшего качества по более высокой цене, или нет. Ассортиментная политика розничного продавца должна предлагать выбор как более дешевых, так и высококачественных, но более дорогих продуктов. Потребности клиентов меняются быстрее, чем когда–либо прежде, и продавец должен постоянно обновлять свой выбор продуктов, об-

ращать внимание на то, что клиенты просят, и предугадывать общие тенденции рынка. К примеру, покупки в Интернете становятся новой тенденцией из-за развития технологий и курьерских услуг. Поэтому все больше и больше компаний открывают свой бизнес в Интернете, где клиенты могут просматривать продукты, не выходя из дома, и покупать их.

Шоппинг стал приятным занятием благодаря всем удобствам и комфорту, предоставляемым сетевыми магазинами, торговыми центрами, мультиплексами и т. Д. Люди теперь не думают, что шоппинг – это работа, но они с нетерпением ждут его и считают это снятием стресса и семейным занятием. Именно ассортиментная политика является лицом успеха розничного предприятия.

ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ

УДК 336

К ВОПРОСУ О ПРОВЕДЕНИИ АУДИТОРСКИХ ПРОВЕРОК ЭКОНОМИЧЕСКИХ СУБЪЕКТОВ В УСЛОВИЯХ КОРОНАКРИЗИСА

КОТОВА ОЛЬГА ВЛАДИМИРОВНА

к.э.н, доцент

ФБГОУ ВО «Уральский государственный экономический университет»

Аннотация. В статье раскрываются особенности проведения аудиторских проверок и сбора аудиторских доказательств в условиях пандемии коронавирусной инфекции. Рассмотрена необходимость оценки влияния фактора пандемии на будущие финансовые результаты и финансовое положение клиента, а также обозначена важная роль соблюдения принципа непрерывности деятельности компании в оценке аудитора.

Ключевые слова: аудиторская проверка, аудиторские доказательства, аудиторские организации, аудиторское заключение, коронавирусная инфекция, непрерывность деятельности.

ON THE ISSUE OF CONDUCTING AUDITS OF ECONOMIC ENTITIES IN THE CONTEXT OF THE CORONACRISIS

Kotova Olga Vladimirovna

Abstract: The article reveals the features of conducting audits and collecting audit evidence in the context of a coronavirus pandemic. The necessity of assessing the impact of the pandemic factor on the future financial results and financial position of the client is considered, and the important role of compliance with the company's business continuity principle in the auditor's assessment is outlined.

Key words: audit, audit, audit evidence, audit organizations, audit report, coronavirus infection, business continuity.

В условиях текущей ситуации рассматриваются наиболее важными следующие ключевые моменты, которые необходимо аудиторам принять во внимание при проведении аудиторских проверок:

- меры, принимаемые для сдерживания коронавируса, затрагивают каждого из нас;
- получение аудиторских доказательств;
- оценка аудитором соблюдение принципа непрерывности деятельности;
- аудиторская отчетность.

Разъяснения о порядке проведения аудиторских проверок подготовлено было СРО ААС в соответствии с требованиями нормативных правовых актов РФ, действующих по состоянию на 10 апреля 2020 года.

В соответствии с мнением Комитета по правовым вопросам аудиторской деятельности: в период нерабочих дней, определенных в соответствии с Указом Президента РФ от 02.04.2020 №239, аудиторские организации и индивидуальные аудиторы вправе осуществлять аудиторскую деятельность и выдавать аудиторские заключения в том случае, если осуществление ими деятельности не приостановлено (не ограничено) решениями Президента Российской Федерации и (или) иными нормативными правовыми актами Российской Федерации, нормативными актами субъектов РФ о введении комплекса

ограничительных и иных мероприятий, связанных с распространением коронавирусной инфекции (COVID-19), на территории, где соответствующая аудиторская организация или индивидуальный аудитор осуществляют деятельность [1]. При этом аудиторские организации и индивидуальные аудиторы в соответствии с разработанными рекомендациями при осуществлении аудиторской деятельности обязаны обеспечить соблюдение санитарно-эпидемиологических требований.

По особенностям применения МСА 570 «Непрерывность деятельности» [2] в условиях пандемии (оценка непрерывности деятельности) в связи с событиями в России и мире, связанными с распространением коронавируса COVID-19, «особое внимание необходимо обращать на выполнение требований МСА 560 «События после отчетной даты» [3].

Для того чтобы выполнить регламентированные процедуры Аудитор должен установить, каким образом руководство клиента и, если применимо, лица, отвечающие за корпоративное управление, оценивают влияние указанных событий на бухгалтерскую (финансовую) отчетность, необходима ли соответствующая корректировка или раскрытие информации в бухгалтерской (финансовой) отчетности и надлежащим ли образом раскрыты события после отчетной даты в бухгалтерской (финансовой) отчетности. В процессе проведения оценки влияния событий после отчетной даты следует проанализировать, могут ли возникнуть значительные сомнения в способности организации продолжать непрерывно свою деятельность, и провести аудиторские процедуры, предусмотренные МСА 570 «Непрерывность деятельности».

В соответствии с Письмом Минфина России от 7 апреля 2020 г. № 07-02-09/27403 Департамент регулирования бухгалтерского учета, финансовой отчетности, аудиторской деятельности, валютной сферы и негосударственных пенсионных фондов «обращает внимание аудиторских организаций, индивидуальных аудиторов» [4] на Информационное сообщение ИС-аудит-32 «Влияние эпидемиологической ситуации на организацию и оказание аудиторских услуг» [5].

Выделим основные рекомендации при составлении аудиторских заключений:

- аудиторские организации, индивидуальные аудиторы должны соблюдать требования применимых Международных стандартов аудита, введенных в действие на территории Российской Федерации приказом Минфина России от 9.01.2019 № 2н;

- целесообразно использовать Сборник примерных форм заключений, составленных в соответствии с международными стандартами аудита (версия 4/2019), одобренный Советом по аудиторской деятельности и размещенный на официальном Интернет-сайте Минфина России www.minfin.ru в разделе «Аудиторская деятельность - Стандарты и правила аудита - Разъяснения и рекомендации».

Особое внимание необходимо обратить на примерные формы аудиторских заключений в разделах 1.2.1 «Годовая бухгалтерская отчетность организации, ценные бумаги которой допущены к организованным торгам (с ключевыми вопросами аудита), существенная неопределенность, адекватное раскрытие информации, немодифицированное мнение», 1.2.2 «Годовая бухгалтерская отчетность, существенная неопределенность, неадекватное раскрытие информации, мнение с оговоркой», Дополнительно в приложении к настоящему письму приведена примерная форма аудиторского заключения, составленного в отношении годовой бухгалтерской отчетности при наличии существенной неопределенности по поводу способности аудируемого лица продолжать непрерывно свою деятельность в условиях распространения новой коронавирусной инфекции, разработанная Комиссией по регулированию аудиторской деятельности Рабочего органа Совета по аудиторской деятельности. Примерные формы аудиторских заключений используются с учетом конкретных обстоятельств аудиторских заданий, особенностей аудируемого лица, фактов и условий его финансово-хозяйственной деятельности и состояния законодательства Российской Федерации.

Организация AccountancyEurope выпустила также рекомендации для аудиторов, в которых за основу взяты данные, опубликованные мировыми и национальными регуляторными и профессиональными институтами, которые мы, в свою очередь, собрали и проанализировали в связи с коронавирусом и его негативным влиянием на проведение аудиторских проверок [6]. Недавно изданное методическое пособие дополняет собой существующие Международные Стандарты Аудита (МСА), которые сохраняют свою актуальность и должны соблюдаться, как и раньше. Таким образом, выделены ключевые ас-

пекты, к которым хотим привлечь внимание аудиторов в ходе их работы над подтверждением финансовой отчетности на конец 2019 года и позднее, а именно:

- получение и сбор аудиторских доказательств;
- оценочные значения;
- аудит группы компаний;
- выводы аудитора относительно принципа непрерывности деятельности;
- заявления руководства аудируемого лица о принципе непрерывности;
- события после отчетной даты;
- аудиторская отчетность;
- аудиторское заключение;
- раздел «Важные обстоятельства»;
- ключевые вопросы аудита (для публичных компаний).

Указанные рекомендации не включают в себя полного перечня вопросов и практической помощи аудиторам, которая может понадобиться аудиторам в контексте коронавирусной пандемии. Таким образом, аудиторам следует учитывать все особенности законодательных и других мер, принимаемых на национальном уровне.

Аудитор обязан собрать аудиторские доказательства в достаточном объеме и надлежащего качества, прежде чем сделать аудиторское заключение. Пандемия, вызванная коронавирусом, привнесла дополнительные сложности и вызовы, связанные с получением таких доказательств.

Существует два направления, где этот вызов в большей степени себя проявляет: расчетные бухгалтерские значения и аудит группы компаний. Комитет Европейских Аудиторских Надзорных Органов (The Committee of European Auditing Oversight Bodies (CEAOB)) рекомендует аудиторам использовать технологии в максимально возможной степени для получения достаточных и надлежащих аудиторских доказательств. В этой связи, Институт Публичных Аудиторов Германии (the Institute of Public Auditors in Germany (далее -IDW)) принял ряд аудиторских процедур, которые можно выполнить дистанционно[7].

Касательно оценочных значений, Комитет по Международным Стандартам Аудиторской Деятельности (The International Auditing and Assurance Standards Board (IAASB)) формулирует требование, чтобы аудитор произвел оценку того, насколько правильно и адекватно происходящим изменениям были сделаны предположения об оценочных значениях. В настоящее время IAASB разрабатывает еще один документ для практикующих аудиторов, в котором будут рассматриваться вопросы с фокусом на аудит оценочных значений в изменяющейся среде, вызванной коронавирусом.

IDW обращает внимание на оценку финансовых инструментов в соответствии с МСФО (IFRS) 9, как одного из самых больших вызовов, с которыми столкнулись компании. Соответственно, в этой связи возрастает риск существенного искажения, и поэтому аудиторские процедуры будут нуждаться в корректировке и пересмотре. В зависимости от этих обстоятельств, в данных рекомендациях предлагаются дополнительные процедуры, включая, например, применение общедоступных рыночных цен и привлечение независимого эксперта для проведения независимой оценки.

Работа аудитора в рамках принципа непрерывности деятельности безусловно встает в центр внимания. В соответствии с требованиями IAASB, аудиторы должны теперь будут оценивать степень урона от пандемии, в том числе на сколько результат уже выражен или будет выражен в будущем, и понимать потенциальный риск соблюдения принципа непрерывности деятельности. Кроме того, аудиторы должны понять, насколько уместным будет использовать принцип непрерывности деятельности в качестве основополагающего концептуального принципа составления финансовой отчетности или возможно логическим следствием станет оговорка в аудиторском заключении. Важно отметить, что IAASB выпустил практическое пособие (guidance), в котором подробно рассматриваются именно подходы к применению принципа непрерывности деятельности.

Далее предложен ряд примеров по дополнительным аудиторским процедурам, которые следует применить при серьезных последствиях (ущерб от пандемии привел к событиям или обстоятельствам, которые могут заронить большое зерно сомнения в том, что компания будет способна действовать по

принципу непрерывности своей деятельности). Важно отметить, что IDW говорит о том, что аудитору при оценке ситуации с непрерывностью деятельности компании, следует принять к рассмотрению тот факт, насколько данная компания подпадает под критерии предоставления государственной помощи и поддержки, или насколько данная компания намерена за этой помощью обратиться при такой возможности.

В соответствии с требованиями IAASB, аудиторы должны принять во внимание риски, возникающие в результате переноса сроков предоставления отчетности, что означает удлинение отчетного периода и, как следствие, риски, связанные с событиями, которые могут произойти между датой составления финансовой отчетности и датой выпуска аудиторского отчета. СЕАОВ заявляет, что аудиторы должны оценить насколько раскрытие информации, предоставленное в отчетности субъекта, отражает воздействие коронавирусной ситуации на финансовое положение, будущую экономическую деятельность и соответствует ли применяемым принципам составления финансовой отчетности. Кроме того, в практическом пособии аудиторам рекомендуется предусмотреть составление раздела «Важные обстоятельства» для отражения событий, наступивших после отчетной даты.

Исходя из других публикаций, сделанных «Бельгийским Институтом Зарегистрированных Аудиторов» коронавирусные события относят к некорректирующим событиям, произошедшим после отчетной даты, которые должны быть отражены в раскрытии (примечаниях в финансовой отчетности за 2019 отчетный год). Однако, они это не связывают с соблюдением принципа непрерывности деятельности, как мы говорили выше по тексту.

СЕАОВ утверждает, что аудиторам рекомендуется отложить составление своего аудиторского заключения там, где это будет возможно. Иначе, им будет рекомендовано модифицировать свое заключение, если у них не получится собрать достаточный объем надлежащих аудиторских доказательств.

Кроме того, в публикации ISPAS говорится о том, аудитор может как выпустить квалифицированное заключение, например, в ситуации, если отдельный балансовый отчет нельзя проаудировать даже после того, как были предприняты альтернативные действия, так и выпустить отказ от ответственности, если он понимает, что этот вопрос пронизывает все статьи балансового отчета.

Раздел «Важные обстоятельства» создан для того, чтобы в тех случаях, когда по субъективному мнению аудитора, важно указать информацию, которая является основополагающей для понимания пользователей финансовой отчетности. Излагаемый там вопрос должен быть надлежащим образом представлен или раскрыт в финансовой отчетности.

Примеры того, где и как будет уместно создавать раздел «Важные обстоятельства», в случаях: с финансированием вопросов ликвидности, производственной компании, которая была вынуждена остановить свое производство и торговыми компаниями, которые были вынуждены закрыть свои торговые площади на неопределенный период.

Что касается российской практики выдачи аудиторских заключений в 2020 году, важным представляется наличие раздела в аудиторском заключении либо «Существенная неопределенность», либо «Важные обстоятельства», а в случае существенного влияния пандемии и отсутствие информации в пояснениях к отчетности о влиянии пандемии на деятельность компании может быть мнение с оговоркой и в основании выражения мнения мы можем указать на недостаточные раскрытия информации, если нет искажений в отчетности. Обязательное заполнение РД «СПОД» и запрос руководству влияния пандемии, если нет возможности внести изменения в подписанную годовую бухгалтерскую отчетность.

В целом, для корректного формирования аудитором выводов по результатам аудита в условиях пандемии важно правильно оценить непрерывность деятельности аудируемого лица в т.ч. в свете последствий влияния особенностей работы в данных условиях и возможности полноценного продолжения аудируемым лицом своей деятельности.

Список литературы

1. Кризис коронавируса: последствия для отчетности и аудита // СРО ААС: [Электронный ресурс].- Режим доступа: URL: <https://auditor-sro.org/> (15.11.2020)

2. Международный стандарт аудита (МСА) 570 (пересмотренный) Непрерывность деятельности//КонсультантПлюс: [Электронный ресурс].- Режим доступа: URL:http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_317495/ (04.11.2020)
3. Международный стандарт аудита (МСА) 560 "События после отчетной даты"//КонсультантПлюс: [Электронный ресурс].- Режим доступа: URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_317410/ (04.11.2020)
4. Письмо Минфина России от 7 апреля 2020 г. № 07-02-09/27403 // КонсультантПлюс: [Электронный ресурс].- Режим доступа: URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_349659/96c60c11ee5b73882df84a7de3c4fb18f1a01961/ (дата обращения: 04.11.2020)
5. Информационное сообщение Минфина РФ от 30 марта 2020 г. № ИС-аудит-32 [Электронный ресурс].- Режим доступа: URL: https://minfin.gov.ru/ru/document/?id_4=129900novoe_v_auditorskom_zakonodatelstve_fakty_i_kommentarii_is-audit-32, (09.11.2020).
6. Влияние коронавируса на аудиторские проверки финансовой отчетности по состоянию на 2019 год и позднее// СРО ААС: [Электронный ресурс].- Режим доступа: URL: https://auditorsro.org/files/activity/MFB/publikacii/07_accountancy-europe_factsheet-on-audit-guidance-dk_rf.pdf, (23.11.2020).
7. Материалы Международной Федерация Бухгалтеров, посвященные различным аспектам аудиторской деятельности в условиях COVID-19// Ассоциация «НК МИСБА» [Электронный ресурс].- Режим доступа: URL: http://www.misba.ru/news/news_1686.html, (20.11.2020).

УДК 336

О НЕОБХОДИМОСТИ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ ПРИ СТРАХОВАНИИ РИСКОВ НЕВОЗВРАТА КРЕДИТА

НОВИКОВА НАТАЛЬЯ ЮРЬЕВНАстарший преподаватель
ФБГОУ ВО «Уральский государственный экономический университет

Аннотация: в статье рассмотрена проблема использования недобросовестных практик страхования при оформлении потребительских кредитов. Обозначены основные признаки недобросовестных практик, разобран механизм отказа от страховки и условия возврата страховой премии с учетом новых требований законодательства.

Ключевые слова: недобросовестная практика оказания услуг, добровольное страхование, страховая премия, досрочное погашение кредита, ипотечное страхование.

ON THE NEED TO PROTECT THE RIGHTS OF FINANCIAL SERVICES CONSUMERS WHEN INSURING THE RISKS OF LOAN DEFAULT

Novikova Natalya Yuryevna

Abstract: the article deals with the problem of using unfair insurance practices when applying for consumer loans. The main signs of unfair practices are identified, the mechanism for refusing insurance and the conditions for returning the insurance premium are analyzed, taking into account the new legal requirements.

Key words: unfair practice of rendering services, voluntary insurance, insurance premium, early repayment of the loan, mortgage insurance.

На сегодняшний день в российском договорном праве весомое значение приобрел принцип добросовестности, суть которого в том, что стороны должны руководствоваться неписаными законами и правилами, указывающими на требование, до определенной степени, заботиться об интересах контрагентов. Термин получил название добросовестного поведения. Размер такой «заботы» определяется обычаями делового оборота и судебной практикой [1, с.37].

Принцип добросовестности находит применение и в некоторых нормах ГК (о несправедливых условиях договора присоединения). Напомним, что в договоре присоединения одна сторона составляет, а другая подписывает и не в состоянии влиять на его условия. Так заключаются большая часть договоров между предпринимателями и потребителями. В этой связи интересна практика заключения договоров страхования в связи с заключением договоров потребительского кредита (займа) [2, с.160].

В настоящее время оформить страховой полис предлагают все кредиторы. Часть клиентов осознанно идет на их заключение, а другие - соглашаются только под давлением менеджеров банка. Как правило, период страховки соответствует периоду кредитования. В итоге сумма переплаты по кредиту существенно увеличивается - вместо ставки 10-12% годовых клиент кредитуются под 17-19% годовых. Между тем, в письмах Банка России и Роспотребнадзора настоятельно рекомендуется не до-

пускать навязывания дополнительных платных услуг при выдаче кредитов населению, разъясняя, что добровольно-принудительное страхование незаконно. Оплата дополнительных услуг, по данным регулятора, зачастую включается банками в сумму кредита. При этом законом РФ "О защите прав потребителей" запрещено обуславливать приобретение одних товаров (работ, услуг) обязательным приобретением других товаров (работ, услуг). Важно знать, что обязательными являются страхование залога при ипотечном кредите и покупку автомобиля, которое регулирует Гражданский кодекс РФ и Федеральный закон N102-ФЗ. К добровольным видам страхования относятся страхование жизни и здоровья, потери работы, титульное страхование при оформлении ипотеки.

До недавнего времени требовали ответа вопросы, возможно ли отказаться от страховки по займу в условиях ее навязывания и как вернуть страховую премию при его досрочном гашении? Ответ был дан вступившими с 01 сентября 2020 изменениями в Федеральный закон 353-ФЗ. В течение 14 дней (период охлаждения) можно без финансового ущерба отказаться от полиса. В это время клиент может отказаться от страховки, если не наступил страховой случай. Это право закреплено также в указании Банка России N3854-У. После 14 дней отказаться от страховки в большинстве случаев можно, но страховщик не вернет взносы, выплаченные за период оказания страховых услуг. Однако, банк после отказа от полиса вправе пересмотреть условия кредитования. Он может установить такую процентную ставку, которая предусмотрена для других клиентов, которые кредитуются без страховок [3].

По второму вопросу, в типовом договоре ранее звучало, что страховая премия не возвращается, если потребитель расторгает договор по собственной инициативе, что явно обременительно для потребителя. Правда, их большинство обнаруживали это условие договора лишь после гашения долга. К счастью, с 01.09.2020 года при досрочном погашении потребительского кредита можно вернуть деньги от страховой компании. Такие правила также установлены федеральным законом N 483-ФЗ, внесшим изменения в ст. 7 и 11 в закон "О потребительском кредите (займе)" и ст. 9-1 закона «Об ипотеке». Излишне выплаченные премии страховые компании обязаны вернуть в течение 7 рабочих дней. О расторжении договора со страховой компанией заемщик обязан уведомить также в течение 14 дней. Правда, инициатива о расторжении договора страхования должна исходить от заемщика как от заинтересованного лица, но зато не придется оплачивать несуществующие риски. Положения закона будут относиться ко всем договорам, заключенным после 01.09.2020 г.

Также, в контексте вопросов защиты прав потребителей финансовый услуг интересен вопрос по нововведениям касательно ипотечного страхования. Согласно финальной концепции Банка России расходы по оплате страховки будет теперь нести банк- кредитор, а не заемщик, как это происходит сегодня, причем по всем видам страхования. Регулятор считает, что при действии нового механизма в реальных условиях 2019 года стоимость ипотеки была бы ниже на 0,2-0,7 п.п. Первоначальный вариант документа вызвал разногласия и от банков, и от страховщиков, что в дальнейшем было подкреплено письмом Всероссийского союза страховщиков и Ассоциация банков России в адрес председателя Банка России с просьбой отказаться от последующей проработки реформы. В основаниях прозвучало, что действующая система ипотечного страхования по ипотеке успешна, а изменения влекут к компенсации банковских расходов за счет роста процентной ставки по кредиту, что противоречит замыслу Банка России в поисках путей снижения цены ипотеки и повышения прозрачности кредитной сделки. По данным Банка России, в 2019 году объем страховых премий составил около 42 млрд. рублей по более чем 8 млн. договоров ипотечного страхования. При этом основную массу договоров (более 80%) заключили 5 страховых организаций. Уровень комиссии банков при этом доходил до 40% от суммы премий. Власти не первый год предпринимают усилия для повышения доступности ипотечных кредитов. Однако, сомнения в части косвенного перекладывания банками расходов по страховке на заемщика пока остаются в силе.

В заключении отметим, что в связи с выявлением недобросовестных практик, в текущем году Банк России в своем письме от 24.03.2020 N ИН-01-59/27 рекомендовал финансовым организациям разработать стандарты реализации финансовых инструментов и услуг, отметив, что финансовые организации, предоставляя неполную и недостоверную информацию об услугах, включая страховые услуги, и связанных с ними рисках, вводят в заблуждение граждан. Причиной этому является материаль-

ное стимулирование сотрудников к увеличению количества продаж. Необходимо изменить систему мотивации менеджеров по продажам, снижать премии сотрудникам, работающих с клиентами, и топ-менеджерам, ответственным за рекламу и маркетинг, закладывая в мотивацию не только количество, но и способы достижения показателей.

В связи с этим, в планах Банка России - в рамках задач противодействия мисселингу, сокрытию информации и навязыванию услуг - обсуждение с законодателями вопроса наделения регулятора правом установления соответствующих правил продаж финансовых услуг. Решение данного вопроса, безусловно, положительно скажется на стоимости и качестве предоставляемых потребителям финансовых услуг, что подтверждает их социальную направленность.

Список литературы

1. Михеева И.Е. Недобросовестные практики страхования при потребительском кредитовании // Банковское право. 2020. N 4. С. 37 - 43.
2. Заем, кредит, факторинг, вклад и счет: постатейный комментарий к статьям 807 - 860.15 Гражданского кодекса Российской Федерации / В.В. Байбак, О.М. Иванов, А.Г. Карапетов и др.; отв. ред. А.Г. Карапетов. М.: М-Логос, 2019. 1282 с.
3. Можно ли отказаться от страховки при оформлении кредитного договора? ("Электронный журнал "Азбука права", 2020, 30.10.2020) [Электронный ресурс].- Режим доступа: URL: <http://www.consultant.ru>. (05.11.2020)

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ, АНАЛИЗ И АУДИТ

УДК 330

НОРМАТИВНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА РАСЧЕТОВ С ПЕРСОНАЛОМ ПО ОПЛАТЕ ТРУДА

ШЕВЛЯКОВА АНАСТАСИЯ СЕРГЕЕВНА

Студент

Финансовый университет при Правительстве РФ, Тульский филиал

Аннотация: в данной статье говорится о том, что учет и контроль расчетов с персоналом по заработной плате является одной из наиболее важных составных частей бухгалтерского учета в организации. В бухгалтерском учете крайне существенно не только верно отразить расчеты по заработной плате, но и точно рассчитать сумму, которая должна быть выплачена каждому сотруднику, а также своевременно удержать из заработной платы обязательные платежи.

Ключевые слова: бухгалтерский учет, нормативное регулирование, заработная плата, оплата труда, расчеты с персоналом.

REGULATORY REGULATION OF ACCOUNTING SETTLEMENTS WITH PERSONNEL ON REMUNERATION OF LABOR

Shevlyakova Anastasia

Abstract: this article States that accounting and control of payroll settlements with personnel is one of the most important components of accounting in an organization. In accounting, it is extremely important not only to correctly reflect payroll calculations, but also to accurately calculate the amount that should be paid to each employee, as well as to timely deduct mandatory payments from wages.

Key words: accounting, regulatory regulation, salary, labor remuneration, settlements with personnel.

Для любой организации большей частью бухгалтерского учета являются расчеты с персоналом по оплате труда. Они составляют значительную часть расходов предприятия, по которым можно определить себестоимость продукции.

Существуют документы по которым осуществляется нормативное регулирование процесса бухгалтерского учета расчетов с персоналом по оплате труда. К ним относятся: ФЗ «О бухгалтерском учете», Трудовой кодекс РФ, Налоговый кодекс РФ, Положение по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности в РФ, а также другими нормативно-правовыми актами.

Нормативное регулирование бухгалтерского учета расчетов с персоналом по оплате труда можно распределить по нескольким уровням.

К нормативным актам первого уровня относятся:

1. Федеральный закон от 26.07.2019 № 402-ФЗ «О бухгалтерском учете». Настоящий Федеральный закон устанавливает единые требования к бухгалтерскому учету и создает правовой механизм регулирования бухгалтерского учета[1].

2. Трудовой кодекс Российской Федерации от 24.04.2020 N 197-ФЗ (ред. от 05.05.2020). Трудовым кодексом РФ, являющимся главным законодательным актом, определяются государственные гарантии трудовых прав и свободы граждан. ТК защищает права и интересы как работника так и работо-

дателя. Создание необходимых, для достижения оптимального согласования интересов сторон правовых условий трудовых отношений, является основной задачей трудового законодательства [2].

3. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 N 14-ФЗ (ред. от 18.03.2019 г.) определяет порядок оплаты работы, право подрядчика на удержание, выполнение работы с использованием материала заказчика [3].

4. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть 2) от 5 августа 2000 года №117-ФЗ (в ред. 21.05.2020г.) Налоговым кодексом РФ устанавливаются:

- обязанность физических лиц, которые получают доходы в Российской Федерации, уплачивать налоги на доходы физических лиц (далее - НДФЛ);
- учет и исчисления имущественных, социальных и стандартных налоговых вычетов;
- исчисление и уплата налога на прибыль организации;
- определяются виды облагаемых налогом доходов, налоговой базы, исчисления и уплаты НДФЛ налоговым агентом [4].

5. Федеральный закон «О минимальном размере оплаты труда» от 19.06.2000 N 82-ФЗ (ред. 27.12.2019) [5]. Минимальный размер оплаты труда (далее - МРОТ) используется для исчисления размера заработной платы, суммы пособий по временной нетрудоспособности, беременности и родам, для других целей в сфере обязательного социального страхования. С 1 января 2019 года был установлен новый федеральный МРОТ, который составил 12 130 рублей. В дальнейшем, ежегодно с 1 января каждого года, федеральный закон устанавливает МРОТ, который не может быть ниже величины прожиточного минимума трудоспособного населения за второй квартал предыдущего года.

5. Федеральный закон от 24.07.1998 № 125-ФЗ «Об обязательном социальном страховании от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний» (в ред. 01.04.2020) [6]. Законом устанавливаются:

- основы обязательного страхования на производстве от несчастных случаев, профессиональных заболеваний (правовые, организационные и экономические),
- порядок возмещения вреда, который может быть причинен здоровью и жизни человека.

6. Постановление Правительства РФ от 24.12.2007 № 922 «Об особенностях порядка исчисления средней заработной платы» (в ред. 10.12.2016) [7]. Данным нормативным актом установлен расчет средней заработной платы (среднего заработка) для всех случаев, предусмотренных ТК РФ.

Нормативное регулирование трудового законодательства второго уровня включает в себя Положение по ведению бухгалтерского учета и отчетности, а также стандарты по бухгалтерскому учету таких объектов бухгалтерского учета, как расходы организации и прибыль.

1) ПБУ № 1/2008 «Учетная политика организации» (утверждено Приказом Минфина России от 06 октября 2008 г. № 106н, ред. 07.02.2020). Положением устанавливаются правила формирования (разработки или выбора) и раскрытия учетной политики организаций (юридических лиц) [8].

2) ПБУ № 10/99 «Расходы организации» (утверждено Приказом Минфина России от 06 мая 1999 г. № 33н, ред. 06.04.2015). Положением устанавливаются правила формирования в бухгалтерском учете информации о расходах коммерческих организаций (юридических лиц). [9].

К третьему уровню нормативного регулирования относятся инструкции, методические рекомендации и указания по ведению бухгалтерского учета, которые разрабатываются Минфином РФ и федеральными органами исполнительной власти.

1. План счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организации и Инструкция по его применению, утверждены приказом Минфина РФ от 31.10.2000 № 94н. На основании Плана счетов, утвержденного Минфином РФ, учреждения могут самостоятельно разрабатывать свой рабочий план счетов, закрепляя его Учетной политикой организации [10].

2. Постановление Госкомстата РФ от 05.01.2004 № 1 «Об утверждении унифицированных форм первичной учетной документации по учету труда и его оплаты». Постановлением утверждены унифицированные формы документов по учету кадров, рабочего времени и расчетов с персоналом по оплате труда. Положения Федерального закона «О бухгалтерском учете» № 402-ФЗ отменяют обязанность составления первичных учетных документов по унифицированным формам. В связи с этим организа-

ции самостоятельно разрабатывают и утверждают формы первичных учетных документов, закрепляя это в учетной политике [11].

3. Приказ Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 29.06.2011 № 624н «Об утверждении порядка выдачи листов нетрудоспособности» (ред. 10.06.2019), устанавливающий порядок выдачи, правильность заполнения и хранения листов временной нетрудоспособности.

К четвертому уровню нормативного регулирования относят документы, разрабатываемые организацией самостоятельно. Такие как: учетная политика предприятия, разработанные инструкции и указания по порядку ведения бухгалтерского учета, распоряжения и приказы руководства.

В нормативном регулировании расчетов с персоналом по оплате труда существует много различных проблем, что говорит о необходимости уделить им особое внимание.

Одна из проблем – это сдача в инспекцию федеральной налоговой службы отчетности в электронном виде. Большинство налогоплательщиков сдают декларации в последний операционный день, в связи с чем операторы не успевают обрабатывать огромное количество отправляемых отчетов. Велика вероятность, что налоговые органы могут не получить декларацию, отправленную учреждением по интернету. При этом за данную услугу организация должна оплатить около 14000 рублей в год.

Также, сбои в системе могут привести к утечке и доступу третьих лиц к информации.

С 1 января 2017 года регулирование страховых взносов на обязательное пенсионное и медицинское страхование, а также случаев временной нетрудоспособности, в связи с материнством, осуществляется Инспекцией федеральной налоговой службы. При этом повышается вероятность возникновения следующих проблем:

- При назначении и выплате застрахованным гражданам пособий, возникает множество ошибок в предоставляемых сведениях. Всегда остается риск, неполучения работающими гражданами причитающихся им выплат вовремя. Специалисты отделений постоянно проводят огромную работу, уведомляя страхователей о сведениях, предоставленных неправильно или в неполном объеме.

Чтобы уменьшить сроки назначения пособий надо вводить меры ответственности за предоставление сведений страхователями вовремя. Официально закрепить электронное взаимодействие между работодателем и территориальными органами фонда в вопросах предоставления данных для возмещения производственных расходов и назначения пособий.

- На выполнение разовых работ заключается гражданско-правовой договор. Это приводит к тому, что принимать сотрудника на работу по трудовому договору становится нецелесообразно.

Такой подход имеет множество минусов, таких как: отсутствие в трудовой книжке записи трудовой деятельности, непостоянность работы. При этом сотруднику не предполагаются социальные выплаты. При возникновении различных инцидентов с работодателем, даже при обращении в прокуратуру или трудовую инспекцию, шансы работника на поддержку очень малы. Работодатель имеет полное право наложить штраф на исполнителя за некачественную работу.

- Для расчета больничного листа берется средний заработок работника с учетом выплат, с которых начислялись взносы в ФСС

Для расчета больничного листа в 2020 году, необходимо взять заработную плату сотрудника за 2018 - 2019 годы (расчетный период).

Расчет больничного листа в 2020 году производится поэтапно. Бухгалтером определяются:

- период и причина нетрудоспособности на основании больничного листа;
- страховой стаж работника и размер пособия;
- средний заработок;
- сравнивается средний заработок с минимальным и максимальным значением;
- начисляется пособие в бухучете;
- производится выплата пособия за вычетом НДФЛ.

Данное правило расчета применяется и при болезни самого сотрудника, члена его семьи, при бытовой травме, несчастном случае на производстве, то есть без учета причины нетрудоспособности.

Таким образом, в нормативном регулировании расчетов с персоналом по оплате труда есть мно-

го проблем, организациям приходится бороться с ними и искать пути их преодоления.

Список литературы

1. О бухгалтерском учете [Электронный ресурс]: федер. закон от 06.12.2011 № 402-ФЗ (ред. от 28.11.2018). КонсультантПлюс. (дата обращения: 05.05.2020г).
2. Трудовой кодекс Российской Федерации [Электронный ресурс]: <http://www.consultant.ru/document/cons/cgi/online.34683/>. Дата обращения: 03.05.2020г.
3. Гражданский Кодекс Российской Федерации. Ч. 1: федер. закон от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 29.12.2018). Ч. 2: федер. закон от 26.01.1996 № 14-ФЗ (ред. от 29.12.2018). КонсультантПлюс. (дата обращения: 12.05.2020)..
4. Налоговый Кодекс Российской Федерации. Ч. 1: федер. закон от 31.07.1998 № 146-ФЗ (ред. от 31.12.2018). Ч. 2: федер. закон от 05.08.2000 № 117-ФЗ (ред. от 31.12.2018). КонсультантПлюс. (дата обращения: 12.05.2020)
5. О минимальном размере оплаты труда [Электронный ресурс]: федеральный закон от 19.06.2000 N 82-ФЗ ресурс доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_27572/. Дата обращения: 11.05.2020г.
6. Об обязательном социальном страховании от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний [Электронный ресурс]: федеральный закон от 24.07.1998 N 125-ФЗ – ресурс доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_19559/. Дата обращения: 21.05.2020г.
7. Об особенностях порядка исчисления средней заработной платы [Электронный ресурс]: Постановление Правительства РФ от 24.12.2007г №922 (ред.10.12.2016г.) :http://www.consultant.ru/document/cons69s_doc_LAW_73789/00737bae76cc5b4913b4eaf35b39060ca04b85be/. Дата обращения: 25.05.2020г.
8. Положение по бухгалтерскому учету «Учетная политика организации» (ПБУ1\2008) [Электронный ресурс]: приказ МинФина РФ от 06.10.2008 г. № 106н// справочная правовая система «Консультант Плюс». Дата обращения: 27.05. 2020г.
9. Положение по бухгалтерскому учету «Расходы организации» (ПБУ 10\99)[Электронный ресурс]: приказ МинФина РФ от 06.05.1999 г. № 33 н//справочная правовая система «Консультант Плюс». Дата обращения 28.05.2020г.
10. План счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций и инструкции по его применению [Электронный ресурс]: Приказ МинФина РФ от 31.10.2000 г. № 94Н (в ред. от 08.11.2010 г.) –ресурс доступа: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.=179862>. Дата обращения: 27.05.2020г.
11. Об утверждении унифицированных форм первичной учетной документации по учету труда и его оплаты [Электронный ресурс]: Постановление Госкомстата РФ от 05.01.2004 № 1// справочная правовая система «Консультант Плюс». Дата обращения: 29.05.2020г.

УДК 657

ФОРМИРОВАНИЕ УСТАВНОГО КАПИТАЛА И РАСЧЕТЫ С УЧРИДИТЕЛЯМИ

ЗАРОВНЯТНЫХ АННА ВЛАДИМИРОВНА

студент

Шадринского филиала ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве РФ»

Аннотация: В статье раскрыт процесс формирования уставного капитала, применение счетов в бухгалтерских операциях и хозяйственных, так же применение счета 75 «Расчеты с учредителями» и 80 «Уставный капитал». Составление проводок со счетами 75 «Расчеты с учредителями» и 80 «Уставный капитал».

Ключевые слова: уставный капитал, учредители, расчеты с учредителями, взносы в уставный капитал, дивиденды.

FORMATION OF THE AUTHORIZED CAPITAL AND SETTLEMENTS WITH TEACHERS

Zarovniatnykh Anna Vladimirovna

Abstract: : the article describes the process of forming the authorized capital, the use of accounts in accounting operations and business, as well as the use of accounts 75 "Settlements with founders" and 80 "Authorized capital". Making transactions with accounts 75 "Settlements with founders" and 80 "Authorized capital".

Key words: authorized capital, founders, settlements with founders, contributions to authorized capital, dividends.

Уставный капитал – сумма средств, которую учредители вносят на начальном этапе развития предприятия для дальнейшего использования имущества в деятельности предприятия.

Эта сумма приходится в пассив предприятия, так как является источником формирования активов. Впоследствии чего, учредители вносят свои суммы в уставный капитал, но способы вноса сумм каждый выбирает сам, например:

- В виде безналичных средств на расчетный счет,
- В виде наличных средств в кассу,
- В виде взноса материалов, основных средств или товаров.

В процессе, когда учредители вносят свою долю, параллельно этому формируются активы предприятия, то есть уставный капитал превращается в деньги, материалы и товары.

Из вышесказанного можно сделать вывод, что счет, на котором будет учитываться уставный капитал, является пассивным, с постоянным кредитовым сальдо.

Рассмотрим, для чего нужен уставный капитал.

В первую очередь, необходимо отметить, что он формирует стартовый капитал, который используют в коммерческой деятельности любого предприятия, то есть это база для дальнейшей деятельности. Кроме того, по долгам предприятия учредители отвечают в рамках своих долей в уставном капитале. То есть для кредиторов – это минимальный размер имущества, которые они смогут вернуть.

Уставный капитал показывает размер доли каждого учредителя. В соответствии с этим размером, учредитель рассчитывает на то, что он будет получать соответствующий доход и участвовать в управлении организацией.

Для учета Уставный капитал применяется счет 80 «Уставный капитал», который предназначен

для того что бы учитывать этот самый капитал. Получается, что уставный капитал – это пассив и счет 80 соответственно, также пассивный.

Учитывая особенности пассивных счетов, нужно сказать, что увеличение пассива нужно отражать по кредиту счета, а его уменьшение – по дебету счета. Применяем счет 80 и вносим величину уставного капитала в кредит счета 80 «Уставный капитал».

Формирование уставного капитала – это хозяйственная операция, а для каждой операции нужно в обязательном порядке составить бухгалтерскую проводку, пользуясь принципом двойной записи. Из плана счетов выбираем два счета, которые участвуют в хозяйственной операции, связанной с формированием уставного капитала, и делаем запись по дебету и кредиту счетов.

Счет 80 отнесли по кредиту и внесли необходимую сумму. Теперь нужно выбрать счет по дебету и внести ту же сумму.

В плане счетов приведен счет 75 «Расчеты с учредителями», он предназначен для учета расчетов с учредителями, здесь учитываются взносы в уставный капитал, выплата дивидендов. По дебету счета 75 и будет учитываться как раз величина уставного капитала.

Что бы проверить, правильно или нет внесли необходимую сумму в дебет счета 75, необходимо отразить задолженность учредителей перед организацией, то есть дебиторскую задолженность. Дебиторская задолженность – это актив предприятия, увеличение отражается по дебету, а уменьшение по кредиту. Значит правильно, что на счет 75 внесли сумму в дебет счета.

Отражение на счетах будет выглядеть следующим образом:

Дебет 75 Кредит 80 – отражена задолженность учредителей по взносам в уставный капитал.

Хотелось бы обратить внимание, что на счете 80, получаем одно и то же кредитовое сальдо и переносим его в следующий месяц. И так будет продолжаться до того момента, пока учредители не решат ликвидировать предприятие по какой – либо причине, тогда счет 80 закроется записью той же суммой в дебете и конечное сальдо станет равно 0.

Как было сказано выше, формируют уставный капитал учредители общества. Каждый учредитель должен внести вклад в уставный капитал в соответствии с размером доли. В зависимости от размера доли в уставном капитале будет распределяться прибыль от деятельности организации.

Каждый взнос будет представлять собой хозяйственную операцию, по мере поступления взносов будет составляться проводка по каждой операции.

Погашение доли в уставном капитале уменьшает перед организацией задолженность учредителей. Отражать уменьшение задолженности будем по кредиту счета 75. Второй счет нужно выбрать в зависимости от вида взноса.

- В виде безналичного взноса, то счет будет 51 «Расчетный счет»,

Дебет 51 Кредит 75 – взнос безналичных денежных средств на расчетный счет;

- В виде наличных средств, то счет будет 50 «Касса»,

Дебет 50 Кредит 75 – взнос наличными кассу, как вклад в уставный капитал.

Бухгалтерская проводка по оплате уставного капитала имуществом будет записана в дебет счетов:

- В виде материалов, то счет 10 «Материалы»;

- В виде основных средств, то счет 08 «Вложения во внеоборотные активы»;

- В виде товаров, то счет 41 «Товары» и т. д.

Оценка имущества проводится самостоятельно учредителями или привлекается сторонний эксперт. При стоимости имущества до 20000 рублей, то решение принимается учредителями, а если свыше 20000 рублей, то требуется независимая оценка эксперта.

Отражение на счетах бухгалтерского учета:

- Дебет 10 Кредит 75 – взнос в уставный капитал в виде материалов;

- Дебет 41 Кредит 75 – взнос в виде товаров и т. д.

Помимо взносов, на счете 75 еще учитываются дивиденды, выплачиваемые учредителям.

Для того чтобы не запутаться, где в счете учитываются взносы, а где дивиденды, для счета 75 предусмотрены субсчета:

- «Взносы в уставный капитал»
- «Дивиденды».

Также по счету 75 необходимо вести аналитический учет по каждому учредителю.

Бухгалтерские проводки по начислению и выплате дивидендов выглядят следующим образом:

- Дебет 84 Кредит 75 – начисление дивидендов;
- Дебет 75 Кредит 51,50 – выплата дивидендов.

Процесс выплаты дивидендов разбивается на два этапа: начисление и выплата.

Таким образом, бухгалтерский учет хозяйственных операций по формированию уставного капитала и по вкладам в уставный капитал несложный для учетного процесса. Трудоемким может оказаться оформление процесса передачи имущества во вклад у учредителя, если объем этого имущества будет значительным.

