МЕЖДУНАРОДНЫЙ ЦЕНТР НАУЧНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА
«НАУКА И ПРОСВЕЩЕНИЕ»

НАУКА и ПРОСВЕЩЕНИЕ
МЕЖДУНАРОДНЫЙ ЦЕНТР НАУЧНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА

НОВЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

СБОРНИК СТАТЕЙ IV МЕЖДУНАРОДНОЙ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ,
СОСТОЯВШЕЙСЯ 15 АПРЕЛЯ 2021 Г. В Г. ПЕНЗА

ПЕНЗА
МЦНС «НАУКА И ПРОСВЕЩЕНИЕ»
2021

УДК 001.1
ББК 60
Н76

Ответственный редактор:
Гуляев Герман Юрьевич, кандидат экономических наук

Н76
НОВЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ: сборник статей IV Международной научно-практической конференции. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2021. – 114 с.

ISBN 978-5-00159-807-7

Настоящий сборник составлен по материалам IV Международной научно-практической конференции «**НОВЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ**», состоявшейся 15 апреля 2021 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.), 2021
© Коллектив авторов, 2021

ISBN 978-5-00159-807-7

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
Казданян 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
Оробец 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 6

АНАЛИЗ ДОХОДОВ МЕСТНЫХ БЮДЖЕТОВ И РЕЗЕРВЫ ИХ РОСТА (НА ПРИМЕРЕ ГО Г.СИБАЙ РЕСПУБЛИКИ БАШКОРТОСТАН)
АИТКУЖИНА ГУЛЬНАЗ ДАЯНОВНА 7

МЕНЕДЖМЕНТ 10

СИСТЕМА МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА КАК ИНСТРУМЕНТ КРИЗИС-МЕНЕДЖМЕНТА НА ПРИМЕРЕ УПРАВЛЕНИЯ ИНФРАСТРУКТУРОЙ ОРГАНИЗАЦИИ МЕТАЛЛУРГИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ
ЛЕВШИН ЛЕВ МИХАЙЛОВИЧ, ТРОШКОВА ЕКАТЕРИНА ВИКТОРОВНА 11

БИЗНЕС-МОДЕЛИ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ ПРЕДПРИЯТИЙ
МАЛЫШЕВА ЛАРИСА АНАТОЛЬЕВНА, ХАРЛАМОВА ОЛЬГА ГЕННАДЬЕВНА 15

ОКАЗАНИЕ ГОСУДАРСТВЕННЫХ И МУНИЦИПАЛЬНЫХ УСЛУГ В МФЦ И КАК ПОЛЬЗОВАТЬСЯ ЛИЧНЫМ КАБИНЕТОМ
ГАРЕЕВА АДЕЛИНА РАДИКОВНА 19

КОНТРОЛЛИНГ КАК КОНЦЕПЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ КОМПАНИЕЙ
ДОЛИНСКИЙ НИКОЛАЙ ИВАНОВИЧ, ГОЛУБЦОВА ЮЛИЯ АНДРЕЕВНА,
БЫКОВА ЕВГЕНИЯ СЕРГЕЕВНА 22

МАРКЕТИНГ 26

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СТАНОВЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА
ДЕНДЕРЯ ЕЛИЗАВЕТА АНДРЕЕВНА 27

ФОРМИРОВАНИЯ БРЕНДА ОРГАНИЗАЦИИ
МАРИНОВА ЮЛИЯ ДМИТРИЕВНА 33

АНАЛИЗ СИСТЕМЫ МЕРЧЕНДАЙЗИНГА, ВЫЯВЛЕНИЕ ПРОБЛЕМ И РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИХ УСТРАНЕНИЮ В ОРГАНИЗАЦИИ
ПЕТЕНЕВА АНАСТАСИЯ АЛЕКСАНДРОВНА 36

МАРКЕТИНГОВЫЙ МАССИВ ФУТБОЛЬНЫХ КЛУБОВ
ВРОНКО МИРОСЛАВ ОЛЕГОВИЧ 39

ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ 44

ВЛИЯНИЕ ФАКТОРОВ ВНУТРЕННЕЙ И ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАЗАХСТАНСКИХ БАНКОВ
ШОПАШЕВА АЛЕКСАНДРА САЙРАНОВНА 45

ЭВОЛЮЦИЯ И СОВРЕМЕННАЯ ТРАКТОВКА ПОНЯТИЯ «ФИНАНСЫ» В РОССИЙСКОЙ ФИНАНСОВОЙ ШКОЛЕ
КОРЖ ВЛАДИСЛАВ БОРИСОВИЧ 54

СОДЕРЖАНИЕ И ВИДЫ РИСКОВ
ЕРДАВЛЕТОВ ДАНИЯР НАГМАРОВИЧ 58

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ, АНАЛИЗ И АУДИТ 61

CONSTRUCTION OF AN ANALYTICAL MODEL OF THE COST OF PRODUCTION OF LLP «ALTYN-ZHARKY» ON THE BASIS OF A MARGINAL APPROACH
SHAULIYEVA ZHAISANA BIRZHANOVNA, NURZHANOVA INDIRA SOVETOVNA 62

ПРОБЛЕМЫ УЧЕТА И АУДИТА ПРИ АНАЛИЗЕ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ
МАРУФИ ВАЛЕРИЯ ВАЛЕРЬЕВНА, БАИШЕВА ЕНЛИК ДОСЖАНОВНА 68

ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ТРУДА И ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ В ЭКОНОМИКЕ ОРГАНИЗАЦИИ
МАМЕДБЕКОВА МАРИНА ИЛЬГАМОВНА 73

РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА 76

РОЛЬ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ УГОДИЙ В РАЗВИТИИ НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ
СЕРГЕЕВА ЛАРИСА ВИКТОРОВНА 77

ПРОТИВОДЕЙСТВИЕ КОРРУПЦИИ В ГОСУДАРСТВЕННОМ И МУНИЦИПАЛЬНОМ УПРАВЛЕНИИ НА УРОВНЕ СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ
КОСТРОМИНА АЛЁНА АЛЕКСЕЕВНА, СИНИЧКИНА НАТАЛЬЯ ДМИТРИЕВНА 81

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ 85

ФИНАНСОВАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ И СИСТЕМА ПОКАЗАТЕЛЕЙ ДЛЯ ЕЕ ОЦЕНКИ
АГИШЕВ АРТЕМ РУСЛАНОВИЧ 86

ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ЗАКУПОК ДЛЯ УДОВЛЕТВОРЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ И МУНИЦИПАЛЬНЫХ НУЖД
ЯРМОЛЕНКО КИРИЛЛ ДМИТРИЕВИЧ 91

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ЭКОНОМИКИ 94

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ В ИРКУТСКОЙ ОБЛАСТИ
ПЕРФИЛЬЕВА ЮЛИЯ ВЛАДИМИРОВНА, ЗИНКЕВИЧ АНАСТАСИЯ ИГОРЕВНА 95

ДИНАМИКА ОБОРОТА ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ ПО ТРУДОВЫМ ФАКТОРАМ (НА ПРИМЕРЕ КРАСНОЯРСКОГО КРАЯ)
ПОКЛОНОВА ЕЛЕНА ВЛАДИМИРОВНА, ЩЕГЛОВА АНАСТАСИЯ АНДРЕЕВНА 99

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ СТАТИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ОСНОВНЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ КРАСНОЯРСКОГО КРАЯ
ПОКЛОНОВА ЕЛЕНА ВЛАДИМИРОВНА, ДОВЖЕНЮК КАРИНА ВАЛЕРЬЕВНА 103

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ СОЦИОЛОГИИ 109

ОСНОВНЫЕ СПОСОБЫ ОНЛАЙН-КОММУНИКАЦИИ
БОГОВА ХРИСТИНА СТАНЧЕВА 110

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

УДК 330

АНАЛИЗ ДОХОДОВ МЕСТНЫХ БЮДЖЕТОВ И РЕЗЕРВЫ ИХ РОСТА (НА ПРИМЕРЕ ГО Г.СИБАЙ РЕСПУБЛИКИ БАШКОРТОСТАН)

АИТКУЖИНА ГУЛЬНАЗ ДАЯНОВНА
Студент
СИ БашГУ «Сибайский институт (филиал) Башкирского государственного университета»

Научный руководитель: Насыров Газинур Маратович
Заместитель декана по научной работе, к.э.н.
СИ БашГУ «Сибайский институт (филиал) Башкирского государственного университета»

Аннотация: основное содержание исследования составляет анализ доходов местных бюджетов и резервы их роста на примере ГО г. Сибай Республики Башкортостан и рассматриваются пути повышения их эффективности.
Ключевые слова: доходы, бюджет, резерв, экономика, бюджетный учет.

ANALYSIS OF LOCAL BUDGET REVENUES AND RESERVES OF THEIR GROWTH (ON THE EXAMPLE OF THE CITY OF SIBAY OF THE REPUBLIC OF BASHKORTOSTAN)

Aitkuzhina Gulnaz Dayanovna

Scientific adviser: Nasyrov Gazinur Maratovich

Abstract: the main content of the study is the analysis of local budget revenues and their growth reserves on the example of the city of Sibay of the Republic of Bashkortostan and the ways to improve their efficiency are considered.
Key words: income, budget, reserve, economy, budget accounting.

Особую роль в финансовом обеспечении деятельности органов муниципалитета принадлежит бюджету муниципального образования, в связи с этим, формирование местного бюджета и управление ими становятся приоритетными и весьма важными для жителей, которые проживают на территории муниципальных образований.

Целью государственных финансов на федеральном уровне является обеспечение финансирования особо значимых проектов, в то время как целью местных бюджетов является финансирование повседневных затрат на этой местности, это означает что, эти расходы максимально приближены к потребностям населения. Непосредственно от того, в какой степени результативно функционирует местные бюджеты, зависит на сколько качественно предоставляются блага и услуги, потребляемые жителями в данной территории.

Создание и исполнение бюджета муниципального образования базируется на таких принципах как самодостаточностью бюджета, достоверностью, полноты отражения доходов и расходов бюджета, государственной финансовой поддержки, гласности формирования и использования финансовых ресурсов.

Самодостаточность местного бюджета обеспечивается за счет множества факторов, перечислим же основные из них:

– имеющееся в достаточном количестве для покрытия расходов, доходной части бюджета;

– муниципальные образования имеют право по собственному усмотрению распределять доходную часть местного бюджета в направлении их необходимости;

– при образовании дополнительного и положительного дохода бюджета, муниципальное образование в праве расходовать его по своему усмотрению;

– образовавшееся перерасходование местного бюджета может быть восполнено из федерального или республиканского бюджета, исходя уже из расходов, на которые были направлены средства.

Но в то же время кроме определенной свободы в плане направления денежных средств на развитие муниципального образования и его поддержку, имеется глобальная проблема привлечения и обеспечения собственной финансовой самостоятельности, особенно остро данная проблема ощутима во время активного социально-экономического роста и развития периферийных регионов.

Проведем оценку самодостаточности финансового обеспечения муниципального образования. На рисунке 1. представлены пути формирования доходной части бюджета муниципального образования [1].

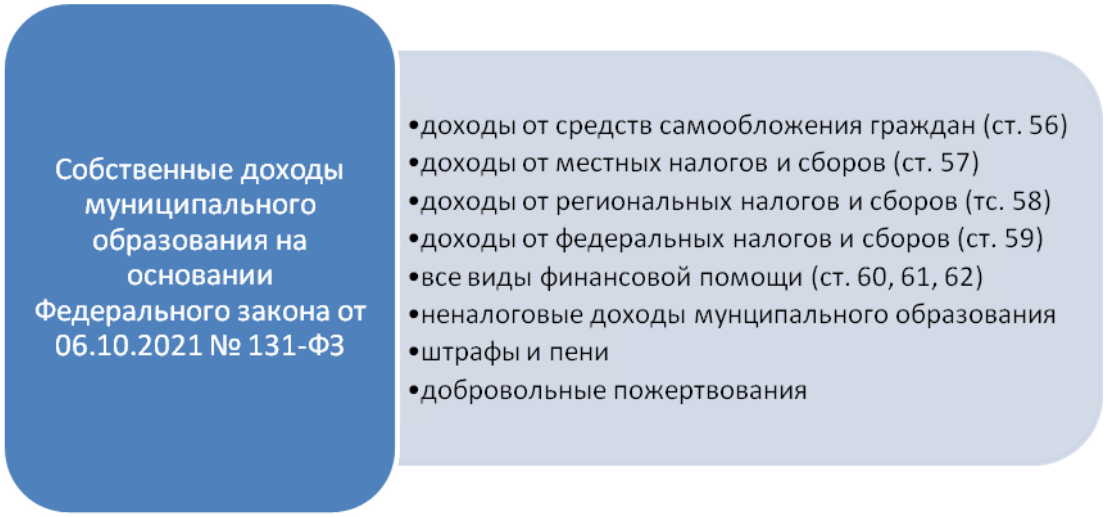

Рис. 1. Пути формирования доходной части бюджета муниципального образования

Таким образом, доход местного бюджета складывается из налоговых и неналоговых видов, а также образуется за счет возмездных и не возмездных перечислений.

Обеспеченность муниципалитетов местными финансовыми ресурсами напрямую зависит от развитости межбюджетных отношений, которые в настоящее время несовершенны и не решают многих текущих проблем местного самоуправления. Централизация финансовых средств в федеральном бюджете и бюджетах субъектов, наличие значительных встречных финансовых потоков между бюджетами всех уровней, огромный дефицит местных бюджетов - все это лишает органы местного самоуправления возможности решать важные для населения проблемы.

Имеются некоторые определенные запасы и источники повышения степени финансово-экономической самодостаточности местного бюджета, которые рассмотрим ниже.

1. Повышение самодостаточности путем перераспределения налоговых доходов, то есть перераспределение налоговых доходов между федеральным центром, субъектами федерации и местными бюджетами в пользу последних.

2. Развитие экономики местного бюджета, увеличение его финансово-экономического возможностей. Тут подразумевается усовершенствование экономики в данной территории, ее структурная перестройка в пользу наиболее современных сфер экономики и производств, диверсификация и научно-

техническое развитие экономики муниципального образования.

3. Привлечение региональных сообществ в формирование и развитие муниципальных образований.

Также, по моему мнению, следует повысить меры по недопущению выплат заработной платы «в конвертах». Такая заработная плата выгодна не работнику (не производятся отчисления в ПФ, ФОМС, ФСС), а работодателю в виду высокой ставки единого социального налога, которая составляет 34%. Необходимо пересмотреть размер ставки ЕСН и тем самым способствовать недопущению выплат заработной платы «в конвертах». Одновременно мы считаем, что единую ставку налога на доходы физических лиц (13%) также необходимо экономически обоснованно пересмотреть в сторо-установления прогрессирующей шкалы налогообложения доходов.

Список литературы

1. Федеральный закон от 06.10.2003 № 131-ФЗ (ред. от 29.12.2020) «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» (с изм. и доп., вступ. в силу с 23.03.2021) // Консультант Плюс [сайт]. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_44571/ (дата обращения 10.03.2021)

2. Арбатская Ю.В. О совершенствование системы муниципального стратегического планирования как территориального развития России/ под редакцией Е.В. Гриценко, В.П. Мохова. - Пермь, 2014. – 529 С.

3. Бушмин Е.В. Государственные и муниципальные доходы как составная часть бюджетной системы РФ / Е.В. Бушмин. - М.: РЭУ ИМ, Г.В. Плеханова, 2012.-516 С.

4. Программа повышения эффективности управления общественными (государственными и муниципальными) финансами на период до 2018 года: распоряжение Правительства Российской Федерации от 30. 12. 2013 № 2593 – р

5. Мартыненко С. В. Регионам нужна помощь / С. В. Мартыненко // Бюджет. – 2014. - № 5. - С. 28 - 32.

МЕНЕДЖМЕНТ

УДК 005.62/669.01/.09

СИСТЕМА МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА КАК ИНСТРУМЕНТ КРИЗИС-МЕНЕДЖМЕНТА НА ПРИМЕРЕ УПРАВЛЕНИЯ ИНФРАСТРУКТУРОЙ ОРГАНИЗАЦИИ МЕТАЛЛУРГИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ

ЛЕВШИН ЛЕВ МИХАЙЛОВИЧ,
к.э.н., доцент
ТРОШКОВА ЕКАТЕРИНА ВИКТОРОВНА
к.э.н., доцент
ФГБОУ ВО «Сибирский государственный университет науки и технологий им. академика М.Ф. Решетнева

Аннотация: идентифицированы проблемы организации металлургической отрасли, связанные с износом оборудования. ISO 9001:2015 представлен как инструмент поиска коренных причин и приоритетных действий по улучшению.
Ключевые слова: ISO 9001:2015, инфраструктура, металлургическая отрасль, коренная причина, износ оборудования, управление, улучшение.

QUALITY MANAGEMENT SYSTEM AS A CRISIS MANAGEMENT TOOL ON THE EXAMPLE OF INFRASTRUCTURE MANAGEMENT ORGANIZATIONS OF THE METALLURGICAL INDUSTRY

Levshin Lev Mikhailovich,
Troshkova Ekaterina Viktorovna

Abstract: identified the problems of the organization of the metallurgical industry associated with the wear and tear of equipment. ISO 9001: 2015 is presented as a tool for finding root causes and priority actions for improvement.
Key words: ISO 9001: 2015, infrastructure, metallurgical industry, root cause, equipment wear, management, improvement.

Металлургия — это классическая отрасль мировой промышленности, но последние годы глобальный рынок бросает ей серьезные вызовы. Пройдя период слияний и поглощений, выстраивания вертикальных цепочек создания ценностей и специализации на рынках и отдельных нишах, все корпорации и предприятия находятся под перманентным давлением снижения выручки и прибыли. На этом фоне эффективность производства, операционная эффективность, минимизация затрат выходят на первый план [1]. Российские предприятия, корпорации и группы компаний выбирают собственный путь в достижении эффективности. Одни разрабатывают собственные программы эффективности, другие внедряют мировой стандарт WCM (World Class Manufacturing), третьи развивают уникальные Бизнес-системы. Кто-то внедряет системы материнских международных корпораций, кто-то применяет требо-

вания ГОСТ Р ИСО 9001-2015 [2] и/или методы Бережливого производства. Естественно, все они достигают различных результатов с учетом специфики производственной культуры в российской металлургии. Результаты анализа отчета THE ISO SURVEY за 2019 год, проведенного В.Я. Белобрагиным подтверждают возвращение данных по выданным сертификатам на соответствие требованиям ИСО 9001 в производстве основных металлов и металлических изделий на уровень 2016 года: 2016 г. - 106 в мире и 46 в РФ; 2019 г. –107 в мире и 45 в РФ [3,4].

Металлы на сегодняшний день остаются основным конструкционным материалом, и без развитого металлургического комплекса невозможен прогресс в большинстве отраслей экономики. Металлургический комплекс – это взаимообусловленное сочетание следующих технологических процессов: добыча и подготовка сырья к переработке (добыча, обогащение, агломерирование, получение необходимых концентратов и др.); металлургический передел – основной технологический процесс с получением чугуна, стали, проката черных и цветных металлов, труб и др.; производство сплавов; утилизация отходов основного производства и получение из них различных видов продукции. В зависимости от сочетания этих технологических процессов выделяются следующие типы производств в металлургическом комплексе. Производства полного цикла, которые представлены, как правило, комбинатами, в которых одновременно действуют все названные стадии технологического процесса. Производство неполного цикла – это предприятия, в которых осуществляются не все стадии технологического процесса.

Металлургический комплекс состоит: черная и цветная металлургия, то есть совокупность связанных между собой отраслей и стадий производственного процесса от добычи сырья до выпуска готовой продукции – черных и цветных металлов и их сплавов. К черным металлам относят железо, марганец, хром. Все остальные - цветные. Исследуемое предприятие относится к производителям цветных металлов. В представленной организации имеется перечень проблем, которые являются «типовыми» для организаций нашей страны. Вопросы, которые освещаются в этой статье, относятся к проблеме критического износа оборудования, коренной причиной которого в частности, является «несвоевременное» инвестирование в инфраструктуру.

Система менеджмента качества (СМК) на базе ГОСТ Р ИСО 9001-2015 [2] в данном случае использования является инструментом, при помощи которого происходило «выявление коренных причин» и «формулирование приоритетных действий». Представление деятельности организации в виде процессно-ориентированной модели с идентификацией в ней критических рисков, дало в результате набор «очевидных выводов».

Нами проанализирован сервис организации с точки зрения управления оборудованием. Определены производственные проблемы с точки зрения оборудования: высокая степень износа (ветхость) парка оборудования; оборотное водоснабжение, используемое для охлаждения основного технологического оборудования не соответствует требованиям технического регламента (высокая температура, низкое качество воды, забитие рубашек оборудования известковым камнем). Определены проблемы ремонтных служб: отсутствует унифицированное оборудование, вследствие этого проблематично создать запас комплектующих, запасных частей; на большинство единиц оборудования отсутствует техническая документация; отсутствует необходимая ремонтная база; ремонт оборудования проходит по факту поломки, не работает система планово-предупредительного ремонта (ППР); отсутствует статистика по отказам оборудования, что ведет к невозможности составления плана закупок комплектующих запасных частей, инструментов и принадлежностей (ЗИП) на 2020 год. Предложены «приоритетные» действия для единиц оборудования, без которых в принципе невозможно реализовать план выпуска готовой продукции. Для оборудования SM 100* SII-3L и Помещение 131 «вертолёт» установлены контролируемые параметры в трех временных периодах (табл. 1-2).

Результаты «мозгового штурма» группы экспертов приведены ниже:

1) не проводится работа по «предупреждениям»;
2) не ведется (не используется) статистика «отказов» и их «причин»;
3) система показателей «сервиса» должна быть увязана с достижением показателей удовлетворяющих «производство».

Таблица 1

Контролируемые параметры для SM 100* SII-3L

t1 (перед началом работы)	t2 (в момент проведения работы)	t3 (после окончания проведения работ при оценке параметров готовой продукции)
1. Электропитание (да/нет)		
2. Центрифуга (да/нет)	Работает тихо без вибрации	Снижение V вакуума
3. Давление манометра (норма)		Вопросы, возникающие при аттестации
4. Норма вакуума		
5. Значение температуры кондиционера		Повышение t° кондиционера
6. При первом запуске оценить работу на наличие посторонних шумов (да/нет)		
7. Исправность гидрозажимного патрона (исправность)		

Таблица 2

Контролируемые параметры Помещение 131 «вертолёт»

t1 (перед началом работы)	t2 (в момент проведения работы)	t3 (после окончания проведения работ при оценке параметров готовой продукции
1. Электропитание	Параметры в момент проведения работ будут оценены с развитием зрелости сбора информации по статистике отклонений в работе станка	
t1 (перед началом работы)	t2 (в момент проведения работы)	t3 (после окончания проведения работ при оценке параметров готовой продукции
2. Усилие на ручку подача червячная передача «моментный ключ»		
3. Работа насоса подача СОЖ		
4. Отсутствие посторонних шумов при вращении диска?		

Руководителям ремонтных служб необходимо:

– обеспечить минимальный запас комплектующих и запасных частей для основных единиц оборудования, позволяющий в кратчайшие сроки проводить ремонт;

– приступить к выполнению работы с привлечением специалистов сторонних организаций по составлению схем основных узлов оборудования и станков;

– составить перечень (план-график) мероприятий по доведению системы оборотного водоснабжения до уровня требований производственных участков;

– выделить основные единицы оборудования (основные узлы оборудования), для которых регулярно проводить ППР;

– в целях унификации парка оборудования при приобретении новых единиц оборудования принимать участие в обсуждении выбора конкретных моделей, при составлении договоров/контрактов

на приобретение оборудования прилагать к договору/контракту список необходимой для ремонтных служб технической документации;

– выбрать подрядные организации, с которыми возможно заключить договора на проведение ремонтных работ;

– провести ревизию основного оборудования по направлениям деятельности;

– запросить в бухгалтерии информацию по ежемесячной закупке ЗИП на оборудование, для сбора статистики по отказам (период – 3 года);

– при внесении дорогостоящих позиций в план закупок на 2020 год, требующих длительных закупочных процедур – закупочные процедуры проводить заранее, а не по факту выхода из строя ЗИП.

Результатами работы стали выводы, которые наверняка были «понятны» с самого начала многим специалистам, суть работы в том, что при помощи СМК организации проведен «ретроспективный анализ» связывающий причины «проблем» организации с перечнем их последствий.

Список литературы

1. Репин, В. В. Бизнес-процессы. Моделирование, внедрение, управление / В.В. Репин. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2012. – 512 с.

2. ГОСТ Р ИСО 9001-2015. Системы менеджмента качества. Требования. – Введ. 2015-11-01. [Электронный ресурс] // СПС «Консультант Плюс»: Законодательство: Версия Проф. – URL: http://www.consultant.ru (дата обращения 10.04.2021).

3. Белобрагин В. Стабилизация: анализ отчета THE ISO SURVEY — 2019/В.Я. Белобрагин//Стандарты и качество.-2020.-№ 12 (1002)-С.88-95.

4. Белобрагин В. Уверенная поступь стандартов ИСО версии 2015 г. анализ отчета THE ISO SURVEY – 2016/В. Белобрагин// Стандарты и качество.-2017.-№ 12.-С.89-95.

© Левшин Л.М., Трошкова Е.В., 2021

УДК 658.014

БИЗНЕС-МОДЕЛИ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ ПРЕДПРИЯТИЙ

МАЛЫШЕВА ЛАРИСА АНАТОЛЬЕВНА,
д.э.н., доцент,
ХАРЛАМОВА ОЛЬГА ГЕННАДЬЕВНА
Старший преподаватель
ФГАОУ ВО «Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б.Н. Ельцина»
Бизнес-школа УрФУ, Екатеринбург

Аннотация: Цифровизация привносит новые бизнес-модели, которые приходят на смену традиционным и меняют способы зарабатывания денег. Структурирование бизнес-моделей по типам рынков дает возможность анализа и планирования идеальной модели. В условиях цифровизации более подходящими являются модели зрелости. Из-за того, что рынки пока не развиты, а переход от одной модели к другой осуществляется синхронно с развитием рынка.
Ключевые слова: бизнес-модели, модели зрелости, стратегия

BUSINESS MODELS OF DIGITAL TRANSFORMATION OF ENTERPRISES

Malysheva Larisa Anatol'evna,
Kharlamova Olga Gennad'evna

Abstract: Digitization is bringing new business models to replace traditional ones and change the way people make money. Structuring business models by market type enables analysis and planning of the ideal model. In a digital environment, maturity models are more appropriate. Due to the fact that the markets are not yet developed, and the transition from one model to another is carried out synchronously with the development of the market.
Key words: business models, maturity models, strategy.

Стремительное развитие технологий, передел рынков, цифровизация привели к существенным изменениям внешнего окружения. Многие компании не задумываются о смене бизнес-модели и продолжают работать в привычном формате: разрабатывают долгосрочные стратегии, оптимизируют бизнес-процессы, внедряют технологии бережливого производства. Это необходимые, но не достаточные действия для конкурентного преимущества в долгосрочной перспективе.

Несмотря на большое количество публикаций, посвященных цифровизации, исследований и рекомендаций для промышленных предприятий недостаточно. Стоит отметить работы А.И. Боровкова, А. Прохорова, М. Лысачева [1], П. Биленко, С. Ночовникова, С. Костякова, С.Н. Брускина, О.В. Китовой [2], Н.П. Иващенко [3], Б. Гарифуллина, В.Зябрикова [4] и др.

На смену традиционным концепциям менеджмента приходят технологии бережливого стартапа Lean Startup, UNIT-экономика, платформенные решения и др. Компании с более высокой степенью автоматизации приобретают конкурентное преимущество из-за работы с данными, искусственного интеллекта и других. Производственным компаниям сложно перестроиться в силу инерционности и масштаба. Усиливается запрос на новые бизнес-модели и алгоритмы перехода от существующих – к прорывным.

Термин «Бизнес-модель» уже никого не удивляет. Он появился в начале 90-х, но особую попу-

лярность приобрел после публикации известной книги Александра Остервальдера [5]. Начиная с 2005 года, количество публикаций о бизнес-моделях приблизилось к 1000 в год, а сейчас их стало кратно больше, т.к. добавились бизнес-модели для цифровой среды. При этом есть сложности их использования, связанные с отсутствием алгоритмов внедрения, границ применимости, абстрактности, описательного характера.

В данной статье рассматриваются отличия традиционных бизнес-моделей от цифровых.

Анализ традиционных бизнес-моделей

Долгое время под бизнес-моделями понимали графическое описание компании или набор структурированных принципов, объясняющих системность и логику функционирования компании. При этом не было единого мнения, что считать бизнес-моделью, а что нет. В последнее время появились публикации, уточняющие подходы к их формулировке. Например, в статье А. Соолятэ [6] указаны два варианта формулировок: ориентированные на внешние факторы (рынок, клиента, продукт) и на внутренние (бизнес-процессы, структуру и др.).

Интересен подход А. Кулижского, который разделяет бизнес-модели, пригодные для анализа (AS IS) и планирования (TO BE). Ему же принадлежит классификация по уровням [7].

1. Модели стратегического анализа (SWOT, PESTEL, BCG и др.);
2. Модели стратегий (7S, модель Портера, модель Shell, модель Хофера-Шендела и др.);
3. Модели (в т.ч. стандарты) различных систем управления качеством, финансами, клиентами, и пр. (CRM, SCM, BSC, TQM, ISO, PMI, KPI, MBO, HRM и т.д.);
4. Референтные модели (типовые отраслевые решения, которые могут служить для других компаний примером для подражания);
5. Сущностные бизнес-модели (Цепочка ценности, модель Захмана, модель самообучающейся организации, архитектурные модели и др.)

В Сборнике материалов научно-практической конференции МГУ приведена типология бизнес-моделей и ретроспектива понятия «бизнес-модель» [3]. Для дальнейших рассуждений будем опираться на определение В. Котельникова: «Бизнес-модель предприятия — это отображение уже существующего или планируемого в будущем бизнеса (компании, проекта) в такой форме, которая может наглядно демонстрировать все значимые свойства и особенности предприятия, связанные с его способностью получать прибыль и быть конкурентоспособным» [8].

Наша классификация традиционных бизнес-моделей делит их на три категории [9]. Отличительной особенностью классификации является привязка к типу рынка: монополии, олигополии, конкуренции, монопсонии. При таком подходе модели становятся пригодными и для анализа, и для планирования.

1. Инструментарий, например, матрица BCG, матрица Ансоффа и др.
2. Концепции в рамках функциональных областей, например, управления бизнес-процессами, управления товарно-материальными потоками, стоимостью, качеством и т.д.
3. Модели зрелости, охватывающие все стороны организации, и представляющие собой хорошо структурированные фреймворки, например, модели зрелости управления проектами (OBM3), функциональных возможностей организации (CMMI), премия в области качества (EFQM) и др.

Наша классификация бизнес-моделей в привязке к разным рынкам получила название ДинаМИКС © - Динамическая Модель Изменения Корпоративных Стратегий. Опирается на жизненный цикл рынка, который, с одной стороны описывает полный набор возможных ситуаций, а с другой, хорошо совмещается с моделями зрелости.

Отличительной особенностью традиционных моделей является то, что они одновременно присутствуют в настоящем времени в разных отраслях и на разных рынках. Чего нельзя сказать о цифровых моделях, которые только формируют рынок и требуют определенного уровня развития технологий, данных, уровня автоматизации и цифровизации.

По нашему мнению, наиболее перспективными для формирования бизнес-моделей цифровизации являются модели зрелости. Они строятся по принципу самооценки на основе измеримых показателей.

Анализ цифровых бизнес-моделей

Модель А. Остервальдера наиболее популярна для традиционных отраслей. Однако, на ее основе сделано множество аналогов, применительно к цифровым стартапам и бизнесам: Ash Maurya, Bob Appolo. Богдана Дарнота и Питера Аугтона, Фила Престона, Джейн Конбёрг и Аллана Райана и многих других.

В то же время, появилось большое количество новых бизнес-моделей, описывающих способ зарабатывания денег [10]. В книге [11] рассматриваются отличия цифровой и традиционной бизнес-моделей, в привязке к элементам модели А. Остервальдера.

Авторы отмечают новые типы потребительских сегментов и новые методы исследования потребителей – Customer Journey Map. Новые методологии формирования ценностного предложения – Lean Startup и Customer Development. Новые каналы продвижения и информирования, взаимодействия с заказчиками, омниканальность. Отмечаются новые источники доходов: комиссионная модель, рекламная, подписочная, краудфандинг. В качестве ключевых ресурсов – наличие платформы и использование цифровых технологий.

Выделены шаблоны цифровых бизнес-моделей: Freemium, открытый код, платформа и экосистема. Данная классификация, по нашему мнению, задает уровни зрелости платформенного решения, и ей соответствует подход Питера Вайла и Стефани Ворнер [12].

Авторы рассматривают 4 базовые стратегии компаний, структурированные по двум принципам: знание клиента (частичное-полное) и структуры бизнеса (цепочка добавленной стоимости-экосистема). В результате сочетаний этих принципов, получаются 4 бизнес-модели:

1. Поставщик: производитель, продающий свой товар через другие компании
2. Омниканальность: интегрированная цепочка добавленной стоимости, создающая многопродуктовый, многоканальный клиентский опыт.
3. Модульный производитель: поставщик продуктов или услуг, готовых к использованию
4. Драйвер экосистемы: организатор экосистемы – координированной сети компаний, устройств и клиентов с целью создания ценности для всех участников.

Нам представляется, что последовательность стратегий также представляет собой определенную модель зрелости, согласно которой на стадии зарождения рынка и появления первых цифровых решений представители традиционных моделей служат поставщиками. С развитием рынка и появлением все большего количества платформ, создается интегрированная цепочка стоимости. Далее – появляются модульные производители, предоставляющие продукт потребителям платформы. И, наконец, консолидация участников на платформе приводит к развитию экосистемы.

В отличие от традиционных бизнес-моделей, нам не удастся обойтись организационными и социально-экономическими факторами. Суть цифровизации в том, чтобы заменить труд людей роботами, датчиками, платформенными решениями. Экономический эффект появляется от масштабирования, математического моделирования, персонификации.

По нашему мнению, необходимо обратить внимание не только на бизнес-модели, но и на технологические модели зрелости, которые в условиях цифровизации становятся первичными:

- Модель зрелости возможностей компании (CMMI – Capability Maturity Model Integration)
- Модель технологической готовности к коммерциализации (TRL – Technology Readiness Levels)
- Модель зрелости аналитических способностей компании Advanced Analytics Capability Maturity Model (A^2CM^2)
- Модель зрелости данных (DMM – Data Maturity Model) и т.д.

Именно здесь формируются новые компетенции и возникает потребность в сотрудниках. ИТ служба превращается из обеспечивающей структуры в основную, стратегическую.

Есть гипотеза, что понимание цифровых бизнес-моделей позволит выстроить стратегии цифровизации, а также алгоритм внедрения цифровых решений.

Выводы:

1. Цифровые бизнес-модели отличаются от традиционных тем, что опираются на технологические модели зрелости: данных, аналитики, бизнес-процессов

2. Технологические модели зрелости ограничивают бизнес-стратегии и переходят в разряд условий реализации стратегии

3. Цифровизация относится к опережающим инновациям, формирует приоритетную стратегию

Список литературы

1. Прохоров А., Лысачев М. Цифровой двойник. Анализ, тренды, мировой опыт. Издание первое, исправленное и дополненное. М.: ООО «АльянсПринт», 2020. -404 с., ил. Под ред. Боровков А.И.

2. Китова О.В., Брускин СН., Цифровая трансформация бизнеса // Цифровая экономика. 1, 2018. С. 20-25

3. Трансформация бизнес-моделей в условиях цифровой экономики: сборник материалов научно-практической конференции. – М.: Экономический факультет МГУ имени М.В. Ломоносова, 2018 – 96 с.

4. Гарифуллин Б.М., Зябриков В.В. Виды бизнес-моделей компаний в цифровой экономике // Креативная экономика. – 2019. – Том 13. – № 1. – С. 83-92. doi: 10.18334/ce.13.1.39720

5. Остервальдер, А, Пинье, И. Построение бизнес-моделей – М: Альпина Паблишер // Серия Сколково, 2013. – 288 с.

6. Сооляттэ А. Бизнес-модели компаний: определение, эволюция, классификация. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.klubok.net/article2302.html/2009/30/01 (дата обращения 21.02.15)

7. Кулижский А. Глобальная конкуренция бизнес-моделей. Как выбирать и строить свою? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.e-xecutive.ru/community/articles/7892220/2008/01/07 (дата обращения 22.02.15)

8. Новые бизнес-модели для новой эпохи быстрых перемен, движимых инновациями /Котельников В. Ю. - Москва : Эксмо, 2007. – 90 с. ил;. ISBN 978-5-699-14263-7

9. Малышева Л.А. Контроллинг организационных изменений: как не утонуть в море популярных концепций? Учебное пособие. – Екатеринбург: Гассман О., Франкербергер К., Шик М. Бизнес-модели: 55 лучших шаблонов. – М.: Альпина Паблишер, 2016. – 288 с.

10. Борисов Е., Минов А., Славин Б. Цифровая трансформация бизнес-моделей [Электронный ресурс]. – Режим доступа: 4cio.ru›content/4CDTO/bori.pdf (Дата обращения 10.04.2021)

11. Вайл П. Цифровая трансформация бизнеса: Изменение бизнес-модели для организаций нового поколения / Питер Вайл, Стефани Ворнер: Пер. с англ. – М.: Альпина Паблишер, 2019. – 257 с.

УДК 330

ОКАЗАНИЕ ГОСУДАРСТВЕННЫХ И МУНИЦИПАЛЬНЫХ УСЛУГ В МФЦ И КАК ПОЛЬЗОВАТЬСЯ ЛИЧНЫМ КАБИНЕТОМ

ГАРЕЕВА АДЕЛИНА РАДИКОВНА
Студент
СИ БашГУ «Сибайский институт (филиал) Башкирского государственного университета»

Научный руководитель: Насыров Газинур Маратович
Заместитель декана по научной работе, к.э.н
СИ БашГУ «Сибайский институт (филиал) Башкирского государственного университета»

Аннотация. Что представляет собой МФЦ, основные направления деятельности, как можно оценить работу МФЦ, как зарегистрироваться на госуслугах.
Ключевые слова. Государственная услуга, портал государственных услуг, личный кабинет.

PROVISION OF STATE AND MUNICIPAL SERVICES AT THE MFC AND HOW TO USE YOUR PERSONAL ACCOUNT

Gareeva Adelina Radikovna

Scientific adviser: Nasyrov Gazinur Maratovich

Annotation. What is the MFC, the main areas of activity, how can you evaluate the work of the MFC, how to register for public services.
Key words. Public service, portal of public services, personal account.

Республиканское государственное автономное учреждение Многофункциональный центр оказания государственных и муниципальных услуг - учреждение, в котором предоставляются государственные и муниципальные услуги, в том числе в электронной форме, по принципу «одного окна».

«Одно окно» - это оказание государственной или муниципальной услуги после однократного обращения заявителя и взаимодействия с другими органами.

Государственная услуга, оказываемая федеральным органом исполнительной власти, органом государственного внебюджетного фонда, исполнительным органом государственной власти субъекта Российской Федерации.

Портал государственных услуг - это общедоступная информационная система, предоставляющая услуги в электронной форме.

Основная цель учреждения - организация предоставления государственных, муниципальных услуг, дополнительных услуг, в том числе хозяйствующим субъектам на территории Республики Башкортостан для их развития.

Основные направления деятельности:

• Прием физических и юридических лиц для оказания услуг;

• Взаимодействие с государственными органами и органами местного самоуправления по оказа-

нию услуг;

• Прием и обработка данных;

• Консультации граждан по вопросам оказания государственных и муниципальных услуг;

• Публикация на официальных сайтах информации о том, какие услуги они предоставляют;

• Создание call-центра, «горячей линии» для оказания услуг.

Функции и полномочия учредителя Учреждения от имени Республики Башкортостан осуществляет Правительство Республики Башкортостан в лице Аппарата Правительства Республики Башкортостан (далее - Учредитель).

Госуслуги - это огромный государственный интернет-портал, созданный как онлайн-альтернатива различным МФЦ. Чтобы воспользоваться сайтом госуслуги, вам необходимо зайти на него или завести личный кабинет.

Оценить работу МФЦ можно по нескольким критериям:

- время предоставления государственных услуг;
- время ожидания в очереди при получении государственных услуг;
- Вежливость и компетентность сотрудников;
- Комфортные условия в помещении;
- Доступность информации о порядке оказания государственных услуг.

Чтобы оценить работу МФЦ, после получения результата обслуживания в терминале необходимо последовательно ответить на 5 вопросов, при этом выставив оценку по шкале от «очень плохо» до «отлично» или оставив номер телефона, вы будете получить СМС.

Чтобы зайти на официальный сайт Госуслуги на главной странице gosuslugi.ru нажмите ссылку «Личный кабинет», либо нажмите кнопку «Войти»

Физические лица могут попасть в кабинет по госуслугам тремя основными способами:

• По номеру мобильного телефона;

• Согласно СНИЛС;

• С помощью электронной подписи (этот метод чаще используют юридические лица).

Если вам необходимо войти в профиль пользователя по номеру телефона, то вам просто нужно перейти на главную страницу для входа на esia.gosuslugi.ru, нажать на вкладку «Телефон или почта», ввести свой номер в любом формате и пароль, нажмите «Войти».

Госуслуги - вход в личный кабинет через СНИЛС.

Попасть в личный кабинет можно по номеру СНИЛС. Для этого просто переключите форму входа на СНИЛС.

Инструкции:

1. Теперь вместо логина вы можете ввести свой номер СНИЛС;

2. Затем введите пароль от личного кабинета;

После авторизации по СНИЛС, номеру телефона или e-mail под своей учетной записью вы попадете на главную страницу портала.

Частая причина потери доступа к личному кабинету госуслуг - потеря номера телефона. В связи с этим пользователь не может восстановить пароль и получать SMS-уведомления.

Как изменить номер телефона в личном кабинете госуслуг:

1. Перейдите по ссылке www.esia.gosuslugi.ru.

2. Нажмите на надпись «Паспорт гражданина РФ» и введите серию и номер паспорта.

3. Щелкните продолжить. Установите флажок, что вы не робот.

4. Система предложит выбрать способ получения нового пароля, выбрать: SMS-сообщение или электронная почта.

Создав личный кабинет на сайте Госуслуг, вы можете записаться на прием к врачу, заказать справки, просмотреть информацию о налогах и оплатить их без комиссии, подать заявку на замену паспорта и оформить паспорт. Личный кабинет могут использовать все физические лица, проживающие в России.

Портал госуслуг создан для оказания цифровых услуг населению, получить желаемую услугу

можно в любой точке страны, где есть доступ в Интернет. Добавив дополнительную информацию, такую как водительские права, номер СНИЛС и ИНН, вы можете получать автоматические уведомления при получении информации о наличии неуплаченных в срок штрафов или налогов.

Также правительство России планирует запустить онлайн-уведомление и обжалование штрафов за нарушение ПДД в 2021 году.

• «Правосудие онлайн» - автоматически определит суд для подачи иска, предоставит «интерактивного помощника» и позволит удаленно участвовать в процессе.

• «Рождение ребенка» - поможет оформить документы на ребенка, получить пособие, записаться в роддом, детский сад и прикрепить к поликлинике.

• «Потеря близкого человека» - запись на прием к нотариусу, выбор похоронного агентства и т. д.

• «Трудовая миграция онлайн» - оформление документов на работу и пребывание в России, пошаговый план действий и многое другое.

• «Мое здоровье онлайн» - выбор врача по ОМС, ДМС и в платной клинике, телемедицинские консультации, получение справок и многое другое.

Список литературы

1. Федеральный закон №210-ФЗ от 27 июля 2010 г. «Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг»

2. Постановление Правительства Республики Башкортостан от 12 мая 2020 г. №303 «О внесении изменений в постановление Правительства Республики Башкортостан от 22 мая 2019 года №299 «Об утверждении стандарта обслуживания заявителей в многофункциональных центрах предоставления государственных и муниципальных услуг в Республике Башкортостан»».

3. Актуальность создания МФЦ в России [Текст] / Е.А. Кондратьева // Институт технологий предпринимательства. — 2018.

4. Акулич, М.М., Батырева, М.В. Государственные и муниципальные услуги и качество жизни населения 2019.

УДК 338

КОНТРОЛЛИНГ КАК КОНЦЕПЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ КОМПАНИЕЙ

ДОЛИНСКИЙ НИКОЛАЙ ИВАНОВИЧ,
к.п.н., доцент
ГОЛУБЦОВА ЮЛИЯ АНДРЕЕВНА,
БЫКОВА ЕВГЕНИЯ СЕРГЕЕВНА
Студенты
НИУ «Белгородский государственный университет»

Аннотация: В данной статье рассмотрен один из важнейших элементов процессов управления контроллинг. Обозначены его основные цели, достижение которых позволит компаниям сохранить и повысить свою конкурентоспособность. Рассмотрены функции контроллинга, применение которых обеспечит достижение целей компании.
Актуальность темы исследования заключается в том, что в современной, динамично развивающейся экономике система управления компаниями должна быть структурирована таким образом, чтобы человеческие ресурсы эффективно использовались вместе с финансовыми ресурсами, для чего целесообразно использовать систему контроллинга.
Ключевые слова: контроллинг, система контроллинга, стратегический контроллинг, менеджмент, процесс управления, компания.

CONTROLLING AS A COMPANY MANAGEMENT CONCEPT

Dolinsky Nikolay Ivanovich,
Golubtsova Yulia Andreevna,
Bykova Evgeniya Sergeevna

Abstract: This article discusses one of the most important elements of management processes, controlling. Its main goals are outlined, the achievement of which will allow companies to maintain and increase their competitiveness. The functions of controlling, the use of which will ensure the achievement of the company's goals, are considered.
The relevance of the research topic lies in the fact that in a modern, dynamically developing economy, the company management system should be structured in such a way that human resources are effectively used together with financial resources, for which it is advisable to use a controlling system.
Key words: controlling, controlling system, strategic controlling, management, management process, company.

В Европейских странах система контрольного управления компаниями появилась в 1950-х годах в американском бизнесе. Такая система вводилась в частности в таких странах, как Германия и Франция. В России контроллинг начал появляться только в начале 1990-х годов [1, с. 178].

Контроллинг – это управленческая концепция, отражающая все функции управления: планирование, организацию, мотивацию, анализ.

Идея контроллинга состоит в том, чтобы создать логическую систему, которая поможет компании в принятии рациональных решений. Этого можно добиться при помощи правильно структурированных

связей между отдельными элементами компаний, участвующих в хозяйственной деятельности, выраженным в финансово-экономическом, организационном и техническом контексте.

Контроллинг распространяется на различные сферы деятельности бизнеса, помогая руководству принимать соответствующие оперативные и стратегические решения.

В организационной и управленческой системе компании принципы управления управленческими функциями компании должны быть как следует интегрированы и скоординированы, иначе система не сможет нормально функционировать и поддерживать процесс принятия решений с учетом внутренних знаков и знаков, исходящих из внешней среды.

1. Функции контроллинга в процессе управления.

Реализация задач и достижение поставленных целей позволит компаниям сохранить и повысить свою конкурентоспособность в долгосрочной перспективе.

Контроллинг содействует процессу принятия решений в компании путем:

1) планирования деятельности;
2) управления и анализа достигнутых результатов;
3) информирования, мотивации.

Функции управления, реализующие принципы контроля в организационно-управленческой системе общества, должны быть правильно интегрированы и скоординированы, иначе система не сможет нормально функционировать и поддерживать процесс принятия решений. Общее управление процессом реструктуризации компании также должно учитывать тот факт, что компания обладает активным и хорошо информированным "человеческим капиталом" для обеспечения реализации контрольных функций. Грамотная система мотивации позволяет сотрудникам участвовать в достижении общих целей [2, с. 211].

Таким образом, контроллинг применяет некоторые процедуры и данные из системы бухгалтерского учета. Ряд общих моментов разрабатывается, анализируется, контролируется и учитывается в качестве внутренней информационной системы. Контроллинг использует анализ деятельности компании в наиболее чувствительных областях.

Но при этом контроллинг фокусируется на управлении компанией, что не присуще управленческому учету.

2. Типы контроллинга.

Относительно установления целей и сроков принятия решений, выделяют стратегический и операционный контроллинг. Стратегический контроллинг должен содержать в себе мероприятия по обеспечению долгосрочной деятельности компании. Решения, принимаемые в рамках стратегического контроля, выступают результатом общих намерений и целей, определенных Советом директоров компании [3, с. 118].

Наиболее часто упоминаемыми в литературе задачами стратегического контроля являются:

- проверка и анализ информации из внутренней и внешней среды;
- постановка и мониторинг целей долгосрочных задач;
- определение долгосрочных оперативных целей, проверка их обоснованности;
- создание системы информационного потока для поддержки процесса принятия решений руководителями низшего звена;
- мониторинг и предварительная оценка стратегических целей и анализ вероятных возможностей и угроз;
- выявление несоответствий.

3. Этапы контроллинга в компании.

В работах И.А. Ангелиной, И.В. Поповой [4, с. 272] говорится, что с методологической точки зрения контроллинг предполагает проведения ряда аналитических и проектных работ, которые можно определить: подробно, в три этапа:

Этап I: промежуточные выводы, затрагивающие:

1) принятие высшим руководством самой фундаментальной идеи новой системы управления, которая опровергает традиционные методы принятия решений;

2) определение основных задач управления в экономических центрах;
3) создание команды внедрения;
4) критический анализ текущих решений, которые могут предоставить информацию о компании: «жесткая зона» (структуры, методы, приемы) и «мягкая зона» (общие отношения между менеджерами и сотрудниками).
5) обучение персонала компании решению новых организационных задач, направленное на поддержку сотрудников в организационных вопросах и в системе управления услугами корпоративной децентрализации.

Этап II: разработка организационных изменений, связанных с:
1) подробным определением стратегических и оперативных целей;
2) общей концепцией системы управления;
3) промежуточной оценкой и рассмотрение решений, принятых в процессе обучения. В данном обучении необходимо участие руководителей подразделений и их заместителей, которые активно участвуют во внедрении и последующем использовании новой системы;
4) внедрением концепции Советом директоров компании.

Этап III: исполнение контроллинга в компании, нацеленное на:
1) подготовку развернутых принципов, планово-расчетных документов и графиков реализации на основе ранее принятых и утвержденных решений;
2) адаптацию решений, принятых в процессе функционирования системы, при условии, что на первом этапе контрольная операция не имеет последствий для оплаты труда руководителей и работников.

Основной целью деятельности должно являться использование имеющихся в компании источников информации для использования методов контроллинга.

4. Осуществление контроллинга в компании.

Не менее значимыми являются управленческие должности компании, которые отвечают за деятельность, связанную с завоеванием новых рынков, деятельность, связанную с разработкой новых продуктов и деятельность, связанную с выполнением повторяющихся функций.

В современных компаниях центры ответственности должны управляться менеджерами с особыми полномочиями и ответственностью.

Центром ответственности может быть: отдел, подразделение или отдельная часть деятельности общества при условии, что руководитель общества обладает необходимыми полномочиями по принятию решений для выполнения возложенных на него задач. Центр ответственности должен иметь только одного руководителя и один набор задач [5, с. 144].

Сфера принятия решений руководителями центров затрат ограничивается решениями об объеме производства, качестве продукции или услуг и надлежащем управлении бюджетными ресурсами.

5. Преимущества, связанные с внедрением контроллинга.

Преимущества внедрения центров ответственности в компаниях состоят из таких компонентов, как:
- введение и расширение системы планирования, контроля и управления на основе достигнутых компанией результатов;
- организация более совершенной системы информации в компании;
- осведомленность руководства о деятельности, которая дает положительные результаты и создает условия для оптимизации затрат;
- надежный расчет затрат и результатов;
- более быстрое принятие мер, направленных на выявление слабых сторон компании путем принятия или устранения корректирующих мер;
- повышение мотивации к достижению положительных результатов при сочетании эффектов центра ответственности, таких как системы вознаграждения;
- более быстрое принятие решений, лучшая координация в процессе принятия решений;
- повышение инновационности и ответственности работников за деятельность предприятия,
- более активное вовлечение менеджеров в процесс принятия решений.

Организационные подразделения как центры ответственности, должны содействовать передаче определенных полномочий и полномочий линейным руководителям. Таким образом, процессы управления компанией децентрализованы, что позволяет им быстрее реагировать на изменения в среде компании. Кроме того, компания может работать более гибко, увеличивая свое конкурентное преимущество на рынке.

Управление компанией становится все более сложным в условиях высокой конкуренции, так как требует координации и интеграции отдельных предприятий, которые осуществляют свои процессы и проекты в контексте своей деятельности [6, с. 110].

Введение контроля в компании приводит к децентрализации принимаемых решений.

Таким образом, внедрение контроллинга в компании является острой необходимостью. Управление компанией становится все более сложным в условиях высокой конкуренции, так как требует координации и интеграции отдельных предприятий, которые осуществляют свои процессы и проекты в контексте своей деятельности..

Правильное определение центра ответственности имеет важное значение в процессе управления. Факторы оценки определяются в соответствии с характером деятельности, целями и задачами, возложенными на центр ответственности, с учетом различных уровней независимости, связанных с принятием решений, и сложности процесса управления.

Список литературы

1. Соколова О. Н., Иванайская Е. В. Контроллинг в менеджменте российских организаций // Известия Алтайского государственного университета. – 2015, Т. 1. – № 2 (86). – С. 177-180.
2. Хачемизов А. Р. Контроллинг как современная концепция управления // Новые технологии – 2017. – № 4. – С. 209-212.
3. Бычкова С. М., Жидкова Е. А., Эльяшев Д. В. Контроллинг персонала в системе контроллинга организаций АПК России // ЭТАП: экономическая теория, анализ, практика. – 2019. – № 5. – С. 116-126.
4. Ангелина И. А., Попова И. В. Этапы внедрения контроллинга в управление предприятием в условиях социальной ответственности бизнеса // Экономика: вчера, сегодня, завтра. – 2018, Т. 8. – № 3А. – С. 268-278.
5. Двиго Х. Контроллинг как концепция управления компанией // Экономический вестник Донбасса. – 2017. – № 4 (50). – С. 142-146.
6. Бабалян Н. С., Карабекова А. А. Контроллинг как инструмент стратегического управления на предприятии // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. – 2018. – № 2 (110). – С. 109-113.

МАРКЕТИНГ

УДК 33

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СТАНОВЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

ДЕНДЕРЯ ЕЛИЗАВЕТА АНДРЕЕВНА
Магистрант
ФГБОУ ВО «Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского»

Аннотация: В данной статье исследуется вопрос формирования понятийного аппарата и развития такого феномена как социальное предпринимательство. Рассмотрение законодательных и нормативных аспектов позволяет проанализировать недостатки и преимущества существующего законодательства в данном направлении. Одним из основных результатов исследования является определение основных положений развития социального предпринимательства в экономическом и законодательном аспекте в мире и России.
Ключевые слова: социальное предпринимательство, социальные инновации, опыт зарубежных стран, проблемы общества, федеральный закон.

THEORETICAL FOUNDATIONS OF THE FORMATION OF SOCIAL ENTREPRENEURSHIP

Denderya Elizaveta Andreevna

Annotation: This article examines the issue of the formation of the conceptual apparatus and the development of such a phenomenon as social entrepreneurship. Consideration of legislative and regulatory aspects allows us to analyze the disadvantages and advantages of existing legislation in this direction. One of the main results of the study is to determine the main provisions of the development of social entrepreneurship in the economic and legislative aspects in the world and Russia.
Key words: Social entrepreneurship, social innovations, experience of foreign countries, problems of society, the federal law.

Традиционно движущей силой инновационного развития рыночной экономики считается предпринимательская деятельность, сами же предприниматели выступают в роли исполнителей-носителей инновационных изменений. Процесс становления социального предпринимательства имеет свою историю, для ее демонстрации разработан рисунок 1, отражающий укрупненные этапы становления социального предпринимательства, составлен по данным.

Можно сделать вывод о том, что социальное предпринимательство в форме практической деятельности, приближенной к современному пониманию, интегрирующее процесс получения экономической и социальной выгоды, стало активно себя проявлять во второй половине XX в., а развитие и закрепление термина относится к 1990 гг. XX века.

Автор отразил не только развитие социального предпринимательства и выделил период его становления в мире, но и разработал представление институционализации социального предпринимательства в России (рис. 2).

Теоретические основы современного социального предпринимательства заложили такие зарубежные авторы как К. Альтер, Г. Диз, С. Захра, Дж. Мэир, И. Марти, Р.Л. Мартин, С. Осберг, Дж. Томпсон и др [18].

В России о сути социального предпринимательства с теоретической и практической точек зрения говорили Ю.Е. Благов и Ю.Н. Арай, Я.С. Гришина, В.В. Жохов, Е.Л. Зуева, С.Ю. Ховаев, А.П. Ситников.

Автором была разработана таблица 1, призванная обобщить имеющуюся информацию о понятии социального предпринимательства.

Исходя их представленной таблицы, становится понятно, что основные отличия строятся на разнообразии организационно-правовых формы предприятий, комбинации ресурсов или удовлетворения социальных потребностей.

Помимо внутренней специфики существуют особенности организации работы социальных предпринимателей, продиктованные, например, нормативной базой, вариантами поддержки или традициями. По этой причине составлена таблица 2, отражающая основную специфику ведения бизнеса социальными предпринимателями в мире, составлена по данным.

Основываясь на данных таблицы, можно сделать вывод, что в последние десятилетия происходило формирование, становлении и апробация специальных организационно-правовых форм: в США сделали акцент на низкодоходные компании (L3C), Великобритания открыла публичные благотворительные корпорации и организаций «общественного блага» (CIC), идеи итальянских «первопроходцев» с социальными кооперативами и «компаниями, преследующими социальные цели» (SFC) стали базой в Бельгии.

начало XXI в.	В рамках социального предпринимательства изучаются коммерческие предприятия, у которых доминирует социальная цель	Дж. Мэир И. Марти
	Особенность социального предпринимательства в умении изменять производство всего общества	П. Друкер
конец XX в.	Современный этап развития КСО	
	Формирование связи между понятиями «устойчивое развитие и корпоративная и социальная ответственность»	М. Поттер, С. Крамер
1990 г.	Формирование определения социального предпринимательства. Выделение факторов, определяющих социальное предпринимательство	Г. Диз
	Социальное предпринимательство как особый вид деятельности отличный от коммерческого предпринимательства целевыми установками	Дж. Остин, Т. Стивенсон
вторая половина XX в.	Социальное предпринимательство как инструмент финансовой устойчивости и разнообразия коммерческих структур Проявления «социального предпринимательства» как практической деятельности, интегрирующей процесс получения экономической и социальной выгоды	1981 – Фонд «Ашока» 1976 – Банк «Грамин» 1986 – Гильдия манчестерских ремесленников
40-е гг. XIX в.	Введено понятие «социальное движение», основа теории «социальное государство»	Лоренц фон Штейн

Рис. 1. Этапы становления социального предпринимательства

Настоящее время	Поддержка социально предпринимательских инициатив	«Лукойл», «Русал», «СУЭК», «Северсталь», «Металлоинвест» и другие представители крупного бизнеса
2019 г.	Закрепление понятий "социальное предпринимательство", "социальное предприятие"	26 июля 2019 года Федеральный закон N 245-ФЗ о внесении изменений в Федеральный закон "о развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации"
2015 г.	Выпуск каталога «Социальное предпринимательство в России» с информацией о социальном предпринимательстве по сферам и регионам	Фонд развития медиапроектов и социальных программ Gladway
2014 г.	Обсуждение проекта закона о социальном предпринимательстве	
	Функционирование лаборатории социального предпринимательства	Фонд «Наше будущее», проводит различные школы, курсы, семинары и вебинары для потенциальных и реальных социальных предпринимателей
2013 г.	Понятие «социальное предпринимательство» было уточнено, перечислены условия отнесения предприятий к числу социальных	24 апреля 2013 года Приказ № 220 Минэкономразвития от 24.04.2013, были перечислены условия, при которых предпринимательство считается социальным, предлагалось создавать Центры инновации социальной сферы
2011 г.	Понятие «социальное предпринимательство» получило свое юридическое оформление	
	Создан Центр социального предпринимательства и социальных инноваций	Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»
2010 г.	Начало законодательного оформления явления «социальное предпринимательство»	5 апреля 2010 г. № 40-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросу поддержки социально ориентированных некоммерческих организаций»
2007 г.	Создан Фонд региональных социальных программ «Наше будущее»	

Рис. 2. Институционализация социального предпринимательства в России

Таблица 1

Определение социального предпринимательства

№ п/п	Представитель	Суть	Специфика
1.	А. Эмерсон А. Тверски С. Джонсон Т. Миллер	применение некоммерческими организациями инновационных подходов с целью получения дохода	Определения базируются на организационно-правовой форме предприятия
		социально ориентированная инновационная деятельность как в коммерческом (социально ориентированные коммерческие компании, корпоративное социальное предпринимательство), так и в некоммерческом секторе, либо на стыке (в организациях смешанного типа)	

№ п/п	Представитель	Суть	Специфика
2.	Дж. Мэйр И. Марти	инновационная модель предоставления товаров и услуг, необходимых для обслуживания потребностей слабо защищенных слоёв населения, которые остаются неудовлетворенными политическими или экономическими институтами	Комбинация ресурсов для у скорения социальных изменений или удовлетворения социальных потребностей
3.	Дж. Остин Г. Стивенсон Дж . Вэй-Скиллерн	Социальное предпринимательство, в отличие от коммерческого, направлено на «создание социальной ценности для блага общества	Отличие от коммерческого
4.	Ю.Н. Арай А.А. Московская К. Алтер	это безубыточная предпринимательская деятельность, движимая основной миссией компании – созданием социальной ценности – и направленная на решение проблем общества	Акцент на самоокупаемости

Таблица 2

Зарубежный опыт организации деятельности социального предпринимательства

№ п/п	Страна	Специфика
1.	Италия	Первая страна в Европе на законодательном уровне раскрыла понятие «социальное предпринимательство», 1990 г социальные кооперативы, 2006 г. Социальным является предприятие, экономическая деятельность которого стабильна и направлена на реализацию товаров или услуг социального значения; предприятиям положено каждый год публиковать отчёты об устойчивом развитии
2.	Португалия, 1998 г. Греция, 1999 г.	Закон «О социальных кооперативах с ограниченной ответственностью»
3.	Франция 2001 г.	Закон «О кооперативных обществах с коллективными интересами»
4.	Финляндия	Закон о социальных предприятиях, 2003 г. нормированы условия приема на работу инвалидов и трудоустройства безработных, могут участвовать в деятельности кооперативов, не лишаясь пособий по безработице
5.	Бельгия	Законодательство о компаниях с социальной миссией 1996 г. любая компания, основной целью деятельности которой не является получение прибыли, имеет возможность получить статус компании с социальной миссией с реинвестированием прибыли только на социальные цели
6.	Литва Польша Словакия Швеция	Под определение социального предпринимательства попадают исключительно социальные предприятия трудовой интеграции (Work Integration Social Enterprises): трудоустройство и адаптацией социально уязвимых групп населения
7.	Великобритания «Третий сектор», 1990 г.	«Третий сектор» включает в себя кооперативы, благотворительные и добровольческие организации, социальные предприятия, а также совместные крупные и средние предприятия, нацеленные на совершенствование общественных отношений и условий жизни населения. Предприятия, входящие в сообщество, реинвестируют полученную прибыль для решения социально значимых проблем.