Список литературы

1. Бухгалтерский финансовый учет: учебник для бакалавров / под ред. И.М. Дмитриевой. – Москва : Издательство Юрайт, 2014. – 540 с.
2. Владимирова Т.В. и др. Теория бухгалтерского учета: Учебное пособие / Т.В. Владимирова и др. – М.: Издательство «Экзамен», 2016. – 197 с.
3. Федеральный закон от 06.12.2011 N 402-ФЗ «О бухгалтерском учете» (действующая редакция).
4. <http://www.vuzlib.net>. (Экономико–правовая библиотека)

© А.В. Заровнятных, 2020.

УДК 33

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ КЛАССИФИКАЦИИ РАСХОДОВ КОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ

ХАЙРУТДИНОВА РЕНАТА ВЛАДИСЛАВОВНА

Студент

КНИТУ-КАИ «Казанский национальный исследовательский технический университет им. А.Н. Туполева-КАИ»

Научный руководитель: Нугуманова Лилияна Фаритовна

д.э.н., профессор

КНИТУ-КАИ «Казанский национальный исследовательский технический университет им. А.Н. Туполева-КАИ»

Аннотация. В целях выделения компонентов финансовых результатов, которые могут различаться по периодичности, потенциалу возникновения прибыли или убытка, для организации аналитического учета затрат и прогнозируемости, используется классификация расходов.

Ключевые слова: классификация расходов, затраты, налоговый учет, бухгалтерский учет, управленческий учет.

IMPROVING THE CLASSIFICATION OF EXPENSES OF COMMERCIAL ORGANIZATIONS

Khayrutdinova Renata Vladislavovna*Scientific adviser: Nugumanova Liliyana Faritovna*

Abstract: Classification of expenses by elements is used to identify components of financial results that may differ in frequency, potential for profit or loss, and predictability, as well as to organize analytical cost accounting.

Key words: classification of expenses, expenses, tax accounting, accounting, management accounting.

С учетом целей отображения информации о расходах и о задачах организации, есть разные классификации расходов.

Организации в течение своей деятельности совершают принудительные и непринудительные расходы.

Принудительные расходы не связаны с получением прибыли, но их исполнение носит обязательный характер. Такими расходами являются расходы на налоги и пошлины, на ведение бухгалтерского и кассового учета, расходы на аудит организации и другие. Данный вид расходов регулируется законом и закреплен в соответствующих нормативных актах. Предприятие обязано уплачивать данный вид расходов.

При оценке действующей системы налогообложения и в целом экономики термин «принудительные расходы» имеет весомое значение. В масштабах страны, субъектов или отдельных предприятий термин «принудительные расходы» является одним из оснований для принятия эффективных и важнейших управленческих решений.

Приведем краткий перечень непринудительных расходов: расходы на сырье и материалы, расходы на заработную плату работников, расходы на аренду, расходы на уплату процентов по кредиту,

коммунальные расходы, а также расходы по штрафам и неустойкам. Исходя из списка, можно сделать вывод, что львиную долю здесь составляют непринудительные расходы. Данный вид расходов носит необязательный характер, их можно миновать, они совершаются предприятием в целях получения прибыли, а значит предприятие может их сокращать [2, с.72].

Каждая коммерческая организация ориентирована на получение максимальной прибыли. Прибыль является доходом предприятия за минусом величины понесенных расходов.

Будущая прибыль организации зависима как от доходов, так и от расходов организации.

Именно поэтому основным требованием руководителей перед сотрудниками является сокращение предстоящих расходов так, чтобы данное уменьшение не влияло на качество полученной готовой продукции, оказываемых услугах и выполняемых работах.

Сначала рассмотрим классификацию и учет расходов в налоговом учете. В целях налогообложения учитываются расходы, которые отвечают требованиям, предусмотренным п. 1 ст. 252 НК РФ: «Расходами признаются обоснованные и документально подтвержденные затраты налогоплательщика, осуществленные налогоплательщиком для деятельности, направленной на получение дохода».

Что касается обоснованных расходов, то таковыми являются экономически оправданные затраты, оценка которых выражена в денежной форме. Принцип обоснованности расходов используется для исчисления налоговой базы. Обоснованность должна оцениваться с учетом обстоятельств, которые свидетельствуют о решениях налогоплательщика получить экономический эффект в результате реальной предпринимательской или иной экономической деятельности. Другими словами это затраты, обусловленные целями получения доходов, удовлетворяющие принципу рациональности и обычаям деловой жизни.

В соответствии со ст. 252 НК РФ расходы подразделяются на расходы, связанные с производством и реализацией, и внереализационные расходы.

В процессе распределения затрат на расходы текущего периода организациям следует учитывать группировку, представленную ст. 252, 253, 315 и 318 НК РФ. Это нужно для того, чтобы, сначала, корректно определить налоговую базу по налогу на прибыль, а затем, эти данные использовать для заполнения декларации по налогам. Указанный список расходов, учитываемый при налогообложении, не является законченным. Из этого следует, что учет расходов, возникших у налогоплательщика при осуществлении деятельности, направленной на получение дохода, должны отвечать п. 1 ст. 252 НК РФ, а именно, указанным в ней принципам. Однако так же существуют расходы, которые не могут учитываться при налогообложении даже при соблюдении указанных принципов. Это так же предусмотрено главой 25 НК РФ. Поэтому организация на начальном этапе должна распределить расходы по соответствующим видам деятельности.

Следующая группа затрат предполагает деление производственных и реализационных расходов исходя из содержания производственного цикла в целом. В основу третьей группы производственных затрат положен учет в отношении статей калькуляции себестоимости продукции (работ, услуг). Четвертая группировка связана с порядком исчисления налоговой базы по налогу на прибыль. Пятая группа предполагает деление затрат на косвенные и прямые. Сумма косвенных расходов на производство и реализацию, которые понесены в отчетном (налоговом) периоде, в полном объеме относится к расходам данного отчетного (налогового) периода. Прямые расходы относятся к расходам текущего (налогового) периода по мере реализации продукции, работ, услуг, в стоимости которых они указаны.

Налогоплательщик сам определяет порядок распределения прямых расходов на незавершенное производство и на изготовленную в данном месяце продукцию (выполненные работы оказанные услуги) с учетом соответствия осуществленных расходов изготовленной продукции (выполненным работам, оказанным услугам) [3, с.199].

В налоговом учете прямые расходы распределяются между готовой продукцией и незавершенным производством в конце каждого месяца.

При исчислении налога на прибыль налогоплательщики не могут группировать расходы каким-либо иным способом, противоречащим НК РФ.

В соответствии с ПБУ 10/99, расходами по обычным видам деятельности, также считаются рас-

ходы, осуществление которых связано с выполнением работ, оказанием услуг. Кроме того ПБУ 10/99 определяет состав расходов по обычным видам деятельности в зависимости от предмета деятельности. Возмещение стоимости основных средств, нематериальных активов и иных амортизируемых активов, осуществляемых в виде амортизационных отчислений, так же относится к данному типу.

При формировании расходов по обычным видам деятельности должна быть создана следующая группировка по элементам:

- затраты на материалы;
- отчисления на социальные потребности;
- затраты на заработную плату;
- амортизационные отчисления;
- иные затраты.

Расходы, не отнесенные на себестоимость и отвечающие требованиям ПБУ 10/99, являются операционными расходами, которые в свою очередь подразделяются на управленческие и коммерческие расходы.

Сравнение определений понятия «расходы» в бухгалтерском и налоговом учете показывает, что различием в основном является то, что такой показатель как «обоснованность» расходов присутствует лишь в налоговом учете.

Но вот что касается группировки расходов, связанных с производством и реализацией в налоговом учете и расходов по обычным видам деятельности в бухгалтерском учете, то здесь они схожи, но с учетом того, что перечень расходов в НК РФ шире. Сравнение прочих расходов по ПБУ 10/99 и внереализационных расходов в налоговом учете показывает нам, что они совпадают, не считая ограничений, установленных в НК РФ [4, с.71].

Кроме классификации понятия «расходы» в налоговом и бухгалтерском учетах, существует классификация расходов в управленческом учете. Существенным отличием в группировке затрат здесь то, что организации исходя из своих интересов самостоятельно ведут учет затрат по статьям и составляют их перечень. В целом существуют следующие классификационные категории затрат, указанные на рис. 1.

Затраты		
Управление себестоимостью, оценка стоимости запасов и полученной прибыли	Принятие решений, планирование и прогнозирование	Контроль и регулирование
- Основные и накладные; - Входящие и истекшие; - Прямые и косвенные; - Производственные и внепроизводственные; - Одноэлементные и комплексные.	- Вмененные; - Постоянные и переменные; - Принимаемые и непринимые; - Безвозвратные; - Приростные и предельные; - Планируемые и непланируемые.	- Регулируемые и нерегулируемые; - В пределах норм и по отклонениям от норм; - Эффективные и неэффективные; - Контролируемые и неконтролируемые.

Источник: [5]

Рис. 1. Классификационные категории затрат в управленческом учете

Из рис. 1 мы видим, что затраты в управленческом учете отражены намного шире, подразделяются для разных целей и потому имеют большое значение при принятии экономических решений. И поэтому управленческий учет затрат привлекает значительное внимание финансового менеджмента. К классификации затрат с целью оптимизации учета и расширения спектра управленческих действий и возможностей обращаются практически все организации нашей страны, так как это позволяет повысить эффективность менеджмента.

Список литературы

1. Налоговый Кодекс Российской Федерации: офиц. текст.
2. Константинов В.А. Сравнительный анализ понятий «налоговая нагрузка» и «обязательные расходы» / В.А. Константинов // Управленческий учет. – 2016. - № 3. – С. 72
3. Нуреев Р.М. Курс микроэкономики. Учебник для вузов. / Р.М. Нуреев. – 2-е изд., измененное. – 2002. – С. 192
4. Романов Б.А. Понятия расходов в бухгалтерском и налоговом учете / Б.А. Романов // Бизнес в законе. – 2009. - № 3. – С.71
5. Кирпиков А.Н. Анализ показателей себестоимости продукции / А.Н. Кирпиков // Экономический анализ хозяйственной деятельности. Конспект лекций. Казань: КФУ ИУЭФ. – 2017.

УДК 338.462:657.4

УЧЕТ И КОНСАЛТИНГ В СФЕРЕ АРЕНДНЫХ ОТНОШЕНИЙ

МИРОНЕНКО ОКСАНА ВЛАДИМИРОВНАк.э.н., доцент, заведующий кафедрой бухгалтерского учета и аудита,
ФГБОУ ВО «Костромской государственный университет»

Аннотация: В статье рассмотрены законодательные подходы к организации арендных отношений. Выполнен анализ нормативной базы в сфере учета арендных операций. Представлены бухгалтерские записи по учету операций по договору аренды у арендодателя и арендатора. Указаны подходы к выбору способа учета арендных операций.

Ключевые слова: договор аренды, арендные отношения, арендные операции, учет арендных операций, учетная политика, консалтинг.

ACCOUNTING AND CONSULTING IN THE FIELD OF LEASE RELATIONS

Mironenko Oksana Vladimirovna

Abstract: The article considers legislative approaches to the organization of lease relations. The analysis of the regulatory framework in the field of accounting for lease operations is performed. Accounting records on accounting of operations under the lease agreement with the lessor and the lessee are presented. Approaches to choosing the method of accounting for lease transactions are indicated.

Key words: lease agreement, lease relations, lease operations, accounting of lease operations, accounting policy, consulting.

Арендные операции традиционно считаются одним из самых сложных объектов учета, при этом достаточно развитым, урегулированным нормами и судебной практикой. С появлением аренды выстроилась целая система отношений, формирующая рынок арендных предложений, плату и размер вознаграждения, юридические особенности регулирования арендных отношений, формы ответственности, способы учета, принципы налогообложения и т.д.

Возникновением, исполнением и прекращением арендных отношений обусловлена необходимость не только юридического сопровождения этих процессов, но также учета арендных операций, являющихся, в том числе, предметом консалтинга.

Основным нормативным документом, регулирующим арендные правоотношения, является Гражданский кодекс Российской Федерации. В соответствии с ним, договором аренды признается гражданско-правовой договор, в силу которого арендодатель обязуется предоставить арендатору определенное имущество во временное владение и пользование или во временное пользование, а арендатор должен уплачивать за это арендодателю арендную плату [1].

Объектами договора аренды могут быть земельные участки, предприятия, здания, сооружения, оборудование, транспортные средства и другие вещи. Каждый из объектов договора аренды должен быть подробно описан, чтобы можно было определенно установить имущество, подлежащее передаче, иначе договор не будет являться заключенным [1].

Предметом договора аренды являются имущество, передаваемое в аренду, и действия арендодателя и арендатора по передаче, содержанию имущества и использованию его по назначению, преду-

смотренному договору, по внесению арендной платы, а также возврату арендованного имущества по окончании срока аренды.

Аренда – распространенное явление, поэтому обеим сторонам важно знать как правильно вести документооборот и бухгалтерский учет операций по договору аренды. Для правильной организации указанных процессов и оценки финансовых рисков и последствий арендной сделки можно обратиться к услугам консультанта.

Схема документооборота между арендодателем и арендатором представлена на рис. 1.



Рис. 1. Документооборот при арендных отношениях

На рис. 1 видно, что первым этапом взаимоотношений сторон является заключение договора аренды, затем составляется акт приема-передачи, подписание которого подтверждает факт передачи объекта от одного лица другому и доказывает факт исполнения арендного договора. В установленные договором аренды сроки арендодатель должен выставить арендатору счет (счет-фактуру) на оплату арендной платы. На основании данных документов у сторон договора аренды делаются бухгалтерские записи, представленные в табл. 1.

Таблица 1

Бухгалтерские записи по учету арендных операций у арендодателя и арендатора

Содержание хозяйственной операции	Корреспонденция счетов		Подтверждающий документ
	Дебет	Кредит	
Бухгалтерские записи у арендодателя			
Объект передан в аренду	01 «Основные средства, переданные в аренду»	01 «Основные средства в эксплуатации организации»	Договор аренды, акт приема-передачи
Отражена амортизация по объекту, переданному в аренду	02 «Амортизация основных средств, находящихся в эксплуатации организации»	02 «Амортизация основных средств, переданных в аренду»	Бухгалтерская справка
Начисленная амортизация отнесена на расходы по обычным видам деятельности	20 «Основное производство»	02 «Амортизация основных средств, переданных в аренду»	Бухгалтерская справка
Начислена арендная плата	76 «Расчеты по арендной плате»	90 «Выручка»	Акт об оказании услуг
Начислен НДС с арендной платы	90 «НДС»	68 «Расчеты с бюджетом по НДС»	Счет-фактура

Продолжение таблицы 1

Содержание хозяйственной операции	Корреспонденция счетов		Подтверждающий документ
	Дебет	Кредит	
Списана амортизация и прочие затраты по аренде	90 «Себестоимость продаж»	20 «Основное производство»	Бухгалтерская справка
Получена арендная плата	51 «Расчетные счета»	76 «Расчеты по арендной плате»	Счет на оплату
Отражено получение имущества от арендатора	01 «Основные средства в эксплуатации организации»	01 «Основные средства, переданные в аренду»	Акт приема-передачи
Отражена амортизация по возвращенному арендатором объекту	02 «Амортизация основных средств, переданных в аренду»	02 «Амортизация основных средств, находящихся в эксплуатации организации»	Бухгалтерская справка
Бухгалтерские записи у арендатора			
Получено имущество по договору аренды	001 «Арендованные основные средства»	-	Договор аренды, акт приема-передачи
Начислена арендная плата	20/«Основное производство»	76/«Расчеты по арендной плате»	Бухгалтерская справка
Отражен НДС, предъявленный арендодателем	19/«НДС по приобретенным ценностям»	76/«Расчеты по арендной плате»	Счет-фактура
Перечислена арендная плата	76/«Расчеты по арендной плате»	51/ «Расчетные счета»	Счет на оплату
Списан с забалансового учета арендованный объект недвижимости	-	001 «Арендованные основные средства»	Договор аренды, акт приема-передачи

На основе данных табл. 1 можно сказать, что основными счетами, используемыми арендодателями для учета движения объектов при аренде, являются 01 «Основные средства» и 02 «Амортизация основных средств». К этим счетам в организациях открываются субсчета «Основные средства, переданные в аренду» и «Амортизация основных средств, переданных в аренду» соответственно.

Для учета арендованного имущества арендатору следует применять забалансовый счет 001 «Арендованные основные средства» (табл. 1). Оценка объектов, по которой они должны числиться на забалансовом учете, указывается в договоре аренды. Объект приходится в дебет счета 001 «Арендованные основные средства» в момент приема имущества. По окончании аренды и факту возврата имущества делается запись по кредиту счета 001 «Арендованные основные средства». Арендные платежи – это расходы арендатора, поэтому они отражаются в составе себестоимости или прочих расходов в зависимости от функций арендованного объекта.

В последние годы произошел ряд законодательных изменений в сфере арендных отношений. В частности издан Приказ Минфина России № 208н «Об утверждении Федерального стандарта бухгалтерского учета ФСБУ 25/2018 «Бухгалтерский учет аренды», положения которого применяются, начиная с бухгалтерской (финансовой) отчетности за 2022 год [2]. До этого в действующих федеральных стандартах не было указаний, как учитывать хозяйственные операции, связанные с предоставлением в аренду имущества. Вводимый стандарт также уточняет порядок учета арендных операций у арендатора и арендодателя в зависимости от вида аренды.

Сравнительный анализ МСФО 16 «Аренда» [3] и ФСБУ 25/2018 «Бухгалтерский учет аренды» [2] показывает схожесть способов учета арендных операций и их зависимость от вида аренды: операционной или неоперационной (финансовой). При финансовой аренде и арендодатель, и арендатор обязаны учитывать аренду в особом порядке. По новым правилам при финансовой аренде арендатор берет объект учета аренды на свой баланс, отражая при этом право пользования активом и арендное обязательство бухгалтерской записью Д 01 К 76 по соответствующим субсчетам. Арендодатель, используя новый способ учета финансовой аренды, списывает со своего баланса объект учета аренды, отражая при этом инвестицию в аренду в сумме дисконтированных платежей, которые он получит за весь период действия договора.

Специалисты в сфере учета и консалтинга рекомендуют организациям самостоятельно или при помощи специалистов-консультантов определять метод учета аренды (по МСФО или по ФСБУ) и отражать выбранный вариант в учетной политике организации.

В заключение следует отметить, что выбор способа учета арендных операций должен быть обоснованным и опираться на знание законодательной базы и специфики видов аренды.

Список литературы

1. Российская Федерация. Законы. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) : текст с изменениями на 28 апреля 2020 года : [принят Государственной Думой 22 декабря 1995 г.] // Кодекс : электр. фонд правовой и нормативно-технической информации. – URL : <http://docs.cntd.ru/document/9027703> (дата обращения: 20.11.2020).

2. Российская Федерация. Приказы. Об утверждении Федерального стандарта бухгалтерского учета ФСБУ 25/2018 «Бухгалтерский учет аренды» : Приказ Министерства финансов Российской Федерации № 208н [принят Министерством Финансов 16 октября 2018 г.] // Кодекс : электр. фонд правовой и нормативно-технической информации. – URL : <http://docs.cntd.ru/document/551544388/> (дата обращения: 20.11.2020).

3. Российская Федерация. Приказы. Международный стандарт финансовой отчетности (IFRS) 16 «Аренда» : Приказ Министерства финансов Российской Федерации № 111н : текст с изменениями на 16 сентября 2019 г. : [принят Министерством Финансов 11 июля. 2016 г.] // Кодекс : электр. фонд правовой и нормативно-технической информации. – URL : <http://docs.cntd.ru/document/420368387> (дата обращения: 20.11.2020).

© О. В. Мироненко, 2020

УДК 330.1

СОВРЕМЕННЫЕ ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В АУДИТЕ

СИДАКОВА ВАЛЕРИЯ АЛАНОВНА

Студентка

ФГАОУ ВО «Северо-Кавказский федеральный университет»

Научный руководитель: Михайлова Галина Васильевна

доцент, канд. экон. наук

ФГАОУ ВО «Северо-Кавказский федеральный университет»

Аннотация: данная статья посвящена современным цифровым технологиям в аудите, а именно: какие технологии имеются на сегодняшний день; в каком аспекте рассматривают будущее аудита; также выделены инновационных направления, свободные изменить аудит; отдельное внимание уделено технологиям искусственного интеллекта в контексте поставленной проблемы.

Ключевые слова: аудит, цифровые технологии, цифровизация, цифровизация экономики, цифровизация аудита.

MODERN DIGITAL TECHNOLOGIES IN AUDIT

Sidakova Valeriya Alanovna*Scientific adviser: Mikhailova Galina Vasilyevna*

Abstract: this article is devoted to modern digital technologies in audit, namely: what technologies are available today; in what aspect the future of audit is considered; innovative areas that can change the audit are also highlighted; special attention is paid to artificial intelligence technologies in the context of the problem.

Key words: audit, digital technology, digitalization, digitization Economics, digitization of the audit.

Информационные цифровые технологии с каждым годом все больше определяют реалии современности, что определяет траекторию изменений аудита. Мною были рассмотрены тенденции, определяющие развитие аудиторской деятельности в ближайшем будущем.

Одно из главных направлений стратегического развития экономики РФ – это формирование базы цифровых технологий, которые обеспечивают экономический рост и повышение статуса страны в глобальном пространстве. Но при этом, аудиторы должны оценивать перспективы и риски, связанные с внедрением цифровых технологий, а также внедрять данные технологии в работу. Технологии сегодняшнего аудита [2]:

- программное обеспечение для целей управления внутренним аудитом (IA management software);

- анализ больших массивов данных (data mining). Дата майнинг дает возможность анализировать тенденции, делать прогнозы, вычислять присущие и не присущие процессу закономерности

- непрерывный аудит (continuous auditing). Переход к непрерывному аудиту предполагает обращение к многомерным моделям непрерывной обработки данных, которые превосходят возможности человеческого интеллекта.

Но на смену им уже идут технологии будущего – роботизация рутинных операций и искусствен-

ный интеллект.

В настоящее время актуальными становятся вопросы разработки и внедрения прикладных цифровых технологий в деятельность российских аудиторских фирм, в которых применяются программные продукты: «Экспресс Аудит: ПРОФ», «Помощник аудитора», Audit Expert; Audit XP, «Комплекс Аудит»; Audit NET; IT Audit и т. п [4].

Следует отметить, что будущее аудита сегодня активно рассматривается именно в связи с новыми технологиями. Оно является предметом многочисленных дискуссий, исследований, обсуждений как в профессиональном сообществе, так и академической среде на международном уровне. Но при этом отечественные исследователи этому аспекту не уделяют должного внимания. Оценивая перспективы развития аудита, они упускают из виду, что ключевой проблемой сегодня является то, что современная бизнес-среда развивается гораздо быстрее, чем технологии аудита. В условиях возросшей скорости коммуникаций учетная информация, подвергаемая аудиту, быстро утрачивает свою актуальность. В новой реальности у аудиторов не остается альтернативы тому, чтобы начать работать с технологиями, связанными со сбором, обработкой, консолидацией и анализом новых форм данных и больших объемов информации.

Среди различных инновационных направлений, можно выделить три основные, способные изменить аудит: тотальное оцифровывание окружающей жизни, возможность работы с большими данными, ведение учета и формирование отчетности практически в реальном режиме времени.

1. Тотальное оцифровывание окружающей жизни. Оцифровывание – автоматизация, которая открывает новые перспективы для совершенствования методов контроля и работы с данными, связанные со скоростью и точностью сбора информации.

2. Большие данные. Наиболее полно и последовательно развитие методов работы с информацией в аудите реализуется в условиях обращения к большим данным.

3. Учет и отчетность в реальном режиме времени. Использование мощных компьютерных систем расширяет возможности представления информации [1].

Также цифровизация аудита подразумевает процесс внедрения и использования систем обработки и передачи данных, которые можно разделить категории [3]:

– роботизация - необходимо набор несложных рутинных операций, которые делает человек, предоставить машине (выгрузка, обновление данных, составление отчетов). Однако, исследование EY (Ernst & Young) «Get ready for robots» показывает, что от 30-50% новых инициатив по внедрению столкнулись с серьезными проблемами - внедрение происходит без понимания, чего необходимо достичь в масштабе всей организации;

– базовая аналитика (BI, визуализация). Компоненты систем базовой аналитики, как правило, состоят из трех элементов: источники данных (данные, которые генерируются функциональными подразделениями в ходе работы компании), хранилище данных (база данных, которую создают специально с учетом требований к методам принятия решений или предоставляемым отчетам), инструменты визуализации и анализа (позволяют анализировать данные в различных разрезах для принятия решений);

– когнитивная аналитика (искусственный интеллект, машинное обучение) – используется в направлениях, среди которых можно выделить совершенствование процессов, разработку новых направлений, поиск закономерностей и зависимостей в данных.

Стоит отметить, что сентября 2016 года рабочая группа Совета по международным стандартам аудита и заданий (International Auditing and Assurance Standards Board — IAASB) с целью повышения качества аудита и минимизации аудиторского риска разработала положение, рекомендующее аудиторским компаниям применять ИИ-системы с технологиями для анализа больших данных Data Analytics. Стратегия перехода на аудит с использованием технологий искусственного интеллекта была озвучена еще в 2012 году, но фактическое внедрение и апробация прикладных технологий датируются 2014-2015 гг. По прогнозам Международного экономического форума, (World Economic Forum), к 2025 году около 30 % аудиторских проверок будет проводиться с применением ИИ-технологий.

По данным консалтинговой компании Frost & Sullivan, в 2022 г. объем мирового рынка технологий искусственного интеллекта составит 52,5 млрд долл.

На современном этапе наиболее перспективными являются ИИ-технологии с применением нейронных сетей, отличием которых является способность к самоорганизации и самообучению. Нейросистемы имитируют работу человеческого мозга. Обучение машины производится с применением набора данных с метками, формируемыми по результатам предыдущих аудиторских проверок.

Анализ зарубежных работ в области применения ИИ-технологий показал, что на современном этапе в связи с расширением потенциала цифровых технологий наиболее важными для аудита выступают технологии извлечения информации и анализа больших данных (Big data). Необходимость внедрения новых технологий для обработки значительного объема информации связана с ростом неопределенности, неструктурированной природой больших данных, перегрузкой данных, что приводит к затруднению идентификации и поиска релевантных сведений и неверным выводам.

Перспективными направлениями исследований в области ИИ-аудита выступает изучение таких вопросов, как: процессы принятия решений; организация и процедуры управления; комплекс методических, программно-аппаратных средств, образующих ИИ-технологии; информационные и когнитивные процессы сбора и обработки информации [4].

Таким образом, внедрение роботизированных программных продуктов в аудиторскую деятельность — это необходимое условие и фактор развития цифровой экономики в России, который должен способствовать как повышению качества аудиторских услуг, так и увеличению эффективности деятельности аудиторских фирм. Трансформация технологий работы с данными принципиально меняет наше понимание содержания учетной и управленческой информации, которые пока еще традиционно остаются главным предметом аудита.

Аудиторская проверка с применением цифровых технологий способна повысить качество услуг аудиторов на основе перехода от выборочного аудита к сплошному, поскольку технологии создают возможность ускоренно обрабатывать бумажные и электронные источники информации, делать сверки и подтверждения, которые выполняет аудитор вручную. Цифровые технологии могут как упростить проведение процедур, так и рационализировать организацию аудиторской проверки с учетом особенностей клиента.

Профессия аудитора существенно измениться в ближайшем будущем. И нужно уже сейчас приобретать навыки, которые позволят быть аудитору актуальным и полезным и для аудита, и для бизнеса в целом. На рынке труда аудиторов сейчас идет тенденция роста на наличие навыков работы с массивами данных, программирования, безопасности IT-систем.

Список литературы

1. Панков В.В. Трансформация института аудита в условиях применения цифровых технологий // Аудит. 2020. №12-2019.
2. Сонин А. Тренды в развитии внутреннего аудита // Audit-it URL: <https://www.audit-it.ru/articles/audit/a105/969382.html> (дата обращения: 25.10.2020).
3. Уласов Д.О. Цифровой аудит // Акционерное общество . 2020. №02.
4. Якимова Вилена Анатольевна. Возможности и перспективы использования цифровых технологий в аудиторской деятельности // Вестник Санкт-Петербургского университета. Экономика. 2020. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vozmozhnosti-i-perspektivy-ispolzovaniya-tsifrovyyh-tehnologiy-v-auditorskoy-deyatelnosti> (дата обращения: 25.10.2020).

© В.А. Сидакова, 2020

УДК 330

ПРОИЗВОДСТВЕННО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРЕДПРИЯТИЯ АО «ЛЬГОВСКИЙ МОЛОЧНО-КОНСЕРВНЫЙ КОМБИНАТ»

ЩЕГОЛЕВА ЕЛЕНА СЕРГЕЕВНА,
СОЛОДУХИНА АРИНА МИХАЙЛОВНА,
ВИНОГРАДОВА ИРИНА АЛЕКСАНДРОВНА

Студенты
ФГБОУ ВО «Юго-Западный государственный университет»

Аннотация: в данной статье дана производственно-экономическая характеристика предприятия АО «Льговский молочно-консервный комбинат». Рассмотрена структура и состав рабочего персонала предприятия. Проанализированы основные показатели финансово-хозяйственной деятельности АО «Льговский молочно-консервный комбинат». Рассмотрена ликвидность (платежеспособность) баланса предприятия

Ключевые слова: АО «Льговский молочно-консервный комбинат», предприятие, характеристика, молочная продукция, рабочий персонал, ликвидность, экономическое развитие предприятия.

PRODUCTION AND ECONOMIC CHARACTERISTICS OF THE ENTERPRISE JSC "LGOVSKIY MILK CANNING PLANT"

Shchegoleva Elena Sergeevna,
Solodukhina Arina Mikhailovna,
Vinogradova Irina Alexandrovna

Abstract: this article gives the production and economic characteristics of the enterprise JSC "Lgovskiy Milk Canning Factory". The structure and composition of the working personnel of the enterprise is considered. Analyzed the main indicators of the financial and economic activities of JSC "Lgovskiy milk cannery". Considered the liquidity (solvency) of the company's balance sheet

Key words: JSC "Lgovskiy Milk Canning Plant", enterprise, characteristics, dairy products, working personnel, liquidity, economic development of the enterprise.

В Курской области значительно велико количество предприятий перерабатывающей промышленности, но самым крупным и динамично развивающимся предприятием в данной сфере является Акционерное Общество «Льговский молочно-консервный комбинат», которое уже более 65 лет предлагает свою продукцию с идеальным соотношением качества и цены.

Производство предприятия основано на изготовлении различной молочной продукции. Они изготавливают и продают множество видов продукции: сгущенного молока, молокосодержащих продуктов, сливочного крема, сливочного масла, шоколадного масла, сгущенного молока с кофе, цельномолочной продукции [1].

Коллектив предприятия состоит из молодых специалистов, а также специалистов, которые трудятся в молочной отрасли уже более 10 лет. На предприятии существует большое число традиций, благодаря которым коллектив остается дружным и составляет одну большую команду.

Рассмотрим состав и структуру рабочих АО «Львовский молочно-консервный комбинат» (табл. 1).

Таблица 1

Состав рабочих АО «Львовский молочно-консервный комбинат»

Год	Работники	Количество, чел
2017	Среднегодовая численность работников	121
	-руководители	16
	-ИТР	22
	-основное производство	33
	-вспомогательное производство	46
	-обслуживающий персонал	4
2018	Среднегодовая численность работников	122
	-руководители	17
	-ИТР	22
	-основное производство	34
	-вспомогательное производство	44
	-обслуживающий персонал	5
2019	Среднегодовая численность работников	114
	-руководители	16
	-ИТР	21
	-основное производство	34
	-вспомогательное производство	39
	-обслуживающий персонал	4

Состав рабочих весьма разнообразен, но можно отметить, что в каждом году наибольшую численность занимают: рабочие вспомогательного и основного производства.

Рассмотрим основные показатели финансово-хозяйственной деятельности АО «Львовский молочно-консервный комбинат» (табл. 2).

Таблица 2

Основные показатели финансово-хозяйственной деятельности АО «Львовский молочно-консервный комбинат»

Показатели	2017	2018	2019	Абсолютное отклонение 2019 год от 2017 (+,-)	Темп роста (снижения), 2019 год от 2017 %
Выручка, тыс. руб.	624166	493415	471066	-153100	75,47
Себестоимость продаж, тыс. руб.	-538066	-436974	-426546	-111520	79,27
Прибыль (убыток) от продаж, тыс. руб.	29406	-1883	-3210	-32616	x
Прибыль (убыток) до налогообложения), тыс. руб.	16345	-16172	-15947	-32292	x
Чистая прибыль (убыток), тыс. руб.	12855	-15903	-12842	-25697	x
Среднегодовая стоимость, тыс. руб.:					
- активы	220110	244117	229740,5	+9630,5	104,38

Продолжение таблицы 2

Показатели	2017	2018	2019	Абсолютное отклонение 2019 год от 2017 (+,-)	Темп роста (снижения), 2019 год от 2017 %
-основных средств	23374	20998,5	19249	-4125	82,35
-оборотных средств	117318,5	144401	130156,5	+12838	110,94
-собственного капитала	(62285,5)	(63809,5)	(77882)	+15596,5	125,04
-заемного капитала	25000	50000	116701,5	91701,5	466,81
Среднесписочная численность работников, чел	121	122	114	-7	94,22

Таким образом, основные показатели финансово-хозяйственной деятельности АО «Льговский молочно-консервный комбинат» имеют тенденцию как к повышению, так и к снижению. Главным отрицательным фактором является снижение выручки и отсутствия у предприятия какой-либо прибыли в 2019 году [2].

Проведем анализ ликвидности баланса АО «Льговский молочно-консервный комбинат» (табл. 3).

Таблица 3

Анализ ликвидности баланса АО «Льговский молочно-консервный комбинат»

Наименование показателя	2017 год	2018 год	2019 год
A1. Наиболее ликвидные активы	3433	6807	9583
A2. Быстрореализуемые активы	118324	83022	93061
A3. Медленореализуемые активы	37271	39945	27895
A4. Труднореализуемые активы	100804	98628	100540
Баланс	259832	228402	231079
П1. Наиболее срочные обязательства	90597	61321	77602
П2. Краткосрочные пассивы	167133	180860	46858
П3. Долгосрочные обязательства	57960	57982	191222
П4. Постоянные пассивы	(55858)	(71761)	(84603)
Баланс	259832	228402	231079
	A1<П1	A1<П1	A1<П1
	A2<П2	A2<П2	A2>П2
	A3<П3	A3<П3	A3<П3
	A4>П4	A4>П4	A4>П4

Баланс предприятия АО «Льговский молочно-консервный комбинат» в 2017 г., 2018 г., 2019 г., в целом неликвиден так как не выполняется главное условие ликвидности $A4 < P4$ [3]. При этом в ближайший к рассматриваемому моменту промежуток времени организации не удастся поправить свою платежеспособность.

Рассмотрев все вышесказанное, можно сказать, что в целом, перспективы экономического развития предприятия достаточно минимальны.

Список литературы

1. Официальный сайт Акционерного общества «Льговский молочно-консервный комбинат» - <http://aolmkk.ru/>
2. Прыкина, Л.В. Экономический анализ предприятия [Электронный ресурс]: учебник / Л.В. Прыкина. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2018. - 253 с. - Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495823>
3. Банк В.Р. Финансовый анализ [Текст]: учебник / В.Р.Банк - - Москва : ТК Велби, Изд-во Проспект, 2018. - 344 с.

УДК 330

АНАЛИЗ ВЕРОЯТНОСТИ БАНКРОТСТВА ОРГАНИЗАЦИИ

ВИНОГРАДОВА ИРИНА АЛЕКСАНДРОВНА,
СОЛОДУХИНА АРИНА МИХАЙЛОВНА,
ЩЕГОЛЕВА ЕЛЕНА СЕРГЕЕВНА

Студенты

ФГБОУ ВО «Юго-Западный государственный университет»

Аннотация: в данной статье анализируется вероятность банкротства организации, выявление ранних признаков банкротства организации по бухгалтерской отчетности. Автором рассмотрены некоторые модели банкротства и проанализирована вероятность банкротства организации.

Ключевые слова: комплексный анализ, банкротство, вероятность, модель Альтмана, модель Спрингейта.

ANALYSIS OF THE PROBABILITY OF BANKRUPTCY OF THE ORGANIZATION

Vinogradova Irina Alexandrovna,
Solodukhina Arina Mikhailovna,
Shchegoleva Elena Sergeevna

Abstract: This article analyzes the likelihood of bankruptcy of an organization, identifying early signs of bankruptcy of an organization according to financial statements. The author considers some models of bankruptcy and analyzes the likelihood of bankruptcy of the organization.

Key words: complex analysis, bankruptcy, probability, Altman's model, Springate's model.

На современном этапе развития экономики, выявление вероятности банкротства организации носит главный характер. Неблагоприятные условия такие, как финансовый кризис и банкротство, отрицательно воздействуют на экономику организаций [1]. Банкротство организаций - признанная арбитражным судом или наступившая в результате завершения процедуры внесудебного банкротства гражданина неспособность должника в полном объеме удовлетворить требования кредиторов по денежным обязательствам, о выплате выходных пособий и (или) об оплате труда лиц, работающих или работавших по трудовому договору, и (или) исполнить обязанность по уплате обязательных платежей [2].

Факторы, определяющие возникновение банкротства или финансового кризиса, подразделяются на [3]:

1. Внешние или как ещё называют экзогенные (не зависят от функционирования организации): ухудшение состояния экономики; кризис в отрасли; усиленная монополизация.
2. Внутренние, или эндогенные (зависят от функционирования организации): низкий уровень маркетинга; недостаток финансового контроля; мало квалифицированных работников.

Есть много методик и моделей расчета вероятности банкротства организаций, рассмотрим некоторые из них [4].

1. Модель прогнозирования банкротства организации Ричарда Таффлера, была предложена в Великобритании в 1977 году. Модель имеет вид: $Z = 0.53 \times X_1 + 0.13 \times X_2 + 0.18 \times X_3 + 0.16 \times X_5$. На рисунке 1. представлена методика расчета.

№	Формула расчета	Расчет по РСБУ
X ₁	X ₁ = Прибыль от продаж / Краткосрочные обязательства	стр. 2200 / стр. 1500
X ₂	X ₂ = Оборотные активы / (Краткосрочные обязательства + Долгосрочные обязательства)	стр. 1200 / (стр. 1400 + 1500)
X ₃	X ₃ = Краткосрочные обязательства / Активы	стр. 1500 / стр. 1600
X ₄	X ₄ = Выручка / Активы	стр. 2110 / стр. 1600

Рис. 1. Методика расчета модели Р. Таффлера

Оценка предприятия по модели банкротства Таффлера:

Если $X > -0,3$ – предприятие маловероятно станет банкротом («зеленая зона»),

Если $X < 0,2$ – предприятие вероятно станет банкротом («красная зона»),

Если $0,2 < X < 0,3$ – зона неопределенности («серая зона»).

2. Модель прогнозирования банкротства предприятия Г. Спрингейта. Модель Спрингейта – была разработана канадским учёным в 1978 году в университете Саймона Фрейзера. Для создания модели учёный использовал финансовую отчетность от 40 предприятий Канады (20 банкротов / 20 не банкротов). В процессе разработки модели из 19 финансовых коэффициентов, считавшимися лучшими, Спрингейтом было отобрано четыре коэффициента, на основании которых была построена модель Спрингейта. Оценка вероятности банкротства по модели Спрингейта производится по формуле: $Z = 1,03 \times X_1 + 3,07 \times X_2 + 0,66 \times X_3 + 0,4 \times X_4$. На рис.2 представлена методика расчета.

№	Формула расчета	Расчет по РСБУ
X ₁	X ₁ = Оборотный капитал / Активы	(стр.1200-стр.1500)/ стр.1600
X ₂	X ₂ = (Прибыль до налогообложения + Проценты к уплате) / Активы	(стр.2300+стр.2330) / стр.1600
X ₃	X ₃ = Прибыль до налогообложения / Краткосрочные обязательства	стр.2300 / стр.1500
X ₄	X ₄ = Выручка / Активы	стр.2110 / стр.1600

Рис. 2. Методика расчета модели Г. Спрингейта

Проанализирована вероятность банкротства по модели Спрингейта на примере АО «ЖБИ» (рис. 3).

№	Формула расчета	Расчет по РСБУ	Расчет за предыдущий год	Расчет за отчетный год
X ₁	X ₁ = Оборотный капитал / Активы	(стр.1200-стр.1500)/ стр.1600	$\frac{91062 - 23708}{139847} = 0,48$	$\frac{66320 - 15654}{122649} = 0,41$
X ₂	X ₂ = (Прибыль до налогообложения + Проценты к уплате) / Активы	(стр.2300+стр.2330) / стр.1600	$\frac{0 + 0}{139847} = 0$	$\frac{0 + 0}{122649} = 0$
X ₃	X ₃ = Прибыль до налогообложения / Краткосрочные обязательства	стр.2300 / стр.1500	$\frac{0}{23708} = 0$	$\frac{0}{15654} = 0$
X ₄	X ₄ = Выручка / Активы	стр.2110 / стр.1600	$\frac{101869}{139847} = 0,73$	$\frac{114296}{122649} = 0,93$

Рис. 3. Анализ вероятности банкротства АО «ЖБИ»

Оценка предприятия по модели Спрингейта:

За предыдущий год – $1,21 > 0,862$ (банкротство предприятия маловероятно)

За отчетный год – $1,34 > 0,862$ (банкротство предприятия маловероятно)

Существуют и другие методики прогнозирования банкротства. Главная цель данных моделей предотвращение банкротства организаций.

Список литературы

1. Эйтингтон В.Н. Прогнозирование банкротства: основные методики и проблемы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL.: <http://www.hr-portal.ru/article/prognozirovanie-bankrotstva-osnovnyie-metodiki-i-problemy/>
2. Федеральный Закон «О несостоятельности (банкротстве)» от 26.10.2002 г. №127-ФЗ.
3. Давыдова Г.В. Методика количественной оценки риска банкротства предприятий // Управление риском – 2019 г. – №3. – С. 13-20.
4. Казиев К.В. Применение кризис-прогнозных моделей в диагностике финансовой состоятельности предприятий [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL.: http://sciencebsea.bgita.ru/2007/ekonom_2007_2/kaziev_prim.htm/

НАЛОГИ И НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ

УДК 2964

АНАЛИЗ ПОСТУПЛЕНИЯ НАЛОГОВ НА ФОНД ОПЛАТЫ ТРУДА В НАЛОГОВУЮ СИСТЕМУ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ОРЛИКОВА АНАСТАСИЯ ПАВЛОВНА

магистрант

ФГБОУ ВО «Оренбургский государственный университет»

*Научный руководитель: Федосеева Юлия Александровна**к.э.н, доцент*

ФГБОУ ВО «Оренбургский государственный университет»

Аннотация: Налоги на Фонд оплаты труда – это важная составляющая достойного заработка и материальной компенсации для работников самых разнообразных предприятий и сфер деятельности. В статье рассмотрена динамика поступления НДФЛ и страховых взносов в бюджет за 2017-2019гг., а также изменение экономических показателей влияющих на нее.

Ключевые слова: налоги на ФОТ, НДФЛ, страховые взносы, налоговая система.

ANALYSIS OF THE RECEIPT OF TAXES ON THE LABOR PAYMENT FUND TO THE TAX SYSTEM OF THE RUSSIAN FEDERATION

Orlikova Anastasia Pavlovna*Scientific adviser: Fedoseeva Yulia Alexandrovna*

Abstract: Payroll taxes are an important component of decent earnings and material compensation for employees of a wide variety of enterprises and fields of activity. The article examines the dynamics of personal income tax and insurance contributions to the budget for 2017-2019, as well as the change in economic indicators affecting it.

Key words: taxes on payroll, personal income tax, insurance premiums, tax system.