№ п/п	Страна	Специфика
8.	США	Содель социального предпринимательства предполагает Взаимодействие социальных предпринимателей с органами федеральной и местной власти
9.	Южная Корея	Закон о развитии социального предпринимательства, 2007 г. Разрабатываемый Министерством труда пятилетний план развития социального предпринимательства Социальные предприятия с производством и реализацией товаров или услуг, стремясь при этом к достижению исключительно социальных целей Обязательно - наличие сертификата соответствия

На фоне этого движения в России настоящим событием для всего социально предпринимательского сообщества стало внесение изменений в Федеральный закон от 26.07.2019 N 245-ФЗ, и закрепление понятий «социальное предпринимательство», «социальное предприятие» (рис. 3).

Федеральный закон от 26.07.2019 N 245-ФЗ "О внесении изменений в Федеральный закон "О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации"

Закрепление понятий «социальное предпринимательство», «социальное предприятие»	**Установлены критерии отнесения субъектов МСП к социальным предприятиям**	**Определены виды поддержки**
социальное предпринимательство – предпринимательская деятельность, направленная на достижение общественно полезных целей, способствующая решению социальных проблем граждан и общества и осуществляемая в соответствии с условиями, предусмотренными частью 1 статьи 24.1 настоящего Федерального закона социальное предприятие	обеспечивает занятость определенных категорий граждан	обеспечения наличия инфраструктуры поддержки социальных предприятий
	обеспечивает реализацию производимых определенными категориями гражданам товаров (работ, услуг)	оказание финансовой поддержки
	осуществляет деятельность по производству товаров (работ, услуг), предназначенных для определенных категорий граждан, оказание услуг	организации профессионального обучения
	деятельность, направленную на достижение общественно полезных целей	оказание имущественной поддержки
		оказание информационной поддержки
- субъект малого или среднего предпринимательства, осуществляющий деятельность в сфере социального предпринимательства		оказание консультационной и методической поддержки
		содействия в развитии межрегионального сотрудничества
		иные меры, предусмотренные федеральными законами

Рис. 3. Структура Федерального закона от 26.07.2019 N 245-ФЗ

Принятие изменений дало возможность определить на территории России место и роль, путем закрепления понятий, специфические черты и границы социального предпринимательства, посредством установления критериев отнесения к ним СМСП, а также дало уверенность в том, что предприятия будут услышаны и поддержаны, и они смогут использовать предусмотренные меры поддержки.

В статье продемонстрирована эволюция развития понятия «социальное предпринимательство», исследована и персонифицирована трактовка данного понятия. Составлены рисунки, наглядно демонстрирующие эволюцию развития понятия, приведена сравнительная таблица с указанием особенностей понимания и трактовки термина российскими и зарубежными экспертами. Сформировано обобщенное представление о состоянии современного социального предпринимательства в России и мире на основе информации, полученной после анализа документов, в том числе нормативно-правовой базы. Рассмотрены примеры Италии, Португалии, Греции, Франции, Финляндии, Бельгии, Литвы, Польши, Словакии, Швеции, Великобритании, США, Республики Корея.

Список литературы

1. Законы, кодексы и нормативно-правовые акты в Российской Федерации [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL: http://legalacts.ru/. (14.02.2021)
2. Арай, Ю.Н. Социальное предпринимательство в начале XXI века: основные понятия и страновые особенности // Российский журнал менеджмента. – 2013. - № 1. С. 111-130.
3. Борнштейн, Б. Как изменить мир. Социальное предпринимательство и сила новых идей – М.: Альпина Паблишер, 2017. – 496 с.
4. Булыгина, Н.И. Социальное предпринимательство: подходы в трактовке понятия в международной практике // Сборник трудов – Рязань, 2017. – С. 125–129.
5. Вальд, М.А. Социальное предпринимательство: возможность развития // Новая наука: проблемы и перспективы. – 2016. -№ 6 (85). – С. 41-43.
6. Ветрова, Е.А. Социальное предпринимательство в РФ: проблемы и пути развития // Материалы Афанасьевских чтений. - 2016. № 1 (14). С. 145-152.
7. Гуцыкова, С.В. Метод экспертных оценок. Теория и практика – М.: Юрайт, 2015. – 144 с.
8. Давронов, Б.Б. Развитие социального предпринимательства: зарубежный опыт и российские тенденции // Сервис Plus. – 2014. -№ 1. С. 36–42.
9. Зверева, Н.И. Создание успешного социального предприятия – М.: Альпина Паблишер, 2015. 155 с.
10. Кикал, Д. Социальное предпринимательство. Миссия - сделать мир лучше – М.: Альпина Паблишер, 2014. – 314 с.
11. Логвинова, И.Л. Обучение социальному предпринимательству: зарубежный опыт // Современная конкуренция. – 2015. - № 5 (53). С. 84-106.
12. Манахова, И.В. Социальное предпринимательство как экономическое явление // Вестник Поволжской академии государственной службы. - 2011. №4. – С. 166-174.
13. Самарина, Т.Н. Социальное предпринимательство в России и за рубежом // Политика, экономика и социальная сфера: проблемы взаимодействия. – 2016. № 3. – С. 176–179.
14. Сорвина, Т.А. Формирование и развитие социального предпринимательства: российский и зарубежный опыт // Петербургский экономический журнал. – 2014. -№ 3. – С. 14-19.
15. ate Enterprises: Fundamental Differences and Defining Features // Journal of Entrepreneurship. – 2011. - № 20 (1). – С. 1–32.

УДК 33

ФОРМИРОВАНИЯ БРЕНДА ОРГАНИЗАЦИИ

МАРИНОВА ЮЛИЯ ДМИТРИЕВНА
Студентка,
ФГБОУ ВО «Волгоградский государственный социально-педагогический университет»

Аннотация: Статья посвящена процессу формирования бренда в организации. Рассмотрено понятие бренд, брендинг и бренд-менеджмент. Описаны этапы формирования бренда компании.
Ключевые слова: бренд-менеджмент, бренд, брендинг, экономический и психологический подходы.

FORMATION OF THE ORGANIZATION'S BRAND

Marinova Yulia Dmitrievna

Abstract: The article is devoted to the process of brand formation in the organization. The concept of brand, branding and brand management is considered. The stages of the company's brand formation are described.
Key words: brand management, brand, branding, economic and psychological approaches.

Сегодня залог успешного ведения бизнеса - правильное развитие процесс управления и продвижения продуктов и брендов. С каждым годом на рынке появляется всё большее количество товаров и услуг, которых представлены десятками и даже сотнями торговых марок. Новые сегменты рынка стремительно наполняются товарами и услугами, которые имеют незначительные различия между собой. Происходит позиционирование товара или услуги в целевом сегменте. Организации борются за концентрацию внимания покупателей к потребительским свойствам именно своего товара или услуги, используя разные методы маркетинговой коммуникации. К сожалению, эти методы уже не работают, так как потребители все чаще избегают их (стремление организаций акцентировать внимание к своему продукту или услуги очень велика, что их меры слишком обременительны, и потребители стараются избегать контактов с ними). Данная проблематика, возникает в настоящее время на рынках всего мира и требует новых подходов, исследования и анализа для их решения в области маркетинга.

На сегодняшний день насчитывают более восьмидесяти формулировок определений понятия бренд. Анализируя все эти понятия можно прийти к вводу, что бренд - это совокупность психологических, эмоциональных, функциональных, и социальных представлений в воображении потребителя, а также определённых материальных элементов, которые повышают конкурентоспособность продукта и, соответственно, способствуют увеличению продаж и прибыли предпринимательской структуры в целом.

Определяют два подхода к понятию бренд:

– задача, а также отдельные атрибуты: название, логотип и другие визуальные элементы (шрифты, дизайн, цветовые схемы и символы), позволяющие выделить организацию или продукт на фоне конкурентов;

– образ, имидж, репутация компании, продукта или услуги в глазах клиентов, партнёров, общественности.

Следует различать экономический и психологический подход к пониманию бренда. С точки зрения экономического аспекта бренд содержит следующие основные элементы: качество товара; дифференциация от конкурентов; название, термин, товарный знак, символ, рисунок; идентификация товара; актив. Психологический подход основывается на таких элементах как: смысл для потребителя; сумма впечатлений и эмоций; набор ценностей и атрибутов; сознание и воображение потребителя.

В современном мире бренд окружат нас повсюду. Известные во всём мире бренды называются – мультинациональными. Так же существуют локальные бренды, которые определены ограниченной территории – в пределах одного города или даже городского района. Бренд - это не только компания или концерн, это не только логотип, который можно узнать в любое время и в любом месте. Бренд - это нечто большее. Это история, здесь есть трудности и препятствия, поиск новых решений и открытий.

Нужно понимать, что существует различие между понятием брендинг и бренд-менеджмент. Если брендинг – это процесс взаимодействия уже созданного бренда с окружающей средой, то бренд-менеджмент – это процесс создания бренда.

Процесс брендинга начинается с определения видения будущего бренда. Первый этап заключается в формулирование идеи, какой должна быть компания, чем заниматься и какое место занимать на рынке и на какую целевую группу рассчитана. Заявление о миссии должно быть напрямую связано с корпоративной стратегией и видением.

Второй этап создания бренда - анализ и позиционирование. Этот этап предполагает анализ основных параметров рынка: емкость, тенденции, основные конкуренты, позиционирование и потребительские характеристики. Позиционирование бренда - это отношение к конкурентам, а также набор потребностей и представлений клиентов; часть индивидуальности бренда, которую следует активно использовать, чтобы отличить от конкурентов.

Следующий шаг в формирования бренда организации заключается в анализе сильных и слабых сторон компании. Этот этап предполагает исчисление ресурсов и возможных рисков для компании в зависимости от заданного курса развития деятельности.

Четвертый шаг - разработка концепции бренда. Концепция брендинга - это путь становления организации на рынке. Вернее, его план творчества, развития и прогресса в будущем.

Разработка стратегии - пятый этап построения бренда. Стратегия бренда - это метод применения резерва организации для формирования ценности бренда. На этом периоде формирования бренда создают основные принципы и этапы реализации стратегии бренда, определяется представление того, как будут достигнуты цели и решены задачи, определенные организации для будущего бренда.

Созданием визуальных элементов бренда является шестым шагом в построении бренда. Айдентика - это визуальные элементы идентификации компании общественностью. Визуальные элементы включают в себя: логотип, названия бренда, цветовые схемы, упаковку, полиграфическую упаковку, интерьеры точек сбыта и т.п.

Седьмой этап заключается в разработке креативной концепции, включающей следующие элементы: рекламные изображения, слоганы и персонажей. Благодаря им распространяется позиционирования, ценности и цели брэнда до потребителей, а так же происходит формирования положительного имиджа организации.

Восьмой шаг предполагает описание стратегии и тактики. Так как совокупный результат комплексного использования всех элементов маркетинга - миска значительно выше, чем от применяемого в отдельности элемента. Такой метод помогает максимально эффективно объединять мероприятия по продвижению товара с учетом специфики рынка и возможностей самого покупателя.

Реализация и контроль один из основных стадий бренд-менеджмента. Этот этап включает реализацию разработанных стратегических решений. Это даёт возможность гарантировать качественный результат.

По достижению всех предыдущих этапов описанных выше проводится анализ результатов, определяются перспективы и пути дальнейшего развития. После завершения процесса создания бренда он становится настоящим нематериальным активом, развивая который организация получает дополнительную прибыль.

Важно брать во внимание тот факт, что если о товаре или услуге осведомлена вся его целевая аудитория и есть возможность приобретения, но не покупают, то это не является брендом. Становление бренда происходит тогда, когда определенная часть потребителей начинает регулярно пользоваться услугой или товаром организации. При этом цикличность покупок будет разной (от ежедневных покупок до покупок раз в 10-15 лет и более) в зависимости от категории товара.

Таким образом, можно сделать вывод, что для реализации результативной деятельности по созданию бренда организации следует производить верное определение понятий, осуществлять планомерную и целенаправленную кампанию по предоставлению и продвижению своей торговой марки таким образом, чтобы потребитель виделял среди конкурентов и выделял его. Только в этом случае торговая марка трансформируется в бренд, а может быть, как следствие, и в lovemarks.

Список литературы

1. Аакер Д. Аакер о брендинге. 20 принципов достижения успеха. М.:ЭКСМО, 2016
2. Голованова Н.Б., Алеев Э.А. Организационная ценность бренда и ее составляющие // Экономика и менеджмент инновационных технологий. 2016.-№2.
3. Котлер, Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер, Г. Армстронг, В. Вонг, Дж. Сондерс. – 5-е европейское издание. – ИД Вильямс, 2014
4. Келлер К. Стратегический бренд-менеджмент. 2016.-704с
5. Шуклина З.Н. Доминанта клиентоориентированности в маркетинге инноваций // Современное общество и власть, 2015, №1(3)

УДК 339.138

АНАЛИЗ СИСТЕМЫ МЕРЧЕНДАЙЗИНГА, ВЫЯВЛЕНИЕ ПРОБЛЕМ И РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИХ УСТРАНЕНИЮ В ОРГАНИЗАЦИИ

ПЕТЕНЕВА АНАСТАСИЯ АЛЕКСАНДРОВНА
Магистрант
ФГБОУ ВО «НГУЭУ»

Научный руководитель: Гениберг Татьяна Владимировна
к.э.н., доцент
ФГБОУ ВО «НГУЭУ»

Аннотация: В статье рассматриваются основные инструменты мерчендайзинга, а так же визуальный мерчандайзинг как эффективный маркетинговый инструмент для увеличения продаж. В качестве практического материала проводится анализ системы мерчендайзинга на примере магазина парфюмерии и косметики, для выявления проблем, а так же пути их решения с целью увеличения продаж.
Ключевые слова: мерчендайзинг**,** визуальный мерчендайзинг, законы мерчендайзинга, правила мерчендайзинга, основные проблемы.

ANALYSIS OF THE MERCHANDISING SYSTEM, IDENTIFICATION OF PROBLEMS AND RECOMMENDATIONS FOR THEIR ELIMINATION IN THE ORGANIZATION

Peteneva Anastasia Alexandrovna

Scientific adviser: Geniberg Tatyana Vladimirovna

Abstract: The article discusses the main tools of merchandising, as well as visual merchandising as an effective marketing tool to increase sales. As a practical material, the analysis of the merchandising system is carried out on the example of a perfume and cosmetics store, to identify problems, as well as ways to solve them in order to increase sales.
Key words: merchandising, visual merchandising, the laws of merchandising, the rules of merchandising, the main problems.

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

- создание небанального дизайнерского оформления на месте продажи;

- формирование весьма грамотной планировки;

- POS-материалы являются инструментами мерчендайзинга, которые способствуют повышению информирования клиентов о товарном ассортименте и его преимущественных характеристиках;

- грамотное освещение.

Успешный мерчендайзинг не ограничивается только одними инструментами. Это смесь различных методов, принципов [1, с.33].

В магазине «Л'Этуаль» применяются некоторые правила мерчандайзинга, такие как: «Фигуры и фона»; «Мертвая зона»; закон «Переключения внимания»; правило «Хорошего окружения»; закон «Размера».

В магазине имеются планограммы, но в большинстве случаев они не используются. POS-материалы магазина большие и неудобные для покупателей, часто мешают взять товар. В ходе исследования было выявлено еще несколько проблем. Рассмотрим по порядку.

Первой проблемой можно считать не самым привлекательным оборудованием в магазине «Л'Этуаль» по сравнению с конкурентом. Визуально магазин «Иль де Ботэ» смортится лучше благодаря своему оборудованию.

В магазине «Л'Этуаль» классическое оборудование, самые простые гондолы черного цвета и стеклянные полки для парфюмерии и ухода за телом. Лишь недавно в магазине появились гондолы постельного зеленного цвета для СТМ продукции, что весьма гармонично.

Расстояние между стеллажами ощутимо маленькое. Были сделаны замеры. Между женской парфюмерией и мужской расстояние составило 1,1 метр, а между мужской парфюмерией расстояние ровно метр. Это очень мало. В часы пик это весьма ощутимо. Из-за того, что расстояние очень маленькое, люди не могут посмотреть весь товар. Во время акций люди возмущаются на узкие проходы и пытаются хоть как-то пройти, и при этом цепляются и роняют товар с полок, а также сталкиваются между собой. Не раз в магазине во время акций разбивали тестеры парфюмерии.

Поскольку магазин имеет не самую удачную форму торгового зала, то места не так уж и много для прохода между оборудованием. Чтобы решить данную проблему необходимо хотя бы увеличить расстояние на 0,5 метра, что позволяет это сделать, так как основной проход очень широкий.

Так же стеллажи расположены на колоне, что весьма неуместно. На данном участке самый узкий проход, что является большой проблемой для магазина. Расстояние между стеллажами женской и мужской парфюмерией составляет 0,7 метра, что нарушает требования государственного стандарта.

Для решения этой проблемы рекомендуется разместить рассматриваемый стеллаж в начале стены. Пример размещения показан на рисунке 1.

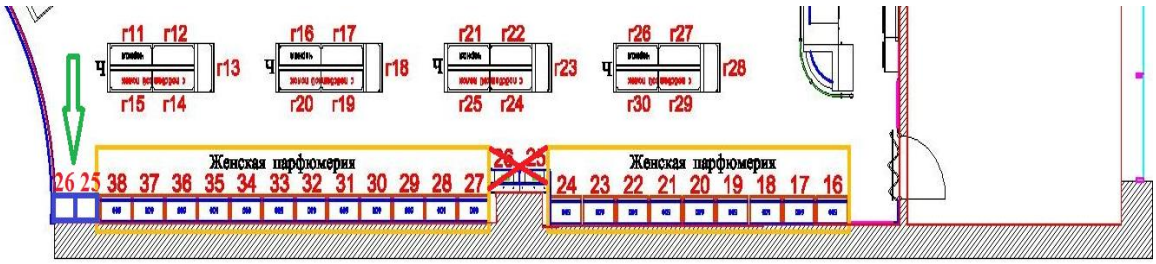

Рис. 1. Пример расстановки оборудования

Так парфюмерия будет находиться в углу магазина. Во-первых, это даст пространство между стеллажами и гандолами, а во-вторых, в этом месте достаточно хорошая проходимость, хоть там и не проходит основной поток покупателей. В связи с этим есть вероятность, что на бренды с рассматриваемых полок будут больше обращать внимание и чаще покупать.

Правила выкладки в прикассовой зоне не соблюдаются. Да и за товаром тоже не следят. В основном здесь размещают бальзамы для губ, кремы, товар с подходящим сроком годности. Ценники на товары отсутствуют, поэтому импульсные покупки происходят весьма редко. Продавцы также не предлагают товар покупателям.

В данной зоне рекомендуется выкладывать еще такой товар как: небольшие игрушки, влажные салфетки и номиналы подарочных сертификатов. Также можно предложить размещать на прикассовой зоне товары, которые участвуют в акциях, сезонные товары и товары для детей, что может повысить продажи. В магазине «Л'Этуаль» часто проходит акция 1+1, и в основном участвуют маски для лица, поэтому нужно выделить место для них, чтобы предлагать их на кассе. Стоит обратить внимание на ценники. Необходимо их сделать более заметными для покупателя, тогда люди будут чаще брать товар с прикассовой зоны.

Очень мало товара на полках, а именно парфюмерии. Многие полки стоят по 2-3 вида аромата и по одному флакону. Людей это отталкивает. Покупателям нравится подходить к большому количеству товара, где есть обширный выбор. Так же не на все виды ароматов есть тестеры, что осложняет совершение покупок.

С помощью простых правил выкладки, презентации продукции, продавец может продемонстрировать свой товар с выгодной стороны, а клиенты – получить максимальную информацию о представленном в магазине ассортименте.

Чтобы избежать такой проблемы нужно провести переговоры с Москвой, для пересмотра условий поставки. Необходимо добиваться регулярных своевременных поставок. Головной офис сам решает, какой товар и в каком объеме поставлять, что очень неудобно для магазина. Намного эффективней было бы, если управляющий магазина делал заявки на необходимые позиции, так товар всегда будет в наличии.

Таким образом, данные мероприятия могут привлечь новых потенциальных потребителей и повысить общий объем продаж магазина. Еще одним из важных преимуществ является то, что благодаря введению этих мероприятий эффект от них будет с каждым годом увеличиваться.

Список литературы

5. Веллхофф А., Массон Ж.Э. Мерчандайзинг. Эффективные инструменты и управление товарными категориями. М.: ИД Гребенникова. 2016 – 270 с.

6. Мерчандайзинг в современной торговле [Электронный документ] URL: https://studwood.ru/835449/marketing/tehnologiya_merchandayzinga

7. Парамонова Т.Н. Конкурентоспособность предприятия розничной торговли: учебное пособие. М.: КНОРУС, 2016 – 120 с.

УДК 378.172/339.13

МАРКЕТИНГОВЫЙ МАССИВ ФУТБОЛЬНЫХ КЛУБОВ

ВРОНКО МИРОСЛАВ ОЛЕГОВИЧ
магистрант 1 курса, ФЭУ
дневная форма обучения, МДП-МЭ-201
МО РБ, УО «ГрГУ имени Я.Купалы»

Аннотация: Маркетинг футбольных клубов отражается на спортивно-коммерческой деятельности регионов государства. Предметом исследования является изучение формирования маркетинговых трендовых мероприятий по продвижению спортивных развлекательных услуг и товаров на примере национальной маркетинговой деятельности футбольных клубов. Обозначены маркетинговые стратегии.
Цель исследования*:* изучение маркетингового моделирования национальными футбольными клубами.
Результат данной работы может быть использован руководителями подразделений, менеджерами, маркетологами футбольных клубов и иных спортивных организаций, работниками рекламных агентств, занимающимися продвижением продукции в сфере досуговых развлечений.
Ключевые слова: бюджет стадиона, концепция «4P», Public Relations, инфоконтент, мессенджер-маркетинг.

MARKETING ARRAY OF FOOTBALL CLUBS

Vronko Miroslav Olegovich

Abstract: The marketing of football clubs affects the sports and commercial activities of the regions of the state. The subject of the study is the study of the formation of marketing trend events to promote sports entertainment services and goods on the example of national marketing activities of football clubs. Marketing strategies are outlined.
The purpose of the study is to study marketing modeling by national football.
The result of this work can be used by heads of departments, managers, marketers of football clubs and other sports organizations, employees of advertising agencies engaged in the promotion of products in the field of leisure entertainment.
Key words: stadium budget, «4P» concept, Public Relations, information content, messenger marketing.

Цель маркетинга национального футбольного клуба – создать условия и атмосферу, которые были бы благоприятны для инвестирования со стороны иностранного и государственного капитала, для привлечения зрителя на стадионы, для привлечения спонсоров и СМИ к сотрудничеству.

Чтобы достичь цели, клуб определяет *маркетинговые стратегии:*

• Трансформация названия клуба в бренд, построенный на ценностях и ассоциациях, связанных с историей команды, стилем игры, с известными игроками, с тренерами команды, с логотипом клуба.

• Работа по превращению игроков команды в профессионалов, которые являются не просто единицами игрового состава, но и его коммерческим наполнением. Имидж футбольного бренда – это совокупность видимых (внешних) характеристик и невидимых (идеальных) качеств.

Факторы, влияющие на позитивный имидж футбольного бренда:

1. Финансовое положение клуба.
2. История футбольного клуба, её традиции и репутация.

3. Личность главного тренера, личность руководителя/ей.
4. Паблисити – рекламная известность.
5. Забота о клубном составе, о персонале.
6. Социальная ответственность (в первую очередь – перед городом).
7. Управление организацией клуба.
8. Индивидуальный стиль деятельности клуба.
9. Этичность деятельности и отношений в футбольном клубе.

• Внедрение систем работы с болельщиками, при которых клуб превращает коммерчески пассивных зрителей в активных потребителей основного продукта (футбольное событие-состязание) и сопутствующих (атрибутика, сувениры и т.п.) продуктов.

• Вовлечение спонсоров, воспитание приверженности к клубу, создание ассоциативной связи между брендом спонсора и брендом клуба.

• Создание новостных поводов, информирование и вовлечение государственных и частных СМИ в жизнь футбольного клуба.

Что гарантирует данный подход?

• *Каждый зритель* получает возможность более открыто и эмоционально поддерживать свою команду, не только радоваться победам, но и переживать вместе поражения.

• *Клуб* получает преданных болельщиков и привлекает новых поклонников; происходит усиление фанатов («Ultras»).

• *Спонсор* получает возможность воздействия на болельщиков, которые являются потенциальными потребителями его продукта.

• *СМИ* получают возможность освещать событие не только по итогам результатов, но и с точки зрения самого клуба.

Стадионы выполняют важную социальную, экономическую и культурную роль. Изначально маркетинг «встроил» в макет клубной деятельности при возведении стадионов максимальное число футбольных и сопутствующих объектов. Стадион – это бизнес-проектная модель с набором, способным приносить основной и дополнительный доход (табл.1).

Таблица 1

Основные статьи доходов /расходов стадионов (как актива) национальных футбольных клубов

ДОХОД	РАСХОД
Продажа билетов	Материалы, комплектующие
Продажа абонементов	Заработная плата
Продажа мест VIP-ложи	Коммунальные услуги, топливо
Право на название	Ремонтные работы и другие услуги
Продажа рекламных мест (стенды,outdoor-PR, др.)	Реклама
Парковка	Уборка, общехозяйственные расходы
Аренда основных и вспомогательных помещений	Амортизация основных средств Амортизация оборотных средств
Аренда спортивных полей	Управленческие расходы
Комнаты-номера гостиниц	Транспортные расходы
Медико-восстановительные центры	Накладные расходы
Продажа товаров с логотипом и атрибутикой	Выплаты по кредитам, лизингу
Сауна	Дополнительные расходы
Дополнительные мероприятия	Страхование
Финансовый доход от спонсоров	Налоги

Центральные спортивные комплексы со стадионами города Минска и областных центров открыты для проведения тренировок и соревнований спортсменов по боксу, борьбе, фехтованию, тяжелой

атлетике, спортивной и художественной гимнастике, акробатике, легкой атлетике, хоккею на траве.

В спортивный маркетинг республики включено понятие *маркетинг-микса*, в котором существует спортивный продукт как его часть. Это комбинация элементов или инструментов маркетинга под популярным названием – теория (концепция) «4P»:

1. Product (товар) – Товарная политика футбольного клуба.
2. Price (цена) – Ценовая политика футбольного клуба.
3. Place (место) – Распределительная политика футбольного клуба.
4. Promotion (продвижение) – Коммуникационная политика футбольного клуба.

Товарная политика связана с планированием и осуществлением совокупности мероприятий по формированию конкурентных преимуществ и созданию таких характеристик продукта, которые делают его постоянно ценным для потребителя/болельщика, обеспечивая клубу прибыль.

Футбольный клуб создает ряд спортивных продуктов, главным из которых является спортивное событие, выраженное в отдельной игре или турнире. Но поскольку спортивное событие не является товаром в его материальной форме, то в качестве основных продуктов клуба выступают с*пособы реализации спортивного события*:

- билеты, абонементы, карты (с учетом программ лояльности),
- права на теле/радио трансляции,
- рекламные и спонсорские пакеты.

Каждый клуб создает дополнительные продукты:

- атрибутику,
- сувенирную продукцию,
- печатные издания,
- контент интернет-сайта, мессенджеров и другое.

В Беларуси предусмотрена добровольная регистрация интернет-изданий в качестве СМИ. Введена обязательная идентификация комментаторов на сайтах и форумах. Интернет-ресурсы несут ответственность за комментарии, размещенные третьими лицами, но это влечет премодерацию комментариев либо полный отказ от комментариев.

«Билетная» (ценовая) политика национальных футбольных клубов:

- *стабильная* (нет снижения при падении спроса на матчи);
- *соответствующая возможностям выбранной целевой аудитории* (цена – на весь спектр «билетных продуктов», каждый из которых фокусируется на целевой группе болельщиков);
- *корректируемая* на основании результатов предыдущих сезонов;
- *дифференцированная* для различных слоев (пол, возраст);
- *прогнозируемая* на будущие футбольные матчи.

Распределительная политика национальных футбольных клубов предполагает разработку систем и каналов продаж для реализации:

1. Билетов: кассы стадиона – продажи «в лоб», интернет-сайт клубов, электронная система продаж.

2. Атрибутики, сувениров и другого:

- система клубных палаток перед игрой,
- фирменные секции торговых центров в городах,
- клубный магазин/ы в регионе,
- интернет-сайт клубов,
- спортивные бары, рестораны и кафе в городах региона.

Коммуникационная политика национальных клубов обеспечивает передачу информации существующим и потенциальным болельщикам, спонсорам и СМИ с целью продвижения спортивного события или создания положительного имиджа. Комплекс маркетинговых коммуникаций включает:

- *Рекламу* (пресса, TV, радио, печатная, интернет-реклама, outdoor и indoor-цифровая внешняя реклама). Реклама создает диалог. Обычного продвижения не существует – это манипуляция, которая

осталась далеко в 60-х годах. А начиная с 90-х годов – это конструктивный диалог с покупателем-потребителем услуг.