Налоговые поступления зависят от многих факторов. Главным образом от общего уровня налогообложения. Он суммирует все изменения соответствующего законодательства – снижение ставок, изменение правил, вычетов и льгот. В то же время общий уровень налоговой доходности в стране отражает не только законное использование соответствующих льгот, но и разные способы уклонения от налогообложения. При этом для общероссийского уровня налоговая доходность как отношение налоговых поступлений к ВВП будет отражать среднюю картину качества налоговой политики и налогового администрирования в стране. А для регионального уровня налоговая доходность определяется общероссийским уровнем и отклонением от него под влиянием особенностей экономики региона и проводимой в нем налоговой политики.

Следующим важным фактором, определяющим размер и динамику налоговых поступлений, – темп экономического роста.

Третьим показателем, от которого зависят налоговые поступления в бюджет, является рост цен,

или фактор инфляции. Так как увеличение цен приводит к росту доходов и налогооблагаемой базы у всех типов налогоплательщиков, что положительно влияет на доходы бюджетной системы от налогообложения. [1, с.19]

Проблеме налоговых поступлений и влияющих на них факторов уделяется значительное место в зарубежной и отечественной литературе. Основными параметрами налоговой системы считаются как сами налоговые поступления, так и налоговая доходность.

В данной работе проанализируем статистическую и налоговую отчетность, рассмотрим поступление налогов на фонд оплаты труда в налоговую систему РФ, а именно поступление НДФЛ и страховых взносов.

В качестве информационной базы исследования использовались данные Федеральной налоговой службы РФ о налоговых поступлениях за 2017–2019гг.

Рассмотрим, какую долю в ВВП РФ занимают налог на доходы физических лиц и страховые взносы.

Таблица 1

Поступления НДФЛ и страховых взносов в государственные внебюджетные фонды в бюджет расширенного правительства РФ [2, с.2]

Показатели	В % ВВП			Изменение 2019 г. относительно 2018 г., в п.п. ВВП
	2017 г.	2018 г.	2019 г.	
Доходы, всего	32,6	35,0*	35,5	0,5
НДФЛ	3,5	3,5	3,6	0,1
Страховые взносы	6,4	6,3*	7,2	0,9

Примечание: *Страховые взносы и доходы всего приводятся без двойного счета страховых взносов за неработающее население, значения общих поступлений отличаются от официальных на данную величину.

Анализ уровня налоговой нагрузки показывает, что налоговые доходы бюджетной системы (рассчитываемые как сумма поступлений всех налогов и сборов, таможенных пошлин, страховых взносов на обязательное государственное социальное страхование и прочих налоговых платежей), определяемые, как процентная доля ВВП, на протяжении последних лет находится в диапазоне 32 % - 35% ВВП. В 2019 году данный показатель по сравнению с 2018 г. вырос на 0,5 % и составил 35,5 % от ВВП.

Налог на доходы физлиц является третьим крупным источником финансирования доходов бюджета. А страховые взносы являются самым крупным источником финансирования бюджета после нефтегазовых доходов.

Обратимся к доходам консолидированного бюджета РФ.

Таблица 2

Динамика поступлений НДФЛ и страховых взносов в доходы консолидированного бюджета РФ

Показатели	2017 г.		2018 г.		2019 г.		Темп роста, в процентах	
	млрд р.	%	млрд р.	%	млрд р.	%	2018 к 2017, %	2019 к 2018, %
Доходы всего	31046,67	100	37320,35	100	39110,3	100	120,21	104,80
НДФЛ	3252,32	10,48	3654,20	9,79	3956,41	10,12	112,35	108,27
Страховые взносы	6783,99	21,85	7476,90	20,03	7884,5	20,16	110,21	105,45

Источник: Федеральное казначейство. Консолидированный бюджет Российской Федерации и бюджетов государственных внебюджетных фондов 2017, 2018, 2019 [3].

Как видно из данных таблицы 2, в динамике доходов за рассматриваемый период наблюдается положительная тенденция. Доходы в 2019 г. демонстрируют рост по отношению к уровню 2018 г. на 4,8 % в реальном выражении. Прирост, 2018 г по отношению к 2017 году значительно больше и составил 20. Рассматривая долю НДФЛ и страховых взносов видно, что суммы данных платежей поступают с каждым годом больше. Идет тенденция снижения темпа роста данных показателей. Но по-прежнему страховые взносы и НДФЛ в сумме составляют около 30 % от всего дохода.

По таблице 2 видно что в реальном выражении поступления по НДФЛ в консолидированный бюджет с каждым годом растут.

Одной из причин роста НДФЛ является увеличение МРОТ. Работодатели были вынуждены пересмотреть оклады и привести их в соответствие с новыми ограничениями по минимальному размеру оплаты труда. В итоге повысилась база для начисления НДФЛ и, соответственно, сумма к уплате.

По таблице 2 видно, что в реальном выражении поступления в консолидированный бюджет по страховым взносам растут. Поступления страховых взносов возросли, так как динамика поступлений платежей по НДФЛ растет, а они находятся в прямой зависимости. Хотя видно, что рост поступлений по НДФЛ опережает рост поступлений от страховых взносов. Это происходит из-за того, что некоторые суммы облагаются НДФЛ, но не облагаются страховыми взносами.

Посмотрим, какой же коэффициент собираемости за последние 3 года по НДФЛ и страховым взносам.

Таблица 3

Коэффициент собираемости НДФЛ и страховых взносов, млрд. р.

Показатели	2017 г.		2018 г.		2019г.		Коэффициент собираемости, в процентах		
	начислено	поступило	начислено	поступило	начислено	поступило	2017	2018	2019
НДФЛ, в млрд р.	3087,22	3251,57	3436,39	3656,18	3766,83	3956,41	105,32	106,40	105,03
Страховые взносы, в млрд р.	5387,81	5797,82	6455,92	6414,86	6974,20	7884,5	107,61	99,36	113,05

Источник: Федеральная налоговая служба. Отчет о начислении и поступлении налогов, сборов и иных обязательных платежей в бюджетную систему Российской Федерации - 1-НМ Режим доступа: https://www.nalog.ru/rn56/related_activities/statistics_and_analytics/forms/ [4].

По данным таблицы видно, что собираемость по НДФЛ в рассматриваемый период достаточно высокая. Страховые взносы в 2018 году не уплатили в размере 0,64 % , около 41 млрд. Но можно сказать, что собираемость по рассматриваемым налоговым платежам находится на высоком уровне в последние года. Высокий уровень собираемости налогов напрямую связано с совершенствованием системы администрирования ИФНС (после реорганизации 2013 года наблюдается ежегодный прирост фискальных доходов практически по всем налогам).

Для поддержания такого уровня ИФНС используют следующие инструменты:

- пени и штрафы за просрочку платежей, недоимки, неверно рассчитанные суммы налогов к уплате в 2019 году на порядок выше тех, что применялись еще 5 лет назад;
- блокировка расчетного счета на двукратную сумму задолженности;
- судебное взыскание задолженности. Более 70% решений выносятся в пользу ИФНС. Таким пробюджетным подходом бизнес обязан именно инициативе ФНС. Если до 2015 г. суды старались выносить решения таким образом, чтобы не увеличивать нагрузку на бизнес, и лояльно снижали штрафные санкции, то теперь строго соблюдаются интересы госбюджета. Налоговики строго придерживаются порядка досудебного урегулирования спора, пытаются получить причитающиеся им платежи без суда.

-система управления поведением налогоплательщиков. Открытость информации о результатах проверок, постоянный контроль за движением по счетам, встречные запросы документов и т.д. – все это побуждает честно платить предписанные законом сборы и взносы.[5, с 238]

Применение всех вышеперечисленных инструментов обусловило стабильный рост собираемости налогов в РФ.

Необходимо проанализировать также влияние различных факторов на динамику налоговых поступлений от НДС и страховых взносов. Факторы, которые прямо или косвенно будут влиять на формирование налоговой базы по НДС и взносам следующие: среднедушевой денежный доход, среднегодовая заработная плата, численности населения, занятого в экономике, индекс роста потребительских цен (инфляция), величина МРОТ.

Динамика данных показателей по России за 2017–2019 гг. представлена в таблице 4.

Таблица 4

Динамика экономических факторов, влияющих на поступления НДС и страховых взносов в бюджет РФ за 2017–2019 года

Показатели	2017 г	2018 г	2019 г	Темп роста, в процентах	
				2018 к 2017, %	2019 к 2018, %
Среднедушевой денежный доход, руб.	31745	33010	35249	103,98	106,78
Минимальный размер оплаты труда (в среднем за год), руб.	7650	10605	11280	138,63	106,36
Среднемесячная номинальная заработная плата, руб.	39167	43724	47468	111,63	108,56
Численность населения занятого в экономике, тыс. чел.	72142	72354	71933	100,29	99,42

Источник: [5] Россия в цифрах. 2020: Крат. стат. сб./Росстат- М., 2020 – С. 88, 121,127

Посмотрим наглядно на диаграммах динамику поступления НДС и страховых взносов и динамику факторов влияющих на них:

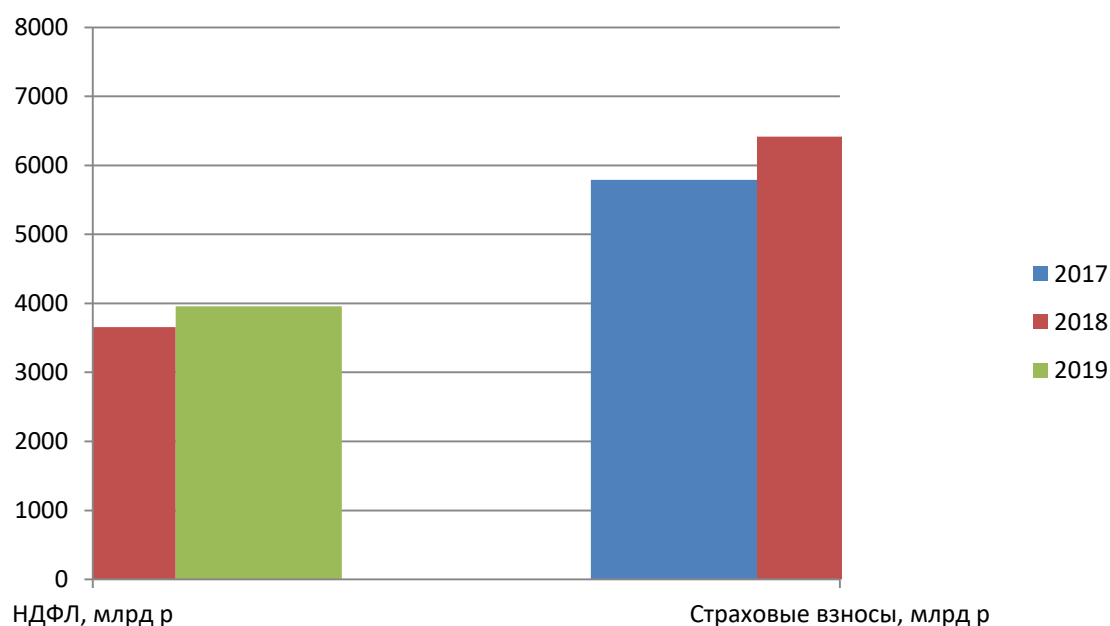


Рис. 1. Динамика поступления НДС и страховых взносов

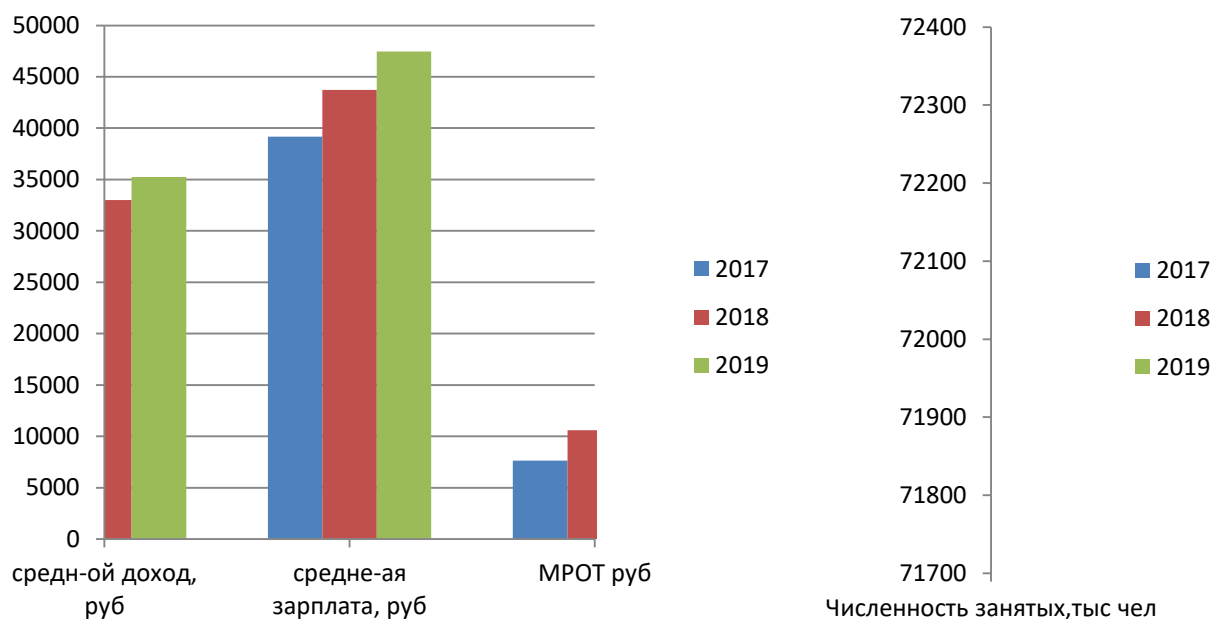


Рис. 2. Динамика изменения экономических показателей

По рисункам 4 и 5 мы видим, что динамика НДФЛ и страховых взносов и динамика факторов, влияющих на них, находится в прямой зависимости. При увеличении показателей увеличиваются и поступления рассматриваемых платежей. Только показатель численность занятых за 2016-2018 года не увеличивались с каждым годом, но в целом он не сильно изменялся за рассматриваемый период, и при увеличении всех других показателей просматривается прирост НДФЛ и страховых взносов. Самый высокий темп прироста в рассматриваемом периоде наблюдается у показателя среднемесячной номинальной заработной платы. Т.е. данные показатель в большей мере повлиял на увеличении рассматриваемых платежей.

Список литературы

1. Малкина М.Ю. Факторный анализ поступления отдельных налогов в России [Электронный источник] // М.Ю. Малкина, Р.В. Балакин // Финансы и Кредит.- 2016. - №32.- С.11-24. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/faktornyy-analiz-dinamiki-postupleniy-otdelnyh-nalogo-v-rossii-v-2006-2014-gg/viewer>
2. Анализ тенденций в бюджетно-налоговой сфере России [Электронный ресурс] / РЭУ Им. Г. В. Плеханова. – 2020. - Выпуск №18. Режим доступа: <http://www.rea.ru/ru/Pages/exspertixareu.aspx>
3. Федеральное казначейство [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://roskazna.ru>
4. Федеральная налоговая служба [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.nalog.ru>
5. Россия в цифрах. 2020: Крат. стат. сб./Росстат- М., 2020 - 553 с

СТРАХОВАНИЕ

УДК 331

СУЩНОСТЬ И ОСОБЕННОСТИ СТРАХОВОГО ПРОДУКТА

КРУЖАЛИН ВИКТОР ИВАНОВИЧ,

доктор географических наук, профессор,
заведующий кафедрой рекреационной географии и туризма
МГУ имени М.В.Ломоносова
Россия, г. Москва

КУДРЯШОВ ВАДИМ СЕРГЕЕВИЧ

кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента
Северо-Западный институт управления РАНХиГС при Президенте РФ
Россия, г. Санкт-Петербург

Аннотация. В статье рассмотрены определенные критерии выбора канала сбыта страхового продукта. Представлены основные элементы ядра страхового продукта. Определены показатели при разработке страхового продукта. Проведен анализ основных причин разработки нового страхового продукта в страховой компании.

Ключевые слова: страхование, страховой продукт, риски, рынок, клиент.

ESSENCE AND FEATURES OF THE INSURANCE PRODUCT

**Kruzhalin Victor Ivanovich,
Kudryashov Vadim Sergeevich**

Annotation. The article considers certain criteria for choosing an insurance product sales channel. The main elements of the insurance product core are presented. Indicators for the development of an insurance product are defined. The main reasons for the development of a new insurance product in an insurance company are analyzed.

Key words: insurance, insurance product, risks, market, client.

Для страховой организации страховой продукт – это важная составляющая его деятельности. Можно сказать, что это «лицо» страховой компании. Ведь именно большое количество предлагаемых услуг, разнообразие программ страхования, возможность приобретения оптимальной страховой услуги является важным для клиента, и, опираясь на эти параметры, он и выбирает страховую компанию.

Особое внимание в страховых компаниях уделяется процессу продвижения страхового продукта. Чтобы выбрать оптимальный способ продвижения, необходимо определить, какой способ был бы наиболее привычным для потребителя. Выбор каналов продаж и их соотношение принадлежат к стратегическим решениям страховщика.

Существуют определенные критерии выбора канала сбыта страхового продукта. Одним из основных является характеристика самой страховой услуги. Так, при продаже недорогих и простых, т.е. не требующих андеррайтинга, страховых услуг, которые интересны именно своей невысокой стоимостью и уже сложившейся потребностью в них со стороны страхователей, наиболее эффективны продажи через Интернет.

Страховой продукт - это набор основных и вспомогательных услуг, приобретаемых клиентом с целью получения надежной страховой защиты. В структуре страхового продукта выделяют материаль-

ное ядро и оболочку.

Ядро - это основа страхового продукта. В ядре страхового продукта заключена вся суть страховой защиты, предлагаемой клиенту. Ее разработка требует детального анализа, так как она включает:

- технические характеристики и предоставляемые гарантии. Здесь оговорены страховое покрытие, риски и величина страховой суммы;
- условия выплаты страхового возмещения в случае наступления рискового события;
- экономические характеристики — цена страхования (страховой тариф и страховая премия), возможность установления франшизы
- дополнительные услуги, предоставляемые страховщиком при наступлении страхового события (например, в договоре добровольного страхования автогражданской ответственности дополнительно прописаны услуги аварийного комиссара и эвакуации транспортного средства с места дорожно-транспортного происшествия).

Особое внимание в структуре страхового продукта необходимо обращать на его оболочку. Оболочка страхового продукта выражается:

- в конкретном документе (страховом полисе и пояснениях нему);
- в рекламе страхового продукта — презентации основных характеристик предлагаемого страхового покрытия;
- в действиях представителей страховщика по заключению договоров страхования, его обслуживанию, а также в процессе урегулирования убытков после страхового события.

Оболочка страхового продукта определяет, будет ли востребован продукт или нет. Она дает страхователю информацию обо всех важных пунктах договора. Многие страховые компании уделяют большое внимание дизайну рекламных листов, макету договора, проводят маркетинговые исследования, чтобы продвижение страхового продукта было более успешным.

При разработке страхового продукта важно учитывать следующие показатели:

- потребности клиентов;
- характерные отличия;
- качество;
- индивидуальный подход.

В последнее время увеличивается количество стандартизированных страховых продуктов. Стандартный страховой продукт – это продукт, для которого характерен упрощенный процесс продажи/покупки и ограниченные возможности настройки под индивидуальные потребности [1].

Еще одной особенностью российского рынка в разработке страховых продуктов является их «пакетность». Страховой компании выгодно предлагать клиентам много страховых услуг в составе одной страховой программы. Например, многие страховые компании предлагают вместе с КАСКО или ДМС страхование от несчастного случая.

Современные страховые компании – и российские, и зарубежные в последнее время редко самостоятельно разрабатывают новые страховые продукты». Это обусловлено тем, что данная процедура трудоемкая и дорогостоящая. Крайне очевидна тенденция копирования страховых программ одними страховщиками с других.

Существует две основные причины разработки нового страхового продукта в страховой компании. Первая заключается в том, что страховщик, считая, что ситуация на рынке неудовлетворительна, пытается разработать оптимальный вариант страхования. На мой взгляд, данная причина не является лидирующей на рынке, потому что в настоящее время страховые компании, находясь в жесткой конкурентной борьбе, скорее будут бороться за прибыль и объем страхового портфеля. Вторая причина – разработка страхового продукта, который позволит страховщику вырваться в лидирующие позиции на рынке за счет повышения привлекательности уже имеющихся страховых продуктов.

Одним из главных требований клиента к страховому продукту остается его высокое качество. Качество страховки – это основа имиджа и репутации страховой организации на рынке. Качество страхового продукта определяется по следующим параметрам:

- технические характеристики;

- прозрачность условия;
- личные отношения с клиентом;
- высокий уровень урегулирования страховых случаев;
- потоки информации.

Одной из главных проблем позиционирования страхового продукта на рынке остается его цена. Страховой продукт – это не товар в прямом смысле этого слова. Покупая его, клиент как бы покупает «кота в мешке», о его качестве он сможет сказать только после наступления страхового случая, которого может и не произойти. Поэтому страхователям цена страхового продукта зачастую кажется чрезмерно завышенной.

Также необходимо отметить, что российский страховой рынок находится в состоянии жесткой конкуренции. Это касается в первую очередь таких массовых видов страхования, как страхование грузов, недвижимости и иного имущественного страхования, а также имущества физических лиц — домов, квартир, автомобилей. В конкурентной борьбе за клиента страховые организации часто используют снижение цены продукта ниже обоснованного уровня, что означает ценовой демпинг.

Список литературы

1. Бабенко Е.Ю. Стандартизация страховых продуктов – перспектива развития страхового маркетинга. Вопросы современной науки и практики, 2018, №3. С-102-106

РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

УДК: 339.727.2

ФИНАНСОВАЯ ИНТЕГРАЦИЯ В СТРАНАХ АСЕАН: УСПЕХИ И ПРОТИВОРЕЧИЯ

РАКОВ ИВАН ДМИТРИЕВИЧ

младший научный сотрудник
Научно-исследовательский финансовый институт
Министерства финансов Российской Федерации

Аннотация: В статье на основе статистических данных анализируются успехи в финансовой интеграции стран АСЕАН и возникающие противоречия в данном вопросе. Рассматривается динамика и структура прямых иностранных и портфельных инвестиций в рамках инвестиционных партнеров. Сравняются устойчивость и глубина финансовых рынков стран АСЕАН, а также их финансовая открытость.

Ключевые слова: АСЕАН, финансовая интеграция, финансовая либерализация, иностранные инвестиции, международное движение капитала.

FINANCIAL INTEGRATION IN ASEAN COUNTRIES: SUCCESS AND CONTRADICTIONS

Rakov Ivan Dmitrievich

Abstract: The article is analyzed the financial integration progress of ASEAN countries and the contradictions in this issue on the basis of statistical data. The dynamics and structure of direct foreign and portfolio investments within the framework of investment partners are considered. The stability and depth of the financial markets ASEAN and their financial openness are compared.

Key words: ASEAN, financial integration, financial liberalization, foreign investment, international capital movement.

За последние 20 лет страны АСЕАН (Ассоциация государств Юго-Восточной Азии) проделали большой путь по усилению финансовой интеграции в Юго-Восточной Азии. Начиная с тяжелого финансово-экономического кризиса в 1997-1998 гг. (Азиатский финансовый кризис), формируя в ответ целый ряд региональных инициатив по финансовой интеграции в странах АСЕАН (Бруней, Вьетнам, Индонезия, Камбоджа, Лаос, Малайзия, Мьянма, Сингапур, Таиланд, Филиппины).

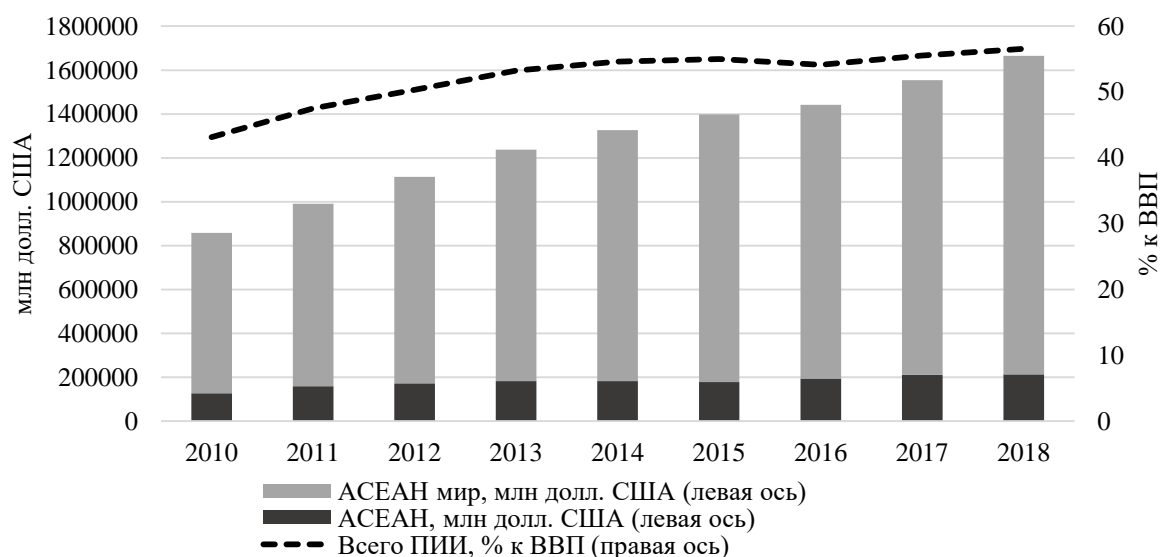
В 1997 г. принимаются Соглашение о сотрудничестве в финансовой сфере и Концепция «Видение АСЕАН 2020»: одна из задач концепции – достичь свободного движения инвестиций к 2020г. Дальнейшие шаги по усилению финансовой интеграции стран АСЕАН зафиксированы в дорожной карте денежно-кредитной и финансовой интеграции стран АСЕАН (2003 г.) и Рамочном соглашении о финансовой интеграции АСЕАН (2011 г.) [1]. И среди последних инициатив стран АСЕАН по финансовой интеграции можно отметить Рамочное соглашение о банковской интеграции стран АСЕАН (2014 г.) [2] и Видение 2025 (2015 г.), в котором одна из задач заключается в обеспечении улучшения движения капитала и инвестиций между странами АСЕАН [3, с. 7-8].

Два десятилетия упорной работы в сфере создания правовых основ по финансовой интеграции заставляют задуматься о фактических успехах стран АСЕАН и возникающих противоречиях.

Анализ достигнутых успехов финансовой интеграции основан на изучении инвестиционных партнеров стран АСЕАН и динамики прямых и портфельных инвестиций за 2010-2018 гг. Данный временной период выбран в связи с отсутствием необходимых статистических данных за ранние периоды. Противоречия определяются на основе сравнения показателей де-факто финансовой открытости стран

АСЕАН, а также сравнение глубины и устойчивости финансовых рынков стран АСЕАН.

Динамика прямых иностранных инвестиций (далее – ПИИ) в странах АСЕАН положительна за 2010-2018 гг. и составила 101 млрд долл. США или 1,7% к ВВП в год. При этом увеличение прироста ПИИ происходит преимущественно за счет других стран (почти в 2 раза увеличился объем ПИИ за весь рассматриваемый период). Однако рост прямых инвестиций между странами АСЕАН также вырос в абсолютных значениях в 1,5 раза (рис. 1).



Источник: Coordinated Direct Investment Survey [Электронный ресурс] // International Monetary Fund. URL: <http://data.imf.org/> (дата обращения: 25.05.2020); Prices, Consumer Price Index, All items, Index [Электронный ресурс] // International Financial Statistics (IFS). URL: <http://data.imf.org/> (дата обращения: 25.05.2020); GDP (current US\$) // World Bank Group. URL: <https://data.worldbank.org/indicator> (дата обращения: 24.05.2020).

Рис. 1. Динамика прямых иностранных инвестиций стран АСЕАН (активы) в разрезе его стран-инвесторов за 2010-2018 гг.

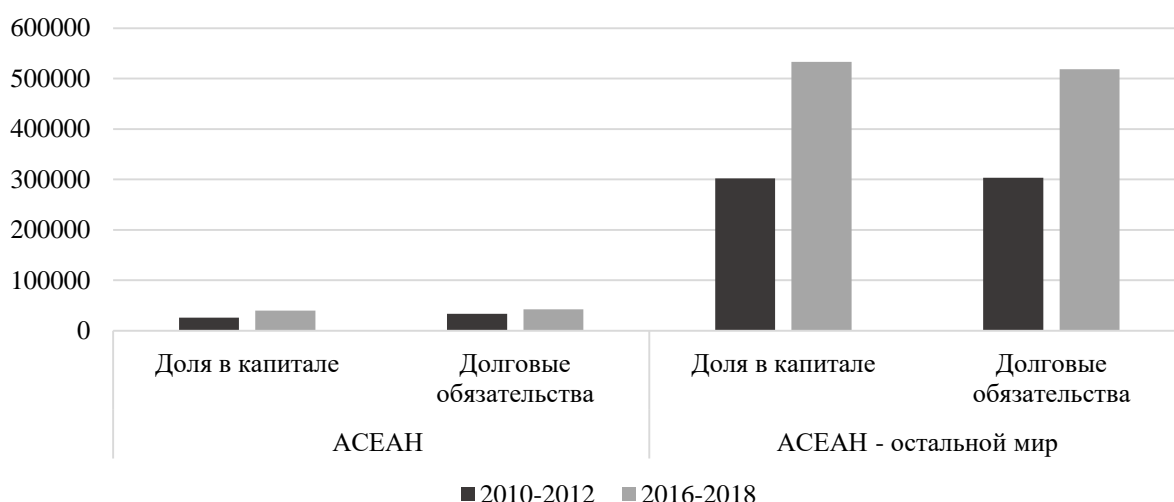
Данная динамика находит свое отражение в структуре ПИИ АСЕАН (активы) в разрезе его стран-инвесторов за 2010-2018 гг. Во-первых, снизилась доля ПИИ между странами АСЕАН с 15,51% до 13,32% в общем объеме ПИИ АСЕАН. Во-вторых, увеличилась доля ПИИ АСЕАН из других стран с 84,46% до 86,45% в общем объеме ПИИ АСЕАН.

На долю всех портфельных инвестиций стран АСЕАН (активы) за 2010-2018 гг. в среднем приходится 37% к ВВП в год: в 2010 г. данная доля составила 30% к ВВП, а в 2018 г. – 42% к ВВП. Доля портфельного капитала за 2010-2012 гг., перемещающегося между странами АСЕАН, не велика не более 10%, а остальная часть портфельных инвестиций приходится на остальные страны около 90% (рис. 2).

В 2016-2018 гг. значительных структурных изменений в портфельных инвестициях выявлено не было по сравнению с 2010-2012 гг. За данный период отмечается небольшое увеличение доли портфельных инвестиций с остальными странами за счет их значительного роста в абсолютном выражении.

В связи с тем, что сложно статистически характеризовать финансовый рынок и найти для этого сопоставимые статистические данные по всем странам АСЕАН, поэтому в настоящей работе анализ строится на основе компонента индекса глобальной конкурентоспособности «Финансовая система».

В таблице 1 представлена оценка компонента индекса глобальной конкурентоспособности в значениях от 0 до 100, где 100 наилучший результат, а также ранг страны по данному компоненту (1 – наилучший результат у страны из 141 страны). Также данный индекс не рассчитывается по Мьянме.



Источник: Coordinated Portfolio Investment Survey (CPIS) [Электронный ресурс] // International Monetary Fund. URL: <http://data.imf.org/> (дата обращения: 19.05.2020); Prices, Consumer Price Index, All items, Index [Электронный ресурс] // International Financial Statistics (IFS). URL: <http://data.imf.org/> (дата обращения: 19.05.2020).

Рис. 2. Структура и динамика портфельных инвестиций АСЕАН (активы) в разрезе стран-инвесторов за 2010-2012 гг. и за 2016-2018 гг., млн долл. США

Таблица 1

Оценка состояния финансовых систем АСЕАН и России на 2019 год в рамках компонента индекса глобальной конкурентоспособности: финансовая система

Страны	Финансовая система		В том числе			
			Глубина		Стабильность	
	Оценка	Ранг	Оценка	Ранг	Оценка	Ранг
Бруней	55,1	98 из 141	28,7	102 из 141	88,2	73 из 141
Вьетнам	63,9	60 из 141	48,2	52 из 141	83,4	101 из 141
Индонезия	64	58 из 141	43,3	56 из 141	89,8	57 из 141
Камбоджа	56,4	88 из 141	34,7	82 из 141	83,5	100 из 141
Лаос	55,2	97 из 141	31,9	93 из 141	84,4	95 из 141
Малайзия	85,3	15 из 141	79,0	15 из 141	93,2	28 из 141
Мьянма	-	-	-	-	-	-
Сингапур	91,3	2 из 141	86,7	2 из 141	97,0	3 из 141
Таиланд	85,1	16 из 141	78,3	17 из 141	93,6	21 из 141
Филиппины	68,3	43 из 141	50,3	46 из 141	90,8	48 из 141

Примечание: оценка приводится в значениях от 0 до 100, где 100 наилучший результат. Результат по строке АСЕАН рассчитывается как среднеарифметическое.

Источники: 9th pillar: Financial system [Электронный ресурс] // World Economic Forum. – 2019. – URL: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TheGlobalCompetitivenessReport2019.pdf (дата обращения: 23.05.2020).

Согласно индексу развития финансовой системы на 2019 год страны АСЕАН их финансовые рынки слишком разнородны. В частности, Сингапур и Малайзия имеют намного более лучшую оценку состояния финансовой системы, чем Бруней и Лаоса. Если лидером по развитию своей финансовой системы АСЕАН является Сингапур, который по компоненту «финансовая система» занимает второе место из 141 страны, то Бруней находится на 98 месте. Аналогичная ситуация наблюдается по подкомпонентам «глубина» и «стабильность» финансовой системы.

Индекса де-факто финансовой открытости (The Chinn-Ito index, KAOPEN) показал, что, несмотря на затраченные усилия по объединению своих финансовых рынков, страны АСЕАН проводили политику финансовой либерализации не однородно за 2000-2018 гг. В частности, Сингапур полностью финансово открытая страна в 2000-2018 гг., а Мьянма – закрытая. Увеличили степень финансовой открытости Вьетнам и Камбоджа. Однако Индонезия, Лаос и Таиланд установили меры, ограничивающие движение финансового капитала (табл. 2).

Таблица 2

Динамика индекса де-юре финансовой открытости (KAOPEN) за 2000-2018 гг., %

Период	Вьетнам	Индонезия	Камбоджа	Лаос	Малайзия	Мьянма	Сингапур	Таиланд	Филиппины
2000-2003	16,50	69,97	27,88	22,99	41,65	0,00	100,00	41,65	44,81
2004-2007	16,50	69,97	61,94	16,50	41,65	0,00	100,00	35,36	44,81
2008-2011	41,65	62,89	71,69	16,50	36,15	0,00	100,00	22,79	30,65
2012-2015	41,65	41,65	78,77	16,50	29,08	0,00	100,00	16,50	30,65
2016-2018	41,65	41,65	100,00	16,50	41,65	0,00	100,00	16,50	44,81

Примечание: 0% (ограничено перемещение капитала) до 100% (достигнута финансовая открытость).

Источник: KAOPEN (The Chinn-Ito index) // Chinn-Ito website. – 2018. – URL: http://web.pdx.edu/~ito/Chinn-Ito_website.htm (дата обращения: 18.02.2020).

Страны АСЕАН провели большую работу по увеличению финансовой интеграции между собой в рамках правовой среды. Среди успехов стран АСЕАН по финансовой интеграции отмечается значительное увеличение перемещения капитала (в рамках ПИИ и портфельных инвестиций) между странами АСЕАН за последние десять лет в абсолютных значениях. Доля ПИИ и портфельных инвестиций значительна между странами АСЕАН и составляет более 10%. Однако за последние десять лет наблюдается ее снижение, за счет роста движения капитала в абсолютных значениях между странами АСЕАН и остальными странами.

С другой стороны, между странами АСЕАН наблюдаются противоречия, которые могут снизить эффект от принимаемых инициатив на региональном уровне. Во-первых, развитие финансовых рынков находится на совершенно разных уровнях в странах АСЕАН, есть среди них мировые лидеры и сильно отстающие. Во-вторых, нет общих тенденций в политики валютного регулирования и финансовой либерализации, есть страны АСЕАН полностью финансово открыты и с мерами, полностью ограничивающими движение иностранного капитала.

Подводя итоги, можно выводить, что, несмотря на попытки стран АСЕАН усилить финансовую интеграцию между собой, страны не торопятся менять своих инвестиционных партнеров. А также многие из них предпочитают сохранить или усилить валютно-финансовые ограничения для поддержания финансовой стабильности в своих странах, что показывает отсутствие согласованной политики в области финансовой либерализации и интеграции.

Список литературы

1. Яковлев И. А., Кабир Л. С., Никулина С. И. Финансовые инициативы АСЕАН: особенности модели финансового сотрудничества стран Юго-Восточной Азии // Финансовый журнал. – 2016. – №. 4 (32). – С. 7-17.

2. ASEAN Banking Integration Framework (ABIF) [Электронный ресурс] // ASIA REGIONAL INTEGRATION CENTER. – URL: <https://aric.adb.org/initiative/asean-banking-integration-framework-abif> (дата обращения: 24.11.2020).
3. ASEAN Economic Community Blueprint 2025 [Электронный ресурс] / Association of Southeast Asian Nations (ASEAN). – Jakarta: ASEAN Secretariat, 2015. – 44 с. – URL: https://www.asean.org/storage/2016/03/AECBP_2025r_FINAL.pdf (дата обращения: 24.11.2020).
4. International Financial Statistics (IFS) [Электронный ресурс] // International Monetary Fund. – URL: <http://data.imf.org/> (дата обращения: 19.05.2020).
5. 9th pillar: Financial system [Электронный ресурс] // World Economic Forum. – 2019. – URL: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TheGlobalCompetitivenessReport2019.pdf (дата обращения: 23.05.2020).
6. KAOPEN (The Chinn-Ito index) [Электронный ресурс] // Chinn-Ito website. – 2018. – URL: http://web.pdx.edu/~ito/Chinn-Ito_website.htm (дата обращения: 18.02.2020).

УДК 338.12.017

К АНАЛИЗУ ИННОВАЦИОННЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ЧЕЧЕНСКОЙ РЕСПУБЛИКИ В СФЕРЕ МАТЕРИАЛЬНОГО ПРОИЗВОДСТВА

ДЕБИЕВА ИМАН ИСАЕВНА

магистрант

ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет»

*Научный руководитель: Барнагян Владимир Сергеевич**к.т.н., доцент**ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет»*

Аннотация: в статье выполнен анализ инновационных возможностей, дана оценка основных показателей развития материального производства региона, отмечены основные проблемы и рассмотрены процентные соотношения некоторых показателей инновационной активности, предложены решения задачи развития промышленного сектора региона.

Ключевые слова: региональная экономика, материальное производство, инновационная активность, промышленность, регион.

TO ANALYZE THE INNOVATIVE OPPORTUNITIES OF THE CHECHEN REPUBLIC IN THE FIELD OF MATERIAL PRODUCTION

Debieva Iman Isaevna*Scientific adviser: Barnagan Vladimir Sergeevich*

Abstract: the article analyzes innovative opportunities, assesses the main indicators of the region's material production development, highlights the main problems and considers the percentages of some indicators of innovation activity, proposed solutions to the development of the industrial sector of the region.

Key words: regional economy, material production, innovation activity, industry, region.

В условиях затянувшегося кризиса, базой для устойчивого развития являются региональные экономики, рост ВРП которых связан с использованием новых технологий и инноваций в сфере материального производства.

Согласно ранее выполненным исследованиям [6], существует связь между индексом конкурентоспособности и индексом инноваций (рис.1).

Чаще всего, рассматривают две группы отраслей промышленности: добывающую и обрабатывающую. Одним из динамично развивающихся регионов является Чеченская республика (ЧР).

Однако, по разным причинам бюджет ЧР остается пока дотационным. К сожалению, вес собственных средств в структуре инвестиционных вложений, создает дополнительные финансовые риски.

Другой особенностью республики является существенная доля само занятых. Существуют сложности и для развития производственных инновационных площадок поскольку, даже при размещении современных производств, из-за высокой доли само занятых, деятельность которых не требует высше-

го специального образования, в республике не хватает необходимых высококвалифицированных кадров. Можно отметить, что добавленная стоимость в экономике республики, создается непроизводственными отраслями, что не обеспечивает необходимых потребностей населения [2].

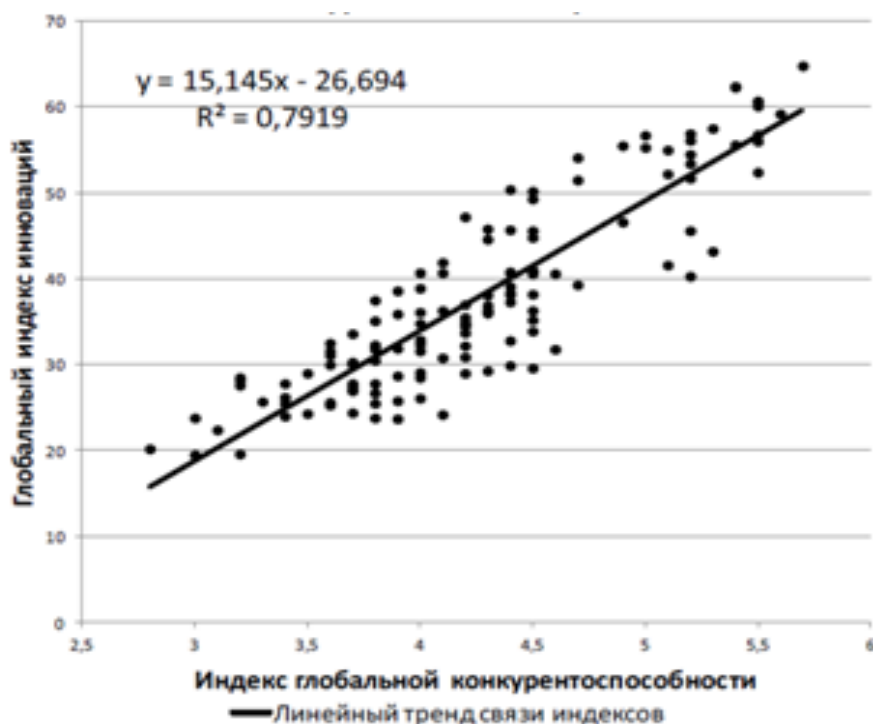


Рис. 1. Зависимость между уровнем конкурентоспособности и уровнем инновационного развития стран мира (данные 2014г.)

Относительно внешних рынков добыча нефти является единственно конкурентоспособной (её вклад - 98,6%) в общем объеме промышленной продукции).

Поэтому поиск путей развития экономики республики остается актуальным.

Важными задачами для развития материального производства Республики являются:

- определение основных видов и направлений развития материального производства;
- контроль за расходованием бюджетных средств, включаемых в государственные программы;
- создание механизма оптимизации процессов, составляющих промышленный сектор экономики;
- разработка конкурентоспособной продукции;
- подготовка и обучение специалистов для реализации работы в данной сфере деятельности.

По промышленному производству в январе-декабре 2019 года было отгружено товаров собственного производства, а также, выполнено работ и услуг своими силами на сумму 37751,4 млн рублей или 140,8 % в действующих ценах к соответствующему периоду прошлого года.

В январе-декабре 2019 года, в сравнении с этим же периодом прошлого года, индекс промышленного производства (по полному кругу предприятий) составил 109,3 %.