Объем рынка медийной рекламы в Беларуси в 2019 году оценивался в 115 миллионов долларов USD. На рекламу в интернете пришлось 45 миллионов USD против 42 миллионов USD, потраченных на рекламу на TV. Прогнозы на 2020/21 годы предполагали рост объема рынка. Но экономический кризис, связанный с пандемией COVID-19, внес коррективы.

- *Прямой маркетинг* (телемаркетинг, почта e-mail, sms-рассылка).
- *Public Relations* (пресс-конференции, брифинги, издание и рассылка пресс-релизов/буклетов/проспектов/брошюр, общественная деятельность). Это создание при общественно-экономической и политической системах конкуренции образа объекта (клубной идеи, услуги, товара, персоналий игроков, брендов) в ценностном ряду региона. Целью *PR* является закрепление образа как необходимого в жизни. В широком смысле – управление общественным мнением, выстраивание взаимоотношений общества и государства, коммерческих структур.
- *Стимулирование продаж* (скидки, бонусы, промоакции, подарочные предложения, конкурсы, розыгрыши, лотереи).

Маркетолог национального клуба не имеет высоких гонораров. Но зачастую ему необходимо выполнять функции и релайтера (связь с общественностью), и рекламиста, и имиджмейкера, и брендмейкера.

- *Приемы и технологии имиджмейкинга:* вербализация, позиционирование, манипулирование, мифологизация и эмоционализация.

В Беларуси наиболее популярны мессенджеры – Viber, ВКонтакте, Telegram, Facebook,Twitter, Pressball.by, Instagram, Skype, WhatsApps. Здесь самая большая аудитория потенциальных клиентов, а функционал делает их удобными для футбольного бизнеса. Согласно исследованию веб-приложений «Hootsuite» и «We are sociale» уже в начале 2020 года ежемесячная аудитория Facebook была свыше 2,4 млрд. человек [1].

Мессенджер-маркетинг национальных футбольных клубов – это использование приложений для того, чтобы общаться с потенциальными и уже выбравшими футбольный продукт клиентами, продавать продукты и услуги, продвигать компании, бренды и доставлять инфоконтент.

В условиях, когда эффективность email-рассылок (в среднем читают приблизительно 15-16% писем) и других каналов снижается, мессенджеры выступают дополнительным инструментом продвижения и помогают продавать гораздо больше продукта. По данным «DeloitteTouche Tohmatsu» (консалтинг и аудит) мессенджеры – самые популярные приложения у пользователей мобильных устройств. Социальные сети занимают лишь второе место. Для белорусских медиасредств (по информации для СНГ) интерес представляют Viber и Telegram, так как позволяют создавать паблик-аккаунты, каналы и чат-боты. Каналы в Telegram имеют ряд отличий от страниц в социальных сетях. *Во-первых*, в мессенджере нет единой новостной ленты, каналы существуют на индивидуальных площадках, доступ к контенту – по подписке. *Во-вторых*, пользователь получает звуковые push-уведомления об обновлениях канала на смартфон, что позволяет узнавать информацию мгновенно в хронологическом порядке. *В-третьих*, отсутствует возможность прокомментировать пост, значит не тратится время на участие в дискуссиях [2, с. 168].

Сегодня в мессенджер-маркетинге национальных футбольных клубов конкуренция невысока, чат-боты используют далеко не все клубы – новый рынок лишь только формируется.

Расширение круга болельщиков планируется после запуска строительства по программе «Школьный стадион», которая будет реализована Минским горисполкомом и АБФФ («Ассоциацией „Белорусская федерация футбола“»). Это строительство по одному полю в 9-ти районах Минска и организация там футбольных центров. В учебное время в первой половине дня должен продвигаться массовый футбол, а после окончания школьных занятий – профессиональный. Выходные дни – для соревнований. Тренеры средних школ, на территории которых будут возведены центры, пройдут обучение на категорию D в техническом центре АБФФ.

Список литературы

1. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: https://wearesocial.com/digital-2020 (дата обращения: 18.01.2021).
2. Бернадская, Ю.С. Текст в рекламе: учебное пособие для студентов, обучающихся по специальностям «Реклама» и «Связи с общественностью» – М.: Юнити-Дана, 2015. – 288 с.

ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ

УДК 336.71

ВЛИЯНИЕ ФАКТОРОВ ВНУТРЕННЕЙ И ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАЗАХСТАНСКИХ БАНКОВ

ШОПАШЕВА АЛЕКСАНДРА САЙРАНОВНА
Магистрант
Университет Международного Бизнеса

Научный руководитель: Шакбутова Алия Жанузаковна
к.э.н., доцент
Университет Международного Бизнеса

Аннотация: В быстро меняющихся условиях для планирования, эффективной организации банковской деятельности требуется проведение регулярного анализа как внутренних, так и внешних факторов, а также оценка их влияния. Банку необходимо адаптировать внутренние процессы в соответствии с открывающимися рыночными возможностями или вероятными угрозами внешней среды.

В большей или меньшей степени банки зависят от огромного спектра факторов. На банки влияет политическая ситуация как внутри страны, так и на международной арене, тем более что в Казахстане почти половина банков иностранные. Стимулирующий эффект оказывает государственная поддержка банков, бизнеса. В свою очередь упрощение открытия филиалов иностранных банков усиливает межбанковскую конкуренцию. Воздействие государства также прослеживается с точки зрения правовых аспектов: изменение пруденциальных нормативов, базовой ставки, наличие системы гарантирования депозитов и др.

Несомненно, прямое влияние оказывают экономические тенденции, валютные риски, связанные с нестабильностью национальной валюты; инфляция; степень развития финансовых рынков; располагаемые доходы населения и бизнеса.

При формировании планов, в том числе маркетинговых, помимо статистики, необходимо учитывать уровень финансовой грамотности, культурные особенности, потребительские предпочтения, ценности, склонность к кредитованию, уровень доверия к банкам и т.д.

Новые вызовы, связанные с COVID-19, дали понять, что форс-мажорные факторы хоть и имеют низкую вероятность наступления, однако в перспективе могут привести к огромным убыткам, что обуславливает важность формирования продуманного плана действий.

В цифровой век digital-технологии уже не являются уделом лишь IT-компаний, банки все более активно внедряются в цифровое пространство. Ярким примером является Kaspi.kz, который построил целую экосистему, обслуживающую почти треть населения.

Анализ внутренней среды банка не ограничивается лишь оценкой финансовых показателей. Требуется уделять внимание таким составляющим, как: грамотно составленная стратегия, качество менеджмента, компетентность сотрудников, клиентоориентированность и т.д. Стоит отметить, что не все банки придают значение тому, насколько емко и ясно сформулирована миссия; эффективна ли существующая бизнес-модель; оптимизированы ли бизнес-процессы и организационная структура и т.д.

Обозначенные в исследовании группы факторов целесообразно рассматривать комплексно, за конкретный отрезок времени, в отношении отдельно взятого банка с учетом индивидуальных характеристик его деятельности.

Ключевые слова: банки Казахстана, БВУ РК, внутренние факторы, внешние факторы, внешняя и внутренняя среда банка, влияние факторов

INFLUENCE OF INTERNAL AND EXTERNAL ENVIRONMENTAL FACTORS ON KAZAKHSTANI BANKS

Shopasheva Alexandra Sairanovna

Scientific adviser: Shakbutova Aliya Zhanuzakovna

Abstact: In a rapidly changing environment planning and effective organization of banking activities requires regular analysis of both internal and external factors, as well as an assessment of their impact. Bank needs to adapt its internal processes in accordance with market opportunities or possible threats of external environment.

Banks depend on a huge range of factors. Banks are affected by the political situation both within the country and in the international arena, especially since almost half of the banks in Kazakhstan are foreign. The stimulating effect is provided by the state support of banks and businesses. On the other hand, the simplification of the opening of foreign banks' branches increases interbank competition. The impact of the government can also be considered from the point of view of legal aspects: changes in prudential standards, the base rate, the availability of a deposit guarantee system, etc.

Undoubtedly, economic trends, currency risks associated with the instability of the national currency, inflation, development of financial markets, and the disposable income of the population and businesses have a direct impact on banking system.

In the process of planning, including marketing plans, in addition to statistics, it is necessary to take into account such factors as the level of financial literacy, cultural characteristics, consumer preferences, values, propensity for lending, the level of trust in banks, etc.

The new challenges associated with COVID-19 have made it clear that force majeure events, although they have a low probability of occurrence, can lead to huge losses in the future, which makes it important to form a well-thought-out plan.

In the digital age, digital technologies are no longer the domain of only IT companies, banks are increasingly being introduced into the digital space. A good example is Kaspi.kz, which has built an entire ecosystem serving almost a third of the population of Kazakhstan.

The analysis of the internal environment of the bank is not limited only to the assessment of financial indicators. It is necessary to pay attention to such components as: a well-designed strategy, the quality of management, the competence of employees, customer orientation, etc. It is worth noting that not all banks attach importance to how succinctly and clearly the mission is formulated, whether the existing business model is effective, whether the business processes and organizational structure are optimized, etc.

The groups of factors identified in this study should be considered comprehensively, for a specific period of time, in relation to a single bank, taking into account the individual characteristics of its activities.

Key words: banks of Kazakhstan, second-tier banks of the Republic of Kazakhstan, internal factors, external factors, external and internal environment of the bank, influence of factors.

Для планирования банковской деятельности, эффективной организации работы требуются проведение регулярного мониторинга ключевых тенденций, всесторонний анализ различных факторов, а также оценка степени их воздействия. Одна из наиболее распространенных классификаций факторов заключается в их делении на внешние и внутренние. Такой подход позволяет четко определить, каким образом банку необходимо выстраивать стратегию и деятельность в конкретно заданных условиях. Допустим, если внутреннюю организацию (эндогенные факторы) банк в силах регулировать и модифицировать, то под внешнюю среду (экзогенные факторы) необходимо гибко адаптироваться, эффективно использовать возникающие возможности рынка и устранять возможные угрозы.

С учетом казахстанской банковской практики рассмотрим подробнее внешние факторы, которые включают (но не ограничиваются) следующими аспектами (таблица 1):

Таблица 1

Внешние факторы, влияющие на деятельность банков

Политические, правовые	• Международные отношения • Внутриполитическая ситуация в стране • Проведение программ государственной поддержки банков, других секторов экономики • Изменение требований к БВУ, пруденциальных нормативов, базовой ставки
Экономические	• Состояние экономики страны, отдельных отраслей • Изменение курсов валют • Темпы инфляции • Степень развития финансовых рынков • Уровень располагаемых доходов населения, бизнеса
Социально-демографические	• Демографические факторы: возрастная структура населения, уровень занятости, территориальное распределение • Финансовая грамотность населения • Потребительские предпочтения, ценности и привычки • Общественное мнение, уровень доверия к банковской системе со стороны населения • Форс-мажорные обстоятельства
Технологические	• Технологические тенденции, связанные с автоматизацией, совершенствованием информационных систем, разработкой инновационных продуктов и услуг • Развитие банковских интернет и мобильных приложений
Информационные	• Доступность, достоверность информационных источников об экономической, банковской ситуации
Примечание – составлена автором	

Политические факторы:

Помимо политической ситуации внутри страны (в Казахстане в целом характеризуется как стабильная), на деятельность банка несомненно оказывают влияние международные отношения при наличии зарубежной филиальной сети, а также в случае, если казахстанский банк является дочерним подразделением иностранного материнского банка. Так, к числу иностранных БВУ, функционирующих на казахстанском рынке, относятся: Альфа-Банк, Банк ВТБ, Сбербанк России, Ситибанк Казахстан, Банк Китая в Казахстане, KZI Bank, Шинхан Банк и другие [1]. Одной из актуальных тенденций на сегодняшний день является упрощение процесса открытия филиалов иностранных банков в Казахстане по принципу “одного заявления”, обусловленное вступлением государства во Всемирную торговую организацию [2]. Это с одной стороны дает новую возможность для иностранных игроков, с другой - представляет угрозу для отечественных банков в связи с усилением конкуренции.

Огромное значение для банков также имеет поддержка банковского сектора через мероприятия оздоровления, санации отдельных банков. Таким образом, благодаря Программе повышения финансовой устойчивости банковского сектора, стартовавшей в 2017 году, получили дополнительное финансирование ряд банков: Банк ЦентрКредит, Евразийский банк, Bank RBK, Цесна Банк (ныне Jysan Bank), АТФ Банк (акции которого были выкуплены Жусан Банком в декабре 2020 года) [3]. Кроме того, государственная поддержка бизнеса - важного сегмента для банков, формирует возможность расширения клиентской базы, а также кредитного потенциала и генерирования прибыли. Так, сегодня в рамках программ «Дорожная карта бизнеса 2025» и «Экономика простых вещей» реализуется развитие предпринимательства в Казахстане.

Правовые факторы:

Очевидно, что законодательное регулирование банковского рынка напрямую влияет на функционирование его участников. Так, ужесточение требований к ликвидности, максимальному размеру рисков и достаточности капитала ограничивает банки в расширении масштабов деятельности или приводит к невозможности дальнейшей работы. Яркий пример – период внедрения стандартов Базель III в Казахстане. Как можно видеть из банковской практики РК, нарушение пруденциальных нормативов, недостаточная капитализация становятся одними из ключевых причин лишения лицензии на проведение тех или иных операций, дальнейшего банкротства или реорганизации банков. К числу других правовых факторов можно отнести наличие системы гарантирования банковских вкладов, в рамках которого все банки второго уровня (кроме исламских) должны осуществлять ежеквартальные отчисления в КФГД [4].

Изменение базовой ставки, которая в свою очередь может быть вызвана темпами инфляции, для банков означает пересмотр процентных ставок по кредитам, главной доходной статьи активов. Так, в июле 2020 года Национальный Банк РК снизил базовую ставку до 9%, что должно способствовать восстановлению экономики в условиях пандемии, а также компенсированию рисков по кредитам [5].

Экономические факторы:

Для поддержания устойчивости банкам необходимо производить постоянный мониторинг как общеэкономических тенденций, так и состояния конкретных отраслей экономики, которые являются ключевыми клиентами и должниками банка. Например, поддержка малого и среднего бизнеса открывает перспективы для предоставления данному сегменту кредитов. А благоприятный инвестиционный климат способствует притоку капитала в экономику.

Валютные риски могут выражаться в неблагоприятном изменении курсов валют, приводящих к переоценке активов банка и возможным убыткам. Помимо этого, стабильность и укрепление национальной валюты вызывает снижение цен на импортные товары и далее общую дефляцию в экономике, что в свою очередь, как уже было отмечено ранее, может повлиять на базовую ставку НБРК. Соответственно, ослабление национальной валюты приводит к обратному эффекту. Тарифы, установленные банками, также корректируются на инфляцию.

Следующий пункт в данной группе факторов - степень развития финансовых рынков. Пока на сегодняшний день банки в Казахстане являются ключевыми финансовыми институтами, и альтернативные варианты инвестирования или привлечения капитала пока не представляют серьезной угрозы и конкуренции для банковских продуктов/услуг. Однако по мере развития, допустим, фондового рынка, у банков возникнет необходимость развивать свои конкурентные преимущества, чтобы удержать клиентов и успешно продолжать привлекать новых. И конечно, доходность банков напрямую коррелирует с располагаемыми доходами населения и бизнеса.

Социально-демографические факторы:

Характер и динамика демографических показателей должны браться во внимание в процессе формирования банковской стратегии, в оценке будущих возможностей для банка. Так, увеличение числа обучающихся в ВУЗах, средних специальных учебных заведениях, может увеличить спрос на образовательные кредиты. Уровень занятости и заработной платы населения определяет их способность получать банковские займы и своевременно их погашать, что является одним из главных факторов, влияющих на важный показатель - NPL (неработающие кредиты). В зависимости от территориального распределения населения формируется стратегия развития филиальной сети, определение локации головного банка и филиалов.

Финансовая грамотность - одна из немаловажных и актуальных проблем. Для банков высокий уровень финансовой грамотности населения упрощает работу с клиентами, снижает риски при кредитовании. Еще один важный аспект: банки могут предлагать более продвинутые продукты компетентной аудитории. Согласно последнему масштабному исследованию Standard & Poor's Rating Agency в 2014 году индикатор финансовой грамотности Казахстана составил 40%. Примечательно, что прослеживается четкая взаимосвязь между экономическим развитием страны и общим уровнем финансовой грамотности населения. Например, в скандинавских странах наблюдается один из самых высоких уровней

финансовой грамотности (71%) и самый низкий показатель просроченных кредитов [6].

Потребительские предпочтения, ценности и привычки - особенности, которые свойственны конкретному географическому региону, в котором работает тот или иной банк. Данный компонент очень важен, и он требует тщательного изучения. Ведь именно эти социальные установки характеризуют модель поведения клиентов, что позволяет выстроить грамотный маркетинг, ассортиментную политику, работу и связь с клиентами и т.д. Допустим, склонность граждан Казахстана к частому получению займов в целях покупки автомобиля, телефона, проведения свадьбы, создает банкам условия для кредитной экспансии и генерирования прибыли, а также дает толчок для разработки новых предложений и услуг по направлению предоставления рассрочек, сотрудничеству с магазинами.

Общественное мнение, уровень доверия к банковской системе: с одной стороны, в связи с частыми случаями дефолтов банков в Казахстане за последние несколько лет, доверие клиентов к банковской системе (или к группе маленьких банков, не входящих в ТОП-5) могло ослабнуть. Однако, учитывая примеры успешного возмещения средств вкладчикам ранее ликвидированных банков, а также позитивную динамику депозитов (рост вкладов физических лиц – на 18%, вкладов юридических лиц – на 23%) за 2020 год [7], можно сделать вывод, что уровень доверия к банкам остается достаточно высоким. Однако здесь стоит обратить внимание на то, что появление негативной информации о конкретном банке может привести к моментальному ухудшению положения дел банка. Данный момент будет более подробно рассмотрен в последнем блоке “Информационные факторы”.

Форс-мажорные обстоятельства хоть и имеют относительно невысокую вероятность наступления, однако возникновение таковых может вызвать огромные убытки для банков. Ярким примером этого является пандемия коронавирусного заболевания. К форс-мажорам также относятся: военные действия, забастовки, природные катаклизмы и др.

Технологические факторы:

Современные тенденции мировой экономики все больше обуславливают необходимость применения инновационного подхода во всех видах предпринимательской деятельности. В этой связи, решающими конкурентными преимуществами становятся: автоматизация информационных систем и банковских программ, развитие интернет и мобильных приложений, разработка и предложение инновационных продуктов и услуг, обеспечение защиты от кибератак. Digital-технологии уже не являются уделом лишь IT-компаний. Банковский бизнес все более активно внедряется в цифровое пространство. И в отечественной бизнес практике ярким примером этого является Kaspi.kz. Сегодня Kaspi уже невозможно ассоциировать со стандартным банковским учреждением, предлагающим типичный спектр услуг, который мало отличается от других аналогичных банков. Целая экосистема Kaspi.kz является для банка ключевым ресурсом, который позволил сформировать клиентскую базу в 5 миллионов людей, что составляет почти треть от всего населения Казахстана [8].

Информационные факторы:

Доступность информации важна в целях проведения банком своевременных маркетинговых исследований рынка. Кроме того, доступность информации необходима для самих клиентов банков, благодаря чему у населения имеется возможность быть осведомленными о текущей ситуации банковского рынка, новых предложениях и услугах, отслеживать состояние банков, в которых они обслуживаются, а также вовремя узнавать о ликвидации того или иного банка. Однако еще более важное значение имеет достоверность этой информации. На практике имеется ряд случаев, связанных с распространением ложной информации о закрытии банка, «побеге» руководства и т.д. Такая волна слухов, как правило, приводит к панике клиентов, мгновенному выводу средств с депозитов. Для такого рода случаев банку необходимо разработать четкий и проработанный план действий в целях предотвращения ажиотажа и поддержания ликвидности. Достаточно хорошим примером может послужить опять-таки Kaspi Bank. Благодаря немедленному реагированию и поддержанию постоянной связи с клиентами через различные каналы, в том числе социальные сети, Каспи банку удается оперативно решить проблему [9].

Внутренняя среда банка включает, но не ограничивается факторами, которые приведены в таблице 2:

Таблица 2

Внутренние факторы, влияющие на деятельность банков

Финансовые	• достаточная капитализация • ликвидность • структура и качество активов, пассивов • соотношение доходов и расходов • рентабельность
Организационные	• правильно сформулированная миссия, разработанная стратегия • эффективная организационная структура • архитектура бизнес-процессов • корпоративная культура • качество менеджмента, грамотный риск-менеджмент
Имидж, репутация	• рейтинг банка • популярность бренда • четкое позиционирование • прозрачность деятельности • стабильность функционирования • «возраст» банка
Другие	• инновационность, технологичность • маркетинг • филиальная сеть • клиентская база • кадровый потенциал
Примечание – составлена автором	

Финансовые факторы:

Финансовые результаты деятельности банка и показатели эффективности составляют важный блок внутренних факторов, оказывающих влияние на стабильность и платежеспособность банка. Благодаря свойству количественной измеримости именно эти факторы зачастую служат базой в различных моделях прогнозирования банкротства. Несомненно, в такой области как банкинг реальные цифры имеют одно из важнейших мест в оценке устойчивости банковского учреждения. Так, достаточность собственного капитала отражает запас прочности, своеобразную «подушку безопасности», а адекватный уровень ликвидности необходим для поддержания плажеспособности банка.

Кейсы банкротства в истории казахстанского банковского сектора демонстрируют, что доля неработающих кредитов с просрочкой платежей свыше 90 дней (NPL 90+) является одним из важнейших показателей для мониторинга финансовой устойчивости банка. Общей причиной банкротства большинства казахстанских банков является большой процент «токсичных кредитов» в ссудном портфеле, что в свою очередь вызвано упущениями в управлении рисками.

Качество активов также оценивается в соответствии с показателем доли, занимаемой кредитным портфелем в совокупных активах банка; структуры выданных кредитов (по срокам, по типу клиентов - физические/юридические лица); коэффициентом покрытия займов провизиями. Оценку пассивной части баланса можно сделать на основе анализа следующих показателей: доля депозитного портфеля в обязательствах; структура обязательств, отношение депозитов к выданным кредитам. Ключевыми показателями рентабельности являются ROA (Return on Assets) и ROE (Return on Equity). Доходность проводимых операций можно оценить с помощью показателей чистой процентной маржи и процентного спрэда.

Организационные факторы:

Практика показывает, что многие банки не уделяют должного внимания тому, как составлена миссия, а ведь правильно сформулированная миссия не только задает руководству и персоналу четкий вектор развития, но и дает понять клиентам, инвесторам и другим контрагентам что из себя представ-

ляет данный банк. Грамотная миссия - это емкий, но в то же время полный портрет конкретного банка. В таблице 3 приведены характеристики, которые должны быть отображены в миссии:

Таблица 3

Компоненты миссии

Цель (устойчивый рост, достижение лидерской позиции на рынке, увеличение доли на рынке)	**Философия** (ценности, поддерживаемые банком)	**Внутренняя концепция** (позиционирование банка, собственное впечатление о себе, конкурентные преимущества)
Внешний образ (социальная ответственность перед обществом)	**Описание услуг/продуктов** (универсальный или узкоспециализированный банк)	**Характеристика рынка** (категории клиентов, перспективы выхода на новые рынки)
Примечание – составлена автором на основе источника [10]		

Правильно сформированная и в последующем реализованная стратегия, в том числе тактика банка имеет глобальное воздействие на его деятельность. Написание стратегии и составление планов не должны происходить лишь для соблюдения формальностей, они должны представлять собой эффективный инструмент, позволяющий понимать направление деятельности, конкретные задачи, способы и мероприятия для их достижения.

Эффективная организационная структура должна не допускать дублирования функций, «раздувания» штата, содержания «неработающих» отделов. Должно быть четкое разграничение ответственности, обязанностей, прав, полномочий, а также ясная система соподчинения. Это, в свою очередь, служит базой для эффективной организации бизнес-процессов. Формализация и регламентация БП (бизнес-процессов) направлены на решение следующих проблем:

- недостаточная степень логики процессов, их последовательности, несоответствие реальной практике;
- низкий уровень автоматизированности БП;
- неосведомленность сотрудников, в особенности вновь прибывших;
- увольнение ключевых работников;
- необоснованные издержки времени на выполнение тех или иных операций БП;
- ошибки в работе, снижение качества работы и обслуживания клиентов;
- конфликты между персоналом [11].

Большую роль для стабильности банка играет качество менеджмента, компетентность руководства, целесообразность принимаемых ими решений. Хотя данный пункт достаточно очевиден, однако казахстанская практика показывает, что возникают случаи, когда управлением занимается человек, не имеющий профессионального опыта в банковской сфере. Так, финансовый аналитик Тимур Абилкасымов отмечает: **«...**член Совета директоров и контролирующий акционер Delta bank, Тлеубаев Нурлан, имеет руководящий опыт в сельском хозяйстве, но достаточно ли этого для управления банком? Не говоря уже о том, что Совет директоров данного банка состоял только из двух людей, вышеназванного и Самзаева Нурлана [12].»

Как отмечает Т. Ташимов, некорректное корпоративное управление часто выражается во вмешательстве акционеров и топ-менеджеров в рядовые процедуры анализа кредитных рисков [13].

Кроме того, важно подчеркнуть важность осуществления грамотного риск-менеджмента. Нарушение правил системы управления рисками может проявляться в выдаче кредитов без подтверждения адекватного залога, гаранта, нецелесообразное инвестирование в высокорисковые проекты, кредитование в больших объемах лиц, связанных с банком особыми отношениями.

Имидж, репутация банка:

Положительный имидж и репутация банка формируется на основе следующих составляющих: рейтинги выставляемых международными рейтинговыми агентствами; узнаваемость бренда; период

функционирования банка на рынке (например, продолжительная и стабильная работа банка характеризует его, как надежный); четкое позиционирование банка (например, ориентирование на конкретный сегмент рынка или позиционирование в качестве клиентоориентированного банка); прозрачность (корректность финансовой отчетности, транспарентность в ведении деятельности).

Другие факторы:

Как уже было упомянуто ранее, инновационный подход и развитие технологий становится ключевым конкурентным преимуществом банков, так как благодаря технологическим новшествам повышается скорость работы, упрощаются многие процессы, совершенствуются продукты, предлагаемые клиентам.

Маркетинг можно считать одним из центральных блоков в системе планировании, поскольку именно маркетинговые исследования и анализ рынка дают основу для дальнейшего выстраивания планов продаж, сбыта, прогнозирования выручки. Маркетинг позволяет изучить текущий спрос и предпочтения клиентов, разрабатывая соответствующую ассортиментную линейку. Маркетинг предусматривает такие важные направления, как реклама, PR.

Работники - это бесценный ресурс, который играет решающую роль в реализации стратегии банка. Кадровый потенциал складывается из квалификации, компетенций, опыта и знаний сотрудников, поддержка корпоративных ценностей, стремление и желание содействовать развитию банка.

Клиентская база. Можно выделить два обобщенных подхода к формированию клиентской базы. Первый подход заключается в нацеленности банка на увеличение количества клиентов, однако при недостаточной организованности - это может привести к снижению качества обслуживания. Примером банка с достаточно большой базой клиентов является Халык Банк, однако некоторые клиенты банка считают, что само название указывает на то, что "...банк видит в своих клиентах не индивидуально каждого, а народ, массы" [14]. В то же время относительно маленькие казахстанские банки располагают более узкой клиентской базой, поэтому имеется возможность применять более персональный подход в работе со своими клиентами, однако в таком случае они ограничивают себя в получении дополнительной прибыли. Таким образом, банк сам выбирает какой из вариантов оптимален конкретно для него.

Для обеспечения мониторинга результатов деятельности необходима эффективная организация системы внутреннего контроля. Кроме того, для достижения стратегических задач банка важна согласованность и скоординированность всех его подразделений.

Выводы

Как можно видеть, банки прямо или косвенно, в большей или меньшей степени, зависят от огромного спектра факторов. Соответственно, для поддержания стабильности важно оценивать не только результаты самого банка, но и состояние и тенденции внешней среды. Обозначенные в исследовании группы факторов целесообразно рассматривать комплексно, за конкретный отрезок времени, в отношении каждого отдельно взятого банка с учетом индивидуальных характеристик его деятельности.

Список литературы

1. Иностранные банки в Казахстане // Bankchart.kz. Рейтинги банковских услуг // https://bankchart.kz/spravochniki/gruppy_bankov/2.

2. Иностранные банки смогут открыть филиал по «одному заявлению» // Kapital.kz // https://kapital.kz/finance/92397/inostrannyye-banki-smogut-otkryt-filial-po-odnomu-zayavleniyu.html. 05.01.2021.

3. Постановление Правления Национального Банка от 30 июня 2017 года № 129 «Об одобрении Программы повышения финансовой устойчивости банковского сектора Республики Казахстан» (с изменениями от 24.02.2020 г.) // https://online.zakon.kz/document/?doc_id=35619394#pos=5;-88.

4. Официальный сайт Казахстанского фонда гарантирования депозитов // https://www.kdif.kz/.

5. График принятия решений по базовой ставке // Официальный сайт Национального банка Ка-

захстана // https://nationalbank.kz/ru/news/grafik-prinyatiya-resheniy-po-bazovoy-stavke/rubrics/1543.

6. Klapper L., Lusardi A. & Oudheusden P. Financial Literacy Around the World: Insights from the Standard & Poor's Ratings Services Global Financial Literacy Survey. – 2015. https://gflec.org/wp-content/uploads/2015/11/Finlit_paper_16_F2_singles.pdf.

7. Обзор банковского сектора Казахстана за 2020 год // Аналитический центр АФК // https://afk.kz/analytics/monitor-nbrk/kazaxstan-v-rezhime-sberezheniya-depozityi-v-bvu-vyirosli-na-rekordnyie-%E2%82%B83,6-trln.html. 03.02.2021.

8. Kaspi.kz – сделано в Казахстане с любовью! // Tengrinews // https://tengrinews.kz/article/kaspikz-sdelano-v-kazahstane-s-lyubovyu-1107/ 01.04.2019.

9. Sputnik Казахстан // В Kaspi Bank креативно ответили на сообщения о проблемах // https://ru.sputnik.kz/economy/20181103/7901845/kaspi-bank-problemy-kommentarij.html. 03.11.2018 (обновлено 05.11.2018).

10. Горожанкина А.В., Лунева Е.В. Формирование миссии организации // Материалы VI Международной студенческой научной конференции «Студенческий научный форум» // https://scienceforum.ru/2014/article/2014005854.

11. Исаев Р.А. Комплексная бизнес-модель коммерческого банка // Финансовая аналитика: проблемы и решения. – 2010. – №15.