На рисунке 2 отражены следующие виды производств (в %):

1. различная неметаллическая минеральная продукция 42,4;
2. автотранспортные средства, прицепы и полуприцепы 18,9;
3. пищевые продукты 17,3;
4. напитки 6,2;
5. мебель 5,5;
6. резиновые и пластмассовые изделия 3,7;

7. ремонт и монтаж машин и оборудования 2,4;
8. обработка древесины и производство изделий из дерева и пробки, (кроме мебели, производство изделий из соломки и материалов для плетения) 1,6;
9. готовые металлические изделия, (кроме машин и оборудования) 0,7;
10. прочие готовые изделия 0,6;
11. полиграфическая деятельность и копирование носителей информации 0,3;
12. текстильные изделия 0,1;
13. одежда 0,1;
14. бумага и бумажные изделия 0,1;
15. компьютеры, электронные и оптические изделия 0,1;
16. прочие транспортные средства и оборудование 0,0;
17. химические вещества и продукты 0,0. [12, с. 16]

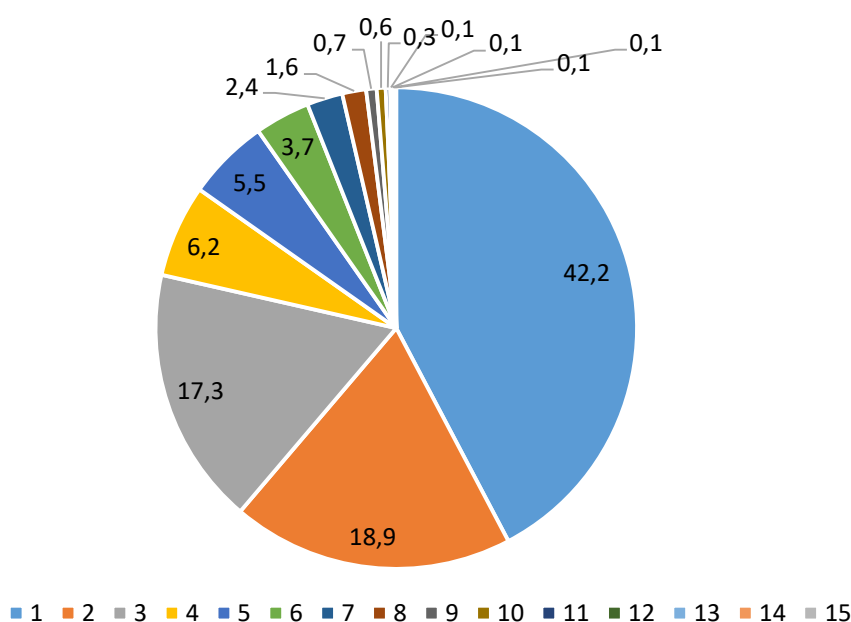


Рис. 2. Характеристики и процентные величины отгруженных товаров собственного производства (по видам обрабатывающих производств) в январе-августе 2019 года

Из приведенной выше диаграммы мы видим, что особое предпочтение даётся производству **прочей неметаллической минеральной продукции** (производство стекла и изделий из стекла, например, листового стекла, полого стекла, стекловолокна и др.), керамических изделий, напольных покрытий, производство отделочного камня, кафеля, черепицы, цемента и штукатурки и т.д.) с общими показателями 42,4 %. Большая часть отгруженных товаров собственного производства приходится на автотранспортные средства, прицепы и полуприцепы 18,9% и пищевых продуктов 17,3 [8]. В целом, индекс физического объёма валового регионального продукта в республике на 2018 год составляет 101,3% [2].

В свою очередь, эти же производственные показатели в январе – сентябре 2020 года ¹⁾ имеют следующие характеристики (табл. 1)

Как видим, в обрабатывающих производствах наибольший рост наблюдался в производстве прочих готовых изделий – (в 2,2 р.), ремонт машин и оборудования – (в 2,1 р.), производстве готовых металлических изделий (кроме машин и оборудования) (на 75,5%), производстве прочей неметаллической минеральной продукции – (на 53,2%), производстве резиновых и пластиковых изделий (на 39,8%), производстве пищевых продуктов – (на 20,4%).

Таблица 1

Темпы роста в 2020 согласно данным Госкомстата

Виды производства	Сентябрь 2020г.	Январь – сентябрь 2020г.	Темпы роста	
			сентябрь 2020г. в % к сентябрю 2019г.	январь – сентябрь 2020 г. в % к январю – сентябрю 2019 г.
Обрабатывающие производства	901,8	8291,7	86,1	113,7
из них:				
пищевых продуктов	58,8	901,0	46,6	112,1
напитков	194,6	1187,4	в 3,5 р.	в 2,4 р.
текстильных изделий	0,2	3,5	24,9	89,0
одежды	0,8	7,6	99,0	160,7
обработка древесины и производство изделий из дерева и пробки, (кроме мебели, производство изделий из соломки и материалов для плетения)	14,0	155,1	66,1	122,0
производство бумаги и бумажных изделий	5,5	32,9	в 4,3 р.	в 4,3 р.
полиграфическая деятельность и копирование носителей информации	1,6	14,9	87,5	75,1
химические вещества и продукты	0,2	3,0	48,1	106,7
резиновые и пластмассовые изделия	39,7	452,3	82,3	156,2
прочая неметаллическая минеральная продукция	360,9	2987,2	88,1	96,8
готовые металлические изделия, (кроме машин и оборудования)	-	35,1	х	66,6
компьютеры, электронные и оптические изделия	-	6,7	х	29,3
электрическое оборудование	-	3,1	х	х
машины и оборудование, не включенные в другие группировки	16,8	104,4	х	х
автотранспортные средства, прицепы и полуприцепы	20,6	71,5
прочие транспортные средства и оборудование	9,6	94,6	в 7,6 р.	в 6,7 р.
мебель	70,1	632,7	99,6	149,9
прочие готовые изделия	1,6	42,7	33,7	149,9
ремонт и монтаж машин и оборудования	77,8	587,7	143,0	127,5

Конечно, напрямую сравнивать возможности РФ и ЧР некорректно, но некоторые характеристики инновационной активности республики по отношению к РФ, согласно исследованиям НИУ ВШЭ за 2018 [11] могут дать некоторые представления о тенденциях (табл.2).

Таблица 2

Сравнительные процентные соотношения некоторых показателей инновационной активности

	Совокупный уровень инновац. активн. организаций, %	Уд. вес организаций осуществл. технологич. инновац, %	Затраты на технологич. инновац, работ, услуг, %
Российская федерация	12,8	19,8	2,1
Чеченская Республика	0,2	0,6	0,04
Уд вес процентных показателей	1,6	3,0	1,9

Так, согласно таблице, наибольший процент приходится на удельный вес организаций, осуществляющих технологические инновации, однако, по уд. весу процентных показателей, затраты на технологические инновации, работы, услуги в ЧР на 2-м месте (рис. 3)*.

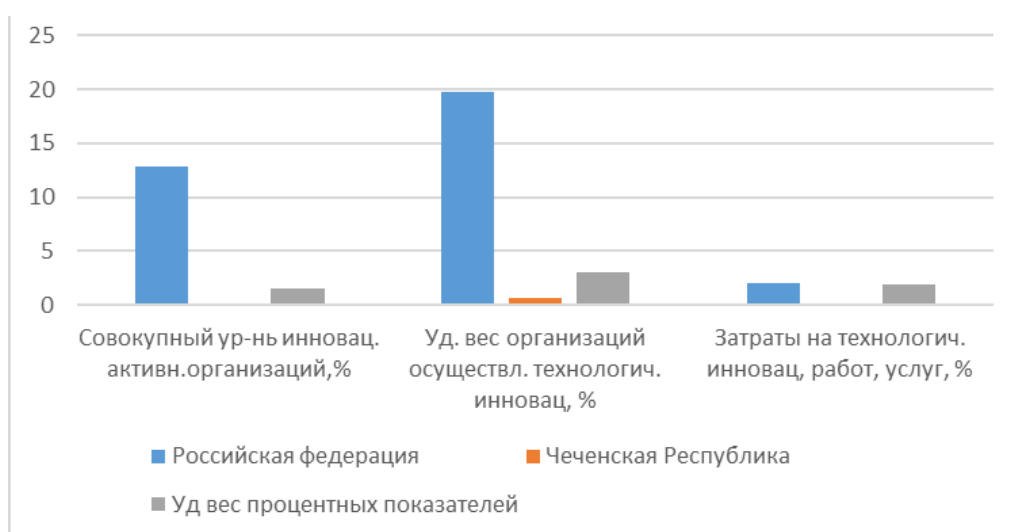


Рис. 3. Сравнительные процентные показатели некоторых показателей инновационной активности

К сожалению, в соответствии с общим ухудшением экономического климата и затянувшегося кризиса, санкций, индекс промышленного производства ЧР также имеет тенденцию к снижению (рис.4).



Рис. 4. Индекс промышленного производства ЧР (в процентах к среднемесячному значению 2017г).

В свою очередь, индекс производительности труда (по состоянию на 15 марта 2019, в процентах к предыдущему году) изменялся следующим образом (табл. 3).

Таблица 3

Сравнительные индексы производительности труда

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019 ¹⁾
Российская Федерация	104,8	95,9	103,2	103,8	103,3	102,2	100,7	98,9	100,2	101,9	100,56	100,39
Чеченская Республика	106,5	84,1	95,8	99,8	101,7	100,0	106,5	100,0	103,2	96,0	102,0	102,5

В рамках рейтинговой оценки субъектов РФ по индексу социально-экономических условий инновационной деятельности (ИСЭ), ЧР вошла в IV группу с наименьшими значениями [9], однако, по значению индекса готовности к будущему (2016г), республика получила 44 ранг из 85 регионов¹.

Подводя некоторые итоги, можно сказать, что развитие региональной экономики может быть обеспечено созданием новых инновационных производственных площадок и модернизацией существующих промышленных предприятий, что позволит обеспечить выпуск конкурентоспособной продукции, привлечь необходимые инвестиции, создать новые рабочие места, обеспечив повышение качества жизни населения республики.

Список литературы

1. Бисултанова А.А. Промышленное производство Чеченской Республики: актуальные аспекты развития / А.А. Бисултанова // Региональная экономика: теория и практика. – 2017. – № 8. С. 1501-1515
2. Валовой региональный продукт / [Электронный ресурс] / режим доступа: <https://chechenstat.gks.ru/folder/38678> (дата обращения 28.10.2020)
3. Даудов М.Х. Реализация программ импортозамещения в экономике Чеченской Республики // М.Х. Даудов // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). – 2016. - № 1. С. 110-115
4. Материальное производство и его структура: производительные силы и производственные отношения. Характер их соотношенности. / [Электронный ресурс] / режим доступа: <http://filosofedu.ru/index.php/lekcii-po-obshhemu-kursu-filosofii/543-materialnoe-proizvodstvo-i-ego-struktura> (дата обращения 13.10.2020)
5. Материальное производство / [Электронный ресурс] / режим доступа: <https://center-yf.ru/data/Buhgalteru/materialnoe-proizvodstvo.php> (дата обращения 08.11.2020)
6. Никонова Я.И. Оценка влияния инноваций и их финансирования на экономический рост национальной экономики; ORCID: 0000-0001-6331-4371 / [Электронный ресурс] / режим доступа: <https://research-journal.org/economical/ocenka-vliyaniya-innovacij-i-ix-finansirovaniya-na-ekonomicheskij-rost-nacionalnoj-ekonomiki/> (дата обращения 05.11.2020)
7. Организация производства. Производственный процесс/ [Электронный ресурс] / режим доступа: <http://www.catback.ru/articles/theory/firm/prprocess.htm> (дата обращения 05.11.2020)
8. Производство прочей неметаллической минеральной продукции / [Электронный ресурс] / режим доступа: <https://assistantus.ru/okved/razdel-c/23/> (дата обращения 28.10.2020)
9. Рейтинг социально-экономического положения субъектов РФ по итогам 2017 года / [Электронный ресурс] / режим доступа: <https://riarating.ru/infografika/20180523/630091878.html> (дата обращения 17.10.2020)

¹ https://zen.yandex.ru/media/burckina_faso/ekonomika-rossii-za-1e-polugodie-2020-goda-5f12859baef731908f10fb6

10. Рейтинг инновационного развития субъектов Российской Федерации, //Институт статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ, вып. 5, М. 2017г.

11. Статистический сборник «Индикаторы инновационной деятельности:2020» М.: НИУ ВШЭ,2020-336с.

12. Социально-экономическое положение Чеченской Республики в январе – августе 2019 года: Доклад Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Чеченской Республике - Грозный, 2019 - 135 с.

УДК 332.12

МЕСТО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ЛАКУНЫ В СТРУКТУРЕ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ

ГРИГОРЬЕВА ВИКТОРИЯ ЛЕОНИДОВНА

Студентка

ФГБОУ ВО «Воронежский государственный университет»

Научный руководитель: Баева Нина Борисовна

к.э.н., профессор

ФГБОУ ВО «Воронежский государственный университет»

Аннотация: в данной статье рассматривается экономика региона, как функционирующая система, а также такое экономическое явление, как производственная лагуна и его место в региональной экономической системе. Приведена графическая схема функционирующей системы региона с элементом производственной лагуны.

Ключевые слова: региональная экономическая система, производственная лагуна, бизнес-факторы, функционирующая система, эмерджентность.

PLACE OF THE PRODUCTION GAP IN THE STRUCTURE OF THE REGIONAL ECONOMIC SYSTEM

Grigorieva Victoria Leonidovna*Scientific adviser: Baeva Nina Borisovna*

Abstract: this article examines the regional economy as a functioning system, as well as such an economic phenomenon as a production gap and its place in the regional economic system. A graphical diagram of the functioning system of the region with an element of the production gap is presented.

Key words: regional economic system, production gap, business factors, functioning system, emergence.

В работе Н.Н. Некрасова «Региональная экономика» даётся следующее определение понятию регион: под регионом понимается крупная территория страны с более или менее однородными природными ресурсами, а главным образом – характерной направленностью развития производственных сил на основе сочетания комплекса природных ресурсов с соответствующей сложившейся и перспективной социальной структурой [1, стр.9]. Данное определение было выдвинуто в 1978 году относительно классического подхода и полностью описывает отечественную региональную экономику советского времени.

В настоящее время региональный экономический субъект принято рассматривать как систему. Введём определение региона, как системы: регион – это целостная социально-экономическая система, которая имеет единую структуру, включающую физико-географическую, социокультурную, политико-административную, этническую, социокультурную, правовую, политическую составляющие, соответствующие им социальные институты, при определяющей роли институтов управления в организации жизни региона [2, стр. 448].

Иначе говоря, целостной социально-экономической системой регион делает наличие в нём экономических подсистем и сложных связей между ними, а также наличие внешней среды. Внешней средой региона могут являться отдельные хозяйствующие регионы, города, области, страны, с которыми налажены производственные отношения.

Определим регион как систему S . Тогда, внутренняя структура данной системы будет отношениями (связями) между её элементами. При образовании новых связей в системе элементы, вступающие в них, теряют часть своих свойств, но при этом приобретают новые.

Очевидно, что элементы (предприятия региона) будут также являться крупными системами. Но, в рамках региональной экономики, предприятия, юридически зарегистрированные в данном регионе, являются его подсистемами. Такое отношение в виде простейшего описателя было представлено в работе Баевой Н.Б и куркина Е.В. [3, стр.7] и имеет вид:

$$S_{исх} = \langle E, R, Cm(E, R) \rangle, \text{ где}$$

E – множество элементов системы,

R – множество связей между элементами системы,

$Cm(R, E)$ – подсистема (совокупность элементов, которые находятся в более тесных связях, и принадлежат системе в целом).

Одной из основных причин появления экономически взаимовыгодных связей между регионами является «эгоистический» подход к использованию местных природных, материально-технических, трудовых и интеллектуальных ресурсов, т.е. «выкачивание» всего, что дает прибыль, без заботы об их расширенном воспроизводстве, а также слабый управленческий аппарат (административные органы власти не заинтересованы в использовании собственных ресурсов региона для его развития).

Каждый регион отличается наличием экономических и социальных характеристик, которые являются бизнес-факторами. Они прямо или косвенно определяют состояние региональной социально-экономической системы.

Бизнес-факторы региона – это основные элементы (подсистемы) региональной экономической системы [4, стр.9]. К ним можно отнести природные и трудовые ресурсы, промышленный и финансовый капитал региона, рыночную инфраструктуру и т.д. Совокупность всех бизнес-факторов образует функцию привлекательности региона. Она необходима для привлечения вливаний в регион инвестиций от сторонних регионов, предприятий, владельцев бизнеса и т.д.

Заметим, что система – это совокупность элементов, находящихся в отношениях и связях друг с другом, которая образует определенную целостность, единство. Любые, к примеру, товарно-денежные отношения в регионе можно назвать региональной системой только в том случае, если они приносят пользу региону в целом. Но не все предприятия межотраслевого комплекса региона можно назвать частью этой системы. Представим это в виде схемы [3, стр. 5,19]:

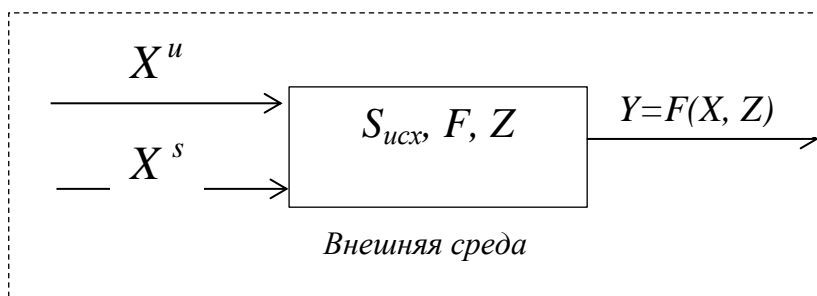


Рис. 1 Схема функционирующей системы

Опишем параметры функционирующей системы:

X^u – входные управляемые переменные,

X^s – входные случайные переменные,

Z – внутренние характеристики, состояния системы, которые могут быть изменены в любой момент времени,

F – передаточная функция системы, позволяющая рассчитать выходную переменную системы, Y – выходная переменная системы.

Таким образом, появляется необходимость ввести такое понятие, как функционирующая система.

Система называется функционирующей, если на нее оказывает влияние внешняя среда, и если система, в свою очередь, передает во внешнюю среду поток, который соответствует сущности (миссии) системы [3, стр.18]. Как видно из рисунка 1, для описания функционирующей системы необходимо ввести характеристики, связывающие систему с внешней средой. К ним относятся – входы и выходы системы, а также передаточная функция.

Если предположить, что внешняя среда – это социально-экономический субъект, с которым налажены дружественные связи по товарообмену, а система – это конкретно рассматриваемый регион, то можно увидеть, что на данном этапе описания региональной экономики, как функционирующей системы, прослеживается наличие производственной лакуны. Это объясняется тем, что существуют такие предприятия, которые являются самостоятельными крупными системами, не являющимися элементами региональной системы. То есть входы и выходы их систем, передаточная функция отличаются от тех, которые заданы в региональной социально-экономической системе. Поэтому, при рассмотрении региональных систем, внешнюю среду стоит различать на *прямую* (с которой определено наличие R) и *косвенную* (не связана с регионом, но связана с предприятием, расположенным на территории региона).

Описатель системы с учётом производственной лакуны примет вид [5, стр.140]:

$$S = \langle (e_i, N), (r_{ij}, R), Cm(e, r); e_L \rangle, \quad \text{где}$$

e_L – это производственная лакуна, о связях которой с другими элементами системы информация отсутствует.

Региональная экономическая система с учётом производственной лакуны выглядит следующим образом:

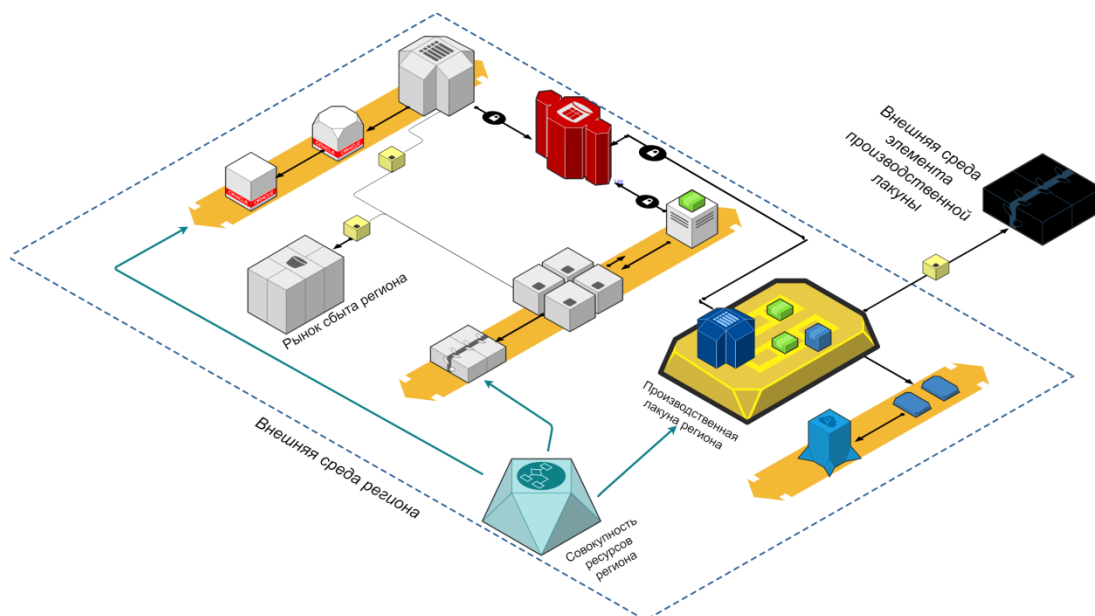


Рис. 2. Схема производственной лакуны

Обособленный производственный объект данной социально-экономической системы, который административно зарегистрирован в другом регионе, но территориально расположен в этом, не является частью этой системы, так как не соблюдается необходимое условие эмерджентности.

Данный объект является частью производственной лакуны региона (рис.2). Производственная лакуна – это совокупность субъектов хозяйственной деятельности, которые участвуют в материальных,

организационных и производственных отношениях с другими хозяйствующими субъектами региона, но организационно не подчиняются административному центру и не зарегистрированы как юридические лица на территории региона [5, стр. 139].

Те хозяйствующие субъекты, которые входят в состав совокупности производственной лакуны, ведя свою деятельность в регионе, не только влияют на поток поступающих денежных средств в виде ренты, но и предоставляют рабочие места, влияют на культурное развитие региона с помощью взаимовыгодных предложений от муниципалитета.

Это говорит о том, что предприятиям выгоднее масштабировать свой бизнес, а регионам – привлекать их на свою территорию. То есть в экономической системе регионов лакуна всё больше и больше замещает элементы, которые являются отдельными предприятиями, созданными на территории региона. В подтверждение этому можно привести статистические данные сайта Федеральной службы государственной статистики, согласно которым, количество территориально-обособленных подразделений за 5 лет по РФ увеличилось на 14,27% (в 2014 г. оно составило 167688, а в 2019 г. – 191620), а количество вновь созданных предприятий - уменьшилось на 59% (в 2014 г. оно составило 3104, а в 2019 г. – 1275).

Большинство заводов и производств РФ ориентированны на национальный рынок, поэтому наличие производственной лакуны в регионах не представляет угрозы для экономики страны в целом. Особое внимание стоит уделить иностранным компаниям, которые размещают свои предприятия на территории РФ, основная доля прибыли которых уходит в иностранный капитал.

По данным аналитика глобального инвестбанка доля иностранцев на Российском рынке акций составляет 70-80%. Столь высокая доля объясняется тем, что внутренний рынок капитала в России не развит. Население по-прежнему ориентировано на другие рынки — недвижимость, валюту и прочее.

Список литературы

1. Некрасов Н.Н. Региональная экономика. Теория, проблемы, методы / Н.Н. Некрасов. – 2-е изд. – Москва: Экономика, 1978. – 343 с.
2. Кутафин О.Е. Муниципальное право Российской Федерации: учебник / О. Е. Кутафин, В. И. Фадеев. – 3-е изд., переработанное и дополненное. Москва: Проспект, 2010. - 672 с.
3. Баева Н.Б. Основы теории систем и вычислительные схемы системного анализа: учебно-методическое пособие. / Н.Б. Баева, Е.В. Куркин. – Воронеж: ВГУ, 2018. – 100 с.
13. Андреев Г.Н. Региональные экономические системы: методология исследования и практика развития: монография / Г.Н. Андреев [и др.]. – Волгоград: ВолгГТУ, 2006. – 115 с.
14. Баева Н. Б. Математические методы исследования свойств производственной лакуны / Н. Б. Баева, Е. В. Куркин // Экономика и математические методы, 2015. – с. 138-148.

ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

УДК 330

ФОРМЫ И МЕТОДЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

МАКСИМОВ ПАВЕЛ АНДРЕЕВИЧ

Студент

ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

*Научный руководитель: Богданова Раиса Мансуровна**к. э. н. , доцент**ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»*

Аннотация: В статье рассматривается процесс влияния государства на предпринимательство в России в целом, оказанием им поддержки на примере российских предприятий. Выявлены перспективные направления в повышении уровня отечественных предприятий.

Ключевые слова: государственная поддержка, малое и среднее предпринимательство, льготы и субсидии, программы господдержки предпринимательской деятельности.

FORMS AND METHODS OF STATE SUPPORT OF ENTREPRENEURSHIP

Maximov Pavel Andreevich*Scientific adviser: Bogdanova Raisa Mansurovna*

Abstract: The article examines the process of state influence on entrepreneurship in Russia as a whole, providing them with support on the example of Russian enterprises. The promising directions in raising the level of domestic enterprises are revealed.

Key words: state support, small and medium-sized businesses, benefits and subsidies, programs of state support for entrepreneurial activity.

Предпринимательство представляет собой один из важнейших институтов, двигающих экономику и инновации в странах с рыночной экономикой. Механизм формирования и осуществления поддержки малого предпринимательства может грамотно функционировать только под влиянием конкретных и реальных задач, которые поставит перед собой государство.

Если судить по опыту экономически развитых стран, то можно сделать вывод, что для того, чтобы вовлечь предпринимательский потенциал в развитие экономики, крайне необходимо содействие государства в создании необходимых предпосылок для нормального функционирования малого и среднего бизнеса. Также это крайне необходимо для того, чтобы уметь разрешить проблемы, которые будут возникать во время исполнения намеченных целей государства[1].

В Российской Федерации за счёт ослабления процессов воздействия самого государства осуществляется система развития и поддержки малого предпринимательства.

Зачастую, деятельность большинства государственных и полугосударственных структур поддержки малого предпринимательства приводит к самообеспечению бизнеса, заключению проблем и препятствий, которые могут возникать перед предпринимателями. А вот реальная помощь, к сожалению, носит разовый характер.

На сегодняшний день в Российской Федерации функционируют все необходимые структуры под-

держки малого предпринимательства, которыми должны обладать развитые промышленные страны. Система государственных и муниципальных фондов поддержки малого предпринимательства и муниципальных фондов носит звание основы государственной инфраструктуры.

Государственные планы, которые непосредственно касаются малого и среднего бизнеса, отражаются в особых направленностях. У нашей страны существует прямая цель не только использовать, но и приумножить тот потенциал, которым может обладать малое и среднее предпринимательство. Это просто необходимо для разрешения различных стратегических задач, которые непосредственно относятся к множеству социально-экономических нововведений, обязательно отвечающие основным национальным интересам.

В политике государства самыми основными и главными инструментами реализации являются федеральные, отраслевые, межотраслевые, региональные, и муниципальные программы развития и поддержки малого предпринимательства [3].

В виде Департамента малого предпринимательства осуществляется поддержка малого предпринимательства Министерством РФ по антимонопольной политике и оказания поддержки предпринимательства. Финансовую же помощь в реализации мер по развитию малого предпринимательства осуществляет фонд поддержки малого предпринимательства.

Одна из основных форм помощи в развитии предпринимательства, в частности на начальной стадии, – это содействие в предоставлении субъектам предпринимательства кредитов. Кредиты могут предоставляться непосредственно из бюджета и внебюджетных средств, через банки. Также они могут осуществляться в порядке долевого участия, исходя из нужности и целесообразности развития на территории той или иной сферы предпринимательства.

Не менее важной формой оказания поддержки для предпринимательства в России является субсидирование. Объем субсидий, выделенных из федерального бюджета на государственную поддержку малого и среднего предпринимательства включая крестьянские (фермерские) хозяйства, выделенных бюджетам субъектов Российской Федерации на 2018 год составил 5845007,1 тыс. рублей, что значительно меньше по сравнению с 2017 годом, когда он же составлял 7510719,5 тыс. рублей [4].

Также весомой сферой регулирования предпринимательства в России является применение финансовых методов в отношении тех рыночных структур, которые работают с предприятиями малого бизнеса. На данном этапе применяется снижение ставки налогообложения организаций, которые осуществляют выдачу кредита малым предприятиям, им осуществляется помощь со стороны местной администрации финансовых гарантий.

Главной целью государственных программ поддержки предпринимательства является предоставление комфортных условий для развития предпринимательства, основываясь на увеличении качества и эффективности мер государственной поддержки на федеральном уровне.

Важной сферой регулирования является применение финансовых методов в отношении рыночных структур, работающих с предприятиями малого бизнеса. Здесь может использоваться снижение ставки налогообложения организаций, кредитующих малые предприятия, предоставление им финансовых обязательств и гарантий со стороны региональной администрации. В качестве тех самых гарантий администрацией могут быть использованы финансовые средства из регионального бюджета, объекты муниципальной собственности, недвижимости.

На данный момент осуществляется как федеральная, так и региональная поддержка предпринимательства. Федеральная поддержка распространяется на всю страну в целом, а региональная действует только на определенных регионах и опирается на постановления муниципальных властей. Формы и методы реализации региональной политики в отношении предпринимательства исходят, с одной стороны, из мер, принимаемых на государственном уровне, а с другой стороны они исходят из задач развития и специфики каждого отдельного региона [4].

Не удивительно, что для осуществления государственных программ поддержки предпринимательства существуют приоритетные направления. Ведь обеспечением благоприятными условиями развития предпринимательства на сегодняшний день нуждается, в первую очередь, сельскохозяйственная сфера, сфера здравоохранения и множество других.

Государственная поддержка предпринимательства – это необходимый и неизбежный процесс этого сектора экономики, задачами которого являются поддержание и обеспечение свободного доступа субъектов предпринимательства к необходимой им инфраструктуре, а также защита конкуренции от попыток монополизации.

Список литературы

1. Арустамов Э.А., Пахомкин А.Н., Митрофанова Т.П. Организация предпринимательской деятельности. - М.: «Дашков и К», 2017.
2. Базилевич А. И. Малый бизнес: учеб. пособие для студентов вузов / А. И. Базилевич [и др.]; под ред. В. Я. Горфинкеля. — 2-е изд., стер. — М.: КноРус, 2017. — 336 с.:
3. Горфинкель В.Я. Организация предпринимательской деятельности. Учебное пособие для вузов / В.Я. Горфинкель, Г.Б. Поляк, В.А. Швандар. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2016.- 525 с.
4. http://old.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/

УДК 338.2

VALUE BASED MANAGEMENT КАК ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ КОМПАНИИ

УЛАСЕВИЧ ЮЛИЯ ВАДИМОВНА

Студент

УО «Академия управления при Президенте Республики Беларусь»

Научный руководитель: Макарецкая Татьяна Дмитриевна

к.э.н., доцент

УО «Академия управления при Президенте Республики Беларусь»

Аннотация: в статье рассмотрена концепция управления Value Based Management, которые используются в качестве инструмента для повышения корпоративной стоимости, проанализированы сущность и создание коммерческой добавленной стоимости, изложены критерии принятия инвестиционного решения, сформулированы предложения по использованию нескольких стоимостных показателей.

Ключевые слова: капитал организации, менеджмент, Value Based Management, акционерная стоимость, добавленная стоимость.

VALUE BASED MANAGEMENT AS A COMPANY MANAGEMENT TOOL

Ulasevich Yulia Vadimovna*Scientific adviser: Tatyana Makaretskaya Dmitrievna*

Abstract: the article considers the concept of Value Based Management, which are used as a tool for increasing corporate value, analyzes the essence and creation of commercial added value, sets out the criteria for making an investment decision, and forms proposals for using several cost indicators.

Key words: organization's capital, management, Value Based Management, shareholder value, value added.

Value Based Management (VBM) – это концепция управления, которая направлена на создание стоимости, а также принципиально отличающаяся от других систем сбалансированных показателей. В данной модели основой служит концепция повышения главных ценностей компании, ее стоимости при помощи оптимизации тактических и стратегических решений всей компании. Происходит это при помощи концентрации внимания на основных факторах стоимости. Стоимость же любой компании определяется лишь ее дисконтированными денежными потоками, в свое время стоимость будет создана, когда компания получит отдачу от инвестированного капитала. Важно, чтобы отдача превышала затраты на привлечение капитала [1].

Обеспечивая постоянную стратегическую направленность, VBM является непосредственным инструментом для совершенствования различных методов повышения корпоративной стоимости.

Каждый день люди всех уровней организации принимают решения, которые влияют на стоимость их компании, но связь между данными решениями и изменением стоимости компании зачастую не устанавливается. Однако, как компании могут быть уверены, что принимаемые решения увеличивают ценность без этой взаимосвязи? VBM может способствовать развитию этой связи, указывая, что ценность – наиболее важный показатель успеха компании, предоставляя три пункта:

- философия, которая ставит в центр принятия операционных решений именно создание ценности;
- процесс, который связывает повседневное управление со стратегическими целями компании;
- показатель эффективности компании, который преодолевает недостатки оценки эффективности, а также традиционного бухгалтерского учета.

Корпоративная стоимость создается, когда отдача от инвестиций превышает стоимость капитала, который необходим для осуществления инвестиций. Основная хитрость заключается в том, чтобы гарантировать, то все, что происходит в компании, увеличивает ее ценность и непосредственно побуждает всех работать для достижения главной цели – роста долгосрочной акционерной стоимости.

Рассмотрим основные концепции, которые используются в качестве инструмента для повышения корпоративной стоимости, исходя из VBM:

- Акционерная стоимость (Shareholder Value (SV)). Данная концепция рассматривает долгосрочные денежные потоки, генерируемые различными подразделениями компании, и возвращает их обратно к сегодняшней стоимости за счет стоимости капитала. Также это называют свободным денежным потоком.

- Добавленная стоимость для акционеров (Shareholder Value Added (SVA)). Она связана с обеспечением того, чтобы доход от активов, в которые инвестировало руководство, превышал стоимость вложенных средств, что является вполне логичным, поскольку ожидается, что менеджмент вложит средства в активы и проекты, которые соответствуют ожиданиям акционеров.

Таким образом, в то время как SV обеспечивает долгосрочную стратегическую перспективу, связанную со стоимостью акций, SVA помогает процессу принятия решений на уровне отдельных проектов и инвестиций. Он управляет краткосрочным и среднесрочным поведением руководства – функционирует как инструмент повседневного управления, позволяющий сосредоточить внимание на операционных улучшениях в соответствии с инвестиционными решениями. Отсюда следует, что управление на основе ценности можно рассматривать в качестве подхода к улучшению SVA как инструмента управления.

Рассмотри подробнее термин «добавленная стоимость». В качестве простого примера: кто-то берет в банке 1000 долларов на один год под процентную ставку 10% (стоимость капитала), будут выплачены 100 долларов в виде процентов. Если капитал инвестируется в бизнес, приносящий прибыль в размере 150 долларов, эта прибыль составит 15% от капитала. Добавленная стоимость составляет 50 долларов, прибыль 150 долларов минус 100, или же 5% капитала. Поэтому важно различать рентабельность инвестиций и добавленную стоимость. Однако бизнес должен приносить больше денег на заемной сумме, чем на затратах на ее получение. Это связано с тем, что акционеры будут ожидать более высокой прибыли по сравнению с более безопасными инвестициями, такими как государственные облигации. Таким образом, применение критерия, который будет использовать осмотрительный инвестор, является гораздо более жесткой мерой реальной эффективности бизнеса, чем сама прибыль.

Стоимость капитала отражает проценты, уплаченные по долгу, а также ожидаемый акционерами доход, который будет включать премию за риск предоставления капитала. При расчете стоимости вводится и стоимость капитала, чтобы напомнить менеджерам об обязательстве обеспечивать доходность всех различных источников капитала и отразить структуру используемого капитала. Наиболее важным является то, как добавленная стоимость для акционеров может обеспечить простую меру, которая направляет повседневное принятие решений на всех уровнях бизнеса. Такие решения могут включать:

- следует ли инвестировать капитал, исходя из того, что потенциальная прибыль превышает стоимость капитала;
- определение того, где сокращение затрат и расходов окажет наибольшее влияние на ценность;
- определение прибыльных продуктов и клиентов, на которых следует сосредоточить рост;
- следует ли продавать активы, не приносящие дохода от капитала.

В прошлом капитал рассматривался как дефицитный ресурс. SVA показывает, что капитал об-

ширный, но дорогой. Это означает, что капитал должен инвестироваться в те части бизнеса, которые будут приносить прибыль, превышающую стоимость капитала и удерживается из тех частей, которые не могут превышать пороговую норму.

В свою очередь проверка добавленной стоимости позволяет сосредоточить внимание на прибыльности продукта, клиента и бизнес-единицы. Это является важнейшим стимулом для улучшения бизнеса, действуя либо для поощрения прибыльного роста, либо для прекращения эрозии стоимости, вызванной невыгодными отношениями с клиентами и убыточными продуктами.

Хотя капитал больше не следует рассматривать как ограниченный ресурс, другие ресурсы становятся ограничением того, что возможно. В большинстве организаций истинными ограничениями ресурсов являются люди и их возможности (или же их отсутствие) и время. Компания должна уметь определять убыточные продукты, клиентов и различные бизнес-единицы, чтобы найти способы сделать их прибыльными или же инвестировать ресурсы в другое место.

Отсюда следует, что должны быть методы, независимые от распределения капитала, чтобы повысить ценность, например, просто работать практичнее. Капитал следует инвестировать тогда и только тогда, когда очевидно, что увеличение операционной прибыли более чем покрытие расходов на дополнительный капитал. Однако есть несколько других способов для увеличения стоимости:

- для увеличения операционной прибыли без использования дополнительного капитала;
- для уменьшения капитала, когда операционная прибыль не дает адекватной прибыли.

Одной из основных задач линейного менеджмента должно быть обеспечение работы бизнес-процессов с наименьшими затратами, чтобы клиенты получали эффективное обслуживание. В свою очередь повышение эффективности и результативности снижает операционные расходы, улучшение товарооборота сокращает незавершенное производство, а более эффективные механизмы для кредиторов и дебиторов сокращают финансовые затраты.

Бизнес, который не смог успешно модернизировать свои основные бизнес-процессы и вспомогательную деятельность, обычно предлагает большие возможности для сокращения отходов, сокращения времени цикла, повышения производительности и улучшения обслуживания клиентов.

Процесс создания стоимости включает в себя долгосрочную перспективу, управление всеми аспектами денежных потоков и понимание того, как сравнить денежные потоки за разные периоды времени с поправкой на риск. Управление, основанное на стоимости, позволяет руководителям рассматривать все конкурирующие «претензии» на ресурсы:

- процессы;
- клиенты;
- поставщики;
- сотрудники;
- акционеры и так далее.

Правильный баланс ресурсов приводит к наименьшим потерям и наибольшей ценности для акционеров. Используя эти методы, важно рассмотреть долгосрочное повышение стоимости в пределах 20% как реальное.

VBM должен быть встроен в методы ведения бизнеса как основной. Прежде всего, это вопрос культуры, в котором важны два фактора: измерение эффективности и связанные с ним механизмы вознаграждения, образование и общение. Цель измерения эффективности – сосредоточить внимание менеджеров на достижение бизнес-целей. Неправильные меры обязательно приведут к неправильным результатам [2].

Информирование о взаимосвязи между увеличением SVA и вознаграждением, полученным отдельными лицами или группами лиц, гарантирует заинтересованность в том, чтобы знать, как они могут положительно повлиять на стоимость. Системы стимулов и вознаграждений оказывают мощное влияние на коллективное и индивидуальное поведение. Например, сотрудники отдела по продажам, нацеленные на получение вознаграждения только за счет выручки, неизбежно будут уделять мало внимания рентабельности, или меры по контролю затрат на уровне подразделения могут ограничивать расходы за счет эффективности процессов и обслуживания клиентов.

VBM обеспечивает общую цель и основу для системы измерения эффективности организации. Это требует целостного видения процесса и, следовательно, гарантирует, насколько это возможно, что люди и отделы имеют совместимые цели, и что сотрудничество и командная работа встроены в структуру изменения производительности и вознаграждения.

Однако существуют и потенциальные «ловушки», которые следует обозначить для руководства:

- вовлечение всех в систему VBM, а не только бухгалтеров;
- избегание сложностей, при этом гарантируя, что простота не приведет к неправильному пониманию;
- поощрение дебатов, примирение инакомыслия, особенно если VBM бросает вызов давним убеждениям;
- полное перераспределение всей системы поощрения и вознаграждения [3].

Можно сказать, что VBM бросает вызов общепринятой мудрости. В свою очередь это поднимает вопросы об общепринятых представлениях об ответственности. Традиционное бюджетирование, управленческий учет и финансовая отчетность на основе центров затрат настоятельно поощряют идею индивидуальной отчетности. Реальность такова, что в любой компании есть несколько неразделенных обязанностей, а создание ценности – это прежде всего совместная ответственность. Людям нужно понимать, что подразумевается под ценностью и как она создается. Это часто означает «разучивание» значительной части, существующей совокупности знаний, идей, предположений и отношений, которые лежат в основе методов работы и принятия решений в компании. Менеджеры должны выработать общее понимание создания ценности, использовать общий язык и разделять общую приверженность реализации. Образование и хорошее общение играют решающую роль для общего понимания и приверженности.

Таким образом, каждый из показателей имеет свои ограничения и недостатки, а также, потому что область стоимостных показателей является относительно новой отраслью знаний, некоторые авторы предлагают комбинированное использование нескольких показателей при оценке процесса создания стоимости. На взгляд автора, такой подход не будет оптимальным, так как эффективность системы Value Based Management может быть достигнута при подчинении всех значимых управленческих решений единой цели, что предполагает наличие единого критерия, на основе которого строится и оценка эффективности, и система мотивации. Поэтому в каждом конкретном случае менеджер компании должен выбрать соответствующий стоимостной показатель исходя из соображений оперативности, выгод и затрат, которые связаны с получением информации, необходимой для его расчета.

Список литературы

1. Value-Based Management и показатели стоимости [Электронный ресурс] Библиотека управления / Д. Степанов. – Режим доступа: URL: https://www.cfin.ru/management/finance/value-based_management.shtml (25.10.2020)
2. Value Based Management [Электронный ресурс] ж-л «Генеральный директор», №5 (2007) / Д. Каледонский. – Режим доступа: URL: <https://gmpua.com/Management/VBM/Article/2/ValueBased.html> (27.10.2020)
3. Value Based Management [Электронный ресурс] Менеджеры-Сеть. – Режим доступа: URL: <https://www.managers-net.com/plowman/valuebased.html> (28.10.2020)

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

УДК 330

ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНОЙ ЗАЩИТЫ НАСЕЛЕНИЯ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ (НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ ТЫВА)

МОНГУШ ВИКТОРИЯ МЕРГЕНОВНА

магистрант 2 курса экономического факультета
ФГБОУ ВО «Тувинский государственный университет»,
Россия, г.Кызыл

Научный руководитель: Манчык-Сат Ч. С
к.э.н., доцент

ФГБОУ ВО «Тувинский государственный университет»,
Россия, г.Кызыл

Аннотация: В данной статье была анализирована проблема социальной защиты населения и пути ее решения (на примере Республики Тыва). Социальной защите жителей всегда отводится большая роль. Чтобы развиваться и процветать республике должно воплотить в себе право и справедливость, поддержку своего населения.

Ключевые слова: социальная защита, население, качество жизни.

Социальная поддержка семьи и детей является важным направлением государственной семейной политики.