12. Первые среди последних // Exclusive.kz // http://www.exclusive.kz/expertiza/finansy/115805/. 28.03.2019

13. Экспертное мнение: Ликвидация Qazaq Banki и других слабых игроков в идеале снижает риски в системе // Kaztag.kz // https://kaztag.kz/ru/expert-opinion/ekspertnoe-mnenie-likvidatsiya-qazaq-banki-i-drugikh-slabykh-igrokov-v-ideale-snizhaet-riski-v-siste. 09.01.2019.

14. Банк Halyk Bank (Казахстан) – отзывы // Отзовик // https://otzovik.com/reviews/bank_halik_bank_kazahstan/. 17.08.2018.

УДК 336.011

ЭВОЛЮЦИЯ И СОВРЕМЕННАЯ ТРАКТОВКА ПОНЯТИЯ «ФИНАНСЫ» В РОССИЙСКОЙ ФИНАНСОВОЙ ШКОЛЕ

КОРЖ ВЛАДИСЛАВ БОРИСОВИЧ
Студент
Московский Университет им С.Ю. Витте

Научный руководитель: Горбачева Татьяна Александровна *– к.э.н.*
Московский университет им.С.Ю.Витте

Аннотация: Во времена экономического роста, когда «дела идут в гору», финансы позволяют банкам и их клиентам увеличивать свое богатство и благосостояние, большинство людей не интересуют вопросы финансов. В то же время периодическое появление такого явления, как финансовый кризис, который в один момент может лишить всех накоплений, приводит к трагическим размышлениям на тему, что же такое финансы. В этом и состоит актуальность данной исследовательской работы. Целью работы является изучение эволюции отечественных экономистов на сущность и функции финансов.
Ключевые слова: финансы, финансовая система, финансовая школа, индивидуальные финансы, государственные финансы.

EVOLUTION AND MODERN INTERPRETATION OF THE CONCEPT OF "FINANCE" IN THE RUSSIAN FINANCIAL SCHOOL

Korzh Vladislav Borisovich

Scientific adviser: Gorbacheva Tatiana Aleksandrovna

Annotation: In times of economic growth, when" things are going well", finance allows banks and their clients to increase their wealth and well-being, most people are not interested in financial issues. At the same time, the periodic appearance of such a phenomenon as a financial crisis, which at one moment can deprive all savings, leads to tragic reflections on the topic of what finance is. This is the relevance of this research work. The aim of the work is to study the evolution of domestic economists on the nature and functions of finance.
Key words: finance, financial system, financial school, individual finance, public finance.

Смена научных направления отечественной финансовой школы связана со сменой политических режимов. В связи с этим в экономической литературе выделяются следующие четыре ключевых этапа: дореволюционный, советский, постсоветский и современный. Стоит отметить, что государственный подход к регулированию финансовых отношений оказывал сильное влияние на каждый из этапов. Это выражается в отечественной научной литературе в том, что ряд экономистов не разделяют финансовую науку от финансово-правовой [1; 2].

В дореволюционный период представление о финансах у российских ученых складывалось исключительно на основе отношения к власти. Например, мыслители И.Я. Горлов, Е.Г. Осокин, Ю. Крижанич с точки зрения государственной целесообразности объясняли ключевые категории финансов. И.И. Янжул, в частности, рассматривал финансы только с позиции государственных доходов [2]. Сле-

дует заметить, что данный российский мыслитель основывал свои собственные представления на разработках в области финансовой науки иностранных исследованиях, в частности трудах П. Леруа-Болье, К.Г. Рау.

А.Бестужев и А.И. Якубович в рассуждениях об эффективности налогообложения в финансовой системе категории финансовой науки связывали с фискальным направлением деятельности государства. И наоборот, Н.Огарев и Н.А. Добролюдов критиковали проводимую финансовую политику и собственные научные изыскания базировали на необходимости научного подхода и обоснования целевого расходования бюджетных средств.

Напротив, с критикой проводимой финансовой политики строили собственные научные изыскания Н. Огарёв и Н.А. Добролюдов, основываясь на необходимости научного обоснования целевого расходования бюджетных средств.

Видный российский ученый-финансист И. И. Патлаевский (1839 - 1883) в своей книге «Теория денежного обращения Рикардо и его последователей» 1871 года издания писал, ссылаясь на А. Смита, что деньгами может быть всякий товар, имеющий ценность. И. Патлаевский также отмечал, что понятию денег нужно было дать чисто формальное значение - законного платежного средства [4].

Кроме того, И. Патлаевский акцентировал внимание на том, что камеральную теорию выдвинули и поддерживали юристы, и эта теория мало-помалу получила почти всеобщую поддержку. Экономисты того времени искали возможность создать теорию денег, которая подходила бы под общие и принятые экономические ценности и смогла бы объяснить ценность денег, ничего не стоящих. И именно Д. Рикардо смог создать эту теорию. Особенно интересно, считает российский ученый, то, что разработанная Д. Рикардо теория обращения денег имела огромное влияние на науку.

Другой российский ученый - финансист В.А. Лебедев (1833 - 1909) считал, что выделяются три направления хозяйственного управления в камеральной науке. Первая отрасль - это, непосредственно, хозяйственная наука, которая включает и торговлю, и горное дело и прочее. Вторая отрасль - меры направленные на безопасность, то есть наука о полиции. Третья отрасль - камеральная наука. Под последней понимается учение о собирании и расходовании государственных доходов как финансовая наука.

Труды данных авторов являются фундаментов отечественной школы финансов. Они не только описали публичные финансы в правовом аспекте, но высказали критический взгляд на существующую тогда налоговую систему.

С другой стороны от сторонников государственного подхода к финансам, выделялись ученые такие как З.П. Евзлиный, П.М. Гончаров, Б.В. Малешевский и другие, которые ключевые финансовые категории рассматривали в экономическом и экономико-математическом ключе.

Интерес представляют эпохальные события конца XIII века и начала XIX века, т.к. во всем мире начали набирать обороты идеи марксизма, основоположниками которых являлись Карл Маркс и Фридрих Энгельс.

Одним из сподвижников взглядов К. Маркса и Ф. Энгельса был Владимир Ленин, который считал, что основной задачей для будущего социалистического государства является «планомерная организация общественно-производительного процесса для обеспечения благосостояния и всестороннего развития всех членов общества». После революции 1917 года и прихода к власти большевиков, в России началось развитие социалистических идей, был официально образован СССР. Советское руководство следовало в фарватере марксистской теории.

В отечественной практике к концу XIX в. сформировалось научное направление, имевшее очевидную направленность на государственные (публичные) финансы. Сфера частных финансов включала финансы предприятий, но это направление получило свое оформление во второй половине XX в. систематизированном виде в финансовом менеджменте.

В советской России статья профессора В.П. Дьяченко «О природе и функциях советских финансов», опубликованная в 1954 году, впервые дает классическое определение советских финансов. Вот как трактует автор предмет своего исследования: «Советские финансы представляют собой систему денежных отношений, через посредство которых осуществляется образование, распределение и использование денежных ресурсов для обеспечения потребностей расширенного воспроизводства» [5].

А.М. Александров видел необходимость финансов как определенной системы денежных отношений, опосредующих процесс расширенного социалистического воспроизводства, образование и использование различных фондов денежных средств для удовлетворения разнообразных потребностей социалистического общества и отдельных его членов.

В своих трудах профессор Э.А. Вознесенский отмечает: «...государство обеспечивает с помощью финансов возможность собственного функционирования в лице своих органов, выполнение хозяйственно-организаторской, культурно-воспитательной и др. функций. Но эти вопросы качественно отличны от отношений обмена, ибо их основу составляет одностороннее движение денежной формы стоимости» [6].

В капиталистических странах ученые экономисты, в том числе и нобелевские лауреаты, не задавались вопросами о финансовой системе. В трудах нобелевских лауреатов С. Кузнеца, В. Леонтьева, Я. Тинбергена и других, основное место уделяется «экономике роста» [7].

Однако в СССР изначально наука о финансах была постоянно сопряжена с развитием государственного подхода. Труды ученых М.И. Боголепов, Г.Я. Сокольников, Л.Л. Оболенский и других базировались на оценке социалистического хозяйства и исследовании государственных финансов. Не случайно последующие труды Н.В. Дембинского, А.Д. Шеремета, Д.П. Андрианова считаются теоретическими основами экономического и финансового анализа хозяйственной деятельности т.н. «народных предприятий». В связи с этим основными источниками трансляции финансовой мысли в научной среде были периодические издания с государственно-прикладным уклоном такие, как «Финансы СССР», «Известия Наркомфина», а не академические журналы.

Масштабная научная экспансия достижений американских и европейских экономистов в области финансов происходит лишь в постсоветский период. На первый план вышли преимущественно статистические и учетные методы в области фондового рынка [9], методы антикризисного управления [8], метода анализа банковского сектора применительно к параметрам на микроуровне [10], интеграция в финансовое пространство на международном уровне с помощью количественных и сравнительных методов управления [11].

Управление финансовыми потоками и их координация на предприятиях осуществлялись без проработанной научной базы, поскольку в этот период не существовало транснациональных корпораций, не сформировались крупные рынки капитала, то и, как следствие, не возникало потребности в формализации процедур оценки эффективности инвестиционной и финансовой деятельности предприятий. К началу XX в. в России существовали два самостоятельных направления исследований финансов предприятия: анализ баланса и финансовые вычисления, позднее включенные в состав разделов финансового менеджмента.

Больше внимание стало уделяться не только публичным финансам, но и к предпринимательским финансам. Как следствие исследования в области негосударственного сектора, в частности Г.В. Петрова, Н.И. Химичева получаются широкое распространение. В результате трансформации базовых терминов финансовой науки формируется качественного новое понимание самой категории «финансы». Возникают новые направления научной мысли, не свойственные предшествующим эпохам развития финансовой школы [12], в том числе финансовый менеджмент, теории фискального обмена, теория общественного выбора и другие.

Систематизация научных исследований сущности финансов началась в постсоветской России в 90-е гг. XX в. Значимыми исследованиями этого периода являются работы А.Г. Грязновой, Е.В. Маркиной, Д.С. Молякова, В.В. Ковалева, М.В. Романовского, О.В. Врублевской и ряда других ученых. Их позиции в отношении формирования научной базы категории финансов и финансовой системы позволили систематизировать современную российскую финансовую науку. Отечественные ученые в области экономики и финансов представляют разнообразные научные позиции по характеристике финансов, их функций и места в системе экономических отношений в обществе.

Б.М. Сабанти рассматривал финансы как часть науки об обществе, которая является исторической наукой, поскольку назначение финансовой науки — одно и то же, независимо от общественной формации — выработка системы формирования и использования фондов, обеспечивающих выполне-

ние государством своих функций. Отстраняясь от идеологического наполнения термина «финансы», Б.М. Сабанти предлагает понимать под ним отношения, порождаемые государством по поводу трансформаций денежных средств в рамках бюджетного процесса [13].

Включение в характеристику финансов отношений, направленных на удовлетворение потребностей, означает наличие возможности разделения этой обобщающей категории на ее составляющие — производные категории, в том числе персональные и корпоративные финансы. Эту же возможность подчеркивает процесс стоимостного распределения общественного продукта между субъектами экономических отношений. У каждого из них распределение происходит по целевому назначению, определяемому функциями субъектов и их ролью в общественном воспроизводстве.

Таким образом, научное понимание финансов ассоциируется с процессами, которые проявляются в разнообразных формах и обязательно сопровождаются движением денежных средств, включая процессы потребления,— основной характеристикой персональных финансов.

Список литературы

1. Антоновский М.В., Горбешко В.В. Русские финансово-правовые школы и финансово-правовые школы зарубежных стран // Новая наука: Проблемы и перспективы. 2020. № 115-3. С. 215-218.

2. Валимухаметов Д.И., Ильина Т.Г. Методологические подходы оценки эффективности регулирования на финансовых рынках (российская школа) // Экономика и управление в XXI веке: тенденции развития. 2021. № 13. С. 183-191.

3. Янжул И.И. Основные начала финансовой науки. Учение о государственных доходах / Науч. ред.: Козырин А.Н.; Сост. и предисл.: Ялбулганов А.А. - М.: Статут, 2019. - 555 с

4. Патлаевский И. Теория денежного обращения Рикардо и его последователей / [Соч.] И. Патлаевского. - Одесса : тип. Ульриха и Шульце, 1871. - [2], 362 с URL:https://search.rsl.ru/ru/record/01003584299 (дата обращения: 11.03.2021)

5. Дьяченко В.П. О природе и функциях советских финансов. Советские финансы и кредит // Сборник статей, опубликованных в периодической печати. - М.: Госфиниздат, 1954. - С.52.

6. Вознесенский Э.А. Дискуссионные вопросы теории социалистических финансов. - Л.: Изд. Ленинград. ун-та, 1969. - С. 121

7. Официальный сайт Nobel Prize URL: https://www.nobelprize.org/prizes/economic-sciences/2004/press-release/ Дата обращения (10.03.2021).

8. Лемешко Е.Ю., Миронова Е.М. Вклад зарубежных финансовых школ в развитие сущности категории «финансы» // В сборнике: Проблемы финансов, кредита и бухгалтерского учета в условиях реформирования экономики. Материалы студенческой международной научно-практической конференции. Под редакцией В. А. Федорова, Е. А. Карловской. 2018. С. 105-108.

9. Тураева К.Е., Ильина Т.Г. Методологические подходы оценки эффективности контроля и надзора на финансовых рынках (зарубежная школа) // В сборнике: Проблемы социально-экономического развития России на современном этапе. Материалы VI Ежегодной Всероссийской научно-практической конференции (заочной). Ответственный редактор А.А. Бурмистрова, Тамбовский государственный университет имени. Г. Р. Державина». 2018. С. 301-308.

10. Рыжова А.А. Сравнение школ и методик оценки финансового состояния предприятия // Молодежный научный форум: общественные и экономические науки. 2019. № 1 (41). С. 360-364.

11. Красавина Л.Н. Научная школа международных валютно-кредитных и финансовых отношений // Деньги и кредит. 2019. № 1. С. 43-49

12. Воробьев А.В., Самойлова И.П. Понятие финансового контроллинга в современной финансовой наук // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2019. № 2 (62). С. 51.

13. Финансы : учебник / Ю. С. Долганова, Н.Ю. Исакова, Н.А. Истомина [и др.] ; под общ. ред. канд. экон. наук, доц. Н.Ю. Исаковой ; Мин-во обр. и науки РФ. — Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2019. — 336 с.

УДК 336.

СОДЕРЖАНИЕ И ВИДЫ РИСКОВ

ЕРДАВЛЕТОВ ДАНИЯР НАГМАРОВИЧ
Магистрант
Университет Международного Бизнеса

Аннотация: В данной статье рассматриваются основная сущность, содержание и виды рисков, которые влияют на работу в финансовой организации. Риск и угроза издержек присуща каждой финансовой деятельности.
Цель данной работы раскрыть сущность и виды рисков.
Ключевые слова: Риск, кредит, процент, банк, деньги.

CONTENT AND TYPES OF RISKS

Yerdavletov Daniyar Nagmarovich

Abstract: This article discusses the main nature, content and types of risks that affect the work in a financial organization. The risk and threat of costs is inherent in every financial activity.
The purpose of this work is to reveal the nature and types of risks.
Key words: Risk, credit, interest, bank, money.

Риск – это возможность потери, и его определение основано на длительном опыте или информации, которая могла бы позволить выполнить некоторые оценки вероятности ее последствий. В общем подходе риск означает опасность, вероятность возможных потерь или возможных потерь, которые мы пытаемся предотвратить или уменьшить с помощью современной экономической политики.

Восприятие риска со всеми его последствиями подразумевает осознание опасности, а также ответственность, которую берет на себя любой индивид, когда он заявляет, что решает проблему или идет на “риск”. Экономические агенты воспринимают риск как неблагоприятный результат, вероятность потерь, но все же привязанный к прибыли. В области инвестиций риск принимается, если он усугубляется дополнительной прибылью, которую можно предсказать с некоторой вероятностью. [1, с. 190]

Финансовый риск-это разновидность опасности, которая может привести к потере капитала заинтересованными сторонами. Для правительств это может означать, что они не в состоянии контролировать денежно-кредитную политику и дефолт по облигациям или другим долговым выпускам. Корпорации также сталкиваются с возможностью дефолта по долгу, который они берут на себя, но могут также испытывать неудачу в предприятии, что приводит к финансовому бремени для бизнеса.

Финансовые рынки сталкиваются с финансовыми рисками из-за различных макроэкономических факторов, изменений рыночной процентной ставки и возможности дефолта секторов или крупных корпораций. Люди сталкиваются с финансовым риском, когда они принимают решения, которые могут поставить под угрозу их доход или способность выплатить долг, который они взяли на себя.

Финансовый риск является одним из приоритетных видов риска для любого бизнеса. Финансовый риск появляется из-за рыночных движений, а рыночные движения могут содержать в себе множество факторов. Процесс оценки и управления финансовыми рисками часто называют управлением рисками. Но прежде чем погрузиться в управление рисками, важно иметь базовые знания о финансовом риске и его многочисленных типах. Финансовый риск можно классифицировать на основные виды, такие как: рыночный риск, кредитный риск, риск ликвидности, операционный риск. [2, с.157]

Рыночный риск - этот вид риска возникает из-за движения цен на финансовый инструмент. Рыночный риск можно классифицировать:

- Процентный риск - риск изменения процентных ставок;
- Валютный риск - риск изменения курсов валют;
- Товарный риск - риск изменения цен товаров.
- Фондовый риск - риск снижения цены акций;

Кредитный риск - этот вид риска возникает, когда человек не выполняет свои обязательства перед контрагентами. Данный вид риска также может называться как риск неплатежа или риск встречной стороны. Кредитный риск несут кредитные учреждения или лица инвестирующие в долговые инструменты. Кредитный риск можно разделить на:

- По отдельно взятым ссудам, предоставленным в распоряжение потенциальному заемщику;
- По всему портфелю кредитных средств, предоставленному банку, его еще принято называть совокупным.

Риск ликвидности - этот тип риска возникает из-за невозможности совершения сделок. К потерям от этого риска необходимо относить недополученную прибыль, связанную с отвлечением ресурсов для поддержания ликвидности. Риск ликвидности может быть классифицирован на:

- Риск срочной ликвидности – это риск реализации активов ниже рыночных цен, спровоцированный несбалансированностью активов и пассивов банка по срокам и суммам их востребования и погашения.
- Риск недостатка кредитных ресурсов – под этим риском подразумевается риск непродставления банком услуг по причине отсутствия средств.
- Риск мнговенной ликвидности – это риск возникновения задержки выполнения банком денежных обязательств на срок более одного рабочего дня.

Операционный риск - это риск финансовых потерь, вызванных сбоями во внутренних процессах, системах или процедурах. Эти неудачи часто вызваны случайными человеческими ошибками или преднамеренными мошенническими действиями. [3, с. 11]

Операционный риск можно классифицировать на:

- Персональный – это риск, который возникает вследствие действий сотрудников организации;
- Процессуальный – риск, который возникает из-за ошибок допущенных организации финансовой работы организации;
- Системный – это риск возникновения убыток вследствие несовершенства технологий которые используется в организации;
- Внешний – убытки, которые появляются из-за изменений в законодательстве и экономической области или также из-за физического вмешательства отдельных лиц.

Чтобы снизить операционные риски, каждая компания должна проводить периодические аудиты безопасности, а также внедрять надежные процедуры и эффективное внутреннее управление.

Финансовые риски существуют повсюду и проявляются во многих формах и размерах, затрагивая практически всех. Вы должны быть осведомлены о наличии финансовых рисков. Знание опасностей и способов самозащиты не устранит риск, но может смягчить их вред и уменьшить шансы на негативный исход.

Когда речь идет о финансовых рынках, полностью избежать рисков практически невозможно. Лучшее, что можно сделать - это каким-то образом смягчить или контролировать эти риски. Таким образом, понимание некоторых основных видов финансового риска является хорошим первым шагом на пути к созданию эффективной стратегии управления рисками

Список литературы

1. Джеймс К. Ван Хорн, Джон М. Вахович, мл. Основы финансового менеджмента, 12-е издание: Пер. с англ. — М.: ООО «И. Д. Вильямс», 2008.
2. Шапкин А. С. Экономические и финансовые риски. Оценка, управление, портфель инвестиций: Монография. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К0», 2003.

3. Рэдхэд К., Хьюс С. Управление финансовыми рисками. Пер. с англ. — М.:ИНФРА-М, 1996.
4. Bârsan-Pipu N. (2003). Risk Management. Concepts and approaches, The Scientific Bulletin of „Dimitrie Cantemir" Christian University, Braşov.

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ, АНАЛИЗ И АУДИТ

UDC 657.47.01

CONSTRUCTION OF AN ANALYTICAL MODEL OF THE COST OF PRODUCTION OF LLP «ALTYN-ZHARKY» ON THE BASIS OF A MARGINAL APPROACH

SHAULIYEVA ZHAISANA BIRZHANOVNA,
Master's student of the Accounting and audit
NURZHANOVA INDIRA SOVETOVNA
Master of Economics, Senior Lecturer of the Department of Accounting and Auditing
Karaganda University of Kazpotrebsoyuz

Abstract: The use of the «direct-costing» system expands analytical capabilities, allows you to analyze the relationship between production volume, cost and profit based on the division of costs into fixed and variable. In the «direct-costing» system, only a variable part of production costs is attributed to finished products, and they are distributed between the remaining finished products and the cost of products sold, and all fixed costs are considered as costs related to a period of time. One of the features of using the direct-costing system for the purposes of cost, cost and profit management is the analysis of the relationship between production volume, cost and profit based on the division of costs into variables and constants (break-even analysis). In this article, based on an example, this relationship is considered.
Key words: direct-costing, cost, profit, break-even analysis

ПОСТРОЕНИЕ АНАЛИТИЧЕСКОЙ МОДЕЛИ СЕБЕСТОИМОСТИ ПРОДУКЦИИ ТОО «АЛТЫН-ЖАРКЫ» НА ОСНОВЕ МАРЖИНАЛЬНОГО ПОДХОДА

Шаулиева Жайсана Биржановна,
Нуржанова Индира Советовна

Аннотация: Использование системы «директ-костинг» расширяет аналитические возможности, позволяет анализировать взаимосвязь между объемом производства, себестоимостью и прибылью на основе разделения затрат на постоянные и переменные. В системе «директ-костинг» только переменная часть производственных затрат относится к готовой продукции, и они распределяются между оставшейся готовой продукцией и себестоимостью реализованной продукции, а все постоянные затраты рассматриваются как затраты, связанные с определенным периодом времени. Одной из особенностей использования системы директ-костинга для целей управления затратами, затратами и прибылью является анализ взаимосвязи между объемом производства, затратами и прибылью на основе разделения затрат на переменные и постоянные (анализ безубыточности). В данной статье на примере рассмотрено это соотношение.
Ключевые слова: директ-костинг, себестоимость, прибыль, анализ безубыточности.

An important feature of «direct costing» is that it allows to analyze the relationship and interdependence between the volume of production, costs and income from core activities. Such analysis is called a break-even

analysis and it is based on the relationship between sales revenue, costs and profits in the short term, when production is limited to certain production facilities, the increase or decrease of which is impossible in a short period of time [1].

The break-even analysis is based on the division of the total cost of supply, production and sales of products into constant and variable costs.

Break-even analysis tasks:

–determination of the break-even point;

–determination of the number of units of production that must be sold to obtain the planned profit;

–setting the price of products to ensure demand and profit at the planned level;

–selection of the most efficient production technologies;

–adoption of an optimal production plan.

Hence, it is quite obvious that break-even analysis is one of the methods for analyzing demand in a market economy.

In the theory of management accounting and analysis, two approaches to the analysis of break-even are considered: economic and accounting.

In the analysis of break-even, not only a graphical, but also a mathematical approach is used to reflect the processing of the initial information on the costs and results of the production and commercial activities of the enterprise. When developing and applying mathematical formulas, it should be borne in mind that fixed costs are a constant aggregate (summary, total) value for the entire volume of production, and variables reflect costs per unit of output and change depending on changes in production volume. Consequently, the specific profit per unit of output will also vary depending on the level of production.

The mathematical relationship between profit, production and costs is expressed by the formula:

$$NP = pq – (c + vq) \quad (1)$$

where,

NP is net profit;

q – is the number of units sold, natural units;

p – s the selling price of a unit of production;

v – variable costs per unit of output;

c – total, fixed costs.

The following factors affect net income:

– volume of manufactured or sold products;

– unit price of products sold;

– variable costs for production, implementation and management;

– fixed costs associated with the production, sale and management of the enterprise [2].

First of all, it is necessary to determine the volume of production and sales, at which the company provides reimbursement of all costs.

The break-even point is the volume of production, upon realization of which the income covers the total costs. At this point, income does not allow the enterprise to make a profit, but there are no losses either. Accordingly, the break-even point will be at the following production level:

$$c + vq = pq – NP \quad (2)$$

Since the net profit is NP = 0, then:

$$pq = c + vq \quad (3)$$

To determine the break-even point, you can also use the indicator of gross, or marginal income (MI). Its calculation and use are based on the fact that in the assumed range of production, the product price and unit variable costs are constant. Consequently, the difference between the selling price and variable costs per unit of production must be constant. To break even production, this difference, or marginal income, must cover fixed costs.

$$P_{up} = S_{fx} + U_{varc} \quad (4)$$

where,

P_{up} - is the price of a unit of production;

S_{fx} - specific fixed costs;

U_{varc}- unit variable costs.

Or at the break-even point, the marginal income is equal to the specific fixed costs, since in this case:

$$P_{up} - U_{varc} = S_{fx} \quad (5)$$

Subject to this rule, each unit of production does not bring any profit or loss.

Then the break-even point is found by the formula:

$$P_b = \frac{Tfc}{S_{fc}} \quad (6)$$

where,

P_b–break-evenpoint;

T_{fc} –total fixed costs;

S_{fc}–specific fixed costs.

This formula can be interpreted as follows:

$$P_b = \frac{T_{fc}}{\text{MI}} \quad (7)$$

where,

P_b– break-even point;

T_{fc} – total fixed costs;

MI – marginal income.

Based on the foregoing, it is possible to determine the formula breakeven:

$$V_{cr} = \frac{T_{fc}}{MI} \quad (8)$$

where,

V_{cr}– critical sales volume or break-even point

T_{fc} – total fixed costs;

MI – marginal income, MI= p – v.

Break-even analysis can be used when planning target profit and production volumes. Since profit is equal to the difference between income from sales of products and costs, income will be equal to the sum of profit and total costs, which are made up of fixed and total variable costs, or:

$$pq = np + c + vq; \quad (9)$$

Hence:

$$\text{MI} = np + c \quad (10)$$

Thus, the marginal income - the total (total, total) profit should, firstly, cover fixed costs and, secondly, be sufficient to obtain the planned profit. The planned amount of products that an enterprise must produce in order to obtain the required profit can be calculated using the formula:

$$O_{pl} = \frac{\text{пр+с}}{MI} \quad (11)$$

where,

Opl – planned quantity of products.

Thus, the analysis of the relationship between the volume of production, cost, profit and marginal income is a promising direction in the development of domestic analysis of economic activity in a market economy.

Let us analyze the indicators of economic activity of Altyn-Zharky LLP using the information obtained as a result of the use of the direct costing system. Table 1 presents the basic data for the analysis of the critical volume of production. Business range is taken into account with the transformer output dynamics for the period 2020 year.

Substituting the initial data in the above formulas, we determine the critical value of the volume of production, income (proceeds) from the sale of products, the amount of fixed costs, the selling price and the level of the minimum marginal income.

Table 1

Initial data for the analysis of the critical volume of production

Indicators	Indicator
Variable unit cost: 1 transformer, tenge	2 582,2
Businessactivityrange, units	from 1 to 600
Fixed costs in this range, tenge	214 424
Generalvariablecosts, tenge	1 265 278
Totalcosts, tenge	1 479 702
Unitprice, tenge	5 841

1. Calculation of the critical production volume according to formula 6:

$$q = \frac{214424}{5841 - 2582,2} = 65,8$$

The critical volume production in natural expressionis 66 transformers.

The break-even point can also be calculated in monetary units. To do this, you need to multiply the number of units of production at the break-even point by the price of a unit of production: 66 x 5841 = 385 506 tenge.

The break-even point is the sales proceeds at which the enterprise no longer has losses, but does not yet have profits. The result from the sale after reimbursement of variable costs is exactly enough to cover fixed costs, and the profit is zero.

In the professional literature, the break-even point in monetary terms is called the critical value of income (proceeds) from the sale of products, the calculation of which is carried out according to the formula below.

2.Calculation of the critical value of income (proceeds) from product sales:

$$I^N = \frac{\frac{C}{p - v}}{p} = \frac{\frac{214424}{5841 - 2582,2}}{5842} = \frac{214424 \times 5841}{3258,8} = 384423$$

Thus, income (revenues) from sales of products at the point of break-even point is 384 423 tenge.

3.Calculation of the critical level of fixed costs:

$C = q \times d^m = 66 \times 3258,8 = 215081$ тенге.

where,

d^m – marginal income per transformer unit equal to 3258.8 tenge.

For our example, the critical level of fixed costs is 215081 tenge.

5. Calculation of the level of the minimum marginal income as a percentage of income (revenue) from sales:

$$d^m = в\%кД^N = \frac{C}{I^N} \times 100 = \frac{214424}{384423} \times 100 = 55,8\%$$

At constant profit margin and the selling price of their relationship will also be constant, that under - confirms the conformity of these accounts with a minimum margin income as a percentage of revenue from product sales at breakeven.

Fixed costs are a constant cumulative value, and unit costs vary with the level of production. As a result, the income per unit of output also varies with the volume of production.

The income from the main activity per unit of output will not be constant at equal levels of production. Therefore, calculating fixed costs per unit of output is meaningless.

In our case, the enterprise has a low share of fixed costs - 14.5% in relation to total costs, which negatively characterizes its business activity and efficiency.

For a visual representation of the relationship of general, variable and fixed costs with income (proceeds) from product sales, marginal income and income from core activities (production of this type of

product), we use the graphical method. Along the vertical (ordinate axis, denoted by «Y») Cartesian coordinates, we postpone data on the cost price and income (proceeds) from the sale of products, and horizontally (abscissa axis, denoted by «X») - the amount of production in kind (Figure 1) [3, 4].

The above graph can be interpreted as follows. Where the lines of income (proceeds) from sales and costs intersect (point K, corresponding to the volume of production (66 transformers), a break-even state is achieved, since the total income at this point is 385,506 tenge (66 transformers * 5841 tenge - unit sales price) is sufficient to cover fixed costs in the amount of KZT 214,424 and variable costs in the amount of KZT 170,425.2 (KZT 2582.2 * 66 transformers)

If the volume of sales is below this point, the enterprise cannot cover all costs, and therefore, it will receive not income, but losses. On the contrary, if the volume of sales is greater than the critical one, the result will be positive, i.e. the activity of the enterprise becomes profitable.