В Республике Тыва по состоянию на 1 января 2019 года численность населения составляло 324537 человек. Количество семей в республике – 95165, из них многодетные – 31346 (32,94%), малообеспеченные – 27838 (29,25%), неполные семьи – 8143 (8,56%), в том числе семьи, находящиеся в социально-опасном положении – 588 (0,62%).

Из 95165 семей республики семьи, нуждающиеся в социальной поддержке – 4109, где воспитываются 10045 несовершеннолетних детей.

Из анализа семей, нуждающихся в социальной поддержке, можно вывести 4 категории:

1 категория – семьи, попавшие в трудную жизненную ситуацию, в связи с многодетностью, так как при увеличении количества детей на семью наблюдается нагрузка на социально-экономическое положение семьи;

2 категория – семьи, попавшие в трудную жизненную ситуацию, из-за отсутствия работы и ежемесячного дохода, в основном, к ним относятся семьи, проживающие в сельских местностях, так как на селе трудно найти работу;

3 категория семьи – семьи, попавшие в трудную жизненную ситуацию, из-за иждивенческого отношения к жизни, т.е. отсутствует желание самостоятельно решать свои жизненные проблемы;

4 категория – семьи, находящиеся в социально-опасном положении, к ним относятся семьи, злоупотребляющие спиртными напитками, семьи, где имеется присутствие внутрисемейного конфликта, в том числе с лицами с наркотической или алкогольной зависимостью, лицами, обладающими пристрастие к азартным играм, лицами, страдающими психическими расстройствами, наличие насилия в семье.

Наибольшее количество нуждающихся семей наблюдается в Улуг-Хемском кожууне – 441

(10,73%) семей, на втором месте Барун-Хемчикский кожуун – 356 (8,66%) семей, на третьем Чеди-Хольский кожуун – 293 (7,14%).

Наименьшее количество нуждающихся семей в Тере-Хольском кожууне – 77 (1,87%).

В остальных районах доля нуждающихся семей находится в диапазоне от 2 до 6 % от общего количества нуждающихся семей республики.

Реализация данного губернаторского проекта «В каждой семье не менее одного человека с устроенной судьбой» предусматривает всестороннюю поддержку нуждающихся семей для выхода из кризисной ситуации, и обеспечение нуждающимся семьям адресной доступности государственной помощи в рамках социальных проектов и мер поддержки.

При осуществлении плана проекта специалистами комплекса различных по направленности и содержанию мероприятий в области охраны здоровья матери и ребенка, образования детей, их духовно-нравственного воспитания, обеспечения занятости родителей, обеспечения семей жильем, организации отдыха и досуга семей с детьми должно привести к повышению родительской ответственности и благополучию семьи.

По итогам реализации программы должно быть разработано 4109 индивидуальных программ реабилитации. Разработано и заключено 4109 социальных контрактов с семьями.

В рамках реализации программы 4109 семьям должно быть предоставлены следующие неотложные услуги:

- снабжение бесплатным горячим питанием или наборами продуктов;
- обеспечить одеждой, обувью и другими предметами первой необходимости;
- помощь в получении медицинского сервиса;
- помощь в получении юридической помощи в целях защиты прав и законных интересов получателей социальных услуг;
- помощь в получении экстренной психологической помощи с привлечением к этой работе психологов;
- поддержка в трудоустройстве;
- помощь в переподготовке;
- помощь в организации личного подсобного хозяйства (ЛПХ, огородничество).

Помощь семей с детьми организуется на принципах:

- добровольности, предполагающего уважение суверенитета семьи и самостоятельности ее членов в принятии решения о необходимости для нее социальной поддержки и заключения социального контракта;
- комплексности, предполагающего взаимосвязанное и последовательное осуществление мероприятий субъектами по решению проблем семьи;
- межведомственности, который предполагает достижение высокой степени согласованности между органами местного самоуправления, организациями социального обслуживания населения и учреждениями социальной сферы, общественными организациями;
- адресности и доступности, который предполагает предоставление социальной поддержки, тем категориям и типам семей, которые в нем действительно нуждаются;
- непрерывности, гарантирующего оказание содействия семье в процессе сопровождения на всех этапах помощи, вплоть до полного решения проблемы;
- эффективности, предполагающего учет соизмеримости затрачиваемых и используемых финансовых, инфраструктурных, человеческих ресурсов с ожидаемым результатом социального сопровождения семьи с детьми.

Создание условий для работы с гражданами и семьями, находящимися в трудной жизненной ситуации, позволит повысить качество и доступность предоставляемых мер социальной поддержки. Социальная значимость этих проблем обуславливает необходимость их решения программными методами, что способствовало бы развитию системы социальной поддержки семей с детьми, межведомственному взаимодействию различных ведомств и организаций по предупреждению семейного неблагополучия.

Настоящий губернаторский проект «В каждой семье не менее одного человека с устроенной судьбой» направлен на решение комплекса проблем, связанных с развитием, защитой населения нашей республики, в части обеспечения предоставления отдельным категориям граждан, проживающим на территории Республики Тыва, мер социальной поддержки в рамках реализации социальных проектов, выплат в виде пособий, обеспечения отдыхом детей, находящихся в трудной жизненной ситуации, и профилактики социального неблагополучия семей с детьми, защиты прав и интересов детей.

Таким образом, можно сделать вывод, что в нашей республике имеется достаточное количество проблем, связанных с социальной поддержкой населения. Однако уже запланированы пути решения данных проблем.

Список литературы

1. Агапова Т.А. Социальная защищенность населения: вопросы, поднятые реформой / Т.А. Агапова // Российский экономический журнал. - 2009. - № 12. - С. 12-17.
2. Закон о социальной поддержке отдельных категорий граждан от 27 декабря 2004 года № 68/2004.
3. Кокшарова, Е. С. Проблемы социальной защиты населения / Е. С. Кокшарова, Ю. Е. Ковбасюк. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2017. — № 11 (145). — С. 225-227.
4. Конституция Российской Федерации от 12.12.1993 г. (ред. от 21.07.2014).
5. Постановление от 15 апреля 2014 года № 296 «О социальной поддержке населения».
6. Сулейманов Г.В. Социальное обеспечение и социальное страхование / Г.В.Сулейманов. - Ростов на Дону, 2007. - 311 с.

УДК 339.13.024

ПОСЛЕДСТВИЯ ПАНДЕМИИ ДЛЯ КРУИЗНОГО БИЗНЕСА В МИРЕ И РОССИИ

КОМАРЕВЦЕВА НАТАЛЬЯ АЛЕКСАНДРОВНА,

к. г. н., доцент кафедры международного туризма и менеджмента

УСТЬЯНЦЕВ ПАВЕЛ ЕВГЕНЬЕВИЧ,**ИСЛАМОВА МАРГАРИТА МУШФИГОВНА**

студенты

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет»

Аннотация: в статье рассмотрено современное состояние круизного отдыха в условиях 2020 г. Пандемия оказала мощное влияние на круизный туризм, при этом спрос в круизном туризме дифференцирован на международных и внутренних рынках. Остановлена или значительно сокращена деятельность международных операторов, в деятельности внутренних операторов отмечается дефицит предложения при нарастающем спросе.

Ключевые слова: туризм, круизы, пандемия, круизный туризм, речные круизы.

IMPACT OF THE PANDEMIC FOR CRUISE BUSINESS IN THE WORLD AND RUSSIA

**Komarevtseva Natalya Alexandrovna,
Ustyantsev Pavel Evgenievich,
Islamova Margarita Mushfigovna**

Abstract: The article examines the current state of cruise tourism in 2020. The pandemic has had a powerful impact on cruise tourism, while the demand for cruise tourism is differentiated in international and domestic markets. The activities of international operators have been stopped or significantly reduced, and there is a shortage of supply in the activities of domestic operators with increasing demand.

Key words: tourism, cruises, pandemic, cruise tourism, river cruises.

Мировая туристская индустрия несет значительные издержки в связи с пандемией коронавируса 2020 г. Многие страны закрыли свои границы, ввели ограничения на передвижения граждан, ограничили авиасообщения и закрыли порты для того, чтобы предотвратить распространение инфекции. Эти меры сказались на многих международных направлениях туризма, круизном, в том числе.

Круизный бизнес оказался среди тех видов туризма, которые понесли наибольший урон из-за пандемии. На июль 2020 г. весь мировой круизный флот, более 320 круизных судов вместимостью 550 тыс. пассажиров, вынужден был прекратить работу и встать на отстой [3].

Круизный отдых в последние годы был достаточно популярным видом рекреации для туристов большинства развитых стран мира. Разнообразие круизных туристских продуктов позволяет обеспечить спрос туристов разного социального статуса, но именно этот вид отдыха оказался уязвимым в условиях пандемии: ограниченное пространство круизного лайнера, большое количество мест массового скопления отдыхающих (количество туристов на определенных круизах, превышающее 5 тыс. чел.), способствуют быстрому распространению инфекции среди пассажиров и членов экипажа. Например, на судне норвежской круизной компании «Роальд Амудсен» заболели 36 членов экипажа и 5 пассажиров. После восстановления перевозок, компания одна из первых попыталась восстановить де-

тельность в начале июня, а в начале августа на лайнере компании были инфицированы 41 пассажир, после чего круизная компания «Hurtigruten» приостановила работу трёх круизных лайнеров на неопределенный срок.

В практике отмечен обратный опыт, когда круизный лайнер оказывался самым безопасным местом во время эпидемии, так капитан одного из австралийских лайнеров принял решение не заходить в города, где были зафиксированы случаи заболевания, а также запретил покидать судно пассажирам до момента возвращения в пункт отправления.

Многие страны ввели жесточенные правила для круизных перевозок. Например, в Норвегии запретили круизы с численностью пассажиров более 100 чел. В США Центры по контролю за заболеваниями не разрешают заходить в американские воды круизным лайнерам.

Главные вопросы, которые тревожат владельцев круизных компаний, туроператоров, ориентированных на круизный туризм, и туристов, предпочитающий данный вид отдыха: «Удастся ли круизной отрасли справиться с кризисом, сможет ли она оправиться после пандемии? Сколько времени это займет?».

Круизные компании несут огромные убытки в связи с тем, что их лайнеры простаивают в различных портах мира. Многие круизные компании построили новые круизные суда к 2020 г., которые на современном этапе стоят в портах и не приносят прибыли. Поэтому значительную часть судов, круизные компании отправили на утилизацию в целях сокращения убытков. Круизные лайнеры из США, Италии, Великобритании находятся в турецком порту Алиага, где их разберут на металлолом, хотя многие из них еще находятся в хорошем состоянии и прослужили бы не один год [2].

США является страной, в которой круизный туризм наиболее развит и именно компаниям из США принадлежат большинство глобальных круизных операторов. Можно выделить такие американские круизные компании, как Carnival Cruise Lines, Royal Caribbean International, Princess Cruises, Norwegian Cruise Lines.

Воздействие пандемии на круизную отрасль можно оценить, сравнив три самых крупных круизных оператора (Carnival, Norwegian Cruise Line, Royal Caribbean). Результаты оценки состояния компаний, полученные делением текущих долгов, с учетом всех взятых новых кредитов, на операционную прибыль за 2019 г., представлены в таблице 1 [5].

Полученные данные позволяют сделать вывод, что даже гигантам круизного бизнеса придется потратить более пяти лет, чтобы покрыть убытки от пандемии, но данный прогноз является только теоретическим, при этом не учитываются другие возможные потери компаний, то есть случайные факторы.

Таблица 1

Долговая нагрузка трех крупных круизных компаний, млн долл.

	Carnival	Royal Caribbean	Norwegian Cruise Line
Долги до 2020 г.	11,5	11,03	6,8
Долги с учетом займов во время пандемии	21,8	16,02	10,1
Докризисная оперативная прибыль за год	3,2	2,08	1,1
Теоретический срок ликвидации долга, кол-во лет	6,7	7,70	8,6

Российская круизная отрасль выстояла, благодаря курортному сезону в летние месяцы. Введение карантина на территории страны, закрытие границ, оказало воздействие на внутренний туризм. В Российской ассоциации туриндустрии сообщали: «Круизный рынок в России пережил пандемию благодаря трем летним месяцам, в которые туристы опять стали совершать речные круизы» [4]. Навигация в этом году началась позже на два месяца, с 3 июля и продлилась до 4 октября. Самым успешным летним месяцем стал август, когда суда были полностью загружены и спрос превышал предложение.

Спрос на речные круизы вызван рядом факторов: активная реклама в СМИ, программа кэшбека, стимулирующая туристов путешествовать по России. В 2020 г. увеличилась заинтересованность речными круизами у туристов. В отрасли отметили: «Если обычно на новых клиентов в общем объеме приходится до 20%, то в этом сезоне их было почти 30%...» [3]. Глубокие продажи на рынке речных круизов состоялись со стороны постоянных покупателей. Туроператоры речных круизов планируют увеличивать число судов на следующий год. Таким образом, закрытие границ в период эпидемиологической обстановки в мире активизировало развитие внутреннего туризма в РФ.

В целом, туристская отрасль понесла значительные потери за этот календарный год, на данный момент нет точного понимания, на сколько долго продлится данная обстановка. Круизная отрасль также несет значительные потери, многие компании продают свои суда на металлолом или вообще прекращают круизную деятельность. Компания же Costa Cruises анонсировала на 2021 г. расширение географии круизов, увеличение числа портов отправления для удобства путешествующих [1]. На сегодняшний день сложно оценить, когда круизная отрасль вернется к прежним показателям, возможно, после снятия абсолютно всех ограничений и открытия всех портов основных туристских направлений.

Список литературы

1. Costa Cruises анонсировала новые круизы на 2021 год [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://www.tourprom.ru/news/48060/> (18.11.2020).
2. Круизный бизнес плывет на кладбище: как коронавирус губит многомиллиардную индустрию [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://news.rambler.ru/other/44967680-kruiznyy-biznes-plyvet-na-kladbische-kak-koronavirus-gubit-mnogomilliardnuyu-industriyu/?updated> (28.10.2020).
3. Морской круиз в глубоком кризисе [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://zen.yandex.ru/media/portnews/morskoi-kruiz-v-glubokom-krizise-5f1ec4b16d89d83ccbed1c57> (30.10.2020).
4. РСТ: речные круизы пережили пандемию благодаря трем летним месяцам [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://tourism.interfax.ru/ru/news/articles/74120/> (21.10.2020).
5. Смартлаб. Статистические данные по круизной отрасли во время пандемии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://smart-lab.ru/mobile/topic/623598> (20.10.2020).

УДК 338

НАЦИОНАЛЬНАЯ ПРАКТИКА НОРМИРОВАНИЯ ЗАТРАТ И ТЕНДЕНЦИИ ЕЁ РАЗВИТИЯ НА ПРИМЕРЕ ПАО «ЧЕЛЯБИНСКОГО КУЗНЕЧНО-ПРЕССОВОГО ЗАВОДА»

ЦАКЛИОТИС ГРИГОРИОС

Магистрант направления подготовки 38.04.01 «Экономика» (Экономика фирмы)
ГАОУ ВО «Невинномысский государственный гуманитарно-технический институт»

Аннотация: Осуществление предпринимательской деятельности невозможно без использования определенных ресурсов. При этом, данные ресурсы могут включаться и в постоянные, и в переменные издержки, представляя собой не только производственные, но и коммерческие, управленческие и иные расходы. Автор статьи на примере одного из лидеров отечественной металлоконструкторской отрасли попытался раскрыть сложившуюся практику нормирования затрат в национальной экономике, а также проследить тенденции ее развития.

Ключевые слова: затраты, нормирование, учетная политика, информатизация, директ-костинг, стандарт-кост.

NATIONAL PRACTICE OF COST RATING AND TRENDS OF ITS DEVELOPMENT BY EXAMPLE PJSC "CHELYABINSK FORGING AND PRESS PLANT"

Tsakliotis Grigorios

Abstract: Carrying out entrepreneurial activity is impossible without the use of certain resources. At the same time, these resources can be included in both fixed and variable costs, representing not only production, but also commercial, administrative and other costs. The authors of the article, using the example of one of the leaders of the metallurgical industry, tried to reveal the established practice of rationing costs in the Russian national economy, as well as to trace the trends of its development.

Key words: costs, regulation, accounting policy, informatization, direct costing, standard code.

Существующие практики экономного производства были разработаны исходя из определенного технологического уровня и стандартов продукции еще несколько десятков лет назад и должны соответствовать логичному ресурсному потреблению. Особенно это важно для крупных предприятий с широким ассортиментом производимой продукции, где одним из доступных методов управления прибыльностью бизнеса будет являться диверсификация продуктового ассортимента. В качестве примера в целях исследования было решено выбрать ПАО «Челябинский кузнечно-прессовый завод», являющегося российским лидером-производителем в области сварочных металлоконструкций и прицепных устройств. При этом, перечень продукции данного предприятия насчитывает более 50 высокотехнологичных сложных моделей для штамповки и сварки.

Для начала необходимо установить, что нормирование затрат невыполнимо без начала взвешенного аналитического и синтетического учета на производстве. Элементарными организационными условиями для оптимальной организации производства будут выступать:

- наличие специально-оборудованных для хранения ресурсов складов;
- организация систематического контроля (разработка грамотной системы аналитического учета) на местах хранения материалов и иных ресурсов;
- определение перечня должностных лиц, имеющих право на оформление и подписание документов о принятии/выпуске ресурсов со склада;
- установление ответственности за нарушение установленного порядка ведения аналитического учета [1, с.142].

Как показывает сложившаяся система работы, аналитический учет на производстве и административном блоке предприятия реализуется с учетом ресурсного характера, местоположения для хранения, и должностными лицами которым вменена задача охранения. Прием и выгрыз первоначального материала в складских зонах регулируются накладными, объем выполненных работ итоговыми накладными, на основании которых выпускаются спеведомости.

Фокусируясь на синтетическом учете издержек, необходимо акцентироваться на теоритическом подходе к организации учета издержек в рамках себестоимости товара:

- система «стандарт-кост» - при калькуляции себестоимости продукции составляются плановые калькуляции по прямым затратам на единицу готовой продукции, после чего производится учет фактических затрат и разница в отчетном периоде списывается. В следующем периоде вносятся поправки в плановые калькуляции на основе прошлого года;
- система «директ-костинг» - планирование и анализ переменных затрат, при условии, что остальные затраты списываются в отчетном периоде. В данной системе все затраты делятся на прямые и косвенные производственные затраты, а так же продолжительные периодические затраты, списываемые по окончании отчетного периода. Данная система позволяет снизить трудоемкость учета и создает вариативность использования модификаций данной системы (по переменным затратам, по использованию производственных мощностей и т.п.);
- система учета затрат по видам деятельности – происходит деление затрат на прямые и косвенные, распределение ведется по каждому продукту.

Соответственно, каждая из систем учета имеет свои преимущества и недостатки, которые должны быть учтены на этапе планирования

В итоге, применение нормирования затрат инструментом «стандарт-кост» получается наиболее элементарным с точки зрения нормирования, однако опосредует к повышению уровня форс-мажорных издержек, что выражается в пониженном коэффициенте планирования.

Детальное изучение учетной политики ПАО «Челябинского кузнечно-прессового завода», то по целям учета затрат на производственном процессе пред нами вырисовывается следующая картина, которая достаточно специфична для сложившейся отечественной системы:

- оценка товаров при отпуске в производство и реализацию производится по средней себестоимости каждой единицы;
- затраты на транспортировку и хранение готовой продукции включаются в себестоимость товаров;
- учет затрат на производство ведется с разделением затрат на прямые и косвенные с включением последних в фактическую себестоимость продукции;
- по счетам 20 и 23 производится полная калькуляция фактической себестоимости продукции;
- общехозяйственные расходы в конце отчетного периода в полной сумме списываются на уменьшение выручки от реализации товаров. В калькуляцию они не включаются;
- учет готовой продукции ведется по фактической производственной себестоимости [5].

Основываясь на данных учетной политики ПАО «Челябинского кузнечно-прессового завода», мы можем сказать, что организация применяет систему управленческого учета «директ-костинг» по неоклассической модификации.

Перед нами встает необходимость более детального выявления специфичных показателей, которые будут свидетельствовать о объективных показателях результата реализации данной системы. Это необходимо изучения уровня фактической результативности системы «директ-костинг»

Таблица 1
Анализ основных учетных результатов ПАО «Челябинского кузнечно-прессового завода» в тыс.руб.

Наименование показателя	2018 г.	2019 г.	2020 г.	Темпы роста 2018 к 2017,%	Темпы роста 2019 к 2018,%	Темпы роста 2020 к 2019,%
Запасы	2217651	2343023	3901552	142,57	162,44	170,34
Себестоимость	3293185	3190316	5634432	98,33	141,20	146,75
Выручка	4790506	4987543	6246732	112,54	178,23	146,0
Управленческие расходы	361543	365858	486265	134,23	148,624	149,9

Изучая корреляцию повышения себестоимости продукции и управленческих расходов, становится ясно что последние в своей динамике повышение, нежели производственные издержки. Это свидетельствует о проблеме в сложившийся отечественной практике нормирования затрат. На лицо явное отсутствие выявления затрат непроизводственного характера. Как следствие, по анализу учетной политике, управленческие издержки не проходят процедуру выявления и обозначения в бюджетном плане фирмы, то многим подобным предприятиям необходимо пересмотреть систему управленческого учета и наладить оптимизацию издержек хозяйственного сектора, проведя замену «директ-хостинга» на метод выявления и фиксации издержек по основным статьям деятельности. Даже не беря во внимание то, что лидирующим недостатком нормирования затрат является излишняя детализация и объёмность, необходимо обозначить и другие характеристики, которые к настоящему времени развития отечественной экономики серьезно деструктурируют нормирование учета затрат и издержек при применении иных систем:

- нестабильный и постоянный рост уровня цен, в том числе и на ГСМ;
- значительный износ основных производственных фондов
- непрерывное изменение российского законодательства;
- отсутствие учета косвенных факторов воздействия в планировании затрат на различных стадиях производства (особенности сырья, человеческий фактор и др.);
- нестабильность курса иностранной валюты для импортируемого редкого сырья [4, с.153].

Таблица 2
Вариант использования методов системного моделирования и информационных технологий для дополнительной оптимизации системы учета затрат по видам деятельности

Проблема системы нормирования затрат	Вариант решения
- методическая сложность и интуитивная непонятность результатов;	Предлагается закладывать в основу системы нормирования затрат не детерминированный принцип построения, позволяющий полностью определить влияние факторов на величину, а стохастический принцип, используя современное программное обеспечение для расчета воздействия каждого известного показателя и составляя математические прогнозы изменения их значений
- наличие сложностей в расчетах, искажающих достоверность результатов;	- автоматизация функций, заложенных в программном обеспечении типа Microsoft Excel, позволяет избежать ошибок и неточностей формирования функций и степеней зависимости норм затрат от каждого фактора
- большая трудоемкость использования метода при возможности большой погрешности результатов;	- автоматизация промежуточных расчетов через специальное ПО в совокупности с автоматизированными системами аналитического и синтетического учета 1С и CRM с возможностью моментального выделения процента погрешности результатов и возможностью сведения её к минимуму за счет подбора максимально действующих факторов и создания резервов
- сложности определения факторов моделей и зависимостей	- факторы моделей могут быть определены за счет анализа предыдущего опыта и анализа автоматически рассчитываемой силы взаимосвязи фактора на норму затрат

Помимо всего, естественно ошибки при нормировании затрат при использовании систем «директ-костинг» и «стандарт-кост» опосредуют в области бухгалтерского учета повышение уровня нагрузки и видоизменение финального отчета. Все это возможно преодолеть и даже предупредить лишь посредством всеобщей детализации, которая в конце концов покажет важность и актуальность применения учета затрат и издержек по каждому виду производственного сектора.

Также, объективные тенденции информационных процессов в экономике, дает нам возможность говорить о применении и введении в инструментарий учетной политики достижений технического и научного развития для преодоления слабых сторон системы учета по видам деятельности (таблица 2).

Таким образом, выявленная и изученная авторами на примере ПАО «Челябинского кузнечно-прессового завода» сложившиеся традиции учета нормирования затрат в отечественной экономической системе, позволяет нам сделать вывод о том что данная область находится в положении перехода от устоявшегося полного нормирования затрат и издержек на ед. итогового товара, к автоматизации системы планирования и предположения норм с применением актуальных информационно-телекоммуникационных и вычислительных технологий. Но следует отметить что для повсеместного применения и введения в практику учетной политики другими предприятиями встанет необходимым фундамент практического опыта и серьезные организационно-трудовые ресурсы, а также материальные затраты, которые также необходимо закладывать в финансовом плане фирмы.

Список литературы

1. Бондаренко В. И. Особенности, преимущества и недостатки системы «direct-costing» // Молодой ученый. - 2009. - №12. - С. 142-143.
2. Щуплова М.А. Система «стандарт-кост» и нормативный метод учета затрат на производство/ М.А.Щуплова/ Вестник университета, 2012. – с.7-12
3. Словеснова А.Д. Преимущества и недостатки методов управления затратами/ А.Д.Словеснова// Наука, техника и образование, 2017. – с.74-76
4. Карнач Г.К. Особенности и проблемы нормирования затрат/ Г.К.Карнач, А.Р.Фаттахова// Вестник университета, 2018. - №19. – с.151-156
5. Электронный каталог бухгалтерской отчетности «E-Еcotolog.ru» - Бухгалтерская отчетность ПАО «Челябинский кузнечно-прессовый завод» [Электронный ресурс]// Режим доступа: <https://www.e-disclosure.ru/portal/files.aspx?id=3306&type=3>
15. Годовой отчет за 2018 год Публичного акционерного общества «Челябинский кузнечно-прессовый завод» - 14 с. [Электронный ресурс]// Режим доступа:<https://www.e-disclosure.ru/portal/FileLoad.ashx?Fileid=1497056>

© Цаклиотис Г.

КОНКУРЕНЦИЯ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ

УДК 620.2

КАЧЕСТВО БЛЕНДЕРОВ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ

ПОЧТЕННОВ ИВАН АЛЕКСАНДРОВИЧ,

магистрант

ВИНОГРАДОВА АННА ВЯЧЕСЛАВОВНА,**ИЛЛАРИОНОВА КСЕНИЯ ВИКТОРОВНА**

к.т.н., доценты

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

Аннотация: в статье представлены результаты анализа судебной практики, затрагивающей качество блендеров на российском рынке. Приведена статистика судебных дел, связанных с качеством блендеров. Рассмотрены основные претензии потребителей к качеству блендеров, реализуемых на российском рынке.

Ключевые слова: технически сложные товары, блендеры, качество, неисправности, судебная практика.

QUALITY OF BLENDERS ON THE RUSSIAN MARKET

Pochtennov Ivan A.

Vinogradova Anna Vyacheslavovna,

Illarionova Ksenia Viktorovna

Abstract: The article presents the results of the analysis of judicial practice of bringing legal entities and individual entrepreneurs to justice for violation of consumer rights. The statistics of court cases related to the quality of blenders are presented. The main complaints of consumers about the quality of blenders sold in the Russian market are considered.

Key words: judicial practice, technically complex goods, blenders, quality, identification.

Блендер является одним из самых продаваемых приборов для механизации кухонных работ. Высокий спрос на блендеры обуславливает высокую конкуренцию среди производителей и на рынке [1]. Качество продукции является одним из основных факторов, обеспечивающих конкурентоспособность товаров [2]. В этой связи выявление проблем, возникающих на рынке с качеством продукции, является актуальным и представляет практический интерес. Обзор информации по теме исследования показал, что качеству технически сложных товаров на российском рынке посвящен ряд исследований [3-6], однако блендеры в данных работах не рассматривались.

Целью настоящего исследования являлось выявление неисправностей блендеров, наиболее часто встречающихся на практике.

В работе использовался анализ судебной практики, связанной с качеством блендеров на российском рынке. Источником информации являлась правовая база «Консультант плюс».

На рис. 1 представлен анализ дел по судебным инстанциям.

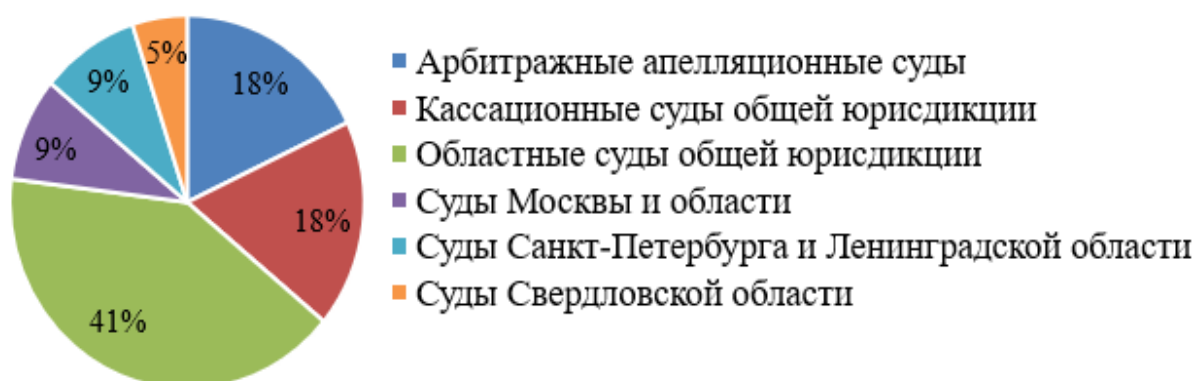


Рис. 1. Структура совокупности судебных дел, рассматривающих споры по качеству блендеров, по судебным инстанциям

Наибольшее количество дел рассматривалось областными судами общей юрисдикции (около 41%). Необходимо также отметить большое количество апелляций: 18% дел рассматривалось арбитражными апелляционными судами и еще 18% кассационными судами общей юрисдикции.

Анализ судебной практики на территории Российской Федерации показал наличие следующих основных претензии потребителей к качеству блендеров: течь корпуса; сильный громкий шум при нагрузке; перегрев всего корпуса; невыполнение функции измельчения; недостоверные сведения о характеристиках товара; недостоверная маркировка товара.

Анализ основных претензий потребителей к качеству блендеров представлен на рис. 2.

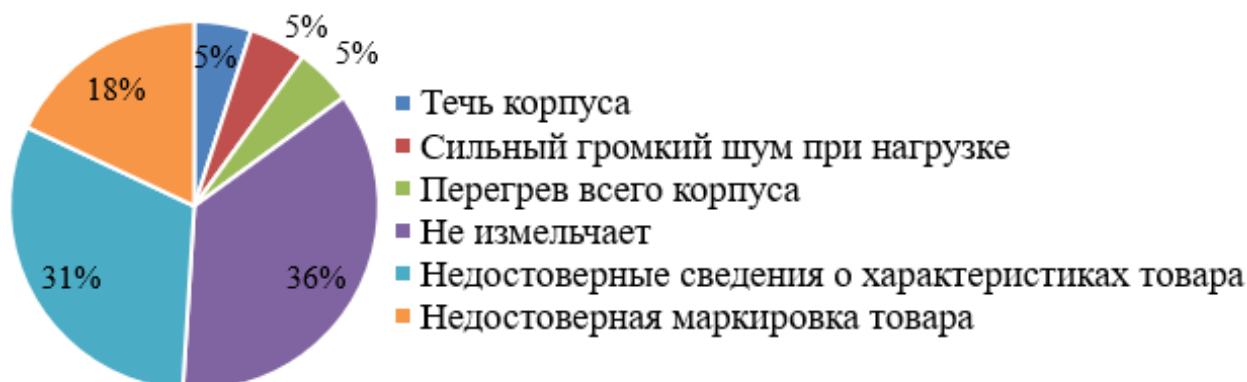


Рис. 2. Анализ основных претензий потребителей к качеству блендеров

Наибольшее количество претензий потребителей к качеству блендеров (36%) связано с тем, что после первого применения блендер перестает выполнять свою основную функцию – измельчение продуктов. Кроме того, часто потребители жалуются на недостоверные сведения о характеристиках товара и его маркировке на упаковке. Наиболее редкими дефектами являются течь корпуса, сильный шум при нагрузке и нагрев корпуса.

Интересно отметить, что анализ сайтов, содержащих отзывы о различных моделях блендеров (IRecommend.ru и Отзовик.ru), показал, что картина претензий потребителей к качеству блендеров будет несколько иная. На рисунке 3 представлены наиболее частые претензии потребителей к качеству блендеров в интернете.

Наиболее часто негативные отзывы содержат в себе претензии к шуму блендера, 19% потребителей жалуются на то, что приобретенный блендер медленно измельчает продукты. Еще 17% потребителей отмечают сильный нагрев корпуса при работе.

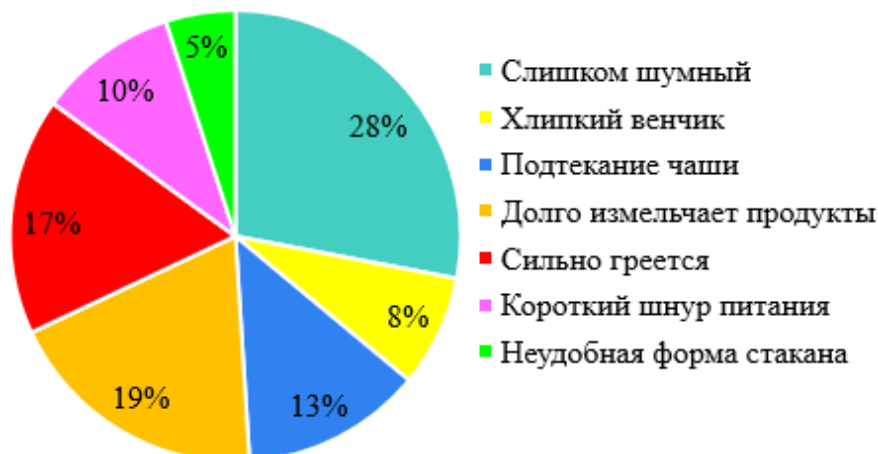


Рис. 3. Наиболее частые претензии потребителей к качеству блендеров на интернет сайтах

Если анализировать рассмотрение конкретных судебных дел в вопросах качества блендеров, то наиболее частым решением судебной инстанции будет удовлетворить требования истца частично. В большинстве случаев потребителю отказывают в части требований, связанных с процентами за неудовлетворение его требований о предоставлении на период ремонта аналогичного товара. Многие покупатели не осведомлены о том, что блендер не может быть предоставлен в качестве подменного на основании перечня товаров длительного пользования, на которые не распространяется требование покупателя о безвозмездном предоставлении ему на период ремонта или замены аналогичного товара.

Таким образом, анализ судебных дел, связанных с рассмотрением претензий относительно качества блендеров на российском рынке, показал, что основными претензиями потребителей к качеству блендеров являются недостоверные сведения о характеристиках товара и его маркировки, а также поломка блендера после первого его использования. Результаты исследования могут быть использованы в целях улучшения качества новых и существующих моделей продукции.

Список литературы

1. Почтеннов И.А., Илларионова К.В. Анализ современного ассортимента и инноваций приборов для механизации кухонных работ // Неделя науки СПбГУ. Материалы научной конференции с международным участием. Институт промышленного менеджмента, экономики и торговли. В 3-х частях. – 2019. – С. 26-29.
2. Нилова Л.П., Малютенкова С.М., Виноградова А.В., Котоменкова О.Г. Актуальные аспекты товарного консалтинга в управлении качеством // European Social Science Journal. – 2018. – № 8. – С. 9-14.
3. Мельникова К.С., Виноградова А.В. Анализ качества ноутбуков на российском рынке // Неделя науки СПбГУ. Материалы научной конференции с международным участием. Институт промышленного менеджмента, экономики и торговли. – 2018. – С. – 42-46.
4. Петрова Е.А., Виноградова А.В. Основные неисправности телевизионных приемников, реализуемых на российском рынке // Современные материалы, техника и технология. Сборник научных статей 8-й Международной научно-практической конференции. – 2018. – С. 321-327.
5. Дорофеева Д.О., Илларионова К.В. Исследование потребительских свойств мультиварок, влияющих на их качество и конкурентоспособность // Молодежь и XXI век - 2019. Материалы IX Международной молодежной научной конференции. – 2019. – С. 129-132.
6. Хачатурова Э.А., Илларионова К.В. Оценка уровня качества и конкурентоспособности электронного оборудования систем автомобильного видеонаблюдения // Проблемы конкурентоспособности потребительских товаров и продуктов питания. Сборник научных статей 2-й Международной научно-практической конференции – Курск, – 2020. – С. 400-403.

ИННОВАЦИИ И ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

УДК 399.9

ПРОБЛЕМА СОХРАНЕНИЯ СЕМЕЙНЫХ ЦЕННОСТЕЙ В ЦИФРОВУЮ ЭПОХУ

КАЗИМИРСКАЯ АННА ГЕННАДЬЕВНА

Студентка

Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М.Ф. Решетнева

*Научный руководитель: Кравченко Марина Владимировна**преподаватель**Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М.Ф. Решетнева*

Аннотация. Каждая страна имеет свои традиции и обряды, накопленные поколениями, которые передаются, чтобы сохранить идентичность. Какие-то культурные традиции со временем становятся неактуальными и забываются. Сохранением семейных традиций обеспокоено не одно поколение и не в одной стране. В работе разъясняются культурные традиции ряда стран, которые влияют на покупательское поведение и культурный контент корпораций.

Ключевые слова: семья, традиции, ценности, уважение, родители, дети, брак, мужчина, женщина, родственники, люди, смартфоны, гаджеты, онлайн-магазины, интернет.

THE PROBLEM OF PRESERVING FAMILY VALUES IN THE DIGITAL AGE

Kazimirsky Anna G.

Scientific adviser: Kravchenko Marina Vladimirovna

Annotation. Each country has its own traditions and rituals, accumulated by generations, which are passed on to preserve the identity. Some cultural traditions eventually become irrelevant and forgotten. More than one generation and in more than one country is concerned about the preservation of family traditions. The paper explains the cultural traditions of a number of countries that influence the buying behavior and cultural content of corporations.

Key words: family, traditions, values, respect, parents, children, marriage, man, woman, relatives, people, smartphones, gadgets, online stores, Internet.

Когда международная компания выходит или закрепляется на новом рынке, для успешности своих действий необходимо тщательно оценивать культурные традиции и ценности, которые жители используют в качестве основы для принятия решений о покупках или при трудоустройстве. Рассмотрим культурные традиции ряда стран.

Австралия - это молодой континент, поэтому все его традиции появились недавно. Жители Австралии не привязаны к домам, где жили их предки или родственники. Они живут в тех местах, где у них есть хорошо оплачиваемая работа. Австралийцы очень гордятся своей страной и условиями жизни, которые они создали. Семейные связи здесь практически ничего не значат. Все традиции новые и современные. Австралийцы, независимо от собственного желания, отправляются в отпуск один раз в год. Также в Австралии существует традиция для молодоженов, они сажают семейное дерево в общественном саду. Семьи в Австралии помнят о своём дереве и через несколько лет собираются на семейные торжества или пикники. Для Австралийцев считается, что выезд на пикник – самое важное се-

мейное застолье. [4] Но в целом у каждой семьи есть свои традиции, так как большинство людей в этой стране - эмигранты. Все австралийцы веселые и счастливые люди. В этой стране не принято, когда дети остаются с родителями надолго. Когда дети выросли, то родители тоже хотят жить для своего удовольствия. Австралия разделена на разные районы для молодежи и для пожилых людей. Эта нация очень дружелюбная и разговорчивая. [3] В Австралии существует программа для подростков от 12 до 17 лет у которых существует зависимость от смартфонов и которые демонстрируют плохое поведение. Суть этой программы заключается в том, что детей отправляют в военизированный детский лагерь, где при въезде все подростки сдают свои гаджеты и получают их обратно только спустя 9 дней, когда отправляются обратно домой. Эта программа нацелена на то, чтобы дети не были зависимы от своих гаджетов и проводили время на свежем воздухе, и со своей семьей. [10]

Африка считается отдельным миром со своей атмосферой. Большинство из нас ассоциируют Африку только с Египтом, Хургадой и другими популярными курортами. Большинство стран этого континента имеют древние обычаи, сохранившиеся до наших дней. Цивилизация не сильно повлияла на этот континент. Жители Африки исповедуют древние религии, основы которых идут в разрез с современным институциональным устройством, поэтому им трудно воспринимать современные законы. Если рассматривать семьи из Египта, то женщины должны закрывать все тело и волосы и могут оставлять только руки, ноги и лицо открытыми. Семьи в Египте состоят не только из мужа, жены и детей, но они включают в себя и всех родственников мужа, то есть нуклеарная и патриархальная семья живут вместе, это не очень простое испытание для европейских женщин, которые выходят замуж за египтян. Мужчина является несомненным лидером в обществе, он принимает решения за всю семью. Люди здесь не любят перемен. Если египтянин решил жениться, значит, это серьезно и навсегда. Люди верят, что все жизненные трудности они смогут преодолеть, если будут все вместе. Здесь все помогают друг другу, уважают всех членов семьи и любят их. Египтяне понимают, что, если они одни, они ничего не значат. Дети должны уважать своих родителей. Здесь очень популярно, когда двоюродные брат и сестра могут быть мужем и женой. В Африке производителей смартфонов обвинили в смерти детей. Компания IRAdvocates подала коллективный иск против Apple, Alphabet (Google), Dell, Microsoft и Tesla от имени опекунов детей, которые погибли или были изувечены во время добычи кобальта. Этот металл серебристого цвета необходим для производства аккумуляторов, на которых работает почти вся современная электроника. Также выяснилось, что ребята работали школьного возраста и есть некоторые из этих детей, которым не больше 4 лет. Компании добывали кобальт в небезопасных условиях из-за которых погибли и пострадали дети. За эту работу ребята получали один или два доллара в день.

Трудно сказать о европейских семьях вообще, поскольку Европа объединила множество культур и традиций. Гомогенными религиозными странами являются в основном арабские страны с их строгими мусульманскими законами, где все права принадлежат только мужчинам. В христианских странах большую роль играет церковь и принципы соборности.