The loss area in the graph is located to the left, and the income area is to the right of the production tipping point. Estimating the relevant series in the graph from 0 to 600 units, we can conclude that each unit of production produced and sold in excess of 66 transformers will bring the company 2,582.2 tenge of marginal income, which is equal to the selling price minus variable costs.

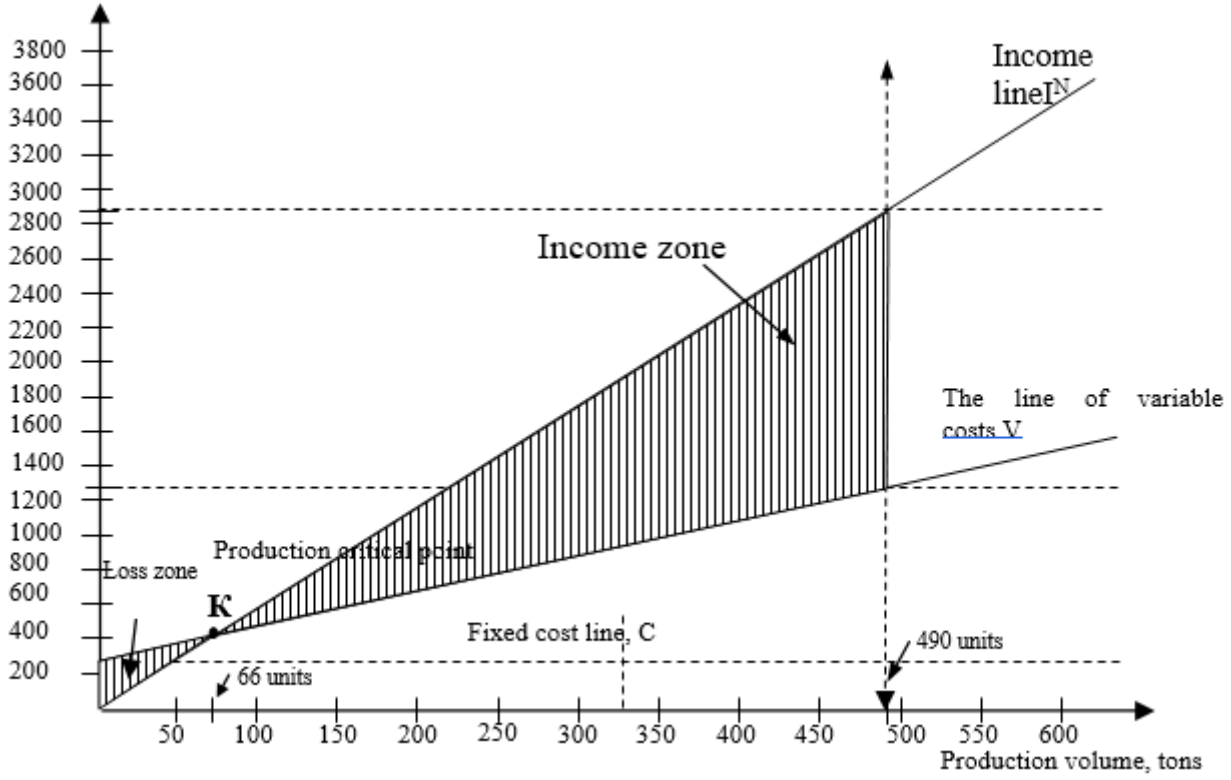

Fig. 1. Break-even chart for transformer manufacturing

Symbols:

I^N - income (revenue) from sales;

V - variable costs:

C -fixed costs;

q -number of product units, thousand dal;

K -Production critical point.

Thus, to ensure breakeven production, the marginal income must cover fixed costs.

In our example, the marginal income per unit of production (1 transformer) is 2582.2 tenge, fixed costs in the range of up to 600 transformers – 214,424 tenge.

To earn a marginal income that covers fixed costs, 66 transformers must be produced and sold. After

that, for each transformer sold, the enterprise will be able to receive 2,582.2 tenge of marginal income. Since this value is constant, it is extremely useful for expressing the relationship between income (proceeds) from product sales and costs for any volume of sales. With each change in the volume of sales of products for 1 transformer, the amount of income from core activities changes by 2,582.2 tenge.

The important point in management is the process of decision-making, during which determined the tactics and strategy of the enterprise development.

When using the method of marginal income, it is possible to determine the volume of sales required to obtain a given amount of income (to maximize profits), it is also possible to make decisions about optimizing prices for manufactured products. Consider the process of making these management decisions based on information about marginal income.

References

1. Kerimov V.E., Komarova N.N., Epifanov A.A. Organizasiя upravlencheskogo ucheta po sisteme «direkt-kosting» //Audit i finansovyi analiz, №2, 201
2. Mişin A. Upravlencheskii uchet: upravlenie zatratami i rezultatami hozyaistvennoi deyatelnosti. — M.: Delo i Servis, 2002. — 175 s.
3. Druri K. Vvedenie v upravlencheskii i proizvodstvennyi uchet. Per. s angl. (pod red. Mabalinoi S.A.) – M.: Audit, niti, 1994. – 146s.
4. Şeremet A. Upravlencheskii uchet. Uchebnoe posobie – M.: FBK-Press, 2004 - 512s.

УДК 657

ПРОБЛЕМЫ УЧЕТА И АУДИТА ПРИ АНАЛИЗЕ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ

МАРУФИ ВАЛЕРИЯ ВАЛЕРЬЕВНА,
Магистрант,
БАИШЕВА ЕНЛИК ДОСЖАНОВНА
к.э.н., доцент
ТОО «Университет Международного Бизнеса»,
г. Алматы, Казахстан

Аннотация: В данной статье рассматриваются предложения по улучшению методики анализа финансовой устойчивости организации. Необходимость совершенствования методики анализа финансовой устойчивости организаций обусловлена тем, что современный бизнес, в связи с постоянным ростом новых хозяйствующих субъектов и пользователей их финансовой отчетности как со стороны внешних пользователей, так и со стороны внутренних, выдвигает очень жесткие требования к бухгалтерской и аналитической информации. Достижение и поддержание финансовой устойчивости любой организации является важнейшей задачей ее руководства [1]. Финансовое положение коммерческой организации принято считать устойчивым, когда при неблагоприятных изменениях условий внешней среды она продолжает нормально функционировать, вовремя и в полной мере выполнять свои обязательства перед сотрудниками организации, ее поставщиками, кредитными учреждениями, налоговыми органами и при этом иметь возможность продолжать осуществлять текущие планы по стратегическому развитию [2].
Ключевые слова: бухгалтерская финансовая отчетность, анализ бухгалтерской отчетности, анализ финансовой устойчивости, финансовое состояние, анализ платежеспособности.

ACCOUNTING AND AUDITING PROBLEMS IN THE ANALYSIS OF FINANCIAL SUSTAINABILITY

Marufi Valeriya Valeryevna,
Baisheva Enlik Doszhanovna

Abstract: This article discusses proposals for improving the methodology of analyzing the financial stability of an organization. The need to improve the methodology of analyzing the financial stability of organizations is due to the fact that modern business, because of the constant growth of new economic entities and users of their financial statements, both from external users and from internal users, puts forward very strict requirements for accounting and analytical information. Achieving and maintaining financial stability of any organization is the most important task of its management [1]. The financial position of a commercial organization is considered to be stable when, under adverse changes in environmental conditions, it continues to function normally, fulfill on time and in full its obligations to employees of the organization, its suppliers, credit institutions, tax authorities, and at the same time be able to continue to implement current plans for strategic development [2].
Key words: accounting financial statements, analysis of financial statements, analysis of financial stability, financial condition, analysis of solvency.

Вопросы анализа финансовой отчетности, а также понятие финансовой устойчивости организации были рассмотрены многими авторами. В работах таких авторов как Проскурина В.П. [3], Нурсеитов

Э.О. [4], Дюсембаев К.Ш. [5] Волков О.И. [6], Домбровская Е.Н. [7], Лав Винсент Дж. [8], Пономарева Л.В. [9], Сигидов Ю.И. [10], Камысовская С. В. [11], Крум Э.В. [12], Олькова А.Е. [13], Аверина О.И.[14], Бариленко В. И. [15], Шеремет А.Д. [16], Фридман А.М. [17], Давыденко И.Г. [18] представлены основы и теоретические принципы бухгалтерского учета и теории его анализа. Рассматриваются правила ведения бухгалтерского учета, методы анализа финансовой отчетности.

Кроме того, вопросы анализа финансовой устойчивости и ее определения актуализируются и в научных статьях. Например, в статьях Таймазовой А.А. [19], Петровой Е.Ю. и Филатовой Е.В. [20], Гутковской Е.А. и Колесника Н.Ф. [21], Милютиной Л.А. [22], Кабш Р.Д. [23], Ван Хорн Дж. К. [24] и Шишкина А.В. [25].

Одним из важнейших условий стабилизации положения организации является ее финансовая устойчивость. Это связано не только со стабильностью экономической среды, в которой осуществляется деятельность организации, но и с эффективным реагированием на внутренние и внешние факторы, которое приводит к высоким результатам организации [15, с. 320].

Анализируя финансовую устойчивость бизнеса, можно увидеть, насколько точно организация управляет своими финансовыми ресурсами в течение определенного периода времени. Недостаточная финансовая устойчивость может привести к риску банкротства организации, а отсутствие средств для развития дополнительного производства может быть препятствием, поэтому взаимосвязь между финансовыми ресурсами и требованиями рынка — это развитие организации. Таким образом, характер финансовой устойчивости определяется эффективным формированием, грамотным распределением и использованием финансовых ресурсов [16, с. 293].

Финансовая устойчивость организации характеризуется целым рядом показателей, вся совокупность которых может быть разделена на абсолютные и относительные [17, с.240].

В экономической литературе выделяют два основных подхода к оценке анализа финансовой устойчивости: в основе первого подхода лежит оценка величины собственного капитала, кроме того, этот подход дополняется совокупным анализом экономической деятельности. Стоит заметить, что особое внимание при этом уделяется соотношению собственного и заёмного капиталов. В первом подходе финансовая отчётность (преимущественно, бухгалтерский баланс) является информационной базой. Что касается второго подхода, то он основывается как на анализе учётных, так и внеучётных данных, а также на анализе показателей конкурирующих организаций, средних показателей по отрасли и справочных параметров, экономических показателей страны в целом, региона, города. [18, С. 371-374]. Хотя второй метод считается более достоверным, он является и более затратным в плане труда специалистов. Для его проведения может понадобиться целая группа специалистов. Первый же метод считается более простым и легкодоступным и состоит из трех этапов:

Этап 1: вычисление и оценка абсолютных показателей финансовой устойчивости организации, которые основаны на корреляции собственных и заёмных средств, они формируют многомерные параметры – определители типа устойчивости: абсолютная устойчивость, нормальная устойчивость, неустойчивое финансовое состояние, кризисное положение.

Этап 2: на основании полученных значений определяется тип финансовой устойчивости организации, здесь берутся следующие показатели:

1. «коэффициент отвлечения оборотных активов в дебиторскую задолженность за товары, работы и услуги» - соотношение суммы дебиторской задолженности за товары, работы и услуги и величины оборотных активов;

2. «коэффициент финансовой зависимости» – сумма заемного капитала в общей валюте баланса;

3. «коэффициент текущей задолженности» – соотношение краткосрочных обязательств и общей валюты баланса;

4. «коэффициент долгосрочной финансовой устойчивости» – корреляция собственного и долгосрочного заемного капитала к общей валюте баланса;

5. «коэффициент покрытия долгов собственным капиталом» – соотношение собственного капитала и заемного;

6. «коэффициент финансового левериджа» – обратное предыдущему соотношение заемного капитала к собственному.

Финансовое положение организации считается тем более устойчивым, чем выше показатели четвертого и пятого коэффициентов и ниже показатели оставшихся четырех коэффициентов.

На 3 этапе проверяются различные модели банкротства: пятифакторная модель Альтмана, Бивера, Таффлера, Тишшоу и т. д.

Данный метод имеет сильное подчинение оговорке – «при прочих равных условиях», когда параметры, взятые за основу оценки, рассматриваются как значительные при любых условиях и берутся без корректировок. И это является главным недостатком этого метода. Однако, на практике именно этот метода используются в большинстве случаев.

Принятие решения об использование одного из вышеупомянутых методов оценки показателей базируется на целях исследования, базе ресурсов и временных рамках, которые имеет в запасе специалист. В любом случае, оценка показателей финансовой устойчивости несет в себе две важнейшие функции – аналитическую и информационную. Первая тесно связана с подготовкой и мотивом принятия определенных управленческих решений, вторая же – с извлечением необходимых показателей. [16, с. 296].

В результате исследования, получен вывод о том, что оба метода оценки финансовой устойчивости имеют определенные недостатки. Один из методов недостаточно точен, а другой очень трудоемкий и требует значительных затрат времени. В современных условиях цифровизации целесообразным будет предложить совершенствование автоматизации процесса анализа финансовой устойчивости. Учитывая, в мире уже существуют различные программы, предлагается усовершенствовать такие программы технологией «Big data». Существенные объёмы накопленных данных могут затруднить их обработку и хранение обычными офисными приложениями и программами. Big data позволяет решить этот вопрос, предлагая более усовершенствованные инструменты. Помимо этого, важное значение имеет скорость обработки данных, для многих больших организаций критично получение информации в режиме реального времени, это также под силу технологии «Big data» в силу того, что технология позволяет делать одновременно и обработку, и анализ данных. [26]

При условии внедрения технологии «Больших данных» в программы по анализу финансовой устойчивости, можно сделать вывод, что такой современный и усовершенствованный способ автоматизированной оценки финансовой устойчивости может иметь ряд преимуществ:

- Программа сможет быстро обрабатывать гораздо больший объем данных и за любой промежуток времени;
- Позволит сэкономить время специалистов;
- Позволит получить точные выводы о наличии либо отсутствии финансового устойчивости, используя более подходящий и полный метод оценки;
- Позволит сделать вывод о том, на каком уровне находится финансовое равновесие организации;
- Возможность использования на различных временных этапах управления – на этапе экономического планировании, регулирования и мониторинга.

С учетом изложенной в данной статье информации, можно сделать вывод, что использование различных методик и подходов к анализу финансовой отчетности, а также пути их совершенствования с помощью средств цифровизации и разработки соответствующего программного обеспечения позволяют сформировать мнение об общем финансовом состоянии организации на текущий момент и принять верные управленческие решения, в свою очередь анализ финансового положения организации может стать основой для прогнозирования будущей деятельности организации.

Совершенствование анализа финансовой устойчивости крайне актуально в современных экономических условиях, учитывая вызов глобальной чрезвычайной ситуации всем организациям, поскольку объективная оценка финансовой устойчивости является важным информационным источником для мотивированного принятия оптимальных управленческих решений. Кроме того, изучение методов формирования бухгалтерской отчетности на постоянной основе и ее качественный анализ помогают

раскрыть причины успехов и недостатков в работе бухгалтеров и аналитиков, принимать качественные и верные управленческие решения, а также помогают наметить пути совершенствования работы в этой области.

Список литературы

1. Газизова М.М. Анализ финансовых ресурсов на примере компании ПАО «Уралкаий» / Научные труды студентов Ижевской ГСХА сборник статей. // М.М. Газизова // ФГБОУ ВО Ижевская ГСХА. Ижевск. - 2018. - С. 774-777
2. Уварова Т.И. // Научные труды студентов Ижевской ГСХА сборник статей: // Т.И. Уварова, А.Г. Шевко // ФГБОУ ВО Ижевская ГСХА. Ижевск. - 2018. - С. 917-922
3. Проскурина В.П. Бухгалтерский учет от азов до баланса: Практическое пособие. - М.: ТОО Издательство LEM 2020 г. 340 с.
4. Нурсеитов Э.О. Бухгалтерский учет в организациях (учебное пособие) – Алматы, Казахстан: ТОО Издательство LEM 2015 г. – 432 с.
5. Дюсембаев К.Ш. Анализ финансовой отчетности: Учебник. – Алматы: Экономика, 2009. – 366 с.
6. Волков О.И. Экономика предприятия: Учебное пособие / О.И. Волков, В.К. Скляренко. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 264 с.
7. Домбровская Е.Н. Бухгалтерская (финансовая) отчетность: учеб. пособие / Е.Н. Домбровская – М.: РИОР: ИНФРА-М, 2016. – 96 с.
8. Лав Винсент Дж. Как понимать и использовать финансовую отчетность: пособие: перевод с англ. / Лав Винсент Дж. – М.: Джон Уайли энд Санз, 2016. – 89 с.
9. Пономарева Л.В. Бухгалтерская (финансовая) отчетность: учеб. пособие / Л.В. Пономарева, Н.Д. Стельмашенко. – М.: ИНФРА-М, 2016. – 224 с.
10. Сигидов Ю.И. Бухгалтерская (финансовая) отчетность: учеб. пособие / Под ред. Ю.И. Сигидова. – М.: ИНФРА-М, 2017. – 340 с.
11. Камысовская С. В. Бухгалтерская финансовая отчетность: формирование и анализ показателей : учеб. пособие / С.В. Камысовская, Т.В. Захарова. — М.: ИНФРА-М, 2019. — 432 с.
12. Крум Э.В. Экономика предприятия: Учебное пособие / Э.В. Крум. - Мн.: ТетраСистемс, 2018. - 192 с.
13. Олькова А.Е. Основы анализа финансовой отчетности предприятия / Олькова А.Е. – М.: Дело РАНХиГС, 2019. – 64 с.
14. Аверина О.И. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности (для бакалавров) / О.И. Аверина. — М.: КноРус, 2019. — 94 с.
15. Бариленко В. И. Комплексный анализ хозяйственной деятельности — М.: Юрайт, 2020. — 456 с.
16. Шеремет А.Д. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: Учебник / А.Д. Шеремет. - М.: Инфра-М, 2017. - 352 с.
17. Фридман А.М. Анализ финансово-хозяйственной деятельности: Учебник/ А.М. Фридман. — М.: РИОР: ИНФРА-М, 2019. - 264 с.
18. Давыденко И.Г. Экономический анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия (для бакалавров) / И.Г. Давыденко, В.А. Алешин, А.И. Зотова. — М.: КноРус, 2018. — 384 с.
19. Таймазова А.А. Роль финансовой отчетности в анализе финансовой устойчивости предприятия // Вестник науки и образования. – 2020. - №6 (84). – С. 44-47
20. Петрова Е.Ю., Филатова Е. В. Актуальность коэффициентного метода оценки финансовой устойчивости // Вестник НГИЭИ. 2015. №1 (44). С. 65-68
21. Гутковская Е.А., Колесник Н.Ф. Оценка финансовой устойчивости коммерческой организации и мероприятия по ее повышению // Вестник СамГУ. 2015. №2 (124). С. 35-46

22. Милютина Л.А. Финансовая устойчивость предприятия как ключевая характеристика финансового состояния // Вестник ГУУ. 2017. №5. С. 153-156

23. Кабш Р. Д. Формализация теоретических подходов к определению финансовой устойчивости // Интернет-журнал Науковедение. 2017. №1 (38). С. 1-8

24. Ван Хорн Джеймс К., Вахович Джон М. Основы финансового менеджмента. Часть 1 / Джеймс К. Ван Хорн, Джон М. Вахович – М.: Книга по Требованию, 2018. – 610 с.

25. Шишкин А. В. Теоретический анализ финансовой устойчивости хозяйствующих субъектов // Известия УрГЭУ. 2016. №2 (64). С. 58-67

26. Чехова Н. Big data – новая разработка, без которой уже трудно представить деятельность в любой сфере. «Журнал о интернет-маркетинге и SEO продвижении» https://livesurf.ru

УДК 33

ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ТРУДА И ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ В ЭКОНОМИКЕ ОРГАНИЗАЦИИ

МАМЕДБЕКОВА МАРИНА ИЛЬГАМОВНА
Студентка
ГПОАУ ЯО "Ярославский промышленно-экономический колледж им. Н.П.Пастухова"

Научный руководитель: Зборовская Елена Борисовна
к.э.н., доцент
ГПОАУ ЯО "Ярославский промышленно-экономический колледж им. Н.П.Пастухова"

Аннотация: автором рассматривается понятий аппарат термина «заработная плата», взаимоотношения с внебюджетными фондами и административная ответственность за нарушению трудового законодательства.
Ключевые слова: заработная плата, отчетность по заработной плате, страховые взносы.

SPECIFICS OF LABOR AND PAYROLL ACCOUNTING

Zborovskaya Yelena Borisovna,
Mamedbekova Marina Ilgamovna

Abstract: the author considers the conceptual apparatus of the term "Salary", relations with extra-budgetary funds and administrative responsibility for violation of labor legislation.
Key words: salary, salary reporting, insurance premiums.

Понятие труд содержит в себе большое количество сторон. С экономической точки зрения труд – это любая общественно-полезная деятельность человека. С социальной точки зрения – это усилия трудоспособного человека, которому нормативно-правовыми актами разрешается работать для собственного блага и блага государства. Другими словами, труд – это мотивированная общественно-полезная деятельность, которая направленна на создание материальных благ и услуг.

Заработная плата, как явление в экономике, возникла на стадии товарного производства во время формирования промышленного капитала и выделения классов наемных работников и работодателей. В таблице 1 показаны различные исторические подходы к пониманию сущности термина «заработная плата»:

Таблица 1

Экономическая сущность термина «заработная плата»

Автор	Подходы к определению сущности «заработной платы»
А. Смит	«Заработная плата является вознаграждением за труд…»; процесс деятельности по созданию продукта или оказания услуги – это товар на рынке труда. Предположение: заработная плата – цена труда работника и отражение минимума средств, необходимых ему для существования.

Продолжение таблицы 1

Автор	Подходы к определению сущности «заработной платы»
Д. Рикардо	Труд, являющийся товаром, имеет собственную и рыночную стоимости. При этом под «собственной» (или «естественной») ценой следует понимать стоимость средств существования работника и иждивенцев, а под рыночной – заработная плата, формирующаяся на рынке труда и колеблющаяся под влиянием спроса и предложения.
К. Маркс	Концепция заработной платы базируется на обособлении понятий «труд» и «рабочая сила», которые были рассмотрены автором ранее.

Заработная плата выплачивается в денежной форме. Во многих организациях оплата труда может иметь и другие формы: выдача продукции, отпуск товаров, оказание услуг и т.п., однако доля неденежных форм не должна превышать 20% от общей суммы оплаты труда.

На каждом предприятии основой для расчета заработных плат могут быть такие методы расчета, как:

1. уровень квалификации;
2. свободный (общий) коэффициент труда;
3. экспертная оценка результатов труда;
4. ставки труда;
5. проценты от прибыли предприятия и т.д.

Так, к основной заработной плате могут быть добавлены дополнительные выплаты и надбавки, которые имеют компенсирующую и (или) стимулирующую функцию по отношению к условиям труда, отличным от нормальных (например, работа в ночное и сверхурочное время, в праздничные дни и т.п.) или имеющие особый характер выполненной работы (как правило, сезонной, отдаленной, сменной и т.п.).

В частности, есть особенности заработной платы для определенных категорий работников. К им относятся сотрудники, которые работают:

1. по совместительству;
2. в тяжелых климатических условиях;
3. во вредных и тяжелых условиях;
4. по разным квалификациям.

Рассчитанная сумма доплаты включается в состав заработка за месяц, за который сотруднику была недоплачена. Исключение составляют премии – суммы их дополнительных выплат включаются в расчет средней заработной платы того месяца, в котором они были начислены. Именно такой порядок учета доплат рекомендуется применять исходя из основного принципа расчета средней заработной платы – права работника на ее получение исходя из заработка, на который он имел право в расчетном периоде.

Следует отметить, что учёт заработной платы занимает одно из центральных мест во всей системе бухгалтерского учёта на предприятии. Расчёты с персоналом по заработной плате классифицируются аудиторами как области с повышенным аудиторским риском. Это оправдано тем, что заработная плата – это основная статья расходов организации. Поэтому ошибки в работе бухгалтеров влекут за собой материальную, гражданско-правовую, административную и уголовную ответственность.

Как правило, трудовые споры, возникающие из-за ошибки в учете, можно разрешить в рабочем порядке, но стоит отметить, что этот процесс может доставить некоторые неудобства. Если при расчетах сотрудником предприятия обнаружена ошибка, необходимо предпринять следующие действия:

1. составить докладную записку на имя руководителя предприятия;
2. составить бухгалтерскую справку и на ее основании начислить работнику недополученную заработную плату;
3. начислить компенсацию за просроченную выплату, начиная со дня, следующего за установленной датой выдачи зарплаты, до дня выдачи включительно (НДФЛ с суммы компенсации уплачивать не нужно);
4. произвести выплаты задолженности и компенсации.

За невыполнение норм ТК РФ работодатель несет административную ответственность. Неполная или частичная выплата в установленный срок заработной платы и (или) других выплат, осуществляемых в рамках трудовых отношений, не содержащих уголовно наказуемого деяния, либо формирование заработной платы в размере менее, чем предусмотрено трудовым законодательством РФ, влечет за собой предупреждение или наложение административного штрафа:

- на должностных лиц – в размере от 10 000 до 20 000 руб.;
- на юридических лиц – от 30 000 до 50 000 руб.

Анализируя результаты судебной практики, можно проследить тенденцию, что в подавляющем большинстве споров по поводу заработной платы закон на стороне работника. Поэтому верным решением для снижения риска ошибок в расчетах с персоналом является передача бухгалтерии на аутсорсинг.

Отметим, что организация предоставляет бухгалтерскую и налоговую отчётность по оплате труда и страховым взносам в налоговые органы, в фонд социального страхования. Данные отчёты имеют возможность проведения полноценного анализа налоговой базы в разрезе физических лиц – получателей доходов и видов расчёта, а также начисленных налогов в разрезе физических лиц. По результатам учёта доходов, исчисленных налогов и взносов формируется следующая отчётность:

1. налоговая карточка 1-НДФЛ, справка о доходах 2-НДФЛ, 6-НДФЛ;
2. расчёт по страховым взносам в ИФНС;
3. расчет по начисленным и уплаченным страховым взносам на обязательное социальное страхование от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний, а также по расходам на выплату страхового обеспечения (форма 4-ФСС);
4. индивидуальная и сводная карточка учёта сумм страховых взносов на обязательное пенсионное страхование, СЗВ-М, СЗВ-СТАЖ.

При расчете страховых взносов учитывается информация обо всех взносах во внебюджетные фонды (без учета выплат на «травматизм»). Кроме того, отчет содержит только те данные, которые имеют отношение к начислениям отчетного периода. Такие показатели, как сумма уплаченных взносов, остаток входящей и исходящей задолженности, не отражаются при расчете страховых взносов. Если отчет содержит неточную информацию, то налоговая служба отправляет соответствующее уведомление, и указанное отклонение должно быть устранено в течение пяти дней.

Таким образом, необходимым условием правильного определения размеров оплаты труда и соблюдения принципа материальной заинтересованности работников является хорошо организованный бухгалтерский учет. В организации, направление - учет заработной платы является наиболее сложной и трудоемкой частью финансовой бухгалтерии. Его организация требует обеспечения правильного документирования операций и своевременных выплат персоналу организации.

Список литературы

1. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 №197-ФЗ.
2. Федеральный закон «О бухгалтерском учете» от 06.12.2011 N 402-ФЗ.
3. Постановление Правительства РФ от 24.12.2007 №922«Об особенностях порядка исчисления средней заработной платы».
4. Горелов, Н.А. Оплата труда персонала: методология и расчеты [Текст]: Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Н.А. Горелов. - Люберцы: Юрайт, 2016. – [С. 210-2015]
5. Шегурова В.П. Нормативное регулирование расчетов по оплате труда: российский и зарубежный опыт / В.П. Шегурова, А.В. Полякова // Электронный научный журнал «Дневник науки» - 2019 - №3 – [С. 15]

РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

УДК 332.2

РОЛЬ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ УГОДИЙ В РАЗВИТИИ НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

СЕРГЕЕВА ЛАРИСА ВИКТОРОВНА
аспирант
ГБОУ ВО «Нижегородский государственный инженерно-экономический университет»,
Россия, Княгинино

Аннотация. Актуальность темы исследования определена тем, что от трансформации земельных отношений напрямую зависит развитие сельскохозяйственного сектора каждого региона страны и в целом Российской Федерации. Целью исследования является выявление причин, препятствующих подъему результативности аграрной экономики при использовании земли сельскохозяйственными организациями Нижегородской области.
Ключевые слова: земельные отношения, земли сельскохозяйственного назначения, земельная доля, сельскохозяйственные угодья, цифровая экономика.

ROLE OF AGRICULTURAL LANDS IN THE DEVELOPMENT OF THE NIZHNY NOVGOROD REGION

Sergeeva Larisa Viktorovna

Annotation. The relevance of the research topic is determined by the fact that the transformation of land relations directly affects the development of the agricultural sector in each region of the country and in the Russian Federation as a whole. The purpose of the study is to identify the reasons that prevent the rise of the efficiency of the agricultural economy in the use of land by agricultural organizations of the Nizhny Novgorod region.
Key words: land relations, agricultural land, land share, agricultural land, digital economy.

Введение: Использование сельскохозяйственных угодий играет, можно сказать, доминирующую роль как для каждого человека, живущего на земле, так и для политики каждого государства в целом ввиду того, что продовольственная безопасность каждой семьи, региона, страны определяется соответствующей независимостью. В экономических отношениях, как правило, задействованы сельскохозяйственные земли, и от рационального их использования в дальнейшем существенно будет зависеть развитие аграрного сектора экономики. Важным направлением социально-экономического развития Нижегородской области является повышение эффективности использования земельного ресурса. Основой стабильности развития сельского хозяйства является, прежде всего, поиск способов и методов сельскохозяйственного производства, которые ориентированы на его совершенствование и повышение результативности.

Земля в аграрном секторе является предметом труда и основным средством производства, процесс использования и состояния которой является индикатором результативности производства сырья и сельскохозяйственной продукции. Мероприятия по приватизации земли и переход к многоукладной экономике в стране внесли определенные коррективы в деятельность сельскохозяйственных организаций. В результате земельных реформ в какой-то мере понизилась эффективность производства в аграрном секторе. В настоящее время, несмотря на то, что сельскохозяйственные угодья используются не в полной мере, наметилась положительная динамика. Впервые российский аграрный экспорт в 2020 году составил 30,7 миллиарда долларов, что на 20 % выше уровня прошлого года. [1] Но вопрос полноценного использования сельскохозяйственной земли является наиболее актуальным.

Общая площадь Нижегородской области составляет 7 662,4тыс. га, или 4,48% от общей земельной площади Российской Федерации. Земли сельскохозяйственного назначения субъекта занимают 2978,6 тыс. га (38,9%), в том числе 2 035,8 тыс. га - пашни. Совокупностью показателей, характеризующих эффективность использования сельскохозяйственных угодий и отдельных их видов, определяется экономическая эффективность использования земельного ресурса в аграрном секторе.