Швейцария - это успешная и богатая страна полна старых традиций. Долгое время женщины считались хуже мужчин (они получали более низкую заработную плату, не могли легко найти работу и т. д.). Люди здесь делятся по религиозным признакам на протестантов и католиков. Современные семьи маленькие, никто не хочет иметь много детей. Но в католических семьях иногда можно увидеть много детей около десяти. Обычно швейцарцы выходят замуж поздно. Люди уважают своих предков, и у каждой семьи есть хотя бы один национальный костюм, и в стране много праздников, которые посвящены национальным событиям День Святого Бертольда в честь основателя города Берн, который празднуется в большинстве кантонов. Или карнавал в Люцерне, который празднуется только в ряде кантонов. Если дети остаются с родителями, дети становятся владельцами домов, а пожилым людям предоставляется отдельная комната или территория. Если жена хочет устроиться на работу, ей нужно согласие мужа. В Швейцарии слишком много разводов. В 2018 году более 16,2 тысяч пар получили развод в Швейцарии. Об этом свидетельствуют данные Федерального бюро статистики. Показатель на 2,1 процента больше, чем в 2017 году. [2] В Швейцарии запрещено использование смартфона на уроках, но запрет планируют распространить на время перемен, для того чтобы происходила коммуникация между учениками. Некоммерческий фонд Phenix объявил, что запускает проект особой терапией для

детей, зависимых от гаджетов и компьютерных игр, также помогают с зависимостью и родителям. В Швейцарии гаджеты присутствуют у 73% населения. Швейцарцы много тратят, среднестатистический онлайн-покупатель оставляет в интернет-магазинах \$3190 в год. [17]

Стереотипы мнений говорят, что Франция полна романтики, а Париж привлекает женскую аудиторию со всего мира. Мужская аудитория является во Франции очень внимательной, вежливой и галантной, а взаимоотношения начинаются с правильного разговора. Французы живут нуклеарными семьями, семья для французов включает в себя только отца, мать и ребенка, а не родственников. Молодые семьи не хотят иметь детей сразу, они какое-то время живут одни. Если родители заняты, и ребенок хочет что-то спросить, ребенку придется ждать, только когда будет время, мама и папа обратят на это внимание. Это связано с высоким индексом дистанции власти. Также дети случаются родителей. Но, несмотря на все во Франции, люди уважают всех членов семьи и стараются проводить все выходные и праздники вместе. Они не забывают о традициях. Муж является главой семьи. Французы очень дружелюбны, они ценят друзей, любят проводить время в ресторанах с шумными компаниями. Во Франции ввели запрет, в котором говорится, что учащиеся начальных и средних школ, не имеют права приносить в учебные заведения любые гаджеты, имеющие доступ в интернет. Но французские школьники по-прежнему пользуются смартфонами в школах, не соблюдая закона. [7] Во Франции распространен поход за покупками через интернет. Магазины в этой стране не работают по воскресеньям, в выходной день французы хотят побыть дома и провести это время со своей семьей, а не на поход за покупками в магазины. [12]

Неудивительно, что люди, которые знакомы с детства, в итоге женятся. Люди вступают в брак, имеют детей и прекрасно живут в семье, в которой царит взаимопонимание. Также в Норвегии, замуж выходят потому что мужчина и женщина понимают друг друга и хотят жить вместе. Гражданские браки также популярны здесь. Дети, рожденные в законном или гражданском браке, имеют одинаковые права. В 18 лет дети становятся независимыми и сами зарабатывают на жизнь. Между родителями и детьми всегда дружеские отношения. Семьи в Норвегии имеют от одного до четырех детей, и первый ребенок может родиться, когда родителям около тридцати лет. Мать может получить одиннадцать месяцев отпуска, который будет оплачен, а затем она также получит пособие на ребенка. У норвежской семьи обычно есть собственный дом, который покупается в кредит. Оба родителя идут на работу, так как им нужно выплачивать кредиты. Очень часто можно встретить семью, которая в ресторане будет платить отдельно. Мать и отец имеют отдельные банковские счета. Норвежцы любят и уважают своих детей, но они не всегда контролируют их. [1] Но в Норвегии родители строго следят за тем, чтобы дети смотрели телевизор не больше часа в день и также не проводили много времени за компьютером или телефоном в одиночестве или перед сном. [9] В Норвегии 96% жителей имеют доступ в интернет. Люди совершают покупки через интернет не реже одного раза в квартал. Самым популярным платежным средством являются кредитные и дебетовые карты. В Норвегии используется скоростной интернет. [15]

Германия славится своей высокой культурой. Это нормально, когда супруги уважают друг друга, поддерживают и знают, что можно полностью положиться на своего мужа или жену. Немецкий народ всегда хочет быть идеальным даже в семейных отношениях, в воспитании детей, в работе и учебе. Очень часто люди уходят в гражданский брак, и только через несколько лет они могут узаконить свои отношения. Для каждого немца важно, чтобы в его доме все было всегда красиво и уютно. Если в доме есть маленький ребенок, сложно найти дом, где будут разбросаны игрушки или детские вещи. Немцы очень дружелюбны и любят принимать гостей. С 18 лет дети становятся независимыми. Молодым людям часто приходится учиться и работать. Семьи уважают всех родственников и всегда стараются собраться вместе в разные праздники. Но дети всегда должны заранее сказать, что собираются навестить родителей. Бабушка и дедушка никогда не помогают воспитывать внуков, поскольку у них есть своя личная жизнь, а воспитание они считают делом родителей, в которое вмешиваться недопустимо. Обычно бабушка и дедушка ограничиваются тем, что могут взять внуков на прогулку или дарят им подарки, согласованные с родителями. В Германии родители тщательно следят за детьми и дают гаджеты в редких случаях и только выборочный контент. Но не все родители контролируют использование смартфонов у детей, и поэтому у ребенка старшего возраста данная зависимость приводит к наруше-

нию социальных навыков. По данным статистики, в Германии только каждый пятый ребенок использует гаджет в 6-7-летнем возрасте и дети в данной возрастной группе проводят в интернете 11 минут в день. [8] В Германии Интернетом пользуется 65 млн. человек, 77% из них (50 млн.) хотя бы иногда делают покупки в сети. Об этом свидетельствует исследование Федерального статистического управления (Destatis). Чаще всего покупатели приобретают одежду, обувь, мебель и игрушки для детей. [13]

В семьях в Италии муж всегда является главным в семье, но жена также несет большую ответственность. Мальчики вырастают очень избалованными, а девочки наоборот. Мужчина всю жизнь будет обожать свою мать, и даже будучи женатым, он часто будет приходить в дом своих родителей обедать или приносить свои грязные рубашки. Если кто-то задумал завести семейные отношения, то в первую очередь ему необходимо подружиться с мамой избранника или избранницы. Матери могут сильно повлиять на детей. Семья для мужской аудитории – это не только самый близкий родственник, но и все, кто связан с ними хоть какими-то родственными связями. Семейные узы очень важны для них. В итальянских семьях принято решать все проблемы или принимать решения вместе. Для мужчины самая важная задача – сделать свою любимую женщину счастливой. В Италии существует такая патология, как “номофобия” – страх отсутствия мобильного телефона. По данным национальной обсерватории по делам детей и молодежи, восемь из десяти итальянских подростков живут в паническом страхе потерять свои телефоны и доступ к интернету. В итальянском парламенте представлен законопроект, который предлагает отправлять в реабилитационные центры смартфонозависимых подростков. Борьба с патологией предполагает довольно радикальные методы. Только в интересах несовершеннолетних будут приниматься решения с родителями о прохождении исправительного курса. В школах будут проходить курсы по устранению телефонной зависимости у детей для преподавателей, также и для родителей, потому что большинство родителей наносят вред своим детям, не контролируя использование смартфона. [5] В Италии 62% имеют скоростной интернет. Гаджетами пользуются 57% населения. Пожилые люди безразлично относятся к современным технологиям. Всего лишь 25% итальянцев делают покупки в интернете. [16]

Совершенно невозможно увидеть молодую женщину с маленьким ребенком на улицах Великобритании. Женщины в этой стране не готовы иметь ребенка в раннем возрасте. Сначала люди должны были стать финансово независимыми и только потом они могут думать о браке. Обычно в средней семье трое детей. Часто в английских семьях можно увидеть медсестру (даже из разных стран), поскольку мама является успешной бизнес-леди. В Великобритании есть много разных секций, игровых площадок и много специальных мест для детей. Родители часто берут своих детей с собой в магазины, бары или кафе. Вероятно, ни в одной стране люди не обращают столько внимания на детей, как в Великобритании. Все окружающие очень дружелюбны, всегда готовы помочь маме ухаживать за малышом. В Великобритании три четверти малышей начинают знакомиться с гаджетами с 3-6 месяцев. Когда у родителей устареет телефон, они отдадут его детям и лет с 6-7 они уже ходят с телефонами. Подростки часто используют приложения – Snapchat, Instagram и Twitter. Они активно ведут свои аккаунты в социальных сетях и мечтают стать блогерами. Родители пытаются уберечь детей и всячески объясняют, что в социальные сети не все материалы можно публиковать и также предупреждают о том, что в интернете лучше общаться с теми людьми, кого знаешь лично. Родители в воспитательных целях дома ограничивают своих детей в общении в интернете, но в школу подростки ходят с телефонами, так как родители боятся остаться без связи с детьми. [6] В Великобритании 91, 6% населения имеют доступ в интернет. Онлайн-рынок в этой стране является значительно популярным. При этом скорость варьируется от 40 Мбит/с в городах вплоть до 1 Мбит/с в отдаленных местах. В связи с этим правительство обязалось к 2020 году обеспечить высокоскоростным широкополосным подключением 90% домохозяйств. Почти 95% населения Великобритании хоть раз совершали покупки в Интернете. [14]

У людей в Бельгии самые крепкие семьи. Родственники любят собираться вместе, и в это время дом полон шумных и счастливых детей. Даже молодые люди любят посещать своих тетей, дядей, бабушек и дедушек. Когда дети выросли, они всегда живут отдельно от родителей. Бабушка и дедушка могут помочь забрать внуков из детского сада или школы. Бельгийцы любят путешествовать, и они го-

товы посетить все страны со своей семьей. Они могут потратить около 2 000 долларов на семейный отдых. Они любят проводить время в разговорах, когда собираются вместе. Они обсуждают всех и все, но никогда не говорят о своих финансовых проблемах. Люди в этой стране очень дружелюбны, и им нравится принимать гостей. В основном бельгийцы женятся в 25-30, когда они почти понимают, что они хотят получить от своей жизни. Сначала они покупают дом и делают его уютным, а потом уже думают о том, чтобы иметь детей. Женщины работают столько же, сколько и мужчины. В бельгийской семье все обязанности разделены между мужем и женой в равной степени. Родители всегда думают о будущем своих детей, и пока ребенок находится в детском саду, они думают о его высшем образовании и выбирают университет. В Бельгии ночью дети проводят время в гаджетах. По мнению бельгийских психологов, нарушение сна ведет к психологическим проблемам и нервозам. [11]

Список литературы

1. Сколько детей обычно в Норвегии [Электронный ресурс]: <http://strahovanie-el.ru/skolko-detej-obychno-v-norvegii>
2. Почему распадаются иностранные браки в Швейцарии [Электронный ресурс]: <https://business-swiss.ch/2019/11/raspadajutsja-inostrannye-braki-oshvejcarii/#>
3. Обычаи и традиции в Австралии. Характер Австралийцев [Электронный ресурс]: <http://best-trip4you.ru/obychai-i-traditsii-v-avstralii>
4. Топ семейных традиций от Франции до Австралии [Электронный ресурс]: <http://comode.kz/post/dela-semejnye/top-semejnyh-traditsij-ot-frantsii-do-avstralii/>
5. В Европе начинают лечить детей от телефонной зависимости [Электронный ресурс]: <https://rg.ru/2019/07/31/kak-v-evrope-boriutsia-s-zavisimostiu-detej-ot-smartfonov.html>
6. «ВМ» выяснила, ограничивают ли детей в использовании гаджетов в разных странах мира [Электронный ресурс]: <https://woman.rambler.ru/children/39068275-vm-vyyasnila-ogranichivayut-li-detej-v-ispolzovanii-gadzhetov-v-raznyh-stranah-mira/?updated>
7. В каких странах действует запрет на смартфоны для школьников, а в каких его еще собираются принять [Электронный ресурс]: <https://news.rambler.ru/education/42685436-v-kakih-stranah-deystvuet-zapret-na-smartfony-dlya-shkolnikov-a-v-kakih-ego-esche-sobirayutsya-prinyat/>
8. Смартфон детям не игрушка [Электронный ресурс]: <https://www.dw.com/ru/%D1%81%D0%BC%D0%B0%D1%80%D1%82%D1%84%D0%BE%D0%BD-%D0%B4%D0%B5%D1%82%D1%8F%D0%BC-%D0%BD%D0%B5-%D0%B8%D0%B3%D1%80%D1%83%D1%88%D0%BA%D0%B0/a-19465866>
9. Как воспитывают детей в Ирландии, Мексике, Польше и Австралии [Электронный ресурс]: <https://www.the-village.ru/village/city/benchmarking/160495-kak-vospityvayut-detej-v-ssha-meksike-irlandii-i-ispanii>
10. Австралийские родители платят \$5 тыс., чтобы их дети неделю прожили без смартфонов [Электронный ресурс]: <https://www.ferra.ru/news/techlife/proizvoditelei-smartfonov-obvinili-v-smerti-detei-v-afrike-16-12-2019.htm>
11. Бельгийские дети недосыпают из-за мобильных телефонов [Электронный ресурс]: <https://helpix.ru/news/200401/052115/>
12. Поход за покупками в интернет во Франции [Электронный ресурс]: <https://www.oslo.ru/pohod-za-pokupkami-v-internet-vo-francii>
13. Что немцы чаще всего покупают в Интернете? [Электронный ресурс]: <https://aussiedlerbote.de/2018/11/chto-nemcy-chashe-vsego-pokupayut-v-internete/>
14. E-commerce в деталях: Великобритания. Центр онлайн-торговли [Электронный ресурс]: <https://psm7.com/review/e-commerce-v-detalyax-velikobritaniya-centr-onlajn-torgovli.html>
15. E-commerce в деталях: Норвегия. Банковские счета для всех [Электронный ресурс]: <https://psm7.com/review/e-commerce-v-detalyax-norvegiya.html>

16. E-commerce в деталях: Италия. Плохой интернет и отсутствие смартфонов [Электронный ресурс]: <https://psm7.com/europe/e-commerce-v-detalyax-italiya-strana-bez-interneta.html>

17. E-commerce в деталях: Швейцария. Банки за альтернативные платежи [Электронный ресурс]: <https://psm7.com/review/e-commerce-v-detalyax-shvejcariya-samaya-beznalichnaya-strana-mira.html>

УДК 338.46

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА ОТЕЧЕСТВЕННОМ И ЗАРУБЕЖНЫХ РЫНКАХ ОДЕЖДЫ

КРАВЧЕНКО МАРИНА ВЛАДИМИРОВНА,

преподаватель кафедры международного бизнеса,

БАХТИНА ВАЛЕРИЯ ПАВЛОВНА

студентка 4 курса

направление «Международный менеджмент»

Сибирский государственный университет науки и технологий имени М.Ф. Решетнева

Аннотация. В статье рассматриваются факторы, оказывающие влияние на рынок одежды. Проводится анализ рынка России и США, а также сравнение по характеристикам: социокультурных, политико-правовых, экономических и научно-технологических факторов.

Ключевые слова: Рынок одежды, спрос, цифровизация бизнеса, доходы населения, престижное и демонстрационное потребление, онлайн-продажи, экологичное производство, внедрение новых технологий в производство, геополитические риски, прожиточный минимум, индекс цен, уровень покупательной способности.

SECTOR NON-USE OF DIGITAL TECHNOLOGIES IN THEIR DOMESTIC AND FOREIGN CLOTHING MARKET

**Kravchenko Marina,
Bakhtina Valeria**

Annotation. The article considers the factors influencing the clothing market. The analysis of the market of Russia and the USA, and also comparison on characteristics is carried out: sociocultural, political and legal, economic and scientific and technological factors

Key words: Clothing market, demand, digitalization of business, income, prestigious and demonstration consumption, online sales, eco-friendly production, introduction of new technologies in production, geopolitical risks, living wage, price index, purchasing power level.

По данным ресурса деловой информации MarketLine, объем глобального рынка одежды в настоящее время составляет 1,4 трлн долл. (почти 2% мирового ВВП, согласно статистике МВФ). Лидерами рынка являются: Азиатско-Тихоокеанский регион (37%), Северная Америка (23%) и Европа (23%).

Согласно данным международной консалтинговой компании McKinsey&Co, в 2017 г. лидером по объему продаж является испанский концерн Inditex, в который входят такие бренды, как: Zara, Massimo Dutti, Pull & Bear, Uterqüe, Stradivarius, Bershka, Oysho. На втором месте – Nike – Американская транснациональная компания, специализирующаяся на спортивной одежде и обуви. Третье место занимает LVMH (Moët Hennessy – Louis Vuitton) – французский дом моды, специализирующийся на производстве чемоданов и сумок, модной одежды, парфюмерии и аксессуаров класса «люкс» под одноименной торговой маркой. Кроме того, прогнозируется рост мирового рынка одежды на 5% в год.

Оценивая Российский рынок одежды можно сделать вывод, что в рублевом эквиваленте под-

держивается уровень 2017 года, продолжается стагнация рынка. Согласно расчётам FCG – ведущему консалтинговому агентству, объём составил 2,36 трлн руб на 2018 год.

Соответственно, компании временно притормозили свои программы по открытию новых магазинов и по росту объемов продаж сократив закупки и производство. Однако, наблюдается тенденция развития интернета и открытия интернет-магазинов, которая влияет на покупки. Такие магазины с бюджетным товаром пользуются спросом. По запросу “Одежда интернет” сервис показывает, что более 20 млн. человек в месяц ищут интернет-магазины, из них более 1,3 млн. ищут конкретно интернет-магазины одежды.

Еще одна из тенденций Россиян – это трата на одежду больше, чем запланировано. В категории одежда существует самый значительный разрыв между планами экономить и реально совершенными покупками.

На рынке одежды в США в выручка в в 2019 году составила 103 126 млн долларов США, что в 17 раз больше, чем в России, где этот показатель равен 5 865 млн долларов США.

По прогнозам на 2023 год выручка США составит 15,0%, что приведет к увеличению объема рынка на 180 354 млн долларов США, тем временем в России к 2023 году выручка составит 8,5%, что приведет к увеличению объема рынка на уровне 8 119 млн долларов.

Сравним страны: Россия и США по критериям проведенного ранее STEP-анализа.

Рассматривая социокультурные факторы, выделим такие, как отношение к внешнему виду, активный образ жизни, престижное и демонстрационное потребление, экологичное производство

Отношение к внешнему виду в данных странах носит разный характер. Например, как известно, в России большинство обращает внимание на внешний вид и оценивает человека таким образом. Здесь важно, чтобы человек был одет по моде. Чего нельзя сказать об американцах: их стиль можно назвать свободным и творческим, люди привыкли, что внешний вид человека играет менее весомую роль. Главное –это удобство.

Однако, существование дресс-кода есть во всех данных странах, который люди должны соблюдать, это значит, что независимо от стиля самого человека, в определенных местах ему нужно носить обозначенный правилами наряд. Соответственно, деловой костюм есть у каждого человека, независимо от фактора его географического нахождения. Это значит, что магазины, чья деятельность направлена на официальный стиль будут пользоваться спросом независимо от моды.

Активный образ жизни населения требует комфортной одежды. Исходя из стиля жизни американцев, которые находятся в постоянном движении и трендов на активный образ жизни в России спрос на спортивные товары и удобные вещи растет. Именно поэтому мы все чаще стали замечать больше спортивных вещей в магазинах.

Престижное и демонстрационное потребление в России играет важную роль для магазинов одежды, популяризация брендов приносит доход владельцам известных торговых марок. Брендомания оказывает большое влияние по подросткам. В США люди относятся лояльнее к брендам. В то время как Российские ретейлеры закупают вещи известных брендов с США и продают на родине за меньшую стоимость. Что пользуется приносит весомый доход владельцам.

Среди политико-правовых факторов необходимо выделить фокус на экологичное производство и развитие гибких бизнес-моделей, внедрение новых технологий в производство и дистрибуцию, а также быстрое развитие цифровых каналов продаж и упрощение глобальной логистики.

Экологичное производство влияет на спрос. Все больше брендов уделяет внимание данной проблеме. Недели моды устраивают отдельные секции для показов экологичных коллекций. Некоторые магазины, как, например H&M дарят скидки за отданную на переработку одежду.

В быстро меняющемся мире экологические характеристики производства становятся едва ли не главным условием успешности предприятия. Индекс экологической эффективности, который измеряет достижения страны с точки зрения состояния экологии и управления природными ресурсами оценивает уровень экологичности производства. Где из 180 стран США занимает 26 место, Россия 32. Это еще больше доказывает то, что предприятия подвергаются требованиям потребителей об экологичности.

Внедрение новых технологий в производство и дистрибуцию также оказывает весомое влияние

на производство. Например, сеть магазинов ZARA, относящаяся к испанскому концерну Inditex, основным принципом которого является быстрая мода, т.е. быстрая реакция на потребности посетителей и вывод на рынок новые разработки за короткий срок (менее чем за 15 дней). Что и помогает бренду быть одним из самых известных и востребованных на рынке. Соответственно, данный фактор оказывает одинаковое влияние и в России, и в США.

Сейчас наблюдается быстрое развитие цифровых каналов продаж и упрощение глобальной логистики. Каждый день в мире появляются новые интернет-магазины, а бренды, следящие за тенденциями развития, начинают вкладывать средства в продвижение в сети интернет. Популярные площадки продаж: социальные сети, собственный сайт, мультибрендовые онлайн-магазины одежды.

По итогам 2019 года прогнозируемая Data Insight выручка российской онлайн-торговли составит более $\text{R}1,5$ трлн, в то время, как в Китае эта цифра приближается к двум триллионам. Прямо сейчас онлайн-сегмент занимает всего 5% розничной торговли в России. 42% россиян в возрасте от 16 до 55 лет совершают покупки в интернете. За год их доля выросла на 5% — с 37%. Лидер среди регионов — Москва. В столице 60% жителей этого возраста идут за покупками в интернет.

Удобным и сравнительно дешевым способом продвижения являются социальные сети. Самые популярные в России: Vk, Instagram, Facebook. Для продвижения магазинов в социальных сетях существуют маркетинговые агентства, которые берут на себя все обязанности: создание контента для социальных сетей, проведение фотосессий, таргетированная реклама и реклама у блогеров, создание дизайна, ежедневный постинг фото и видео, коммуникации с клиентом и многое другое. Для привлечения подписчиков в социальных сетях часто проводятся конкурсы и розыгрыши, где победителем может стать любой желающий человек, который подписан на профиль компании. С каждым днем магазинов в социальных сетях становится больше, а соответственно конкуренция возрастает.

Выделим экономические факторы, отметим высокие геополитические риски, рост прожиточного минимума населения, рост индекса цен на одежду, понижение общего уровня покупательной способности.

Значительное влияние на спрос в Соединённых Штатах Америки оказывают геополитические риски, такие как: теракты, парламентские и президентские выборы в Европе, победа Дональда Трампа на президентских выборах в США. В России наблюдается более спокойная ситуация.

Рост прожиточного минимума населения также влияет на покупательскую способность. Если наблюдается рост, то и прибыль становится больше. Пример этому: периоды спада, а затем роста. Соответственно понижение общего уровня покупательной способности прямо свидетельствуют о спаде прибыли магазинов. Также и с ростом индекса цен на одежду.

К научно-технологическим факторам отнесем такие, как рост онлайн-продаж, низкий уровень модернизации устаревшего производственного оборудования, а также рост уровня инноваций и технологического развития отрасли.

Темпы роста онлайн-продаж в США медленнее, чем в России. Объём продаж за прошлый год в России вырос на 26%, а в США на 13,3%. В то время, как в 2018 году рынок интернет-торговли увеличился почти на 60%, показав лучший прирост почти за 10 лет. Что явно свидетельствует о желании потребителей пользоваться услугой онлайн-заказов не выходя из дома.

От уровня модернизации устаревшего производственного оборудования, а также уровня инноваций и технологического развития отрасли зависит качество и скорость работы производителей. Поэтому, чем больше внимания уделяется данным критериям, тем выше уровень работы, а соответственно и качество производимого товара.

Таким образом, важнейшими факторами будем считать те, что имеют наибольшую оценку в проведенном STEP-анализе.

1. Активный образ жизни
2. Фокус на экологичное производство и развитие гибких бизнес-моделей.
3. Внедрение новых технологий в производство и дистрибуцию.
4. Рост прожиточного минимума населения.
5. Уровень модернизации устаревшего производственного оборудования.

По мнению автора, в настоящее время значительное внимание стоит уделять онлайн продажам и позиционированию бренда в социальных сетях, что помогает наладить контакт с аудиторией, и повысить уровень продаж. Сейчас люди выбирают тот бренд, который ближе, где есть акции, скидки и розыгрыши. Тот магазин одежды, который уважает свою аудиторию, общается с ней и помогает будет пользоваться спросом.

Список литературы

1. Сидорова, Варвара Владимировна Культура образа. Кросс-культурный анализ образа сознания / Сидорова Варвара Владимировна. - М.: Институт прикладной психологии "Гуманитарный центр", 2017. - 891 с
2. Экономика для бакалавров: учебное пособие / Под ред. Л.С. Гребнева. - М.: Логос. - 2018. - 240с.
3. Бевентер, Э Основные знания по рыночной экономике в восьми лекциях / Э. Бевентер. Пер. с нем. - М., 2016. - 224 с.
4. Мясоедов, Сергей Павлович Кросс-культурный менеджмент. Учебник для бакалавриата и магистратуры / Мясоедов Сергей Павлович. - М.: Юрайт, 2015. - 246 с.
5. Найджел, Дж. Холден Кросс-культурный менеджмент. Концепция когнитивного менеджмента / Найджел Дж. Холден. - М.: Юнити-Дана, 2017. - 364 с.
6. Игошин, Н.В. Экономика. Учебное пособие / Н.В. Игошин. - М.: Юнит. - 2004. - 607 с.
7. Бондарь, А.В. Экономическая теория / А.В. Бондарь. - Минск: БГЭУ. - 2017. - 477с.
8. Джон, В. Берри Кросс-культурная психология. Исследования и применение / Джон В. Берри и др. - М.: Гуманитарный центр, 2016. - 560 с.

Bibliography

1. Sidorov, V. the barbarian Culture of the image. Cross-cultural analysis of the image of consciousness / Sidorova Varvara Vladimirovna. - Moscow: Institute of applied psychology "Humanitarian center", 2017. - 891 с
2. Economics for bachelors: textbook / edited by L. S. Grebnev. - M.: Logos. - 2018. - 240C.
3. Boventer, e Basic knowledge in market economy, in eight lectures / E. Leventer. TRANS. - M., 2016. - 224 p.
4. Myasoedov, Sergey Pavlovich Cross-cultural management. Textbook for bachelor and master / Myasoedov Sergey Pavlovich. - Moscow: Yurayt, 2015. - 246 с.
5. Nigel, George. Holden Cross-cultural management. The concept of cognitive management / Nigel J. Holden. - Moscow: Unity-Dana, 2017. - 364 с.
6. Igoshin, N. V. Economics. Textbook / N. In. Igoshin. - M.: Unit. - 2004. - 607 p.
7. Bondar, A.V. Economic theory. - Minsk: bgeu. - 2017. - 477s.
8. John W. berry-Cross-cultural psychology. Research and application / John W. berry et al. - M.: Humanities center, 2016. - 560 с.

© Бахтина В.П., © Кравченко М.В. 2020

УДК 338.1

КОМПЛЕКСНЫЙ ПОДХОД К ОЦЕНКЕ ИННОВАЦИОННОЙ ПОЗИЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

МАДЬЯРОВА РЕГИНА РИНАТОВНА

студент

ФГБОУ ВО «Тюменский индустриальный университет»

*Научный руководитель: Тарасова Оксана Валериевна**к.ф.н., доцент**ФГБОУ ВО «Тюменский индустриальный университет»*

Аннотация: Главным фактором мировой экономической динамики последних десятилетий является широкое использование инноваций. Учитывая этот тренд, предприятия, стремящиеся к конкурентоспособности на мировом рынке, сталкиваются с необходимостью разработки инновационной стратегии и укрепления инновационной позиции в отрасли. В этой связи своевременная и компетентная оценка инновационной позиции с целью выработки мероприятий по ее укреплению является важнейшей задачей предприятий.

Цель данной статьи – сформировать комплексный подход к оценке инновационной позиции предприятия, который на базе конкретных показателей позволит разработать план мероприятий по ее укреплению.

Результаты исследования заключаются в формировании комплексного подхода к оценке инновационной позиции предприятия, соответствующий современным тенденциям и учитывающий все ключевые компоненты инновационной позиции предприятия.

Ключевые слова: инновационная позиция предприятия, инновационный потенциал, инновационная активность, инновационный климат, подход к оценке инновационной позиции предприятия.

AN INTEGRATED APPROACH TO ASSESSING THE INNOVATIVE POSITION OF AN ENTERPRISE

Madyarova Regina Rinatovna*Scientific adviser: Tarasova Oksana Valerievna*

Abstract: The main factor in the global economic dynamics of recent decades is the widespread use of innovations. Taking this trend into account, enterprises seeking to be competitive in the global market are faced with the need to develop an innovative strategy and strengthen their innovative position in the industry. In this regard, timely and competent assessment of the innovation position in order to develop measures to strengthen it is the most important task of enterprises.

The purpose of this article is to form a comprehensive approach to assessing the innovative position of an enterprise, which, based on specific indicators, will allow developing an action plan to strengthen it.

The results of the study are to form a comprehensive approach to assessing the innovative position of the enterprise, corresponding to current trends and taking into account all the key components of the innovative position of the enterprise.

Key words: innovative position of the enterprise, innovative potential, innovative activity, innovative climate, approach to assessing the innovative position of the enterprise.

В настоящее время предприятия нефтегазовой отрасли согласно разработанным Программам инновационного развития сталкиваются с необходимостью оценки своей инновационной позиции относительно конкурентов отрасли. Ключевой целью управления инновационным развитием предприятия является повышение его конкурентоспособности на мировом рынке. В этой связи важнейшей задачей предприятий является своевременная и компетентная оценка инновационной позиции с целью выработки мероприятий по ее укреплению, а значит укреплению инновационного развития и укрепления конкурентоспособной позиции на мировом рынке.

Определение сущности таких понятий как «инновация» и «позиция» позволяет выявить общие и специфические характеристики инновационной позиции предприятия, представить собственную трактовку понятия «инновационной позиции предприятия» и алгоритмизировать процессы формирования и управления ею в целях повышения конкурентоспособности предприятия в отрасли и/или на мировом рынке.

Обобщим исследованные подходы к трактовке термина «инновационная позиция» предприятия и представим результаты в таблице 1.

Таблица 1

Существующие подходы к трактовке термина «инновационная позиция» предприятия

Автор определения	Трактовка
Горский В.А. [1]	Инновационная позиция предприятия – это стратегическое положение компании в инновационной сфере, определяемое посредством оценок ее инновационного потенциала и инновационного климата.
Зинов В.Г. [2]	Инновационная позиция предприятия – это оценка фактического состояния компании в рамках двухвекторного стратегического инновационного пространства, где один вектор – это стратегический инновационный потенциал, а второй – стратегический инновационный климат.
Мезенцева О.Е. [3]	Инновационная позиция организации – это интегральный показатель готовности организации к реализации инновационных проектов и программ.
Каган Е.Б. [4]	Инновационная позиция предприятия – это комплексный экономический показатель, характеризующий готовность предприятия к успешной коммерциализации инноваций и учитывающий возможности, предоставляемые внешней средой предприятия, сопутствующие успешной коммерциализации инноваций.

Анализ подходов к трактовке термина «инновационная позиция» предприятия позволил сделать вывод, что под инновационной позицией, следует понимать комплексную экономическую характеристику положения предприятия в области инновационного развития относительно основных игроков в отрасли. Такая характеристика предприятия предоставляет ему возможности к развитию путем успешного осуществления инновационной деятельности, принимая во внимание силу инновационного потенциала предприятия, его инновационную активность и инновационный климат в отрасли.

В виду данного определения в структуру оценки инновационной позиции предприятия следует включать:

- 1) оценку инновационного потенциала предприятия;
- 2) оценку инновационной активности предприятия;
- 3) оценку соответствия состояния предприятия состоянию инновационного климата в отрасли;
- 4) оценку масштабов инноваций и инновационной эффективности предприятия относительно остальных конкурентов отрасли.

Поскольку влияние каждого компонента на инновационную позицию предприятия очень важно, то интегральный показатель инновационной позиции предприятия рассчитывается как среднее геометрическое из индивидуальных индексов его компонентов:

$$I_{u.n.} = \sqrt[4]{i_{u.n.} \cdot i_{u.a.} \cdot i_{c.u.k.} \cdot i_{отн.к.}} \quad (1)$$

где $I_{и.п.}$ – интегральный индекс инновационной позиции предприятия;

$i_{и.п.}$ – индекс инновационного потенциала предприятия;

$i_{и.а.}$ – индекс инновационной активности предприятия;

$i_{с.и.к.}$ – индекс оценки соответствия состояния предприятия состоянию инновационного климата в отрасли;

$i_{отн.к.}$ – индекс оценки масштабов инноваций и инновационной эффективности предприятия относительно остальных конкурентов отрасли.

Исходя из формулы (1) видно, что значение интегрального показателя инновационной позиции предприятия должно быть больше единицы. Если показатель превышает единицу, то это свидетельствует о том, что предприятие занимает крепкое инновационное положение в отрасли, характеризующееся высокой эффективностью инновационного потенциала, высокими темпами роста инновационной активности, положительной оценкой соответствия состояния предприятия состоянию инновационного климата в отрасли и высокой оценкой позиции предприятия относительно остальных конкурентов отрасли.

На рисунке 1 представлена структура инновационной позиции предприятия.

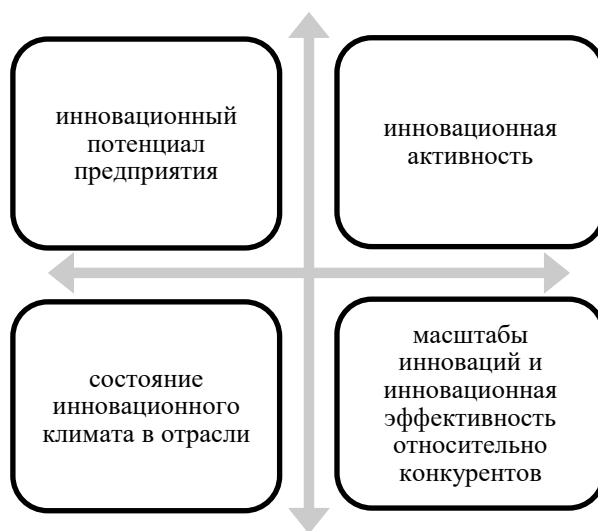


Рис. 1. Составляющие инновационной позиции предприятия

Все вышеприведенные критерии оценки инновационного потенциала предприятия систематизируем на рисунке 2.

Для устойчивой инновационной позиции предприятия в отрасли оценка инновационной активности предприятия не менее важна, чем оценка инновационного потенциала, это связано прежде всего с тем, что инновационная активность предприятия проявляется в следующих направлениях:

- активность роста доходов от научно-исследовательских и опытно-конструкторских идей;
- активность накопления знаний;
- активность инвестирования в инновации;
- активность освоения инновационных технологий.

В тоже время без оценки состояния инновационного климата в отрасли невозможно определить возможности и угрозы для укрепления и совершенствования инновационной позиции предприятия.

Оценку состояния инновационного климата предлагаем проводить на двух уровнях:

– уровень использования возможностей макросреды для предприятия (социальная, природно-географическая составляющая, технологическая и научно-техническая составляющая, экономическая и финансовая составляющая, политическая и правовая составляющая);

– уровень использования возможностей микросреды для предприятия (зона хозяйствования, зона капиталовложений и инвестиций, зона новых технологий и научно-технических информационных ресурсов, зона сырьевых, топливных, энергетических и материально-технических ресурсов, зона тру-

довых ресурсов, группы стратегического влияния).

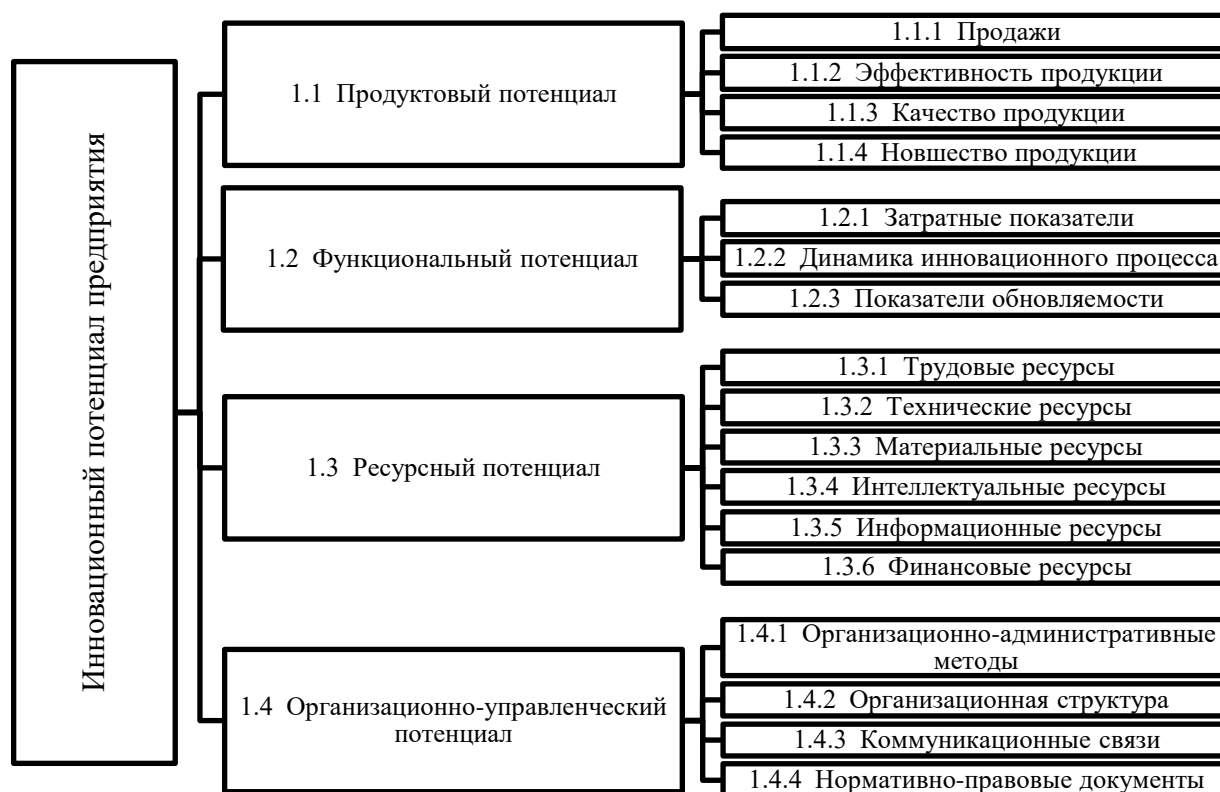


Рис. 2. Критерии оценки инновационного потенциала предприятия

В процессе исследования нами проведен обзор существующих подходов к оценке инновационной позиции предприятия, что представлено в таблице 2.

Таблица 2

Критический обзор существующих подходов к оценке инновационной позиции предприятия

Автор методики	Достоинства подхода	Недостатки подхода
Герасимов Б.Н., Новикова Н.А. [5]	Система показателей оценки результативности механизма управления развитием инноваций предприятия.	Нет привязки к инновационному климату и данный подход не учитывает позицию предприятия относительно основных игроков отрасли.
Голова И.М. [6]	Уровень инновационного климата предлагает оценивать аналогично инновационному потенциалу, при имеющихся в наличии финансовых, кадровых, научно-технических, организационно-управленческих, информационно-методических и маркетинговых ресурсах.	Нет интегральной показателей для взаимосвязки инновационного потенциала и инновационного климата.
Гришин В.В. [7]	Система показателей оценки инновационного потенциала по шести блокам.	Нет привязки к инновационному климату и данный подход не учитывает позицию предприятия относительно основных игроков отрасли.

Продолжение таблицы 2

Автор методики	Достоинства подхода	Недостатки подхода
Каган Е.Б. [4]	Система показателей оценки инновационной позиции предприятия включает как качественные, так и количественные показатели, учитывает возможности как внутренние, так и внешние, включает два основных компонента: инновационный потенциал и инновационный климат.	Большая часть показателей оценивается экспертным методом, не учитывается динамика показателей, речь идет только об эффективности коммерциализации инноваций, не учитывает позицию на рынке, данный подход не учитывает конкурентоспособность инноваций относительно основных игроков отрасли.
Любарская М.А., Старков В.Г. [8]	Система показателей динамической оценки инновационной деятельности.	Нет привязки к инновационному климату и данный подход не учитывает позицию предприятия относительно основных игроков отрасли.
Никоноров Л.В. [9]	Система показателей оценки инновационного потенциала на базе трех компонентов.	Подход не учитывает позицию предприятия относительно основных игроков отрасли, ограниченное число показателей и учет только трех компонентов в системе показателей.
Мильнер Б.З. [10]	Система оценка инновационного потенциала включает комплексный анализ по пяти блокам инновационного потенциала предприятия: продуктовый блок, функциональный блок, ресурсный блок, организационный блок и блока управления.	Инновационная позиция предприятия – это среднеарифметический показатель инновационного потенциала и инновационного климата, используются только качественные показатели и в оценке инновационного потенциала и в оценке инновационного климата.
Мезенцева О.Е. [3]	Комплексная оценка инновационной деятельности на основе принципов системного анализа, подход учитывает в оценке три основные блока показателей: инновационный потенциал, инновационная активность и инновационная эффективность. Данная методика применима для предприятий всех видов деятельности.	Слабо учитывается динамика показателей предприятия, данный подход не учитывает позицию предприятия относительно основных игроков отрасли, не учитывает инновационный климат.
Стародубова А.А., Мисбахова Ч.А. [11]	Комплексная система показателей оценки инновационной деятельности.	Нет методики оценки инновационного потенциала, инновационной активности, инновационной позиции.
Фархутдинова Ф.Б. [12]	Методологические аспекты оценки инновационного потенциала предприятия с позиций конкурентоспособности, включая вопросы инновационной активности и затрат ресурсов на инновационную деятельность.	Нет привязки к инновационному климату и данный подход не учитывает позицию предприятия относительно основных игроков отрасли.

На основе данных таблицы 2 ряд методов применяют исключительно показатели, оценивающие ресурсную базу предприятия, но не позволяют исследовать инновационную активность предприятия, другие анализируют сугубо инновационный потенциал или только показатели инновационной деятельности. Для проведения комплексной оценки инновационной позиции важно оценивать не только ресурсы, финансовые возможности, внешнюю среду, но и саму результативность инноваций на предприятии.

Кроме того, специфика объекта исследования предполагает анализ отраслевой составляющей инноваций, оценку инновационного климата, оценку позиции относительно основных конкурентов.

Таким образом, в связи с динамичностью и усложнением окружающей среды, система существующих методов и подходов к оценке инновационной позиции предприятия должны постоянно развиваться и совершенствоваться. Критический анализ существующих методик позволил сделать вывод, что на данный момент нет наиболее полной, комплексной оценки инновационной позиции предприятия. Следует актуализировать подход к оценке инновационной позиции предприятия, опираясь на существующие методики путем их усовершенствования.

Список литературы

1. Горский В. А., Кох Ю. П. Инновационное развитие территорий региона: приоритеты, проблемы, перспективы // Экономика и предпринимательство. – 2019. – № 11 (112). – С. 469-475.
2. Зинов В. Г., Лебедев Т. Я., Цыганов С. А. Инновационное развитие компании. Управление интеллектуальными ресурсами: учебное пособие / В. Г. Зинов, Т. Я. Лебедев, С. А. Цыганов; Акад. народного хоз-ва при Правительстве Российской Федерации. Москва, 2009. – 325 с.
3. Мезенцева О. Е. Методика оценки инновационной деятельности публичных компаний // В сборнике: Проблемы устойчивого развития на макро-, мезо- и микроуровне. материалы международной научно-практической конференции. – 2018. – С. 176-180.
4. Каган Е. Б. Разработка методики оценки инновационной позиции предприятия с учетом различной значимости инновационного потенциала и климата // Современные проблемы науки и образования. – 2012. – № 3. – С. 253.
5. Герасимов Б. Н., Новикова Н. А. Выбор показателей оценки результативности механизма управления развитием инновационной деятельности предприятия // В сборнике: Татищевские чтения: актуальные проблемы науки и практики. Материалы XII Международной научно-практической конференции: в 4-х томах. Волжский университет имени В. Н. Татищева. – 2015. – С. 155-162.
6. Голова И. М. Инновационный климат региона как условие социально-экономического развития: автореферат дис. доктора экономических наук: 08.00.05 / Голова Ирина Марковна; [Место защиты: Ин-т экономики УрО РАН]. – Екатеринбург, 2008. – 45 с.
7. Гришин В. В. Управление инновационной деятельностью в условиях модернизации национальной экономики: учебное пособие / В. В. Гришин. 2-е изд. Москва: Дашков и Ко, 2012. – 367 с.
8. Любарская М. А., Старков В. Г. Планирование и оценка показателей инновационной деятельности предприятий нефтехимического комплекса РФ // Основы экономики, управления и права. – 2013. – № 1 (7). – С. 70-75.
9. Никоноров Л. В. Диагностика благоприятного инновационного климата деятельности промышленного предприятия на основе показателей оценки инновационного потенциала // Транспортное дело России. 2014. – № 5. – С. 67-70.
10. Мильнер, Б. З. Организация создания инноваций: горизонтальные связи и управление: монография / Б. З. Мильнер, Т. М. Орлова. Москва: Инфра-М, 2013. – 288 с.
11. Стародубова А. А., Мисбахова Ч. А. Методы оценки инновационной деятельности на нефтехимических предприятиях // Экономика в промышленности. – 2015. – № 3. – С. 70-74.
12. Фархутдинова Ф. Б. Методологические аспекты оценки инновационного потенциала экономических систем с позиций их конкурентоспособности // Инновационная экономика: информация, аналитика, прогнозы. – 2011. – № 5-6. – С. 91-93.