Результативное использование земли в аграрном секторе экономики представляет собой уровень ведения хозяйства на земле и характеризуется выходом сельскохозяйственной продукции и количеством затрат на единицу площади. Перед землепользователями стоит задача обеспечения максимума выхода продукции с каждого гектара земли при минимальных затратах на производство.

По последним данным Министерства сельского хозяйства и продовольственных ресурсов Нижегородской области, в 2020 г. использованная посевная площадь сельскохозяйственными производителями составила 1087,1тыс. га., что соответствует 53,4% от общей площади пашни субъекта. [2] Несмотря на имеющиеся трудности в аграрном секторе Нижегородской области показатель производства сельскохозяйственной продукции значительно превышает данный показатель в целом по Российской Федерации.

Таблица 1

Производство продукции сельскохозяйственными организациями и крестьянскими (фермерскими) хозяйствами Нижегородской области по итогам 2020 года.[2,3]

Виды продукции	Валовое производство в 2020г.	% соотношение к 2019	Производство на 100 га. сельскохозяйственных угодий сельскохозяйственной продукции	Производство на 100 га. сельскохозяйственных угодий сельскохозяйственной продукции в РФ
Молоко, тыс. т.	641,8	103,0	21,55	8,44
Скота и птицы на убой в живом весе, тыс. т.	164,2	101,5	5,51	2,94
Получено яиц, млн. шт.	1286,2	93,0	63,18	36,55

В настоящий момент в Российской Федерации, происходит ежегодное снижение площади сельскохозяйственных угодий. Анализируя изменения показателей количества пашни и залежи с 2020 года к уровню 2019 г., можно сделать вывод, что количество пашни в Нижегородской области уменьшилось незначительно - на 5,8%, что является положительным показателем, но показатель залежи увеличился на 55,3%, что негативно сказывается на экономике (рис.1). Трансформация земельных отношений не способствует эффективному и полному использованию земельного сельскохозяйственного ресурса.

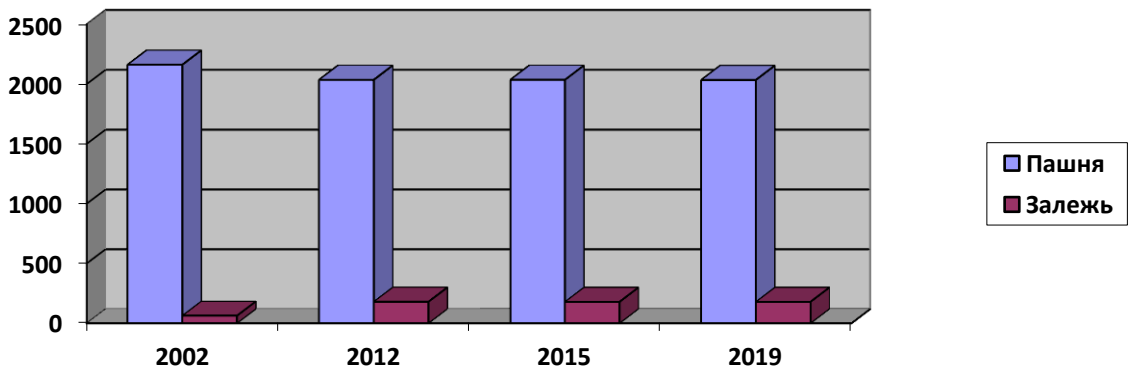

Рис. 1. Динамика изменения пашни и залежи в Нижегородской области. [4,5,6,7]

Необходимо отметить, что постоянно проводятся мероприятия по вовлечению в оборот неиспользуемых земель, но темпы роста остаются на низком уровне. Дальнейшее неиспользование сельскохозяйственных угодий ведет к деградации почвы, и как следствие, затягивание возврата ее в плодородное состояние приведет к большим затратам при вводе в дальнейшем в сельскохозяйственный оборот. Одним из последних решений по вовлечению в хозяйственный оборот сельскохозяйственных угодий Правительством РФ подготовлена «государственная программа эффективного вовлечения в оборот земель сельскохозяйственного назначения и развития мелиоративного комплекса Российской Федерации", при помощи которой планируется вернуть за десятилетний срок в оборот порядка 13 миллионов неиспользуемых сельскохозяйственных земель при финансовой поддержке государства. Планируется, что исполнение данной программы в первую очередь наполнит актуальной информацией Единую федеральную информационную систему о землях сельскохозяйственного назначения, т.к. информация о количественных и качественных показателях земель, предоставленная Росреестром, Сельскохозяйственной переписью населения и администрациями районов, достаточно противоречивая.

Назрела необходимость в разработке на территории Нижегородской области программы по вовлечению в хозяйственный оборот максимального количества сельскохозяйственных земель, предложения по разработке программы нами предложены в табл. 2. Реализация данного проекта потребует финансовой поддержки государства.

Таблица 2

Предложения по разработке программы по вовлечению в хозяйственный оборот сельскохозяйственных угодий

Предпосылки для разработки программы	- отсутствие полной информации о количественном и качественном состоянии сельскохозяйственных угодий в Нижегородской области; - заявительный характер оформления земель
Цель программы	- выявление на территории субъекта неиспользуемых земель сельскохозяйственного назначения; - вовлечение в хозяйственный и налоговый оборот неиспользуемого земельного фонда (не менее 500 000 объектов до конца 2025г.)
Этапы реализации программы	I этап -разработать IT- технологию массовой инвентаризации сельскохозяйственной территории субъекта с нанесением информации на Публичную кадастровую карту, включив в нац. проект «Цифровая экономика» либо провести комплексные кадастровые работы в отношении данных земельных участков; - создать рабочую группу по выявлению собственников земельных участков, в первую очередь «0» кварталов, с привлечением представителей Министерства лесного хозяйства, Росреестра, органов местного самоуправления; - провести визуальный осмотр земельного участка на Публичной кадастровой карте на предмет зарастания древесно-кустарниковой растительности. II этап - выявить земельные участки сельскохозяйственные угодья неиспользуемые по назначению, информацию передать в Россельхознадзор; - выявить земли, где правообладатель неизвестен. Органам местного самоуправления организовать работу по внесению данных участков в Единый государственный реестр недвижимости как бесхозяйных; - по истечении года в судебном порядке признать право собственности за муниципальным образованием и зарегистрировать право собственности; - выявить земельные участки категории земель сельскохозяйственного назначения, вошедшие в границы населенных пунктов. III этап - Муниципальным образованиям на своей территории разработать «Дорожную карту по вовлечению в хозяйственный оборот сельскохозяйственных угодий».

Подобная программа прошла апробацию в Московской области и показала положительные результаты.

Таким образом, учитывая, что земли сельскохозяйственного назначения расположены на территориях муниципальных районов, рационально на муниципальном уровне разработать и принять «Дорожную карту по вовлечению в хозяйственный оборот сельскохозяйственных угодий». Данное направление деятельности органов местного самоуправления рационально определить как первоочередной критерий оценки эффективной работы муниципалитетов, ввиду того что данная категория земель имеет стратегическое значение для государства, определяя продовольственную безопасность страны. Целесообразно предоставлять дотации на выравнивание бюджетной обеспеченности муниципальных районов с учетом проведения работ по введению в оборот земель сельхозназначения, т.к. при предоставлении земельных участков в собственность либо аренду муниципальное образование пополняет свой бюджет.

Список литературы

1. Федеральный центр развития экспорта продукции АПК Минсельхоза России [электронный ресурс] Режим доступа: https://aemcx.ru/2021/03/09/ (11.03.2021г.)
2. Министерство сельского хозяйства и продовольственных ресурсов Нижегородской области [электронный ресурс] Режим доступа: https://mcx-nnov.ru/deiatelnost_MCX/zhivotnovodstvo/ (11.03.2021г.)
3. Федеральная служба государственной статистики [электронный ресурс] Режим доступа: rosstat.gov.ru (11.03.2021г.)
4. Государственный (национальный) доклад о состоянии и использовании земель в России в 2005 году, [электронный ресурс] Режим доступа: https://rosreestr.gov.ru/upload/documenty/doc_gosdoc2005 (11.03.2021)
5. Земельный фонд Российской Федерации по состоянию на 1 января 2012 года [электронный ресурс] Режим доступа: [электронный ресурс] Режим доступа: https://rosreestr.gov.ru (11.03.2021)
6. Сведения о наличии и распределении земель в Российской Федерации на 01.01.2020г., [электронный ресурс] Режим доступа: https://rosreestr.ru/(17.03.2021)
7. Сведения о распределении земель Российской Федерации по категориям на 01.01.2020 года (в разрезе субъектов Российской Федерации) [электронный ресурс] Режим доступа: https://rosreestr.ru/(17.03.2021)

УДК 33

ПРОТИВОДЕЙСТВИЕ КОРРУПЦИИ В ГОСУДАРСТВЕННОМ И МУНИЦИПАЛЬНОМ УПРАВЛЕНИИ НА УРОВНЕ СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ

КОСТРОМИНА АЛЁНА АЛЕКСЕЕВНА,
СИНИЧКИНА НАТАЛЬЯ ДМИТРИЕВНА
Студенты, магистратуры
ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет»

Научный руководитель: Шведов Владислав Витальевич
к.и.н, доцент
ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет»

Аннотация. В данной статье рассматривается вопрос о проведении антикоррупционной политики в государственных и муниципальных органах. Рассмотрены мероприятия, их количество, тематики проведения, а также роль Губернатора в деятельности по противодействию коррупции в Свердловской области.
Ключевые слова. Противодействие коррупции, государственное и муниципальное управление, борьба с коррупцией в Свердловской области.

COMBATING CORRUPTION IN STATE AND MUNICIPAL ADMINISTRATION AT THE LEVEL OF THE SVERDLOVSK REGION

Kostromina Alyona Alekseevna,
Sinichkina Natalia Dmitrievna

Scientific adviser: Shvedov Vladislav

Annotation. This article discusses the implementation of anti-corruption policies in state and municipal bodies. The events, their number, topics of holding, as well as the role of the Governor in anti-corruption activities in the Sverdlovsk region are considered.
Key words. Anti-corruption, state and municipal management, fight against corruption in the Sverdlovsk region.

За последнее время в нашей стране коррупция, как общественно опасное явление изменилось, оно стало проявляться не индивидуально, а системно. Сегодня не редко многие недобросовестные чиновники попадаются при совершении подобных преступлений.

Для борьбы с данным явлением на уровне государственного и муниципального управления Свердловской области проводятся различные мероприятия посвященным противодействию коррупции [3, с. 1].

Для предупреждения и недопущения коррупции должна создаваться система мероприятий и

действий по противодействию коррупции, в неё должны входить различные нормативные акты.

Так, система противодействия коррупции в Свердловской области представлена следующим образом:

1. Стратегия национальной безопасности Российской Федерации;
2. Национальная стратегия противодействия коррупции;
3. Национальный план противодействия коррупции на 2018-2020 годы;
4. План мероприятий органов государственной власти Свердловской области по противодействию коррупции на 2018-2020 годы;
5. Планы мероприятий по противодействию коррупции государственных органов и органов местного самоуправления Свердловской области.

В Свердловской области образован уполномоченный государственный орган по профилактике коррупционных и иных правонарушений в соответствии с Национальным планом противодействия коррупции на 2018-2020 годы и Указом Губернатора Свердловской области от 30.11.2018 № 637-УГ «О Департаменте противодействия коррупции и контроля Свердловской области и внесении изменения в Указ Губернатора Свердловской области от 22.06.2012 № 427-УГ «О Правительстве Свердловской области и исполнительных органах государственной власти Свердловской области» - Департамент противодействия коррупции и контроля Свердловской области [2, с. 2].

В области функционируют комиссии по соблюдению требований к служебному поведению и урегулированию конфликта интересов, так за 2018–2020 года было привлечено достаточно большое количество служащих к дисциплинарной ответственности по результатам заседаний комиссий, более подробно рассмотрим таблицу №1[4]:

Таблица 1

Количество служащих, привлеченных к дисциплинарной ответственности по результатам заседаний комиссий за 2018–2020 года

	2018 год	2019 год	2020 год
Государственные органы	43	49	36
Органы местного самоуправления	158	219	234

В Свердловской области ведется большая работа по профилактике коррупционных и других правонарушений, её осуществляет Департамент по противодействию коррупции. За последние два года было проведено:

1. Четыре заседания, посвященных вопросам по соблюдению требований должностными лицами, которые замещают различные государственные должности в области. Данные заседания были проведены в отношении 10 представителей, замещающих государственные должности Свердловской области;
2. Семь заседаний, посвященных вопросам по соблюдению требований должностными лицами, которые замещают различные муниципальные должности в муниципальных образованиях и территориях области. Данные заседания были проведены в отношении 78 представителей, замещающих муниципальные должности Свердловской области;
3. Четыре заседания, посвященных вопросам по соблюдению требований и служебного поведения, урегулирования конфликта интересов отдельными лицами государственными гражданскими служащими в Свердловской области. Данные заседания были проведены в отношении 18 представителей области;
4. Пять заседаний, посвященных вопросам профилактики коррупции в муниципальных образованиях. На данных заседаниях были рассмотрены различные материалы в отношении 137 представителей области, которые замещают муниципальные должности в области.

Ведется работа по совершенствованию и модернизации нормативной правовой базы, которая будет обеспечивать деятельность, направленную на борьбу с коррупцией в Свердловской области. Так Губернатором Свердловской области за 2019 и 2020 года было проведено совершенствование анти-

коррупционного законодательства, где в результате было объединено 33 нормативных актов в 18 Указов Губернатора Свердловской области в сфере борьбы с коррупцией.

Корпоративная культура охватывает большую часть материальной и духовной жизни коллектива государственных служащих области. Так в соответствии с ФЗ «О противодействии коррупции» учреждения Министерство общественной безопасности Свердловской области осуществляет организационные, разъяснительные, методические, консультационные и проверочные мероприятия, используя различные формы и методы [4].

Формирование антикоррупционной культуры в государственных и муниципальных органах необходимо для того, чтобы деятельность учреждений по предупреждению коррупции носила системный и последовательный характер. При выстраивании эффективной антикоррупционной политики важным является раскрытие понимания того, какие коррупционные правонарушения могут быть совершены работниками данной конкретных органов, учреждений и организаций с учетом специфики их деятельности. С этой целью в области производится антикоррупционная политика, а именно оценка коррупционных рисков в государственных учреждениях и структурных органах.

В целях разработки стандартов антикоррупционного поведения работников и их внедрения в деятельность учреждений в Министерстве общественной безопасности Свердловской области в 2019 году проведен антикоррупционный тренинг, в котором приняли участие 30 человек, из них 25 заместителей руководителей подведомственных учреждений и работников данных учреждений, ответственных за профилактику коррупционных и иных правонарушений.

В первой части тренинга, теоретической, рассматривались правовые и теоретические основы обеспечения антикоррупционных стандартов поведения. С докладами выступили: Ольга Николаевна Дзюба, Директор Центра высшей школы государственного управления Уральского института управления – фиала ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации», раскрыла основные принципы формирования системы стандартов антикоррупционного поведения в России, Валентина Андреевна Макаренкова, акцентировала, что среди рекомендованных мер также выделяется внедрение системы антикоррупционных стандартов, которые призваны предотвратить возникновение коррупционных ситуаций среди работников организации.

Внедрение антикоррупционных стандартов предполагает введение спектра правил поведения работников и создание системы корпоративной культуры, направленной на формирование добросовестного поведения работников и организации в целом [3, с.4].

Учреждениям и структурам рекомендуется определить перечень антикоррупционных стандартов, реализуемых организацией:

1. информирование представителя нанимателя (работодателя) о случаях склонения работника к совершению коррупционных правонарушений;
2. информирование представителя нанимателя (работодателя) о ставшей известной работнику информации о случаях совершения коррупционных правонарушений другими работниками, контрагентами организации или иными лицами;
3. сообщение представителю нанимателя (работодателю) о возможности возникновения либо возникшем у работника конфликта интересов;
4. введение в договоры, связанные с хозяйственной деятельностью организации, стандартной антикоррупционной оговорки;
5. сообщение о получении подарка в связи с протокольными и другими официальными мероприятиями и т.д.

Подводя итог, хотелось бы отметить то, что деятельность по противодействию коррупции в Свердловской области набирает обороты, Губернатором принимаются различные нормативные акты, которые исполняются на уровнях муниципальной и государственной власти.

Список литературы

1. Алимпиев С. А. Совет при Губернаторе Свердловской области по противодействию коррупции как субъект антикоррупционной политики в Свердловской области: правовое положение, структура и компетенция // Вестник ЮУрГУ. Серия: Право. 2010. №5 (181);
2. Алешин В А. Об организации антикоррупционной деятельности органов государственной власти и органов местного самоуправления в свердловской области // Актуальные проблемы научного обеспечения государственной политики Российской Федерации в области противодействия коррупции. 2014. №1;
3. Кирьянов А. Ю. Некоторые направления деятельности органов местного самоуправления по противодействию коррупции // Законность и правопорядок в современном обществе. 2011. №3;
4. Официальный интернет-портал Департамента противодействия коррупции в Свердловской области // https://anticorruption.midural.ru/.

© А.А. Костромина, Н.Д. Синичкина, В.В. Шведов, 2021

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ

УДК 336.62

ФИНАНСОВАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ И СИСТЕМА ПОКАЗАТЕЛЕЙ ДЛЯ ЕЕ ОЦЕНКИ

АГИШЕВ АРТЕМ РУСЛАНОВИЧ
Студент 5 курса
Специальность 38.05.01 Экономическая безопасность
Российский Технологический Университет - МИРЭА,
г. Москва

Научный руководитель: Курашова Анна Андреевна
к.э.н., доцент кафедры экономической экспертизы и финансового мониторинга
Российский Технологический Университет - МИРЭА,
г. Москва

Аннотация: в статье рассматриваются вопросы, касающиеся оценки финансовой безопасности предприятий. Авторами приводится понятие финансовой безопасности предприятия, раскрываются угрозы, воздействующие на него. В работе раскрыты показатели, используемые для оценки финансовой безопасности предприятия, а также приведены мероприятия по повышению финансовой безопасности.
Ключевые слова: финансовая безопасность предприятия, угрозы финансовой безопасности, показатели финансовой безопасности.

FINANCIAL SECURITY OF AN ENTERPRISE AND THE SYSTEM OF INDICATORS FOR ITS ASSESSMENT

Agishev Artem Ruslanovich

Scientific adviser: Kurashova Anna Andreevna

Annotation: in the article discusses issues related to the assessment of the financial security of enterprises. The authors present the concept of financial security of an enterprise, reveal the threats affecting it. The paper reveals the indicators used to assess the financial security of an enterprise, and also provides measures to improve financial security.
Key words: financial security of an enterprise, threats to financial security, indicators of financial security.

Проблема обеспечения финансовой безопасности является весьма актуальной в настоящее время, это связано с тем, что созданию системы финансовой безопасности предприятий не уделяют достаточного внимания, в связи с чем множество предприятий банкротятся. Однако достижение финансовой безопасности является важнейшим ключевым фактором существования и устойчивого функционирования предприятия.

На сегодняшний день отсутствует единое, закрепленное на законодательном уровне понятие «финансовая безопасность предприятия». Эксперты в сфере экономики трактуют это понятие по-разному, например, по мнению Караниной Е.В. финансовая безопасность предприятия определяется состоянием его защищенности от негативного влияния внешних и внутренних угроз, а также дестабилизирующих факторов, при котором обеспечивается устойчивая реализация основных его коммерческих интересов и целей уставной деятельности [1].

В свою очередь Богатырёв С.И. и Шеверева Е.А. считают, что: «Финансовая безопасность предприятия – это процесс наиболее эффективного использования корпоративных ресурсов для избегания внешних и внутренних финансовых угроз и обеспечение стабильного функционирования предприятия в текущем и будущем периоде» [2, с.23].

Так, можно заметить, что мнения экспертов сходятся в том, что финансовая безопасность предприятия представляет собой его способность противостоять различным внутренним и внешним угрозам, воздействующим на него, обеспечивая при этом стабильную работу и развитие предприятия.

Следует отметить, что финансовая безопасность является важнейшей составляющей экономической безопасности предприятия, которая представляет собой состояние защищенности имущественного комплекса предприятия, различных ресурсов и его экономических интересов от воздействующих на него угроз, обеспечивающее достижение целей и задач его развития [3, с. 184-185].

На работу предприятия оказывают влияние различные внутренние и внешние угрозы, которые могут отрицательно повлиять на финансовую безопасность и финансовое состояние предприятия, вплоть до его банкротства. Банкротство определяется неспособностью предприятия в полном объеме, а главное вовремя погашать свои долговые обязательства, а также противостоять внутренним и внешним угрозам, воздействующим на него [4]. Угрозами принято считать совокупность условий и факторов, которые создают возможности для нанесения ущерба предприятию. Возможные угрозы финансовой безопасности предприятия изображены на Рисунке 1 [5].

Внешние факторы	Внутренние факторы
• Мировые экономические кризисы; • Санкции со стороны других государств; • Изменения курса валют; • Рост количества конкурентов на рынке; • Отток иностранного капитала и другие.	• Инфляция; • Снижение спроса на реализуемые компанией товары (оказываемые услуги); • Финансовая обеспеченность; • Эффективность бизнес-процессов; • Низкий уровень платежеспособности и ликвидности и другие.

Рис. 1. Угрозы финансовой безопасности предприятия

Важнейшей целью деятельности по обеспечению финансовой безопасности предприятия является защита его финансовых ресурсов от различного вида угроз, негативно влияющих на предприятие и его деятельность. Для этого необходимо разрабатывать систему обязательных мер по стабилизации, поддержанию и улучшению финансового состояния предприятия.

Для руководства предприятия очень важно уметь своевременно выявлять угрозы, воздействующие на него, и принимать верные управленческие решения по их устранению и минимизации ущерба, который они могут нанести. В связи с этим необходимо осуществлять регулярный мониторинг показателей финансовой безопасности предприятия.

Расчет показателей финансовой безопасности производится с помощью финансовой отчетности, составляемой предприятием, которая представляет собой единую систему данных о его имущественном и финансовом состоянии, а также о результатах его хозяйственной деятельности, которая составляется на основе данных бухгалтерского учета по установленным формам [6].

На практике оценка финансовой безопасности предприятия осуществляется с помощью горизонтального, вертикального, факторного, коэффициентного анализа. При проведении горизонтального анализа производится сравнение показателей во времени, а также определяется их абсолютное и от-

носительное изменение. С помощью вертикального анализа сопоставляются относительные характеристики отдельных показателей, которые формируют итоговый показатель, и определяется их удельный вес в итоговом показателе. Факторный анализ позволяет оценить влияние отдельного фактора на результирующий показатель деятельности предприятия. Коэффициентный анализ проводится с помощью коэффициентов и позволяет оценить финансовое состояние предприятия. В результате проведенного анализа руководство определяет такую стратегию по управлению предприятием, которая позволит улучшать или поддерживать его финансовое состояние и финансовую безопасность.

Существует множество показателей, характеризующих финансовую безопасность предприятия, которые объединяются в следующие группы:

1. Показатели имущественного состояния предприятия;
2. Показатели ликвидности и платежеспособности;
3. Показатели финансовой устойчивости и независимости;
4. Показатели рентабельности и эффективности деятельности.

Представленные показатели финансовой безопасности предприятия и их характеристика представлены в таблице 1 [7, 8].

Таблица 1

Показатели финансовой безопасности предприятия

Показатель	Характеристика
Показатели имущественного состояния	
Доля оборотных активов	Отражает удельный вес оборотных активов в структуре имущества предприятия
Доля внеоборотных активов	Отражает удельный вес внеоборотных активов в структуре имущества предприятия
Доля основных средств	Отражает удельный вес основных средств в структуре имущества предприятия и характеризует степень капитализации активов в основные средства, имеющихся у него
Коэффициент обновления основных средств	Отражает какую часть новые основные средства составляют в уже имеющихся на конец отчетного периода основных средствах
Коэффициент выбытия основных средств	Отражает часть выбывших из-за ветхости и износа основных средств за отчетный период
Коэффициент износа основных средств	Отражает степень износа состояния основных средств предприятия
Показатели ликвидности и платежеспособности	
Коэффициент абсолютной ликвидности	Определяет возможность компании погашать краткосрочные пассивы с помощью наиболее ликвидных активов (в кратчайшие сроки)
Коэффициент быстрой ликвидности	Определяет возможность компании погашать краткосрочную задолженность с помощью денежных средств, краткосрочных финансовых вложений и дебиторской задолженности (в среднесрочной перспективе)
Коэффициент текущей ликвидности	Определяет возможность компании погашать краткосрочные обязательства с помощью оборотных активов (в течение года)
Коэффициент общей платежеспособности	Отражает наличие средств, необходимых для погашения обязательств
Коэффициент инвестирования	Отражает степень финансирования внеоборотных активов за счет собственных средств
Показатели финансовой устойчивости и независимости	
Коэффициент концентрации собственного капитала	Отражает часть активов предприятия, которая покрывается собственными источниками
Коэффициент концентрации заемного капитала	Отражает отношение активов предприятия, сформированных за счет заемных источников, к общей сумме капитала предприятия

Показатель	Характеристика
Коэффициент соотношения заемного и собственного капитала	Показывает величину заемных средств, приходящихся на каждый рубль собственных средств, вложенных в активы предприятия
Коэффициент обеспеченности текущей деятельности СОС	Отражает часть оборотных активов, финансируемых за счет собственных средств предприятия
Коэффициент маневренности собственных средств	Показывает какая часть собственного капитала вложена в оборотные средства, а какая часть капитализирована:
Коэффициент устойчивого финансирования	Отражает часть активов, финансируемых за счет устойчивых источников, которые предприятие использует продолжительное время
Коэффициент финансовой зависимости	Показывает часть заемных средств, привлеченных предприятием на 1 рубль собственного капитала
Показатели рентабельности и эффективности деятельности	
Рентабельность продаж	Отражает часть прибыли, приходящейся на 1 рубль реализованной продукции (товаров, работ, услуг)
Рентабельность собственного капитала	Отражает величину прибыли, которую получит предприятие с каждого рубля , вложенного в собственный капитал, а также характеризует эффективность его использования
Рентабельность активов	Характеризует эффективность использования активов компании и показывает какую часть прибыли получит предприятие с каждого рубля, вложенного в активы
Темп роста выручки	Показывает процентное изменение доходов предприятия в отчетном периоде по сравнению с базисным
Темп роста прибыли	Показывает процентное изменение прибыли предприятия в отчетном периоде по сравнению с базисным
Темп роста активов	Показывает процентное изменение активов предприятия в отчетном периоде по сравнению с базисным

В зависимости от отраслевой принадлежности предприятия устанавливаются пороговые значения финансовой безопасности, отклонение от которых может негативно сказаться на работе предприятия.

По результатам рассчитанных показателей определяется общее состояние финансовой безопасности предприятия. Так, состояние финансовой безопасность предприятий может оцениваться как:

– Абсолютно стабильное – при котором финансовое состояние находится на высоком, стабильном уровне, предприятие обладает достаточным количеством собственных средств, не имеет трудностей с погашением обязательств, ресурсы предприятия используются эффективно;

– Неустойчивое (удовлетворительное) – при котором в работе предприятия заметны сложности, погашать обязательства становятся труднее, однако имеется возможность улучшить состояние с помощью привлечения дополнительных средств;

– Кризисное – при котором предприятие не обладает достаточным уровнем платежеспособности и ликвидности, заметен спад производства и недостаток собственных средств, предприятие не способно улучшать свое состояние, что и приводит к банкротству.

Оценив состояние финансовой безопасности принимается решение по созданию программы действий по устранению выявленных угроз и укреплению уровня финансовой безопасности. Так, можно предложить следующие меры по укреплению финансовой безопасности:

– Осуществлять постоянный мониторинг величин дебиторской и кредиторской задолженностей. При этом следует сокращать величину кредиторской задолженности и не допускать значительного увеличения дебиторской задолженности;

– Наращивать величину собственного капитала и сокращать величину заемного;

– Контролировать состояние ликвидности активов. Менее ликвидные активы следует переводить в более ликвидную форму;

– Повышать объемы реализации производимой продукции, наращивать чистую прибыль, так как ее величина оказывает влияние на большинство показателей;

– Повышать рентабельность производимой продукции, при возможности снижать ее себестоимость без снижения качества;

– Проводить мероприятия для повышения инвестиционной привлекательности путем разработки долгосрочной стратегии развития.

Таким образом, очень важно контролировать состояние показателей, позволяющих оценить финансовую безопасность предприятия, которая является неотъемлемой частью его общей безопасности и успешного функционирования. Это позволит на раннем этапе обнаружить угрозы, принять меры по их предотвращению и усовершенствовать существующую стратегию развития предприятия.

Список литературы

1. Каранина Е. В. Финансовая безопасность (на уровне государства, региона, организации, личности): монография / Е. В. Каранина, - Киров: ВятГУ, 2016. -240 с. 2016;

2. Богатырев С. И., Шеверева Е. А. Финансовая безопасность и финансовый суверенитет: учебное пособие для студентов всех форм обучения, изучающих дисциплину «Финансовая безопасность и финансовый суверенитет» и обучающихся по направлению подготовки (специальности) 38.05.01 – «Экономическая безопасность» / С. И. Богатырев, Е. А. Шеверева; МИРЭА - Российский технологический университет. - Москва: ИТКОР, 2019. – 71 с.;

3. Беловицкий К.Б., Николаев В.Г. Экономическая безопасность: учебное пособие. - М.: Научный консультант, 2017. С 183-246;

4. Федеральный закон от 26.10.2002 №127-ФЗ «О несостоятельности (банкротстве)» (ред. от 30.12.2020) (с изм. и доп., вступ. в силу с 02.01.2021), [электронный ресурс] // URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_39331/;

5. Десятниченко Д.Ю., Десятниченко О.Ю., Остапенко В.В. Угрозы финансовой безопасности устойчивого функционирования предприятия // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2018. – № 4. – С. 70-74;

6. Приказ Минфина РФ от 06.07.1999 № 43н «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Бухгалтерская отчетность организации» (ПБУ 4/99)» (ред. от 08.11.2010, с изм. от 29.01.2018), [электронный ресурс] // URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_18609/;

7. Дериглазова Т.Д., Шульга Е.В., Кульбак А.Г. Формирование системы показателей для оценки финансовой безопасности предприятий, в сборнике: актуальные вопросы в науке и практике. Сборник статей по материалам XIII международной научно-практической конференции. 2018. С. 240-244.;

8. Крылов, С. И. Финансовый анализ: учебное пособие / С. И. Крылов. — Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2016. — 160 с.