© П. Р. Мадьярова, 2020

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ

УДК 338.242

ОРДИНАЛИСТСКИЙ ПОДХОД К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ПОРОГОВЫХ ЗНАЧЕНИЙ ИНДИКАТОРОВ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

ПОГОСТИНСКАЯ НИНА НИКОЛАЕВНА,

д.э.н., профессор, профессор,

АНО ВО «Международный банковский институт»,

ВОРОБЬЕВА ВИОЛЕТТА ВЕНИАМИНОВНАзаместитель начальника Управления социально-экономического развития,
Департамент экономического развития города Севастополя

Аннотация: Критически рассматриваются различные подходы к установлению пороговых значений показателей экономической безопасности. Выявлены их недостатки. Предложен ординалистский подход, основанный на ранжировании индексов роста индикаторов, формирующих ключевые показатели экономической безопасности. Обоснованы его преимущества.

Ключевые слова: экономическая безопасность, пороговые значения, структурно-динамическая модель.

ORDINALIST APPROACH TO DETERMINING BORDERS OF ECONOMIC SECURITY INDICATORS

**Pogostinskaia Nina Nikolaevna,
Vorobyova Violetta Veniaminovna**

Abstract: Various approaches to setting borders for economic security indicators are critically considered. Their shortcomings are revealed. An ordinalist approach based on ranking growth indices of indicators that form key parameters of economic security is proposed. Its advantages are justified.

Key words: economic security, border for indicator, structural-dynamic model.

Как известно эффективно управлять можно только тем, что измеримо. Одним из центральных вопросов управления экономической безопасностью является её количественное измерение.

Обычно для измерения экономической безопасности выделяются ключевые показатели (индикаторы) безопасности. Наиболее широко распространён подход, суть которого состоит в установлении пороговых значений для каждого показателя, и сравнении с ними фактических значений. Реализация данного подхода содержит в себе три основополагающих задачи: 1) определение перечня индикаторов экономической безопасности; 2) установление пороговых значений по каждому индикатору; 3) обобщающая оценка экономической безопасности объекта с использованием всех индикаторов.

Первая задача. Перечень индикаторов в различных публикациях устанавливается с учётом сфер безопасности (производственная, финансовая и пр.), уровня рассмотрения (страна, регион, предприятие), целевых показателей, ключевых угроз и других факторов. Предлагаемые перечни различаются как по содержанию, так и по количеству индикаторов.

Так Н. М. Мухитов пишет о шести показателях: три показателя, характеризующие состояние экономики и три объекта для оценки внешних угроз [1]. И. В. Долматов считает, что оценка экономической безопасности базируется на социальных индикаторах, включая индикаторы безопасности сферы жизни, демографической и рынка труда [2]. В работе [3] для оценки уровня экономической безопасности выделяются четыре группы показателей, включающие всего 21 показатель. В работе [4] уже выделяются 48 индикаторов из 18 групп.

При рассмотрении экономической безопасности на уровне предприятий в работе [5, с. 344-345] выделяются критерии, характеризующие 4 стороны деятельности промышленного предприятия: организационная, правовая, информационная и экономическая, всего 19 показателей.

Таким образом, единый подход к определению перечня индикаторов не выработан.

Вторая задача. Наиболее широко распространён подход, суть которого состоит в установлении одного порогового значения для каждого показателя, при этом по каждому показателю выделяются два уровня безопасности: нормальный и повышенной опасности.

Пороговые значения разные авторы предлагают устанавливать с учетом ключевых целей, важнейших проблем, интересов, особенностей, способности к устойчивому росту экономической системы, безопасность которой исследуется, с опорой на международные рекомендации. Зачастую эти рекомендации носят весьма спорный характер. Например, в работе А. В. Калины и И. П. Савельевой [4] допустимая доля в ВВП неформальной (теневой) экономики выбрана с ориентацией на фактическое значение этого показателя в среднем в странах бывшего соцлагеря на уровне 20%, в то время как в бывших республиках СССР в среднем этот показатель составил 35,3%, а в развитых странах 16,8%.

Подход, основанный на сравнении основных индикаторов с их пороговыми значениями обладает недостатками: 1) не сопоставимы отклонения от пороговых значений для разных индикаторов, 2) отсутствует обобщающая оценка экономической безопасности в целом.

Во избежание первого недостатка чаще всего предлагают нормирование, например А. В. Копытов и Ф. С. Макеева [6] предложили для оценки степени отклонения от порогового значения проводить нормирование с использованием не очень простой и плохо интерпретируемой функции, включающей десятичные и натуральные логарифмы.

Третья задача. М. С. Сюпова и Н. А. Бондаренко [7] предлагают рассчитывать интегральный показатель экономической безопасности на основе частных индикаторов, разделенных на пять составляющих экономической безопасности: производственной, инвестиционной, демографической, социальной и научно-технической. Используется достаточно простой алгоритм, основанный на нормировании индикаторов и их последовательном усреднении. Этот алгоритм несмотря на свою простоту, даёт, тем не менее, возможность получить обобщающую оценку.

Методика, изложенная в работе [5] также базируется на расчете пороговых значений показателей, в частности предлагается использовать показатели: производительность труда, чистая прибыль, объем реализации, рентабельность продаж, оборачиваемость активов, финансовый рычаг. Однако предложенная методика охватывает лишь финансовый аспект экономической безопасности. Выдвигаются другие предложения, базирующиеся на методах суммы мест, балльных, корреляционно-регрессионного анализа и др. [8; 9 и др.]. Однако вопрос определения абсолютных пороговых значений при этом остаётся открытым.

В данной статье предлагается подход к формированию интегральной оценки экономической безопасности без необходимости установления абсолютных пороговых значений показателей. Этот подход базируется на идее формирования рациональной структурно-динамической модели (РСДМ), которая по сути представляет собой упорядочение наблюдаемых, измеряемых индикаторов по темпам (индексам) их роста. Такой подход применим в случае, если латентная экономическая величина отображается некоторым множеством наблюдаемых измеримых индикаторов, характеризующихся неравномерным развитием [10, с. 61].

Экономическая безопасность с позиции теории измерений является многомерной латентной величиной. Множество наблюдаемых индикаторов, отображающих экономическую безопасность, например, рассмотренных выше, способны изменяться с разными темпами роста, т.е. характеризуются не-

равномерным развитием. Таким образом, для получения обобщающего показателя экономической безопасности путём свертки множества индикаторов применима РСДМ. Основанием ранжирования индикаторов служит выявление зависимости экономической безопасности от соотношений индексов роста наблюдаемых индикаторов.

Возьмём, например, один из показателей, предложенных Н. М. Мухитовым для оценки экономической безопасности: уровень безработицы. Очевидно, что для повышения уровня безопасности значение этого показателя должно снижаться. Уровень безработицы рассчитывается как отношение двух индикаторов: числа безработных (Чб) к числу экономически активных граждан (Ча). Снижение уровня безработицы достигается, если число безработных растёт медленнее (не быстрее) числа активных граждан, т.е. $I_{чб} \leq I_{ча}$. Для примера рассмотрим данные по безработице по г. Севастополю (табл. 1).

Таблица 1

Показатели безработицы в Севастополе

Показатели	Июль-сентябрь			
	2017	2018	2019	2020
Число экономически активных граждан (15-72 года), тыс. чел.*	203,9	224,6	224,6	222,6
Численность безработных, тыс. чел.*	9,2	8,8	8,4	9,8
Индексы роста числа экономически активных граждан по отношению к аналогичному периоду прошлого года, ед.	х	1,102	1,000	0,991
Индексы роста числа безработных по отношению к аналогичному периоду прошлого года, ед.	х	0,956	0,954	1,167
Уровень безработицы, %	4,5	3,9	3,7	4,4
* По данным rosstat.gov.ru				

Из таблицы 1 видно, что в 2018 и 2019 годах рациональное соотношение индексов роста выполняется, уровень безработицы снижается, что соответствует требованию повышения уровня экономической безопасности. В 2020 году установленное неравенство не выполняется и уровень безработицы растёт, что в свою очередь снижает уровень экономической безопасности. Таким образом, естественным пороговым значением индекса роста безработицы становится индекс роста численности экономически активных граждан. При этом, если в каждом регионе абсолютное пороговое значение числа безработных своё, что зависит, прежде всего, от численности экономически активного населения, то установленное выше рациональное неравенство – едино для всех регионов.

На основе выявления рациональных соотношений индексов по всем ключевым показателям экономической безопасности можно сформировать РСДМ путем выстраивания парных соотношений в один ранжированный ряд индексов. В таком ряду пороговые значения каждого индекса задаются индексами роста «соседних» индикаторов. Иначе говоря, индексы, объединенные в систему, задают пороговые значения друг другу.

Наивысшая степень безопасности достигается при условии, что фактические индексы роста всех выбранных индикаторов ранжируются в соответствии с порядком, установленным в РСДМ. А рост или снижение любых индексов не приводит к изменению установленного порядка в ряду индексов в целом. При нарушении порядка индексов роста динамическое состояние экономической безопасности снижается, и, чем больше нарушений, тем значительнее снижение. Мерой степени соблюдения заданного порядка индексов может служить коэффициент ранговой корреляции фактического порядка индексов и порядка, заданного в РСДМ.

Реализация предложенного системного подхода к проблеме установления пороговых значений индикаторов экономической безопасности позволит, с одной стороны, избежать указанных выше недостатков других подходов:

- индексы роста – неименованные величины, допускают сравнение разноразмерных индикаторов;
- существует возможность получения обобщающей оценки экономической безопасности в целом.

А с другой стороны, данный подход обладает рядом преимуществ, в том числе:

- появляется возможность сравнения различных объектов оценки (регионов, предприятий) по уровню экономической безопасности;
- РСДМ можно сформировать из различных индикаторов, характерных для каждого конкретного объекта оценки, при этом итоговые оценки остаются сравнимыми.

Список литературы

1. Мухитов Н. М. Формирование национальной системы экономической безопасности в условиях глобализации: Дис. ... канд. экон. наук. – М., 2006.
2. Долматов И. В. Формирование региональной системы обеспечения экономической безопасности: Дис. ... канд. экон. наук. – М.: РГБ, 2007.
3. Сенчагов В.К., Соловьёв А.И. Глобальные риски и экономическая безопасность России: проблемы управления// Современные технологии управления. ISSN 2226-9339. – №10 (58). Номер статьи: 5804. Дата публикации: 2015-10-08. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://sovman.ru/article/5804/> (01.11.2020)
4. Калина А. В., Савельева И. П. Формирование пороговых значений индикативных показателей экономической безопасности России и её регионов // Вестник ЮУрГУ. Серия: Экономика и менеджмент. – 2014. – №4. – С. 15-24.
5. Самочкин В. Н., Барахов В. И. Экономическая безопасность промышленных предприятий // Известия ТулГУ Экономические и юридические науки. – 2014. – № 3-1. – С. 342-352.
6. Копытов А. В., Макеева Ф. С. Сравнительный анализ методик оценки экономической безопасности регионов // Интернет-журнал Науковедение. – 2014. – №1(20). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sravnitelnyy-analiz-metodik-otsenki-ekonomicheskoy-bezopasnosti-regionov> (15.11.2020)
7. Сюпова М. С., Бондаренко И. А. Система индикаторов экономической безопасности региона // Экономика и управление народным хозяйством. Вестник ТОГУ. – 2019. – №4(55). – С. 67-80.
8. Новикова И. В., Красиков Н. И. Индикаторы экономической безопасности региона // Вестник Том. гос. ун-та. – 2010. – №330. – С.132-138.
9. Дюженкова Н. В. Система критериев и показателей для оценки состояния экономической безопасности // Информационный бизнес в России: Сб. науч. тр. по материалам науч.-практ. семинара. – Тамбов, 2001. – С. 42.
10. Погостинская Н. Н. Системная финансово-экономическая диагностика: учебное пособие для вузов. – СПб.: Изд-во МБИ, 2007. – 159 с.

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ЭКОНОМИКИ

УДК 33.061.066

ПРОЦЕДУРА ОБРАТНОГО ВЫКУПА АКЦИЙ КАК ФИНАНСОВЫЙ ИНСТРУМЕНТ КОМПАНИИ

КАРИНА ЖАННА ПЕТРОВНА,

Магистрант

ЦОЙ РОЗАЛИНА АЛЕКСАНДРОВНА

к.э.н., доцент

ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

Аннотация: в данной статье рассмотрены основные условия и предпосылки проведения процедуры обратного выкупа акций, а также проанализировано их влияние на рыночную стоимость акций компании в краткосрочном периоде. Проведено сопоставление российского и американского опыта использования данного инструмента.

Ключевые слова: фирмы, акции, обратный выкуп, рынок ценных бумаг, капитализация.

THE PROCEDURE OF SHARE BUYBACK AS A FINANCIAL INSTRUMENT OF THE COMPANY

Karina Zhanna Petrovna,
Tsoy Rosalina Aleksandrovna

Abstract: this article discusses the main conditions and prerequisites for the procedure for repurchasing shares, and also analyzes their impact on the market value of the company's shares in the short term. The comparison of the Russian and American experience of using this tool is given.

Key words: firms, shares, buyback, stock market, capitalization.

Эмиссия акций компании и последующие торги на фондовых биржах давно уже стали одним из классических способов привлечения инвестиционного капитала. Тем не менее, не менее эффективным способом управления финансовыми активами, а также составной частью инвестиционной политики фирмы является и обратная процедура – выкуп собственных акций у акционеров. Такие мероприятия предполагают серию сделок в рамках строго установленного периода buyback.

Интерес к проведению программ подобного рода существует уже довольно давно, наиболее широко их проведение распространено в США. В период с 2010 по 2015 публичные субъекты рынка государства выкупали свои акции на сумму от 80 до 166 млрд. долл.[1], что позволило компаниям существенно сократить количество акций в обращении, «подогреть» котировки на фондовых рынках, а также естественным путем улучшить свои финансовые показатели, увеличив величину прибыли, приходящуюся на одну акцию фирмы.

Обратный выкуп акций компании является одним из затратных, но эффективных методов управления финансовыми ресурсами фирмы. Он является альтернативой дивидендным выплатам с одной стороны и инвестированию в развитие компании – с другой. Предпосылок для принятия решения о проведении buyback существует несколько:

- Решение проблемы избыточной ликвидности;
- Психологический эффект (мотивация топ-менеджмента посредством распределения акций, потребность в привлечении инвесторов);

- Снижение риска поглощения компании при возможном выкупе акций у миноритарных держателей недружественным инвестором;
- Перераспределение структуры капитала;
- Улучшение рыночных показателей собственных акций.

Касаемо изменения структуры капитала компании, проведение программы buyback может решать проблему избыточного капитала в контексте невыгодных условий выплаты дивидендов или отсутствия перспективных инвестиционных проектов. Кроме того, обратный выкуп акций напрямую влияет на финансовый рычаг фирмы, уменьшая собственный капитал и увеличивая величину заемного.

Приобретенные в результате обратного выкупа бумаги могут быть погашены, как уже отмечалось выше, а также перепроданы с целью извлечения выгоды из временной недооценки их стоимости; распределены среди менеджмента фирмы и использованы в будущих сделках как своеобразный стоимостной эквивалент.

Что касается непосредственно формы проведения buyback, известны следующие 2 варианта: выкуп с фондовой биржи и заключение сделок напрямую с их держателями.

Первый случай предполагает выкуп акций непосредственно с free-float в течение объявленного временного периода. Во втором случае речь идет о более высоких долях в руках каждого из акционеров, и в процедуру будет заранее закладываться упомянутая выше премия к цене за каждую единицу (базовой ценой будет являться точечная стоимость акции к моменту объявления компанией обратного выкупа). Поскольку данный способ является более затратным для эмитента, рамки выделенного бюджета могут затруднить осуществление сделок по всем поданным акционерами заявкам, в таком случае, их интересы будут удовлетворяться не выборочно, а пропорционально.

Таким образом, процедура проведения buyback требует строгого определения следующих параметров:

- Выкупной цены единицы акции (включая премию, если она предусмотрена);
- Периода проведения выкупа акций;
- Срок владения акциями для участия в программе (для акционеров).

В мировой практике ведения деятельности buyback является, прежде всего, способом стимулирования активности на фондовом рынке. Что касается Российской Федерации, процедура далеко не всегда преследует цели корректировки биржевых параметров.

Проводить обратный выкуп, тем более с некоторой периодичностью, акций могут позволить себе крупные компании со значительным объемом как располагаемого капитала, так и свободных средств. Что касается биржевой классификации, то в России buyback распространен среди «голубых фишек» и эмитентов акций первого эшелона.

Повышенный интерес к данной практике был спровоцирован кризисом 2008 года, хотя buyback российскими фирмами проводился и ранее. Было решено проанализировать динамику стоимости акций российских компаний на фоне проведения обратного выкупа с целью определения фактической эффективности проведения процедуры. Для исследования было необходимо определить контрольную группу компаний, совершивших buyback. В нее вошли такие компании, как МТС, ЛУКОЙЛ, Роснефть, Яндекс (табл.1).

Таблица 1

Условия проведение программы обратного выкупа обследуемых компаний

Компания	Срок проведения	Сумма выкупа
ЛУКОЙЛ	09.18-12.20	3 000 000 000 долл.
Роснефть	01.19-01.20	2 000 000 000 долл.
Яндекс	06.18-06.19	100 000 000 долл.
МТС	09.17-04.19	30 000 000 000 руб.

Результаты проведения обратного выкупа акций оказались неоднозначны: за период программы акции МТС подешевели на 10,6%, компания ЛУКОЙЛ добилась прироста цены за акцию в 13,3%, поло-

жительная разница для Яндекса составила 6,6%. Что касается другого сырьевого гиганта, совокупные потери в цене за акцию в период buyback для Роснефти составили около 0,5%. Таким образом, было замечено, что влияние процедуры обратного выкупа акций на стоимость акции нельзя назвать исключительно весомой, ровно как и предсказуемой, и это не является инвестиционным «парадоксом» одной отрасли.

Buyback классически служит драйвером роста стоимости акций, однако для российских компаний это правило срабатывает заметно реже, чем для корпоративных гигантов США. Однако в США подавляющее большинство выкупных программ реализуется за счет наращивания долговых обязательств на значительные суммы [6]. Таким образом, компании, в погоне за краткосрочным приростом рыночной капитализации ухудшают свои финансовые показатели в средне- и долгосрочной перспективе. Это касается, прежде всего, общего объема обязательств компании, финансового левериджа и финансовой независимости фирмы в целом.

Тем не менее, в России, где большинство сессий профинансировано из собственных средств компаний, не наблюдается феноменального позитивного отклика на программы обратного выкупа. Более того, их эффект практически полностью нивелируется прочими, скорее традиционными факторами: инсайдерская информация, отчетность и т.д. Данное заключение подводит нас к мысли о том, что buyback с единственной целью «взбодрить» фондовый рынок в Российской Федерации является неоправданно дорогой и рискованной мерой, вопреки своей теоретической сущности.

Что же касается намерения о сопоставлении результатов от проведения buyback и выплатой дивидендов как меры исполнения обязательств компании и оказания определенного влияния на фондовые показатели фирмы, здесь для России все не так однозначно. Для развивающегося фондового рынка страны, а также для специфичной структуры экономической системы для инвесторов куда более привлекательной характеристикой будет считаться определенная стабильность в деятельности фирмы, нежели способность «удивить» проведением дорогостоящей процедурой выкупа акций. Поэтому в современных реалиях данный инструмент не является однозначной рекомендацией для каждой компании-эмитента, а, скорее, потенциально перспективным мероприятием, способным снизить риски поглощения компании.

Список литературы

1. Вся правда о программах buyback // bcs-express.ru URL: <https://bcs-express.ru/novosti-i-analitika/vsia-pravda-o-programmakh-buyback>
2. Котировки акций ОАО Мобильные ТелеСистемы // investing.com URL: https://ru.investing.com/equities/mts_rts-historical-data
3. Котировки акций ОАО ЛУКОЙЛ // investing.com URL: https://ru.investing.com/equities/lukoil_rts-historical-data
4. Прошлые данные котировок YNDX // investing.com URL: <https://ru.investing.com/equities/yandex-historical-data?cid=102063>
5. Прошлые данные котировок ROSN // investing.com URL: https://ru.investing.com/equities/rosneft_rts-historical-data
6. Too Many Companies Are Paying Too Much for Stock Buybacks // fortune.com URL: <http://fortune.com/2019/05/18/stock-buybacks-overpaying/>

УДК 330

РОЛЬ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ ПРИ ФОРМИРОВАНИИ СТРАТЕГИЙ РАЗВИТИЯ АГРОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА СТРАНЫ

БОГДАНОВА РАИСА МАНСУРОВНА,

к.э.н., доцент

ЦЫГАНOK АЛЕКСАНДР АЛЕКСЕЕВИЧ

Студент

ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

Аннотация: Сельское хозяйство является одной из главнейших сфер деятельности для экономики любого государства. Оно обеспечивает человечество практически всем необходимым для жизни (продуктами питания и сырьем для будущих предметов потребления). Сельским хозяйством вырабатывается порядка двенадцати процентов валового общественного продукта и более пятнадцати процентов национального дохода, также в нем задействовано около шестнадцати процентов производственных основных фондов

Ключевые слова: сельскохозяйственный сектор, агропромышленный комплекс, государственная поддержка.

THE ROLE OF STATE SUPPORT IN SHAPING STRATEGIES FOR THE DEVELOPMENT OF THE COUNTRY'S AGRO-INDUSTRIAL COMPLEX

Bogdanova Raisa Mansurovna,
Tsyganok Alexander Alekseevich

Abstract: Agriculture is one of the main areas of activity for the economy of any state. It provides humanity with almost everything necessary for life (food and raw materials for future consumer items). Agriculture produces about twelve percent of the gross social product and more than fifteen percent of the national income, and it also involves about sixteen percent of the production fixed assets.

Key words: agricultural sector, agro-industrial complex, state support.

Агропромышленный комплекс – наиважнейший экономический сектор, как в Российской Федерации, так и в любой другой стране. Данная сфера деятельности активно регулируется и поддерживается государством.

Развитие агропромышленного комплекса любой страны выступает одним из наиважнейших направлений ее развития и поэтому нуждается в эффективной государственной поддержке. На сегодняшний день государственное регулирование АПК играет важную роль в рыночной экономике государства.

Нельзя не отметить, что сельскохозяйственный сектор чувствителен к изменениям природы, а его производство является сезонным, поэтому он во многом отсталый в технологическом плане по сравнению с промышленностью. Наряду с этим, агропромышленный комплекс крайне медленно приспособляется к изменениям в экономике и технике. Однако, самым печальным, по нашему мнению, негативным фактором для сельского хозяйства является ряд негативных тенденций: уровень развития

техники и технологии в отечественном АПК сильно отстает от передовых стран.

Государственное регулирование функционирования агропромышленного комплекса как отдельно взятого региона, так и страны в целом подразумевает экономическое воздействие государства на производство, переработку и реализацию сельскохозяйственной продукции, а также на производственно-техническое обслуживание и материально-техническое обеспечение АПК в целях повышения эффективности его производства и бесперебойного развития.

Государственная помощь агропромышленному комплексу страны играет колоссальную роль в экономике, а ее необходимость выражается в целом ряде слабых сторон сельского хозяйства, которые необходимо решить:

- огромные потери урожая;
- дорогостоящее топливо;
- высокие таможенные пошлины;
- высокие процентные ставки по банковским продуктам;
- уменьшению сельскохозяйственных предприятий, переход к мелкотоварному производству;
- сокращение численности поголовья крупного рогатого скота и свиней;
- низкая финансовая устойчивость сельскохозяйственных предприятий различных форм собственности;
- отсутствие систем мониторинга и надзора за использованием земель сельскохозяйственного назначения;
- отсутствие внимания вопросам по обеспечению социального обустройства малых сельских населенных пунктов.

Государство постоянно регулирует экономику агропромышленного комплекса страны и формирует стратегии ее развития. Для этого существует целый комплекс типовых мер законодательного, исполнительного и контролирующего характера, который непосредственно осуществляется на то правомочными учреждениями. Данные действия направлены на стабилизацию и адаптацию существующей социально-экономической системы к изменениям внешней среды.

У государства разработана система регулирования АПК, которая включает в себя ряд уровней:

- федеральный уровень;
- уровень субъектов Российской Федерации;
- органы местного самоуправления.

Воздействие на АПК и его составляющие элементы осуществляется на каждом уровне системы его управления. Для этого разработан целый комплекс задач, который регламентируется органами власти.

Система государственного регулирования развития агропромышленного комплекса базируется на ряде принципов:

1. Работа сельскохозяйственных товаропроизводителей осуществляется при самостоятельном финансировании, поэтому все меры по их поддержке являются дополнительными.
2. Применение субсидий, дотаций, льгот и других регулирующих инструментов является разнокалиберным и основывается на индивидуальном подходе, а также участвует в повышении эффективности системы хозяйствования.
3. Целевой программный подход гласит: каждые применяемые меры государственной поддержки должны быть прописаны в конкретной государственной программе.

Роль государственной поддержки АПК выражается и в разработке задач по стабилизации и повышению эффективности сельскохозяйственного производства, обеспечению безопасности регионов, а также в системе надзора за выполнением данных задач.

Государственный надзор способствует повышению качества продовольственного обеспечения, поддержанию равновесия между сельским хозяйством и другими отраслями АПК, выравниванию среднего уровня доходов работников различных отраслей, защите отечественных товаропроизводителей.

Таким образом, можно сделать вывод, что роль государства в аграрном секторе, как и в других сферах, заключается в создании и поддержке соответствующих институтов и механизмов, обеспечивающих продвижение эффективных, но в то же время экономически выгодных проектов и разработок, а

также стимулирование деятельности предприятий, страхование от возможных рисков, введение налоговых льгот, грамотную таможенно-тарифную политику, создание объектов с высоким научно-производственным потенциалом.

Список литературы

1. Государственная программа развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013-2020 годы. Утверждена Постановлением Правительства РФ № 717 от 14 июля 2012.

2. Архипенко В.А. Стратегии, модели, механизмы развития крупного промышленного предприятия: инновационно-ориентированный подход – автореферат диссертации доктора экономических наук. – Ростов-на-Дону, 2008.

3. Крысанов А. В. Экономические проблемы формирования и функционирования интегрированных структур в АПК и сельском хозяйстве.// Экономика и социум: современные модели развития. Межвузовский сборник научных трудов (Выпуск 15,2017).-С. 113–123 Агропромышленный портал АГРОХХИ [Электронный ресурс]: Режим доступа <https://www.agroxxi.ru/stati/s-2018>.

УДК 330

ГОСУДАРСТВЕННОЕ УПРАВЛЕНИЕ СТРУКТУРНЫМИ ПРЕОБРАЗОВАНИЯМИ В ПРОМЫШЛЕННОСТИ

БОГДАНОВА РАИСА МАНСУРОВНА,

к.э.н., доцент

САМОНОВ РОМАН ЮРЬЕВИЧ

студент

ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

Аннотация: В данной статье определены основные мероприятия, которые характеризуют устойчивое развитие промышленности и структурные преобразования в экономике Российской Федерации. Кроме того, автор с помощью применения стратегических документов сопоставляет объёмы финансирования разнообразных отраслей народного хозяйства и указывает на тот момент, что в условиях санкций и распространения коронавирусной инфекции государство старается выделять денежные средства для ликвидации максимального количества финансовых трудностей у предприятий, и объём средств на инновационную деятельность в рамках структурных преобразований уменьшился.

Ключевые слова: стратегия, концепция, преобразования, управление, промышленность, технологии.

STATE MANAGEMENT OF STRUCTURAL CHANGES IN INDUSTRY

**Bogdanova Raisa Mansurovna,
Samsonov Roman Yur'evich**

Abstract: this article defines the main measures that characterize the sustainable development of industry and structural changes in the economy of the Russian Federation. In addition, the author uses strategic documents to compare the amount of funding for various sectors of the national economy and points out that under the conditions of sanctions and the spread of coronavirus infection, the state is trying to allocate funds to eliminate the maximum number of financial difficulties for enterprises, and the amount of funds for innovation activities within the framework of structural transformations has decreased.

Key words: strategy, concept, transformation, management, industry, technology.

Экономическая система Российской Федерации сегодня находится на этапе полноценных преобразований с учётом структуры и состава элементов промышленного комплекса. В соответствии с этим, имеется огромное количество структурных изменений и сдвигов, и все эти мероприятия приводят к динамическому преобразованию экономического положения.

Большинство структурных сдвигов в экономической системе обусловлено тем, что каждый из элементов развивается неравномерно, исходя из наличия потребительского спроса со стороны граждан, а также при использовании того или иного цикла в системе производственных отношений. Кроме того, закономерными элементами развития экономической системы может быть шоковая нагрузка на её ключевые отрасли, которая вызвана воздействием факторов внешней среды. Такие факторы очень сложно предугадать заранее, и спрогнозировать их воздействие на экономику невозможно исходя из особенностей развития экономического процесса и множественных рисков.

В качестве одной из ситуаций воздействия шоковых элементов на экономику Российской Федерации выступает введение секторальных санкций со стороны Европейского союза и Соединённых Штатов Америки. Добывающая и перерабатывающая промышленность Российской Федерации сильно пострадал от воздействия секторальных санкций со стороны Европейского Союза. Однако важно понимать, что Российская Федерация находится на этапе структурных преобразований и реформ в области экономического сектора. Как известно, любая реформа в структурном компоненте должна основываться на ранее установленных элементах и совершенствования деятельности. Если этих ориентиров на практике не имеется, то реформа потеряет всякую стратегическую идею и смысл.

При наличии огромного количества динамических изменений, которые существуют в структуре рыночной экономики исходя из воздействия элементов шоковой нагрузки, нужно принимать к вниманию особенности стратегического развития Российской Федерации. Если говорить другими словами, то при выборе конкретного набора мероприятий, которые будут направлены на стабилизацию экономического положения страны, нужно использовать целенаправленную стратегию деятельности, и учитывать среднесрочные, а также краткосрочные планы деятельности. Следовательно, важно в перспективе развивать политику долгосрочного развития экономической системы Российской Федерации, стимулируя тем самым наиболее значимые с потенциальной точки зрения отрасли. [1]

Стратегия социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2030 года является одним из ярких примеров использования стратегических инициатив и механизмов управленческой деятельности в этом ключе. В соответствии с представленным документом, базовые направления совершенствования отечественной экономики будут строиться исходя из улучшения промышленного и аграрного секторов. В этих направлениях рекомендуется произвести модернизацию элементов переработки сырья в готовые товары, и обеспечить научно-технологическое сопровождение промышленного комплекса. С помощью этих действий можно увеличить конкурентоспособность экономики и внедрить в неё множество инновационных элементов развития. Вместе с этим важно сформировать наиболее оптимальную структуру производственных сил в каждом регионе, учитывая элементы концентрации, а также принимать к вниманию инфраструктурный комплекс и его мощь.



Составлено автором

Рис. 1. Распределение финансирования на стабилизацию экономики РФ и промышленного комплекса в %

Важнейшими способами для реализации подобной стратегической программы будет финансовое развитие и стимулирование уже существующих конкурентоспособных отраслей в рыночной экономике Российской Федерации путём обеспечения эффективного налогообложения и образования качественных компетентных центров. Кроме этого, на наш взгляд деятельность таких инструментов позволит

увеличить эффективность мероприятий, и оптимизировать структуру управления крупнейшими производственными сетями. [2]

Для того, чтобы определить уровень эффективности работы Правительства Российской Федерации в вопросах, связанных с восстановлением и поддержкой экономики в период влияния санкций и пандемии коронавирусной инфекции, удалось изучить постановления и распоряжения исполнительных органов власти, и составить диаграммы, на которых в долевым выражении выделены ключевые направления совершенствования промышленного комплекса:

Изучив рисунок 1 нужно сказать о том, что кроме компенсации дополнительных издержек инфляционного характера, Российская Федерация и органы исполнительной власти в её составе осуществляют целевое финансирование реального сектора экономики, улучшая промышленность и добывающую отрасль. Эти действия полностью соответствуют программным мероприятиям по поддержке отраслевого комплекса в системе народного хозяйства на этапе влияния санкционного давления со стороны западных стран и коронавирусной инфекции.

Резюмируя и подводя итоги нужно сделать вывод о том, что структурные преобразования в промышленной системе на основании деятельности Правительства Российской Федерации могут существовать только с учётом прямого финансирования социально и экономически значимых инновационных проектов, поскольку использовать устаревшие технологии и не развивать механизмы по увеличению конкурентоспособности предприятий уже невозможно, ввиду отсталости многих современных промышленных компаний в Российской Федерации. Все структурные преобразования должны строиться на системном подходе, учитывать стратегические мероприятия к организации и практическому внедрению новейших программ и действий, а также рекомендуется учитывать специфические особенности каждого субъекта Российской Федерации.

Список литературы

1. Соколов А. А., Яковлева Е. А. Характерные черты структурных преобразований в промышленности России //Экономические отношения. – 2019. – Т. 9. – №. 2. – С. 933-944.
2. Цыпин И. С., Цыпина С. И. Стратегия развития экономики и промышленности России в условиях международной нестабильности //Экономика. Налоги. Право. – 2019. – Т. 12. – №. 1. –С.76-85.
3. Карлик А. Е. и др. Управление структурными преобразованиями в социально-экономической системе в информационно-сетевой экономике //Системный анализ в проектировании и управлении. – 2018. – С. 175-187.

УДК 33

ПРОБЛЕМЫ ФИНАНСИРОВАНИЯ БЮДЖЕТНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

СОЛОДОВНИКОВА АННА РОМАНОВНА

магистрант

Южно-Российский институт управления — филиал
Российской академии народного хозяйства и государственной
службы при Президенте Российской Федерации

Аннотация: В статье определены проблемы финансирования бюджетных учреждений. Выделены основные задачи внутри учреждения. На основании существующих проблем по данной тематике, даны рекомендации и предложения по улучшению ситуации в вопросе финансирования бюджетных организаций.

Ключевые слова: бюджетная организация, бюджетирование, финансирование, финансовая несостоятельность организации, дифференциальность регионов.

PROBLEMS OF FINANCING BUDGETARY ORGANIZATIONS IN THE RUSSIAN FEDERATION

Solodovnikova Anna Romanovna

Abstract: The article deals with the persistent problems of budgetary institutions. The main tasks within the institution are highlighted. Based on the use of problems on this topic, recommendations and proposals are given to improve the situation in the issue of budget financing.

Key words: budgetary organization, budgeting, financing, financial insolvency of the organization, regional differentiation.

В экономическом комплексе государства действует значительное количество бюджетных учреждений, которые функционируют не только с поддержкой государства, но и получают средства от оказания услуг другим коммерческим или некоммерческим организациям. Бюджетные организации являются важным элементом в государственной структуре и в любой модели государственного управления.

Бюджетное учреждение - это одна из самых многочисленных групп учреждений, действующих в нашем государстве, существование которых обеспечивается за счет федерального, регионального и местных бюджетов. Как и любая организация бюджетной системы, сталкивается с острым вопросом – нехваткой финансирования, и в связи с этим, данные средства «зарабатывает» извне, не прибегая к помощи дополнительного субсидирования, а оказывая консультационные услуги, выполняя работы для функционирования сторонних организаций по своему роду деятельности, иными словами ведя предпринимательскую деятельность.

На протяжении семнадцати лет, то есть с 2003 года, в бюджетном секторе в России началось реформирование. основополагающей миссией являлась привязка бюджетных средств к оказываемым услугам данного учреждения, или иными словами предполагалось привлечь частные организации к заключению договоров с бюджетными учреждениями.

Бюджетное финансирование в ряде моментов все также напоминает советское. Советскому финансированию были присущи такие отличительные черты как планирование и нормирование. Но на сегодняшний день ей присущи другие условия [1]:

- в зависимости от региона дифференциальность цен и в соответствии с этим разный уровень заработных плат;
- независимость бюджетов разных уровней друг от друга;
- рыночное ценообразование.

Все вышеперечисленные недостатки нуждаются в реформировании уже существующей системы управления бюджетными организациями.

Бюджетные учреждения поставлены перед острой задачей и необходимостью поиска финансовых ресурсов, ведь сметное финансирование сокращает развитие учреждения, поскольку предоставляется только на базе расходов на прошлый финансовый период. А также в связи с нестабильностью экономического состояния бюджета Российской Федерации, субсидии также дифференциальные, и не всегда для погашения трат и восполнения нужд организации достаточно финансов, выделяемых государством. Новая система предполагает предоставление субсидий по итогам выполнения государственного задания, то есть финансирование предполагается на условиях выполненных работ и ее эффективности.

В связи с этим выделяются следующие проблемы финансирования бюджетных учреждений [2]:

- законодательная несостоятельность распоряжения бюджетными средствами внутри организации, полученными от ведения предпринимательской деятельности, в дальнейшем как следствие приводит к нерациональному расходованию;
- из первого вытекает - отсутствие эффективности в расходовании денежных средств из бюджета;
- кредиторская задолженность-как причина нерационального расходования денежных средств и превышения лимитов.

Для того, чтобы решить вышеперечисленные проблемы необходимо разработать и провести следующие мероприятия: [3]

- повышение значимости бюджета, в качестве инструмента реализации государственной политики в области экономики. Это будет возможно благодаря установлению связи задач бюджетного финансирования между различными сферами жизнедеятельности;
- внедрение ряда форм дополнительного финансового обеспечения бюджетных организаций, которые специализируются на предоставлении муниципальных или государственных услуг. Как одна из дополнительных возможностей финансирования бюджетных организаций являются «Национальные проекты».

Основными целями «Национальных проектов» являются:

- выдвижение и реализация принципов государственной политики в определенной области: образования, здравоохранения и т.д.;
- определение менеджмента в системе определённой отрасли, на которую направлен проект, в сегодняшних условиях;
- поддержка одаренной и способной молодежи.

Полагаю, что необходимо внести следующие изменения в существующее законодательство:

- донести до соответствующих контролирующих органов власти, о необходимости ввести мотивацию в применении бюджетных средств для руководителей учреждений;
- проведение инвентаризации в списке получателей бюджетных средств, проведение инвентаризации целевых и нецелевых трат использования финансов в учреждениях, при выявлении хищения проводить соответствующие процедуры на уровне юридического законодательства.

Для достижения уставных целей бюджетное учреждение вправе осуществлять в соответствии с законодательством Российской Федерации виды приносящей доход деятельности по договорам на возмездной основе с физическими и юридическими лицами, по ценам установленными законодательством. На сегодняшний день наличие и объёмы дополнительно привлечённых средств не влекут за

собой снижения уровня финансирования из бюджетной системы. [4]

Подводя итог, можно сделать определенные выводы, что основными проблемами финансирования бюджетных учреждений являются:

- нехватка денежных средств, в связи с невозможностью планирования затрат на год;
- нерациональность трат руководителя, в связи с незаинтересованностью и низкой мотивацией внутри организации;
- перерасход денежных средств, которые в дальнейшем переходят в кредиторскую задолженность.

Для решения данных проблем необходимо:

- мотивировать руководство организаций к более эффективному использованию бюджетных средств;
- существующую цепь получателей бюджетных средств сделать более прозрачной и оптимальной;
- постепенно перейти к другим формам финансового обеспечения бюджетных организаций;
- разработка системы финансирования бюджетных организаций, которая бы могла быть менее зависимой от бюджетных ресурсов.

В целом, подводя итог данной работы, можно сделать выводы о том, что проблемы во внедрении новых механизмов финансирования бюджетных организаций, как и любые нововведения являются сложной субстанцией для достижения масштабных результатов. В решении всех проблем должны быть заинтересованы, как и органы власти, государство, так и руководители государственных структур. Ведь финансирование-это целый механизм взаимодействия всех звеньев бюджетной организации.

Список литературы

1. Эриашвили Н.Д., Староверова О.В. Бюджетное право: Учебное пособие для вузов. – М.: Азов и право, 2015. - С.58
2. Герасимова К.А., Бюджетная система Российской Федерации: Учебник. – М.: Дашков и К, 2007. - С.113
3. Поляк Г.Б. Бюджетная система России: Учебник для вузов. – М.: Юнити - Дана, 2008. - С.45
4. Устав ФГБУ «ЦЛАТИ по ЮФО».2009. - С.3

УДК 338

ПОСТРОЕНИЕ ПРОГНОЗОВ СТОИМОСТНОЙ ОЦЕНКИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КОРЗИНЫ РЕСПУБЛИКИ МАРИЙ ЭЛ

САРЫЧЕВА ТАТЬЯНА ВЛАДИМИРОВНА,

д.э.н., доцент

ВАСИЛЬЕВА АННА ИВАНОВНА

студент

ФГБОУ ВО «Марийский государственный университет»

Аннотация: в статье приведены результаты апробации методики построения прогнозных значений стоимости потребительской корзины, основанной на использовании модели авторегрессии и проинтегрированного скользящего среднего, на примере Республики Марий Эл. Данная модель является достаточно точной, адекватной, надежной и статистически значимой, что дает возможность строить качественные прогнозы исследуемого показателя.

Ключевые слова: прогнозирование, временной ряд, АРПСС, частная автокорреляционная функция, потребительская корзина.

FORECASTING AND VALUATION OF THE CONSUMER BASKET OF THE MARI REPUBLIC

Sarycheva Tatyana Vladimirovna,
Vasilyeva Anna Ivanovna

Abstract: the article presents the results of approbation of a technique of forecasting value of consumer basket based on the use of models and autoregressive integrated moving average on the example of the Mari El Republic. This model is quite accurate, adequate, reliable, and statistically significant, which gives the opportunity to build a high-quality predictions of study indicator.

Key words: forecasting, time series, ARIMA, private autocorrelation function, consumer basket.

В условиях значительной дифференциации субъектов России по социально-экономическому развитию для межрегиональных сопоставлений покупательной способности населения используется показатель стоимости фиксированного набора потребительских товаров и услуг [1]. Стоимость данного набора исчисляется на основе средних потребительских цен на товары/услуги и единых весов (количеств товаров/услуг в год) как для отдельных регионов, так и России в целом [2,3]. Прогнозирование данного показателя осуществлялось с помощью модели авторегрессии и проинтегрированного скользящего среднего (АРПСС), которая позволила смоделировать нестационарный временной ряд для построения прогнозных значений. В качестве информационной базы использовались ежемесячные данные, отражающие стоимость фиксированного набора потребительских товаров и услуг в Республике Марий Эл с января 2002 года по ноябрь 2019 года [4].

Как видно из графика исследуемый временной ряд не является стационарным и в исследуемых данных присутствует линейный возрастающий тренд. Лучшей моделью для прогнозирования с точки зрения статистических критериев оказалась модель АРПСС $(0,0,0)(1,0,0)$ с сезонным лагом в 12 значений [5]. Оценка статистической значимости параметров построенной модели осуществлялась на осно-

вании t-критерия, анализа p-уровня и границ доверительных интервалов для параметров.

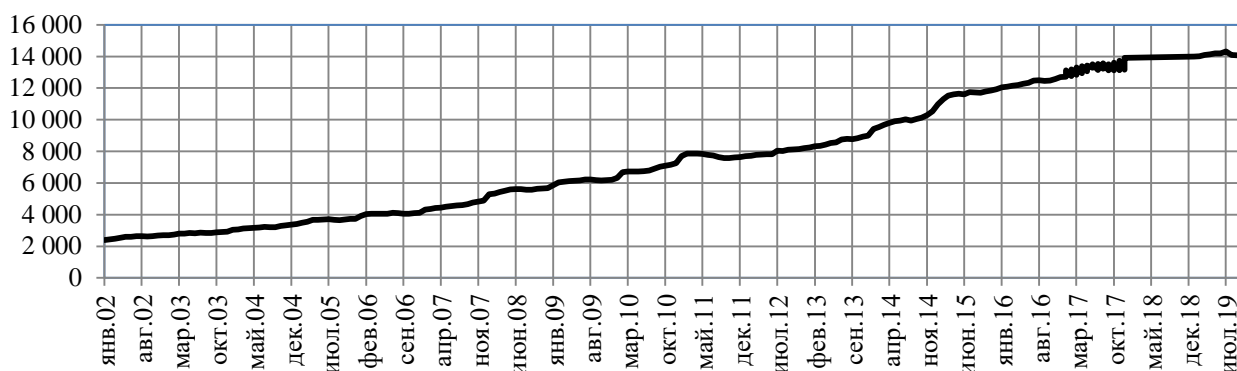


Рис. 1. График временного ряда, характеризующий стоимость фиксированного набора продовольственных товаров и услуг в РМЭ, руб.

Таблица 1
Оценки параметров АРПСС (0,0,0)(1,0,0) с сезонным лагом в 12

Параметр	t – ст.	p-уровень	Нижний дов. интервал	Верхний дов. интервал
Константа	5,389	0,0000	5253,205	11313,231
Ps (1)	240,302	0,0000	0,982	0,998

Согласно таблицы 1 значение t-критерия больше 2, что подтверждает значимость параметров модели, уровень значимости не превышает критического значения в 0,05, доверительные интервалы не включают ноль. Следовательно, рассчитанные параметры модели являются значимыми.

На следующем шаге анализа построенная модель была оценена на точность и адекватность с помощью анализа коррелограммы частной автокорреляционной функции, построения гистограммы остатков модели [5]. Графический анализ позволил сделать вывод, что остатки не имеют сильных выбросов и систематического смещения, из чего следует, что ряд остатков похож на белый шум. При этом гистограмма распределения остатков модели на рисунке 21 близка к нормальному распределению. Полученные выводы позволили сделать вывод об адекватности построенной модели.

В виду того, что построенная модель была признана адекватной, с помощью нее были построены точечные и интервальные прогнозные значения на 10 временных периодов вперед, а именно с декабря по сентябрь 2020 г.

Таблица 2
Точечный и интервальные прогнозы стоимости фиксированного набора потребительских товаров и услуг

Дата	Прогноз	Нижний интервал прогноза	Верхний интервал прогноза
дек.19	14213,03	12720,66	15691,19
январь.20	14520,78	12996,10	16030,94
фев.20	14687,60	13145,40	16215,11
март.20	14790,12	13237,16	16328,29
апр.20	14831,33	13274,04	16373,79
май.20	14846,78	13287,87	16390,85
июнь.20	14834,66	13277,02	16377,46
июль.20	14912,76	13346,92	16463,69
авг.20	14816,44	13260,71	16357,35
сентябрь.20	14733,73	13186,69	16266,04

Для наглядности полученных результатов был построен график точечных и интервальных прогнозных значений стоимости фиксированного набора потребительских товаров и услуг в Республике Марий Эл.

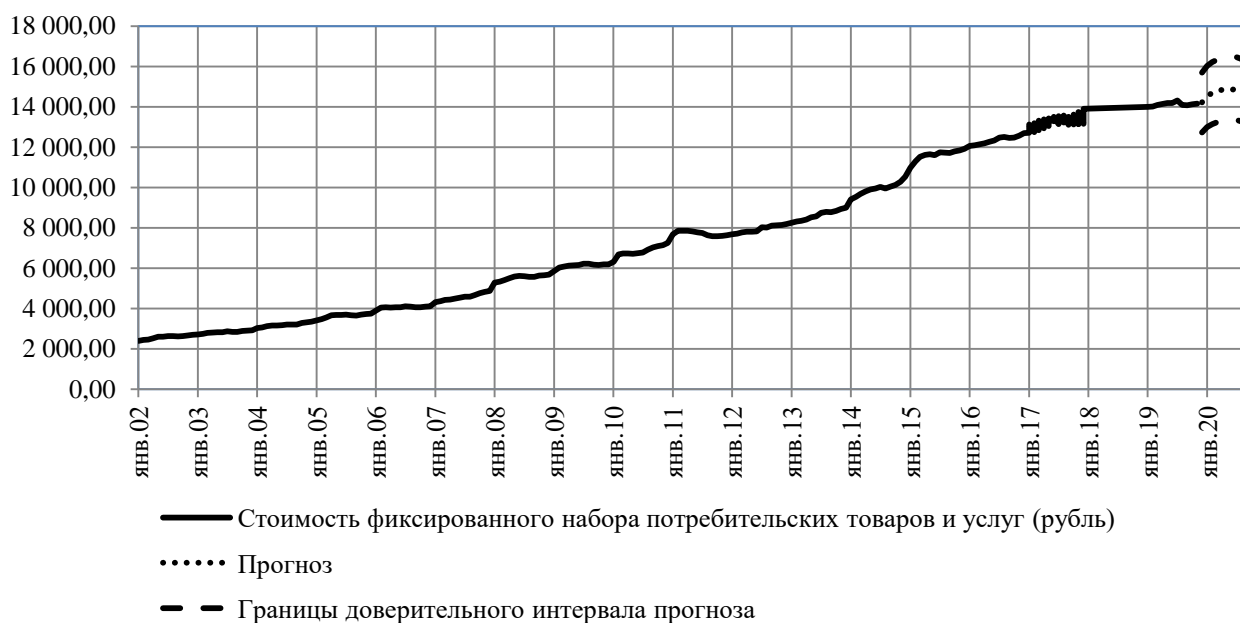


Рис. 2. График временного ряда и прогноза стоимости фиксированного набора потребительских товаров и услуг, руб.

Спрогнозировав динамику изменения стоимости фиксированного набора потребительских товаров и услуг было получено, что в сентябре 2020 года стоимость фиксированного набора потребительских товаров и услуг в Республике Марий Эл по сравнению с сентябрем 2019 года вырастит на 661 рубль и составит 14734 рублей. При этом допускается изменение прогнозного значения в интервале от 12721 – 15691 рублей. Вероятностный прогноз реален, так как эконометрическая модель является адекватной и статистически значимой.

Прогнозирование стоимости фиксированного набора потребительских товаров и услуг в Республике Марий Эл показало, что к сентябрю 2020 года покупательная способность населения региона уменьшится. Другими словами, за один и тот же набор продуктов питания, товаров и услуг, население с каждым месяцем будет тратить больше денежных средств. Данные изменения могут быть спровоцированы большим количеством факторов. Одной из самых явных причин можно предположить повышение уровня цен при неизменном уровне доходов граждан.

Список литературы

1. Тараканова А.Н. Потребительская способность и потребительская корзина населения РФ / А. Н. Тараканова // Устойчивое развитие науки и образования. Сер.: Государственное управление структурными преобразованиями в народном хозяйстве. – 2018. - №6. – С. 44-47.
2. Потребительская корзина на 2013-2018 год // Информационный портал РФ [www.infoportalru.ru/]. – 2018. – URL: <https://infoportalru.ru/potrebiteľskaya-korzina-na-2016-god.html>.
3. Потребительская корзина на 2016-2021 год // Информационный портал РФ [www.infoportalru.ru/]. – 2018. – URL: <https://infoportalru.ru/potrebiteľskaya-korzina-na-2016-god.html>
4. Федеральная служба государственной статистики. - URL: <http://www.gks.ru>
5. Сарычева Т.В. Совершенствование концептуального подхода к прогнозированию занятости населения региона / Т.В. Сарычева // // Современные проблемы науки и образования. – 2012. – № 6.; URL: <http://science-education.ru/ru/article/view?id=7413>

УДК 330.322

ВЕНЧУРНЫЙ КАПИТАЛ И СТАРТАП-ЭКОСИСТЕМА В ПАЛЕСТИНЕ

ВАСИЛЬЦОВА АННА МИХАЙЛОВНА

студент

ФГБОУ ВО «Московский государственный университет»

Аннотация: в числе экономических тенденций последних лет – всплеск интереса к инновационным стартапам. В статье рассматриваются перспективы развития данного вида предпринимательства в Палестине, уровень развития стартап-экосистемы и бизнес инфраструктуры, анализируются количественные и качественные показатели венчурных инвестиций в стране, а также эффективность бизнес акселераторов и инкубаторов как неотъемлемой составляющей инновационного предпринимательства.

Ключевые слова: стартап, стартап-экосистема, венчурный капитал, венчурные инвестиции, инновационное предпринимательство, арабские страны, регион МЕНА.

VENTURE CAPITAL AND STARTUP-ECOSYSTEM IN WEST BANK AND GAZA

Vasil'tsova Anna Mikhailovna

Abstract: the surge of interest in innovative startups is one of the economic trends of the recent years. The article examines the prospects for this kind of entrepreneurship in West Bank and Gaza, the stage of development of startup-ecosystem and business infrastructure, assesses the quantitative and qualitative indicators of the venture investment in the country, as well as the performance of business accelerators and incubators being an integral part of the innovative entrepreneurship.

Key words: startup, startup-ecosystem, venture capital, venture investment, innovative entrepreneurship, Arab countries, MENA region.

Инновационные технологии – один из основных драйверов повышения продуктивности и экономического развития для государств в современном мире. Развивающиеся страны традиционно испытывали сложности в создании и освоении новых технологий. В этом контексте инновационные стартапы (организации, предлагающие новый продукт или услугу в условиях высокой неопределенности) представляются эффективным механизмом для создания и практического использования последних достижений науки и техники. В последние годы наблюдается резкий рост количества стартапов по всему миру, связанный с глобализацией финансовых рынков, интенсификацией миграции финансового капитала и широким использованием интернет-технологий для финансовых операций. Стартап-проекты представляют собой привлекательные для инвестирования компании, позволяющие реализовать и расширить бизнес с меньшими издержками, чем с использованием традиционных способов финансирования.

Согласно данным StartupBlink Startup Ecosystem Rankings Report 2020 [1, с. 34], в котором представлены 1000 городов из 100 стран мира, регион МЕНА занимает последнее место по уровню развития стартап-экосистемы. Среди арабских стран только ОАЭ попал в топ-50 рейтинга, заняв 43 место со значительным отрывом от лидера региона – Израиля, оказавшемся на 3 месте после США и Великобритании. Тем не менее, многие арабские страны за прошедший год улучшили свои показатели, что отражает заинтересованность стран и частных инвесторов в венчурных предприятиях: Ливан повысился в рейтинге на 8 позиций, переместившись на 74 место; за ним следует Бахрейн, продвинувшийся на

целых 20 пунктов; Катар улучшил свою позицию на 13 пунктов, оказавшись на 84 месте.

Палестина в данном рейтинге не была представлена, однако эти данные дают более полное представление о стартап-экосистеме в рассматриваемом регионе.

Аналитический обзор, на котором основана данная работа, был предоставлен группой Всемирного Банка. Для сбора данных был проведен опрос 423 предпринимателей, действующих в Палестине, в период с декабря 2016 года по февраль 2017. Удалось собрать данные по 142 стартапам и 196 учредителям [2, с. 6]. Важно отметить, что оценка инновационных стартапов достаточно затруднительна, а имеющиеся базы данных не всегда релевантны. Это связано с высокой динамикой стартапов: частая регистрация новых и прекращение работы действующих, а также смена названия, владельцев и целей деятельности.

Прежде всего, стоит отметить, что экосистема стартапов в регионе находится на стадии формирования. Однако, сильной стороной является наличие большого количества высокообразованных предпринимателей (85% имеют высшее образование и 27% постдипломную подготовку), среди которых 52% имеют диплом в сфере технических, инженерных и математических наук, а 21% диплом в сфере экономики и бизнеса. Кроме того, предприниматели страны имеют широкую систему международных контактов и связей. Другой особенностью предпринимателей Палестины является их относительно молодой возраст: средний возраст основателя стартапов – 27 лет (25 среди женщин и 28 среди мужчин), что несколько ниже, чем в других стартап-экосистемах: 28 лет среди женщин и 30 лет среди мужчин в Бейруте, 30 для женщин и мужчин в Нью-Йорке. Из этого факта вытекает негативная характеристика стартап-экосистемы в Палестине: основатели стартапов имеют меньший опыт работы (около 6 лет, тогда как в Нью-Йорке – 10 лет), что приводит к недостатку практических знаний, навыков управления, системы коммерческих связей, и в конечном счете к меньшей вероятности успеха предприятия. Тем не менее, молодой возраст основателей стартапов позволяет предполагать, что развитие и поддержка стартап-экосистемы в стране позволит снизить остроту проблемы безработицы, показатель которой особенно высок среди молодежи – порядка 40%. Наконец, Палестина имеет самый высокий показатель предпринимателей-женщин – 23%. Для сравнения, в Бейруте этот показатель составляет 19%, Нью-Йорке – 12%, Каире и Сингапуре – 10%.

Экосистема инновационных стартапов в Палестины находится на стадии развития. В среднем, каждый год появляется на 19 стартапов больше, чем в предыдущем (что эквивалентно ежегодному приросту в 34% с 2009 года). 2/3 охваченных исследованием стартапов имели как минимум одного нанятого работника. Всего за счет стартапов было создано 1247 рабочих мест в стране.

Далее представлены данные по времени, необходимого для выполнения организационных задач при открытии бизнеса (сравнение проводится с стартап-экосистемой Ливана, поскольку она находится на той же стадии развития, что и палестинская экосистема). Это позволяет оценить легкость ведения инновационного бизнеса в стране (табл. 1).

Таблица 1

Количество дней для совершения бизнес-операций

Операция	Палестина	Бейрут
Открытие счета в банке	3 дня	5 дней
Аренда офиса	15 дней	28 дней
Оформление сотрудника	15 дней	30 дней
Получение кредита	15 дней	30 дней
Получение финансирования	33 дня	120 дней

Как видим, институциональная инфраструктура для стартапов в Палестине относительно более благоприятна в сравнении с инфраструктурой Ливана.

Две ключевые составляющие стартап-экосистемы: бизнес акселераторы и инкубаторы и менторы. Национальные менторские и акселератские программы в стране также только начинают развиваться, поэтому большинство стартапов получает финансирование из-за рубежа.

1. Акселераторы и инкубаторы

Акселераторы поддерживают рост компаний через менторство, обучение, финансовую и экспертную поддержку. Исследования World Bank подчеркивает их ключевую роль для экосистемы стартапов. В Палестине насчитывается около собственных 20 акселератских программ (табл. 2). Однако, в Палестине также активно функционируют международные программы: Startup 500, MassChallenge, Techstarts, Oasis 500.

Таблица 2

Наиболее крупные акселераторы и инкубаторы Палестины

Bader	Финансирование в сфере ИКТ на посевной стадии
Bethlehem Business Incubator	Организация тренингов, менторских программ и возможностей создания сети контактов для стартапов на ранней стадии, преимущественно для женщин и молодежи в программах не-ИКТ сектора
Business Startup Incubator Support Program	Поддержка цифрового предпринимательства в Рамалле. Предоставление офисного пространства, консалтинговых услуг и менторских программ
Business Technology Incubator	Поддержка креативных идей молодых палестинских предпринимателей с целью трансформации их проектов в предприятия малого и среднего бизнеса
CEWAS	Экологические проекты, способствующие решению водной проблемы, устранению проблем канализационного обеспечения, а также переработки отходов
FastForward Accelerator	Предоставление компаниям полного финансирования (около 20 000 \$) и консалтинговых услуг
Gaza Sky Geeks	Предоставление пространства для коворкинга и образовательных технологий в партнерстве с крупнейшими мировыми корпорациями Google и Mercy Corps
Idbaa	Финансирование ИКТ-проектов на посевной стадии. Фонд проводит ежегодные соревнования, где 10 лучших стартапов-участников получают полное финансирование
TYO	Поддержка женщин-предпринимателей в микро, малом и среднем бизнесе

Тем не менее, эффективность работы акселераторов оказалась достаточно низкой: из 61 стартапа, которые пользовались услугами бизнес-акселератора, финансирование получили только 30%, тогда как из стартапов, не прибегающих к услугам акселератора, финансирование получили 35%. Таким образом, мультипликатор вероятности получения финансирования через бизнес акселератор – 0.84, тогда как в Каире он составляет 3.6, а в Нью-Йорке – 2.16.

2. Менторы

Менторы обычно предоставляют молодым предпринимателям советы, необходимые знания и навыки, делятся опытом в сфере бизнеса. Акселераторские и инкубаторские программы часто предоставляют клиентам услуги ментора-партнера. Исследования показывают, что наличие ментора значительно увеличивает шансы успеха предприятия.

В Палестине 139 основателей стартапов (или 38%) пользовались услугами ментора. Экспертами WorldBank помощь менторов в Палестине была оценена как низкоэффективная, что может быть связано с недостатком опыта ведения бизнеса у менторов, отсутствия теоретических знаний и устойчивой системы связей с зарубежными партнерами.

Инновационное предпринимательство невозможно без участия инвестиций. В Палестине зарегистрирован 51 инвестор (табл. 3), 75% из которых - бизнес-ангелы, а 25% фонды венчурного инвестирования. Всего было заключено 62 инвестиционные сделки в 47 стартапов. Фонды венчурного финансирования направили инвестиции в стартапы на территории Палестины на сумму 150 млн долларов за

последние 6 лет.

Развитие венчурного и других видов инвестирования в Палестине осложняется ее международным положением (а точнее ее частично признанным статусом), что увеличивает риски, снижая потенциальную прибыль и привлекательность для инвесторов.

Таблица 3

Крупнейшие фонды венчурного финансирования в Палестине

Ibtikar	Специализируется на финансировании венчурных проектов на ранней стадии. Объем средств: 11 млн долларов
Sadara Ventures	Осуществляет инвестирование в ИКТ-сектор. Объем средств: 30 млн долларов
Sharakat	Финансирует стартапы в области сельского хозяйства, текстильной и химической промышленности, ИКТ, туризма и здравоохранения. Объем инвестиций в 2015 году: 19.2 млн долларов
Siraj Fund Management Company	Поддерживает стартапы и испытывающие трудности предприятия малого и среднего бизнеса в различных секторах. Объем средств: 90 млн долларов

В заключение хотелось бы проанализировать факторы успеха инновационных стартапов. Различают краткосрочный и долгосрочный успех компании. Краткосрочный – получение финансирования от инвестора, долгосрочный успех – когда фирма добивается расширения штата сотрудников и устойчивого роста. Краткосрочный успех инновационных компаний в Палестине основан в значительной степени на связях с другими предпринимателями – то есть основатели стартапов в более густонаселенных районах находятся в более благоприятном положении. В долгосрочной перспективе же решающим фактором становится наличие иностранного инвестора (повышает вероятность успеха в 2 раза) и наличие у предпринимателя высшего образования (повышает вероятность успеха на 34%). Эти два факта легко объяснимы: во-первых, инвестор предоставляет не только финансовые средства, но и опыт, связи и контакты, советы по ведению бизнеса. Во-вторых, высшее образование снабжает предпринимателей необходимыми теоретическими знаниями и практическими навыками, а также позволяет расширять круг связей с будущими партнерами.

Таким образом, инновационные проекты могут в перспективе стать двигателем экономического прогресса в Палестине, при условии сохранения текущей динамики, повышения качества и количества инвесторов, а также расширения сети международных взаимодействий.

Список литературы

1. StartupBlink. Startup Ecosystem Rankings. 2020
2. World Bank. 2018. Tech Startup Ecosystem in West Bank and Gaza.; Henry, Scott. 2017.
3. <https://data.worldbank.org/indicator>

УДК 338.242.4

ПРОБЛЕМЫ СТРАТЕГИИ ФОРМИРОВАНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА В СИСТЕМЕ ОБРАЗОВАНИЯ

БАСОВСКИЙ ЛЕОНИД ЕФИМОВИЧ,

д.т.н., профессор

БАСОВСКАЯ ЕЛЕНА НИКОЛАЕВНА

к.э.н., доцент

ФГБОУ ВО «Тульский государственный педагогический университет им. Л.Н. Толстого»

Аннотация: Эмпирические исследования влияния человеческого капитала занятых работников, формируемого в системе образования на уровень оплаты труда позволили установить, что качество образования в России неуклонно снижается. Причиной снижения качества образования является устаревший административно-контрольный стиль управления, сосредоточенный на контролируемых нормах, формируемых приказами и стандартами и недостаточное финансирование образования. Решение этих проблем состоит в ориентации на потребителя, в решении проблем улучшения качества работниками, которые выполняют работу, а не выполнении требований руководства системы, отказ от административно-командного стиля управления и в увеличении расходов на образование.

Ключевые слова: уровень образования, качество, стиль управления, постиндустриальная экономика.

PROBLEMS OF THE STRATEGY OF FORMATION OF HUMAN CAPITAL IN THE EDUCATION SYSTEM

Basovsky Leonid Efimovich,**Basovskaya Elena Nikolaevna**

Abstract: Empirical studies of the influence of the human capital of employed workers, formed in the education system, on the level of wages allowed us to establish the following. The quality of education in Russia is steadily declining. The reason for the decline in the quality of education is an outdated administrative and control style of management, focused on controlled norms formed by orders and standards, and insufficient funding for education. The solution to these problems is to focus on the consumer, in solving the problems of improving the quality of workers who do the work, rather than meeting the requirements of the management of the system, abandoning the administrative-command style of management and in increasing the cost of education.

Key words: level of education, quality, management style, postindustrial economy.

Исследования, выполненные в начале XX века в Великобритании и России показали, что каждый год обучения в школе обеспечивает существенное увеличение оплаты труда фабрично-заводских рабочих. Дальнейшие исследования влияния образования на уровень оплаты труда занятых работников, получивших образование, привели к созданию теории человеческого капитала [1]. Переход России к новой системе хозяйствования, произошедший в 1990-х годах побудил интерес к исследованиям влияния уровня образования на оплату труда [2]. В результате исследований было установлено, что повышение уровня образования способствует повышению уровня оплаты труда [3]. Однако институциональные преобразования, произошедшие в стране в период 2004-2007 годов, затормозили экономиче-

ский рост, стимулировали увеличение неравенства доходов, сформировали механизмы присвоения доходов, которые позволили группе населения с наиболее высоким уровнем дохода присваивать доходы за счёт других групп населения независимо от экономической конъюнктуры [4]. Это позволило предположить возможность того, что социально-экономические институты современной России способствуют ухудшению условий формирования человеческого капитала в системе образования и снижению эффективности его использования в современной экономике. Качество, эффективность использования человеческого капитала оценивается величиной заработной платы работников, наделённых этим капиталом, что позволяет использовать для исследования проблемы данные Росстата о величине заработной платы занятого населения с различными уровнями образования.

Для оценки человеческого капитала, полученного в системе образования, был введён показатель относительного уровня оплаты труда по уровням образования, который определялся как отношение величины оплаты труда лиц с различными уровнями образования к величине оплаты труда работников с низшим уровнем образования – работников, не имеющих основного общего образования. Определение величины этого показателя на основе данных Росстата привело к следующим результатам. В период с 2000 по 2017 год относительный уровень оплаты труда занятых работников всех уровней образования неуклонно снижался. Это позволяет подтвердить ухудшение условий формирования человеческого капитала в системе образования, снижение качества образования.

Уровень оплаты труда занятых работников может зависеть от продолжительности обучения в системе образования [3]. С учётом длительности обучения, необходимого для получения основного общего образования, полного среднего образования, начального и среднего профессионального образования, высшего образования можно с использованием данных Росстата получить оценки влияния длительности обучения в системе образования на заработную плату занятых работников. При подготовке оценок был принят срок обучения лиц, не имеющих основного общего образования, величиной 4,5 года.

Характер изменения уровня оплаты труда при увеличении длительности обучения в системе образования в 2005 отражал плавный переход от характера оценки в 2005 году к характеру оценки 2017 года. В 2005 году наблюдалось увеличение оплаты по мере увеличения длительности обучения в системе образования. Однако эффект положительного влияния длительности обучения в системе образования ослабевал, особенно после 2009 года, а к 2017 году, он престал проявляться. С 2017 года характер влияния продолжительности обучения в системе образования принципиально изменился. Это влияние иллюстрируется графиком, представленным на рис. 1. Стало наблюдаться ранее неизвестное парадоксальное явление – снижение уровня оплаты труда работников по мере увеличения длительности обучения в системе образования. Исключение составили лишь работники с высшим образованием. Оплата труда работников с начальным профессиональным образованием опустилась не столь значительно, она сравнялась с оплатой труда работников с низшим уровнем образования, тех, кто не имеет даже основного общего образования. При этом, если в 2005 году заработная плата работников с высшим образованием на 96% превышала оплату труда работников с основным общим образованием, то в 2017 году заработная плата работников с высшим образованием превышала оплату труда работников с основным общим образованием только на 70%.

Снижение оплаты труда работников всех уровней образования по сравнению с оплатой труда группы работников с низшим уровнем образования свидетельствует о снижении качества образования, поскольку объяснить это снижением спроса на труд нельзя, в связи со стабильным уровнем безработицы в рассматриваемый период.

С учётом среднего возраста занятого населения, среднего возраста выпускников учебных заведений можно оценить момент начала процесса снижения качества образования 1990 годами. В течение дальнейшего периода процесс снижения качества образования все более углублялся.

Обобщая результаты анализа данных статистики о величине оплаты труда занятых работников, имеющих различные уровни образования, можно сделать следующие выводы.

Эффективность формирования человеческого капитала в системе образования, качество образования неуклонно снижаются. Поскольку в России формируется постиндустриальная экономика, рас-

пространяется постиндустриальный уклад, доминирующий в развитых странах [5], в котором важнейший ресурс – человеческий капитал высококвалифицированных работников, в основном имеющих высшее образование, поэтому высшее образование, несмотря на снижение его качества является весьма востребованным в экономике страны, несмотря на снижение его качества.

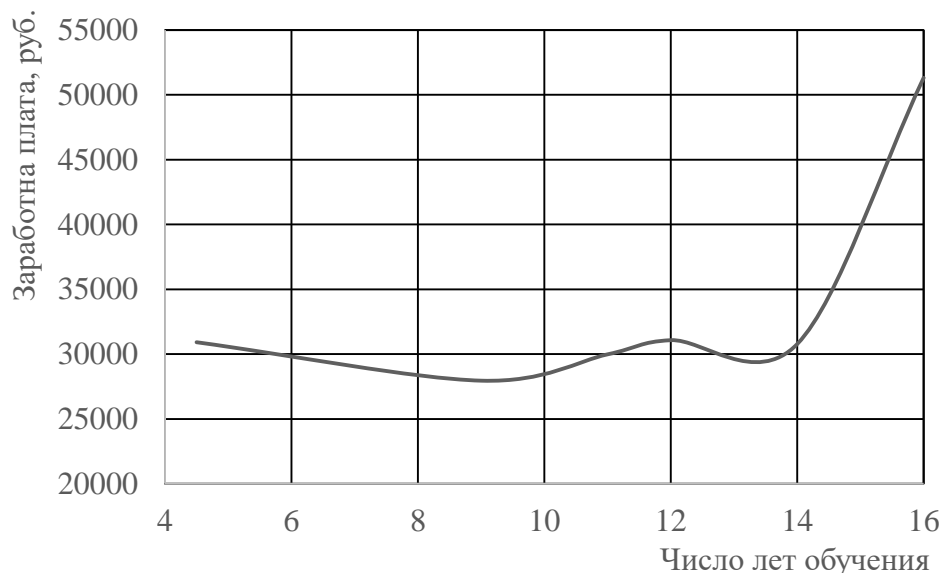


Рис. 1. Уровень оплаты труда занятых работников в 2017 году

Возможность успешного функционирования системы образования, как и любой другой системы, зависит от обеспечения ресурсами и эффективности управления системой.

О степени обеспечения системы образования ресурсами можно судить по доле ВВП, направляемой на финансирование образования государством, частными предприятиями и частными лицами. По данным Всемирного банка расходы на образование в современной России составляют 3,7% от ВВП, что ставит страну на 120 место в рейтинге стран мира по этому показателю [6]. Страны постсоветского пространства в среднем тратят на образование 4,6%, что на 24% больше, чем тратится на эти цели в современной России. Таким образом можно считать, что одной из причин снижения качества образования в стране является недостаточное обеспечение системы образования ресурсами. Но сравнительно не высокий уровень расходов на образование не может служить основной причиной столь значительного снижения качества образования.

Для анализа проблем управления системой образования необходимо принять во внимание переход от индустриальной экономики к постиндустриальной экономической системе, произошедший в развитых странах и происходящий в современной России [5]. Этот переход сопровождается принципиальными изменениями в подходах и методах управления. Эти изменения уже произошли в бизнесе крупнейших международных компаний, в органах управления правительств развитых стран. Этот переход наиболее сложно проходит в третичном секторе экономики – в сфере услуг, к которым относится образование, а также сфере государственного управления в связи с известной проблемой «неэффективности государственного сектора».

Проблеме перехода от административно-контрольного стиля управления, сложившегося в индустриальной экономике, к современным подходам и методам посвящено множество опубликованных работ [7,8,9]. В качестве примеров работы, в которой анализируются общие подходы к решению этой проблемы можно указать работы Т. Питерса, Дж. Седдона [7,8]. Проблема управления в российской системе образования можно проанализировать на основе сопоставления современных принципов управления и принципов управления, реализуемых в российской системе образования. Например, Дж. Седдон формулирует первичные принципы современного управления следующим образом: работа всегда должна быть ориентирована на потребителя; улучшать её должен тот, кто её выполняет; сфера услуг отличается от производства большим разнообразием требований клиентов, и быстро адаптиро-

ваться к этой ситуации может только человек; от административно-командного стиля менеджмента надо полностью отказаться.

В российской системе образования используются походы и методы, основанные административно-контрольном стиле управления [10]. Обеспечение качества осуществляется в форме архаичной командно-контрольной системы, основанной на применении приказов, стандартов и контроля, которая, будучи унаследована от индустриальной экономики, неэффективна, и не конкурентоспособна в современных условиях [7,8,9]. Именно управление, основанное на административно-контрольном стиле является основной причиной падения качества образования и эффективности формирования в ней человеческого капитала.

Таким образом решение проблем стратегии формирования человеческого капитала в системе образования связано с переходом к современным методам управления, отказом от административно-командного стиля, увеличением финансирования образования.

Список литературы

1. Becker Gary S. Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis, with Special Reference to Education. 3 rd. Edition. University Of Chicago Press, 1994. 244 pp.
2. Овсянников А.С. Социально-исторический аспект доходности человеческого капитала в России // Уровень жизни населения регионов России. 2015. № 2 (196). С. 58-64.
3. Басовский Л.Е., Овсянников А.С. Динамика и факторы трудовых доходов в регионах России // Научные исследования и разработки. Экономика. 2014. Т. 2. № 3. С. 50-55.
4. Басовский Л.Е., Басовская Е.Н. Развитие в России экономики неравенства // Журнал экономической теории. 2011. № 4. С. 198-202.
5. Басовский Л.Е., Басовская Е.Н. Постиндустриальные уклады в экономике России. М.: ИНФРА-М, 2017. 159 с.
6. Рейтинг стран мира по уровню расходов на образование // Гуманитарный портал. URL: <https://gtmarket.ru/ratings/global-education-expenditure>.
7. Питерс Т. Представьте себе! Пер. с англ. СПб.: Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2005. 446 с.
8. Seddon J. Freedom from Command & Control. Rethinking Management for Lean Service. New York: Productivity Press, 2005. 232 pp.
9. Tennent K.D. The Age of Strategy: From Drucker and Design to Planning and Porter. In: Bowden B., Muldoon J., Gould A., McMurray A. (eds) The Palgrave Handbook of Management History. Palgrave Macmillan, Cham. 2020. URL: https://doi.org/10.1007/978-3-319-62348-1_36-1
10. Севостьянов Д.А. Образовательные стандарты и кризис образования // Высшее образование в России. 2018. № 4, 2018. С. 57-65.

© Л.Е. Басовский, Е.Н. Басовская, 2020

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ПОЛИТИКИ

УДК 330

ФИНАНСОВАЯ ПОЛИТИКА МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

ОВИННИКОВ ВАДИМ АЛЕКСАНДРОВИЧ

магистрант

Алтайский филиал ФГБОУ ВО Российская академия народного хозяйства и государственной службы при президенте Российской Федерации

*Научный руководитель: Ломова Наталья Григорьевна**к.пс-х.н., доцент**Алтайский филиал ФГБОУ ВО Российская академия народного хозяйства и государственной службы при президенте Российской Федерации*

Аннотация: В статье рассмотрена финансовая политика муниципального образования, ее специфика и особенности. Проанализированы проблемы финансовой политики, а также определены условия, при которых данная политика будет эффективной, а именно согласование финансовой политикой государства при учете особенностей конкретного муниципального образования, а также определение четких планов и стратегий при управлении финансовой политикой.

Ключевые слова: муниципальное образование, финансовая политика, финансовые средства, инструменты финансовой политики, местное самоуправление, муниципальное управление, финансовые проблемы, управление финансами муниципального образования.

FINANCIAL POLICY OF THE MUNICIPALITY

Ovinnikov Vadim Alexandrovich

Abstract: the article discusses the financial policy of the municipality, its specifics and features. The problems of financial policy are analyzed, and the conditions under which this policy will be effective are determined, namely, the coordination of the state's financial policy taking into account the specifics of a particular municipality, as well as the definition of clear plans and strategies for managing financial policy.

Key words: municipal formation, financial policy, financial means, financial policy instruments, local self-government, municipal administration, financial problems, municipal financial management.

Любые отношения, связанные с установлением, укреплением власти называются политикой. Через политическую деятельность осуществляется управление практически всеми сферам жизни общества. Именно поэтому, политика может быть социальной, экономической, военной, культурной, международной, региональной, муниципальной и так далее.

Финансовая политика представляет собой комплекс мероприятий, которые нацелены на максимально эффективное использование имеющихся финансовых ресурсов. Субъектами финансовой политики являются все органы государственной власти, наделенные соответствующими полномочиями. К объектам относят весь комплекс отношений, складывающихся относительно обращения финансов.

Финансовая политика России сталкивается с различными трудностями, в частности с наличием санкций со стороны ряда западных государств, что в целом сказывается на финансовую систему муниципальных образований [3, с. 35].

Снижение финансирования муниципальных образований напрямую влияет на населении регио-

нов страны отрицательно, что сказывается на снижении уровня жизни населения, повышается риск невозвратности кредитов населения, роста инфляции, и финансовая политика муниципального образования призвана решать сложные задачи по формированию и исполнению бюджета муниципального образования [8], направлена на взаимосвязь инвестиционного процесса и инноваций как аспекта инвестиционной привлекательности и финансовой безопасности региона [7, с. 310].

Финансы муниципальных образований призваны обеспечивать местные бюджеты необходимыми ресурсами для реализации возложенных на них полномочий. Муниципалитеты выполняют важнейшие жизнеобеспечивающие функции для населения. Их множественность и существенные различия в финансовых возможностях требуют серьезного, комплексного подхода к организации.

Муниципальное образование, как и любой другой субъект экономики заинтересовано в эффективности использовании имеющихся финансовых средств. Эффективность финансов выражается в поддержании приемлемого уровня деловой активности, формирования тенденции роста доходов и рационального распределения расходов. Муниципальная финансовая политика представляет собой совокупность методов и целей, направленных на максимальную отдачу от использования имеющихся ресурсов для населения отдельной территории [4, с. 110].

Конституционные положения и нормы специального федерального закона, определяющего общие принципы организации местного самоуправления в России, представляют институт местного самоуправления как главный демократический институт, предоставляющий обширные правомочия муниципальному образованию по определению вопросов собственной жизнедеятельности.

При этом на практике осуществление самостоятельного управления делами муниципального образования имеют серьезные проблемы. Обширные правомочия, предоставленные муниципальным образованиям, предполагают и большой объем обязательств, которые обязаны выполнять органы муниципального образования в интересах местного сообщества. При этом с момента принятия специального федерального закона расходные обязательства муниципальных образований непременно увеличиваются, а источники доходов бюджета сокращаются. Так, к примеру, в качестве налоговых ресурсов местных бюджетов в настоящее время законодательством гарантируются лишь налог на землю, налог на имущество физических лиц. Следует отметить, что проблема финансовой политики муниципальных образований серьезно обсуждается как на федеральном, так и на региональном уровне. Дефицит местных бюджетов возмещается федеральным бюджетом, в виде субсидий и направлений финансовых ресурсов. Такая поддержка имеет и отрицательные результаты, так как органы муниципального образования надеются на получении субсидий и реализации определенной деятельности для получения таких субсидий, и даже не пытаются изыскивать собственные источники.

Итак, говорить о подлинной самостоятельности системы муниципальных образований можно лишь тогда, когда у такого муниципального образования имеются собственные ресурсы для обеспечения расходных обязательств, а следовательно, для обеспечения социально-экономического развития местной территории и благосостояния местного населения [6, с. 67].

Управление финансами муниципального образования – это особая деятельность органов публичного управления, урегулированная государственным законодательством и местными нормотворчеством и предполагающая аккумуляцию финансовых ресурсов для обеспечения обязательств муниципального образования. При этом подобная деятельность определяется рядом характерных черт, которые связаны со спецификой организации финансирования местного самоуправления в России. К числу подобных характерных черт относят:

1. Особенности правового характера. Данные особенности связаны с эволюцией института местного самоуправления в России: институт местного самоуправления зародился как система органов с ограниченной компетенцией в Российской империи (так называемые земства), которые в условиях самодержавного политического устройства не смогли стать самостоятельными органами с собственной бюджетной повесткой. Местные советы, которые действовали в Советском государстве, практически осуществляли функцию проведения политики центра на местах. Современное местное самоуправление, переняв историю относительной самостоятельности органов управления муниципальными образованиями, до сих пор не может функционировать на свои ресурсы. Для преодоления данных про-

блем, перестройки финансового управления муниципальным образованием последнее десятилетие деятельно вводится система бюджетирования, ориентированного на результат, происходит отказ от затратного метода. С организационной позиции управление финансами через ориентацию на результат выглядит наиболее результативным, но на практике данная система пока не дает возможности решить проблему поиска собственных ресурсов финансирования бюджетных обязательств муниципального образования. Поэтому, нет возможности говорить об институте местного самоуправления как самостоятельном институте публичного управления в России;

2. Особенности финансового характера. Финансирование муниципальных бюджетных обязательств основывается в основном на налоговых доходах и трансфертах межбюджетного характера. Также, на уровне муниципального образования в качестве главного ресурса налоговых поступлений является налог на доходы физических лиц. Для воздействия на данную статью доходов органы местного самоуправления не имеют прав, так как это налог определяется федеральным законодательством. Местные бюджеты получают отчисления в границах установленных нормативов. Отрицательным фактором для финансовой самостоятельности муниципальных образований выступает низкая результативность использования имущества, которое составляют муниципальную собственность. Во многих муниципальных образованиях доходы от использования муниципального имущества не превышают 20%. Следовательно, финансирование муниципальных бюджетов идет в основном за счет направления ресурсов регионального и федерального бюджетов;

3. Особенности организационного характера. С позиции организации управления финансами муниципального образования также есть отрицательные тенденции. Управление финансами муниципального образования определяется низким внедрением информационных технологий, а следовательно, отсутствием перманентного мониторинга эффективности и корректировки управления исходя из итогов мониторинга [5, с. 17].

Финансовая сторона деятельности местных органов самоуправления вызывает крайне неоднозначную реакцию. Чаще всего финансовое положение муниципалитетов определяется с позиций нестабильности и недостаточности. В данной связи формирование политики муниципалитета в сфере финансов выступает необходимым элементом его деятельности в современных условиях. Она формируется за счет таких ее составных частей: политика в области бюджета и в области экономического развития территории. При этом любые политические вопросы могут быть решены лишь при четком определении целей и задач. Главными целями политики муниципальных образований в сфере финансов являются:

- максимальное поступление средств в местный бюджет, в частности за счет развития реального сектора подведомственной территории;
- увеличение реальных доходов граждан, что обеспечивает рост поступлений в местный бюджет от налога на доходы физических лиц;
- увеличение уровня и качества жизни жителей муниципалитета.

Полагаем, что финансовая политика в муниципальном образовании может рассматриваться как совокупность отношений, появляющихся в процессе развития главных целей и задач муниципалитетов.

Концепция финансовой политики муниципальных образований образования должна согласовываться с общегосударственной финансовой политикой, при этом исходить из специфики территории. Она является базисом, на основе которого затем формируются финансовые программы.

Программа финансового развития местных бюджетов [2, с. 37] должна раскрывать концептуальные основы бюджетной политики муниципального образования. В завершении нужна разработка плана финансового развития муниципального образования. Лишь те планы в сфере финансов и бюджета дадут ожидаемый социально-экономический результат, которые выработаны на базе адекватных программ социально-экономического развития, в основе которых, в свою очередь, положена четкая, продуманная и отвечающая интересам и потребностям территории концепция [1].

Таким образом, финансовая политика муниципальных образований схожа с финансовой политикой государства. Отличие состоит в используемых инструментах и масштабах территории.

Список литературы

1. Кириллова С.С., Сибилев М.С. Муниципальная политика в области финансов: формирование и проблемы реализации. Материалы конференции. Мичуринский государственный аграрный университет 11 февраля 2018. - URL: <https://izron.ru/articles/aktualnye-problemy-menedzhmenta-i-ekonomiki-v-rossii-i-za-rubezhom-sbornik-nauchnykh-trudov-po-itoga/sektsiya>.
2. Аблатипов В.В. Финансовая политика государства: понятие и характеристика // Социально-экономическое и политическое развитие территории. – 2018. – № 2. – С. 37-40.
3. Данилов Ю., Пивоваров Д. Финансовая структура в России: выводы для государственной политики // Вопросы экономики. – 2018. – № 3. – С. 30-47.
4. Лавренко Е.А. Сущность и особенности финансовой политики муниципального образования // International journal of advanced studies in education and sociology/ - 2018. - №1. - С. 110-116.
5. Назарова Т.О. Проблемы и направления повышения эффективности функционирования местных бюджетов // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. - 2018. - №4. - С. 17 - 21.
6. Рафиев, Р. Б. Проблемы управления муниципальными финансами / Р. Б. Рафиев. // Молодой ученый. - 2018. - № 1 (187). - С. 67-69.
7. Синицын А.В., Копеин В.В. Взаимосвязь инвестиционного процесса и инноваций как аспекта инвестиционной привлекательности и финансовой безопасности региона // Экономика и предпринимательство. – 2019. – № 1 (102). – С. 310-315.
8. Эмирханова Н.Н. Современная финансовая политика РФ, ее цели и типы // Механизм реализации стратегии социально-экономического развития государства. – 2018. – № 2.

НАУЧНОЕ ИЗДАНИЕ

**СОВРЕМЕННАЯ ЭКОНОМИКА:
АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ, ДОСТИЖЕНИЯ И ИННОВАЦИИ**

Сборник статей

Международной научно-практической конференции

г. Пенза, 25 ноября 2020 г.

Под общей редакцией

кандидата экономических наук Г.Ю. Гуляева

Подписано в печать 26.11.2020.

Формат 60×84 1/16. Усл. печ. л. 10,56

МЦНС «Наука и Просвещение»

440062, г. Пенза, Проспект Строителей д. 88, оф. 10

www.naukaip.ru