УДК 336.5

ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ЗАКУПОК ДЛЯ УДОВЛЕТВОРЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ И МУНИЦИПАЛЬНЫХ НУЖД

ЯРМОЛЕНКО КИРИЛЛ ДМИТРИЕВИЧ
студент 5 курса
ФГБОУ ВО МИРЭА – Российский технологический университет

Аннотация: В статье изложены трактовки понятия «закупка товара, работы, услуги для обеспечения государственных или муниципальных нужд» и «экономическая безопасность». Проанализированы риски в сфере государственных и муниципальных закупок, а также рассмотрены коррупционные преступления в данной сфере.
Ключевые слова: государственные закупки, государственный заказ, экономическая безопасность

ENSURING ECONOMIC SECURITY IN THE IMPLEMENTATION OF PURCHASES TO MEET STATE AND MUNICIPAL NEEDS

Yarmolenko Kirill Dmitrievich

Abstract: The article describes the interpretation of the concept of "procurement of goods, works, services for state or municipal needs" and "economic security". The risks in the sphere of state and municipal procurement are analyzed, as well as corruption crimes in this area are considered.
Key words: public procurement, public procurement, economic security.

На сегодняшний день система государственных и муниципальных закупок потерпела серьезные изменения. Практики в данной сфере отмечают, что государственные закупки из формального набора в стратегическую систему, цель которой является увеличение эффективности общественного сектора, стимулирование конкуренции и регулирование рынков.

Государственный заказ на сегодняшний день обеспечивает удовлетворение нужд государства и является инструментом регулирования экономики и социальной сферы, служит интересам увеличения ее конкурентных преимуществ в нашей стране. Масштабность государственных и муниципальных закупок требует эффективной и слаженной работы всех уровней данной системы, которая во многом зависит от уровня и качества ее контроля.

В соответствии п.1, ст.3 Федерального закона № 44 от 05.04.2013г. «закупка товара, работы, услуги для обеспечения государственных или муниципальных нужд – совокупность действий, осуществляемых в установленном настоящим ФЗ порядке заказчиком и направленных на обеспечение государственных или муниципальных нужд» [1]. Данный ФЗ № 44 создает серьезные ограничения в осуществлении закупок.

Сфера закупок тесно связана с обеспечением экономической безопасностью нашей страны, а

также является частью финансово-хозяйственной деятельностью хозяйствующего субъекта. Главная роль сферы государственных и муниципальных закупок в обеспечении экономической безопасности определяется через следующие функции:

- информационная;
- посредническая;
- регулирующая;
- санирующая;
- стимулирующая;
- социальная.

В соответствии со Стратегией экономической безопасности РФ до 2030 года «экономическая безопасность – состояние защищенности национальной экономики от внешних и внутренних угроз, при котором обеспечивается экономический суверенитет страны, единство ее экономического пространства, условия для реализации стратегических национальных приоритетов РФ» [3].

Сенчагов Вячеслав Константинович – советский государственный деятель, ученый-экономист интерпретирует понятие «экономическая безопасность», как состояние экономики и государственных учреждений, обеспечивающих гарантированную защиту политических интересов и способность институтов власти создавать механизмы внедрения и защиты политических интересов [4, с.72].

Таким образом, экономическая безопасность в сфере закупок – совершенствование в соответствии с необходимыми потребностями государственных бюджетных предприятий для надлежащего их функционирования, нормативами обеспечения и расходования надлежащих денежных ресурсов в рамках правового поля.

На современном этапе рыночных условий хозяйственная деятельность учреждений, хозяйствующих субъектов и иных участников связана с экономическими рисками, а государственные и муниципальные закупки не исключение. Выделим главные риски, которые оказывают большее влияние на эффективность всей работы предприятий (рис.1):

Рис. 1. Закупочные риски [4, с.114]

Также большую популярность набирают коррупционные преступления в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд, так как государственные закупки – один из самых крупных сегментов всей экономики нашей страны. Специалисты считают, что показатель равен 12-13% ВВП. Самыми популярными преступлениями являются: манипулирование ценами, взяточничество, вымогательство.

Ключевыми факторами можно считать следующее:

- во многих странах мира данная сфера не настолько прозрачна и не описывается большой конкуренцией, во избежание условий для «закулисных сговоров»;

- большое количество договоров, контрактов не дают провести всесторонний анализ того, платит ли страна реальную цену за определенные товары, или цены увеличены по причине коррупции;

- увеличен объем мероприятий, которые предусматривают государственные закупки. Они в свою очередь могут привести к тому, что часть выделенных на эти цели денежных средств «уйдет между пальцами».

Каждый участник уязвим с точки зрения коррупции. Цепочка действий и участников может быть велика: планирование закупок, разработка технических условий, объявление тендера, приглашение к участие в тендере, оценка заявок (техническая и финансовая часть), отбор участников, заключение договоров.

Хищение путем обмана или злоупотребления доверием, совершаемые в сфере закупок для нужд государственных и муниципальных хозяйствующих субъектов у которых контрольный пакет акций принадлежит государству, относят к особым видам преступлений в анализируемой категории. Особенной чертой такого рынка стало увеличение отдельных элементов, различий распределения бюджетных средств, выделенных на проведение закупок между исполнителями.

Таким образом, экономическая безопасность в сфере государственных и муниципальных закупок имеет следующие характеристики: цель закупки, эффективность и риск. Тогда экономическая безопасность в сфере закупок – такое состояние системы закупок, при котором наиболее эффективное расходование бюджетных средств обеспечивается достижением заданного результата закупки в условиях рисков.

На сегодняшний момент прогрессирование коррупции в сфере государственных и муниципальных нужд подрывает баланс бюджетной системы, влияет на безопасность ее функционирования, а также создает риски общей экономической и финансовой безопасности Российской Федерации.

Список литературы

1. Федеральный закон «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» от 05.04.2013 № 44-ФЗ (последняя редакция).
2. Стратегия экономической безопасности Российской Федерации на период до 2030 года
3. Сенчагов В.К., Экономическая безопасность России: Общий курс, 6-е ихз., М.: Лаборатория знаний, 2020, 818 с.
4. Пружинина О.П., Созин М.Л. Ведомственный финансовый контроль эффективности бюджетных расходов на закупку товаров, работ, услуг для нужд уголовно-исполнительной системы // Материально-техническое обеспечение учреждений уголовно-исполнительной системы: современное состояние и перспективы развития : сб. материалов Всерос. науч.-практ. круглого стола (Рязань, 14 дек. 2016 г.) / под общ. ред. Р. В. Фокина ; науч. ред. С. В. Гаспарян, О.А. Зарубина. Рязань, 2017. С. 137–143.

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ЭКОНОМИКИ

УДК 330

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ В ИРКУТСКОЙ ОБЛАСТИ

ПЕРФИЛЬЕВА ЮЛИЯ ВЛАДИМИРОВНА,
к.т.н., доцент
ЗИНКЕВИЧ АНАСТАСИЯ ИГОРЕВНА
студент
ФГБОУ ВО «Иркутский национальный исследовательский технический университет»

Аннотация: в данной статье дана краткая характеристика Иркутской области, проведен анализ экономического потенциала Иркутской области, рассмотрены перспективные направления развития отраслей экономики, а также раскрыто ключевое предназначение области для всего региона.
Ключевые слова: область, перспективы развития, стратегия, экономический потенциал, развитие экономики.

PROSPECTS OF ECONOMIC DEVELOPMENT IN THE IRKUTSK REGION

Perfilieva Yulia Vladimirovna,
Zinkevich Anastasia Igorevna

Annotation: This article gives a brief description of the Irkutsk region, analyzes the economic potential of the Irkutsk region, considers promising directions for the development of economic sectors and reveals the key purpose of the region for the entire region.
Key words: region, development prospects, strategy, economic potential, economic development.

Иркутская область имеет границы с Читинской областью, Республикой Бурятией, Красноярским краем, Республикой Тыва и Республикой Саха (Якутия). Расположена Иркутская область на Юге Восточной Сибири. Территория Иркутской области составляет 767,9 квадратных километров, что занимает 4,5 процента от общей площади России.

Население Иркутской области составляет 2 375 тыс. человек. На территории Иркутской области добываются такие полезные ископаемые, как: Уголь, нефть, железная руда, золото.

Среди добываемых полезных ископаемых на территории Иркутской области находятся такие редкие ископаемые, как: ниобий (65% всех запасов страны), тантал (45% всех запасов страны), литий (50% всех запасов страны), рубидий, цезий, бериллий. Лесная зона Иркутской области занимает огромную территорию, в основном это ценные породы, такие как: лиственница, кедр, сосна.

На территории Иркутской области находится огромный запас пресной воды – озеро Байкал. На территории озера Байкал большие возможности развития туристического бизнеса. Так же на территории Иркутской области крупнейший в мире Ангаро-Ленский артезианский бассейн минерализованных вод. Карта Иркутской области представлена на (рис. 1).

Существующая система административно-территориального устройства Иркутской области включает в себя 10 городских округов, 32 муниципальных района, 63 городских поселений и 361 сельских поселения [1,3, с. 7].

В общероссийском разделении труда Иркутская область выделяется как крупная энергетическая база, дающая более 6% вырабатываемой в России электроэнергии, как поставщик слюды, поваренной

соли, золота, алюминия, древесины, химической и нефтехимической, целлюлозно-бумажной продукции, пушно-мехового сырья.

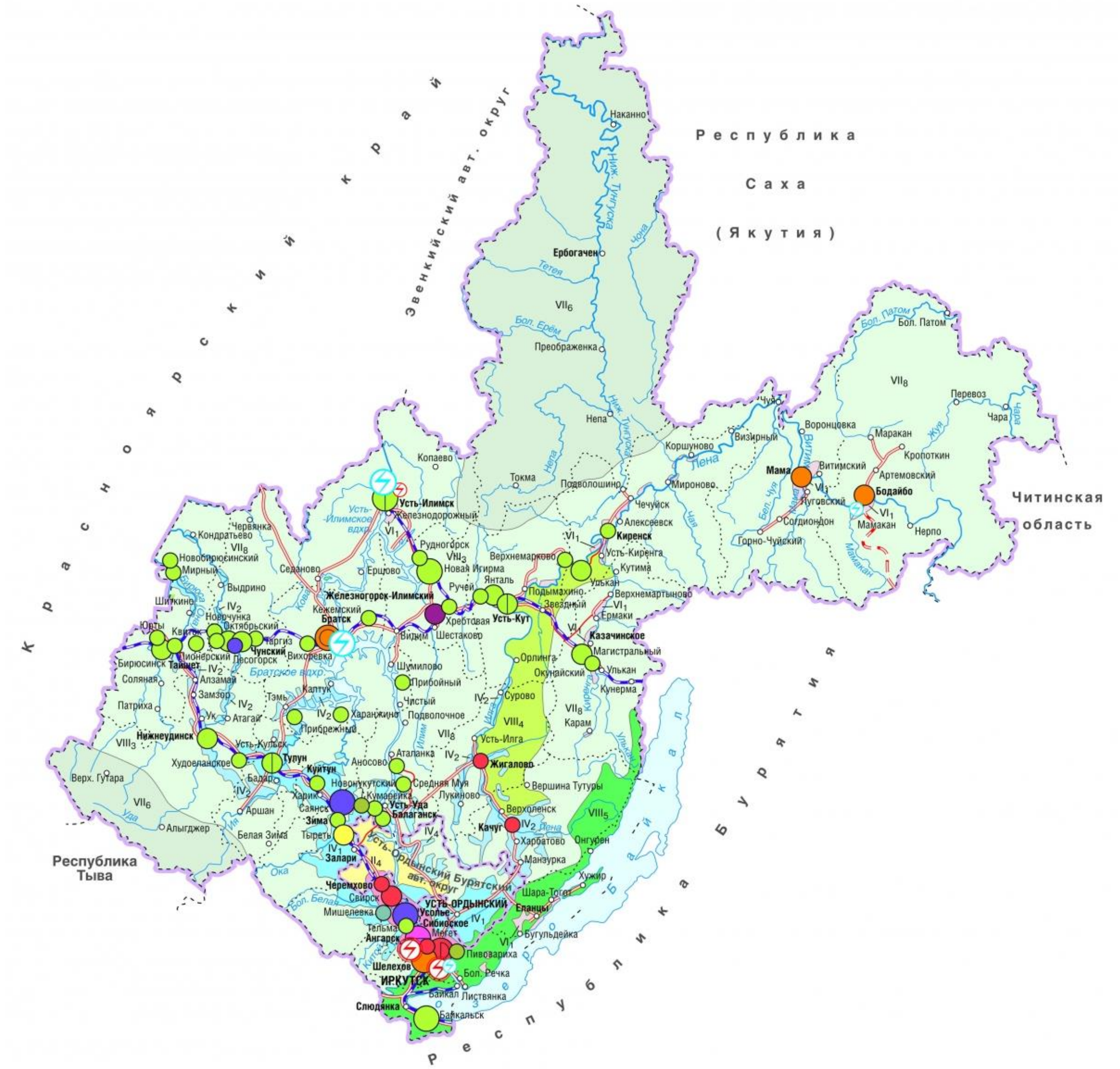

Рис. 1. Иркутская область

В настоящее время в нашем регионе существуют экономические проблемы, которые непосредственно влияют на развитие области. Во-первых, это демографическая проблема. Согласно статистическим данным с 1897 по 1989 год численность населения Иркутской области росла, а начиная с 1990 и по 2017 год численность населения не перестает снижаться, лишь в 1991 году численность населения возросла на приблизительно 2000 человек, а с 1992 года снова начала снижаться. Данный фактор говорит о том, что в нашем регионе нет перспектив для карьерного роста, в связи с этим люди переезжают в другие города. Во-вторых, проблема, связанная с жилищным строительством. Начиная с 1990 года жилищная площадь, вводимая на душу населения значительно снизилась. Тем самым Иркутская область оказалась на последних местах среди субъектов Сибирского Федерального Округа. При этом число ветхого и аварийного жилья стремительно росло. При устранении данной проблемы можно стимулировать развитие региональной экономики и повысить качество уровня жизни населения, тем самым активизация жилищного строительства сможет стать своего рода катализатором развития региональной экономики. Также не стоит забывать о том, что цены на жилье в нашем регионе

стремительно растут, по состоянию на 2020 год, средняя стоимость новостроек составляет примерно 70 000 рублей за 1кв.метр, при этом доходы населения существенно снижаются. В- третьих, в нашем регионе низкий уровень развития малого бизнеса. Малое предпринимательство поддерживается администрацией области не в той мере, в которой это необходимо, хотя программа поддержки малого бизнеса показала, что помочь данному субъекту бизнеса можно, если действовать комплексно. Для этого обеспечить малый бизнес нормативно – правовой базой, развитой инфраструктурой, материальными и финансовыми ресурсами, рынки сбыта и благоприятное отношение общества. В результате чего можно сказать, что несмотря на существующие проблемы, наша область имеет огромные ресурсы, которые помогут восстановить экономический потенциал региона.

В рамках решения данных задач разработана стратегия социально-экономического развития области на период до 2026 года. Основное предназначение данной стратегии состоит в том, что Иркутская область является тем местом, в котором уровень, а также качество жизни обеспечивают современные потребности человека в развитии и самореализации, а жители связывают свое будущее с будущим Иркутской области [2, с. 32].

В рамках данной стратегии перед регионом поставлены следующие задачи, представленные на (рис.2):

Рис. 2. Ключевые задачи

В рамках стратегии отдельное внимание уделяется топливно-энергетической отрасли. Главным направлением развития энергетики области в ближайшей и долгосрочной перспективе становится повышение энергетической эффективности и энергосбережение при производстве и передаче и использовании энергии.

Основными задачами в рамках данной стратегии являются:

– снижение потребления топлива, электрической и тепловой энергии. В рамках данной задачи планируется провести работы по оптимизации режимов работы и модернизации оборудования, непосредственно участвующих в процессе производства. В качестве примера можно использовать и внедрять инновационные технологии, оборудование, а также совершенствовать уже имеющие технологии и своевременно контролировать внутренние процессы, чтобы сократить расходы на производство;

– проводить мероприятия, которые приведут к сокращению доли энергоемких производств, что приведет к развитию наукоемких технологий;

– контролировать процесс увеличения энергетической эффективности основных технологических процессов;

– проводить мероприятия по утилизации вторичных топливно-энергетических ресурсов;

– постепенно переходить к частотному регулируемому приводу электродвигателей.

Таким образом можно сделать вывод о том, что наш регион активно развивается, имеет огромный потенциал и количество возможностей для развития. Очевидно, что существуют проблемы, но вместе с тем имеется и немало хороших результатов уже на данном этапе развития. Для реализации экономического потенциала необходимо совершенствование навыков в формировании международных соглашений и развития промышленности с дальнейшим экспортом продукции.

Список литературы

1. Федеральная служба государственной статистики. Наука и инновации: официальный сайт. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: https://rosstat.gov.ru/folder/14477 (10.04.2021)

2. План развития Иркутской области официальный сайт. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: https://www.economy.gov.ru/material/file/f6a0ffcdb4a24f5820251593766271a7/irk_obl.pdf (10.04.2021)

3. Основные показатели развития экономики официальный сайт. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: http://openbudget.gfu.ru/budget/osnovnye-pokazateli-razvitiya-ekonomiki/ (10.04.2021)

© Ю.В. Перфильева, А.И. Зинкевич, 2021

УДК 640.4:005.962.1:311.42

ДИНАМИКА ОБОРОТА ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ ПО ТРУДОВЫМ ФАКТОРАМ (НА ПРИМЕРЕ КРАСНОЯРСКОГО КРАЯ)

ПОКЛОНОВА ЕЛЕНА ВЛАДИМИРОВНА,
к.э.н., доцент
ЩЕГЛОВА АНАСТАСИЯ АНДРЕЕВНА
студент
ФГАОУ ВО «Сибирский федеральный университет», Институт гастрономии

Аннотация: статья посвящена статистическому исследованию динамики оборота общественного питания по трудовым факторам (производительность труда и среднегодовая численность работников) по двум категориям предприятий: по обслуживанию торжественных мероприятий; ресторанов и услуг по доставке продуктов питания. Анализ проводился по данным официальной статистики Красноярского края за период 2017-2019 гг. с использованием методов: относительных величин, динамических рядов, факторного анализа, табличного.
Ключевые слова: оборот общественного питания, динамика, факторы, предприятия по обслуживанию торжественных мероприятий, рестораны.

DYNAMICS OF THE TURNOVER OF PUBLIC CATERING BY LABOR FACTORS (ON THE EXAMPLE OF THE KRASNOYARSK TERRITORY)

Poklonova Elena Vladimirovna,
Shcheglova Anastasia Andreevna

Annotation: the article is devoted to a statistical study of the dynamics of the turnover of public catering by labor factors (labor productivity and the average annual number of employees) for two categories of enterprises: catering services for special events; restaurants and food delivery services. The analysis was carried out according to the official statistics of the Krasnoyarsk Territory for the period 2017-2019 using the following methods: relative values, dynamic series, factor analysis, and tabular analysis.
Key words: turnover of public catering, dynamics, factors, enterprises serving festive events, restaurants.

Определение путей развития компаний (преимущественно интенсивный или экстенсивный) является одной из практических задач аналитических отделов. Ранее мы рассматривали тенденции развития оборота общественного питания в Красноярском крае [1]. В предлагаемой статье ставится более узкая цель – провести факторный анализ динамики оборота общественного питания в разрезе основных категорий предприятий общественного питания Красноярского края. Частные задачи сводились к следующему перечню:

1. Провести анализ динамики составляющих оборота по трудовым факторам (производительности труда и среднегодовой численности работников) в разрезе двух категорий предприятий общественного питания: по обслуживанию торжественных мероприятий; ресторанов и услуг по доставке продуктов питания;
2. Количественно оценить влияние трудовых факторов на изменение результативного показате-

ля по двум парам лет анализа (2017-2018 гг., 2018-2019 гг.).

Исследование проводилось на основе официальных статистических данных по Красноярскому краю с использованием методов относительных величин, динамических рядов, факторного анализа, табличного.

В первую очередь выполним расчеты динамики оборота общественного питания, среднегодовой численности и производительности труда по первой рассматриваемой категории предприятий этой сферы - обслуживание торжественных мероприятий в Красноярском крае за 2017-2019 гг. в табл. 1.

Таблица 1

Динамика оборота общественного питания, среднегодовой численности работников и производительности труда предприятий общественного питания по обслуживанию торжественных мероприятий в Красноярском крае за 2017-2019 гг.

Показатели	Годы		
	2017	2018	2019
1. Оборот в фактических ценах, млн. руб.	10 856	11 452	12 099
Цепные отклонения, млн. руб.	х	+596	+647
Цепные темпы, %	100,0	105,5	105,6
2. Среднегодовая численность работников, чел.	6 546	5 501	5 572
Цепные отклонения, чел.	х	-1 045	+71
Цепные темпы, %	100,0	84,0	101,3
3. Производительность труда, млн. руб.	1,6584	2,0818	2,1714
Цепные отклонения, млн. руб.	х	+0,4234	+0,0896
Цепные темпы, %	100,0	125,6	104,3

Рассчитано по [2, с.299, 300]

На этой основе можно провести разложение оборота (выручки) по трудовым факторам: производительности труда и среднегодовой численности работников. Алгоритм методики такого анализа изложен в табл.2

Таблица 2

Методика анализа динамики оборота по трудовым факторам

Общее изменение оборота (выручки): $\Delta B = B_1 - B_0$	
В том числе влияние факторов:	
Производительности труда (П)	Среднегодовой численности работников ($\overline{Ч}$)
$\Delta B(П) = \Delta П \cdot \overline{Ч}_1$	$\Delta B(\overline{Ч}) = \Delta \overline{Ч} \cdot П_0$

Источник [3, с.170-174]

В наших публикациях мы уже демонстрировали практическое применение факторного анализа на примере динамики количества посадочных мест в сфере питания [4]. Приняв за основу методический инструментарий, покажем сводные расчеты факторного анализа выручки применительно к предприятиям общественного питания по обслуживанию торжественных мероприятий в табл. 3.

На основе аналитических данных табл. 1 и 3 сформулируем заключения:

1. По данному типу предприятий общественного питания за период 2018-2019 гг. оборот в фактических ценах вырос на +647 млн. руб. при темпе 105,6 %, составив к отчетному году 12 099 млн. руб. Производительность труда работников имела также положительную динамику: с ростом на +89,6 тыс. руб. или на +4,3 % (см. табл. 1). Эффективное использование кадров в предприятиях общественного питания по обслуживанию торжественных мероприятий позволило увеличить оборот на сумму +499 млн. руб. и доля данного интенсивного фактора была определяющей (более 77 %).

Таблица 3

Анализ динамики оборота общественного питания по трудовым факторам предприятий общественного питания по обслуживанию торжественных мероприятий в Красноярском крае за 2017-2019 гг., млн. руб.

Показатели	Периоды анализа	
	2017-2018	2018-2019
1. Абсолютное отклонение оборота всего	+596	+647
2. Влияние производительности труда	+2 329	+499
3. Доля фактора производительности труда (2 : 1) * 100, %	x	77,13
4. Влияние среднегодовой численности работников	-1 733	+148
5. Доля среднегодовой численности работников (4 : 1) * 100, %	x	22,87

Среднегодовая численность работников в 2019 г. достигла значения 5 572 чел. По сравнению с прошлым годом она выросла на +71 чел. или на +1,3 %. За счет экстенсивного фактора в данном типе предприятий питания было получено результативного показателя (оборота) на сумму +148 млн. руб. со значением пропорции примерно 23 %. Таким образом, заключаем, что в периоде анализа 2018-2019 гг. оборот общественного питания в предприятиях по обслуживанию торжественных мероприятий в Красноярском крае формировался исключительно интенсивным путем – роста производительности труда. Данный факт заслуживает положительной экономической оценки.

2. В интервале исследования 2017-2018 гг. прирост выручки был в объеме +596 млн. руб. За счет эффективной работы персонала (рост производительности труда был на +423,4 тыс. руб. и темпе 125,6 %) наращивание оборота было в сумме +2 329 млн. руб. Вместе с тем среднегодовая численность работников в данной категории общественного питания в исследуемом периоде характеризовалась отрицательным развитием: снижение на -1 045 чел. при темпе снижения 84,0 %. Поэтому данный фактор привел к потере выручки на сумму -1 733 млн. руб.

Соответствующее исследование проведем по второй категории предприятий общественного питания – рестораны и услуги про доставке продуктов питания. Необходимые вспомогательные расчеты по динамике системы показателей отразим в табл. 4.

Таблица 4

Динамика оборота общественного питания, среднегодовой численности работников и производительности труда ресторанов и услугам по доставке продуктов питания в Красноярском крае за 2017-2019 гг.

Показатели	Годы		
	2017	2018	2019
1. Оборот в фактических ценах, млн. руб.	7 489	9 658	11 789
Цепные отклонения, млн. руб.	x	+2 169	+2 131
Цепные темпы, %	100,0	129,0	122,1
2. Среднегодовая численность работников, чел.	5 667	5 064	5 289
Цепные отклонения, чел.	x	-603	+225
Цепные темпы, %	100,0	89,4	104,4
3. Производительность труда, млн. руб.	1,3215	1,9072	2,2290
Цепные отклонения, млн. руб.	x	+0,5857	+0,3218
Цепные темпы, %	100,0	144,3	116,9

Рассчитано по [2, с.299, 300]

Сводный расчет факторного анализа изменения выручки отразим в табл. 5.

Таблица 5

Анализ динамики оборота общественного питания по трудовым факторам ресторанов и услугам по доставке продуктов питания в Красноярском крае за 2017-2019 гг., млн. руб.

Показатели	Периоды анализа	
	2017-2018	2018-2019
1. Абсолютное отклонение оборота всего	+2 169	+2 131
2. Влияние производительности труда	+2 966	+1 702
3. Доля фактора производительности труда (2 : 1) * 100, %	x	79,87
4. Влияние среднегодовой численности работников	-797	+429
5. Доля среднегодовой численности работников (4 : 1) * 100, %	x	20,13

Сделаем комментарии по периодам исследования на основе табл.4 и 5.

1. Период 2018-2019 гг. Оборот данной категории общественного питания имел рост на сумму +2 131 млн. руб. при темпе 122,1 %. Производительность труда также отличалась положительным развитием: +321,8 тыс. руб. или в относительной форме на +16,9 %. Указанный интенсивный фактор обеспечил почти 80 % прироста результативного показателя или в сумме +1 702 млн. руб., что характеризует практически исключительно интенсивный путь развития.

Рост среднегодовой численности работников был на +225 чел. при более низком темпе, чем производительность труда, а именно 104,4 %. Отсюда экстенсивный фактор сформировал всего лишь примерно пятую часть динамики результативного показателя или на сумму +429 млн. руб.

2. Период 2017-2018 гг. В данном интервале в группе ресторанов и услуг по доставке продуктов питания в Красноярском крае прирост оборота был на сумму +2 169 млн. руб. и существенном темпе 129,0 %. Фактор производительности труда оказал положительное влияние (+2 966 млн. руб.) и рост эффективности использования персонала был выше динамики выручки (144,3 %). Как и в первой группе предприятий общественного питания в анализируемом периоде среднегодовая численность работников имела отрицательное развитие: -603 чел. при темпе снижения 89,4 %. Указанное обстоятельство привело к падению оборота на -797 млн. руб.

В итоговом заключении отразим, что в рассматриваемых периодах анализа обе категории предприятий общественного питания формировали выручку интенсивным путем. Однако в периоде 2017-2018 гг. отмечался отток работников как следствие изменения спроса на рынке труда. В интервале 2018-2019 гг. снова появляется определенный интерес у населения трудиться в сфере общественного питания. Данный факт определенным образом сглаживает напряженность в трудоустройстве населения на рынке труда, решая проблему занятости в регионе.

Список литературы

1. Поклонова, Е.В. Общественное питание Красноярского края: оценка тенденций развития / Е.В. Поклонова, В.К. Орфаниди // Современная наука: актуальные вопросы, достижения и инновации: сб. статей IY межд. науч.- практ. конф.,12 декабря 2018 г. в 2ч., Часть 2/ под общ. ред. Г.Ю. Гуляева. – Пенза: МЦНС «Наука и просвещение», 2018. – С. 87-92.

2. Красноярский краевой статистический ежегодник, 2020: Стат.сб./Красноярскстат. – Красноярск, 2020. – 519 с.

3. Поклонова, Е.В. Статистика: учеб. пособие /Е.В. Поклонова, Н.С. Сметанина, Е.С. Микова; под. общ. ред. Е.В. Поклоновой. – Красноярск: Сиб. федер. ун-т, 2013.-210с.

4. Орфаниди, В. К. Общественное питание Красноярского края: статистический анализ динамики количества посадочных мест / В.К. Орфаниди, Е.В. Поклонова // Современная наука: актуальные вопросы, достижения и инновации: сб. статей XXYIII межд. науч.- практ. конф., 25 мая 2019 г. / под общ. ред. Г. Ю. Гуляева. – Пенза: МЦНС «Наука и просвещение», 2019. – с. 158-162.

УДК: 640.4:657.6(571.51)

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ СТАТИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ОСНОВНЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ КРАСНОЯРСКОГО КРАЯ

ПОКЛОНОВА ЕЛЕНА ВЛАДИМИРОВНА,
к.э.н., доцент
ДОВЖЕНЮК КАРИНА ВАЛЕРЬЕВНА
студент
ФГАОУ ВО «Сибирский федеральный университет»,
Институт гастрономии

Аннотация: статья посвящена сравнительному статистическому анализу основных экономических показателей деятельности организаций общественного питания: оборот, среднегодовая численность работников, среднемесячная номинальная начисленная заработная плата по категориям (рестораны и услуги по доставке продуктов; предприятия по обслуживанию торжественных мероприятий; бары). Практическая часть исследования выполнялась на основе официальных статистических данных Красноярского края за 2015-2019 гг. с использованием методов: относительных и средних величин, динамических рядов, табличного и графического.
Ключевые слова: организации общественного питания, оборот, среднегодовая численность работников, среднемесячная начисленная номинальная заработная плата, динамика, структура.

COMPARATIVE STATISTICAL ANALYSIS OF THE MAIN PERFORMANCE INDICATORS OF PUBLIC CATERING ORGANIZATIONS IN THE KRASNOYARSK TERRITORY

Poklonova Elena Vladimirovna,
Dovzhenyuk Karina Valeryevna

Annotation: the article is devoted to a comparative statistical analysis of the main economic indicators of the activity of public catering organizations: turnover, average annual number of employees, average monthly nominal accrued wages by category (restaurants and food delivery services; companies serving festive events; bars). The practical part of the study was carried out on the basis of official statistical data of the Krasnoyarsk Territory for 2015-2019 using methods: relative and average values, dynamic series, tabular and graphical.
Key words: catering organizations, turnover, average annual number of employees, average monthly accrued nominal salary, dynamics, structure.

В каждом секторе экономики имеются свои типы организаций и предприятия. В статистическом учете сферы общественного питания выделяют категории: рестораны и услуги по доставке продуктов питания; предприятия по обслуживанию торжественных мероприятий, подача напитков (бары). Авторы в данной статье ставят цель провести сравнительный статистический анализ указанных категорий

предприятий питания по системе показателей. В этой связи реализуется перечень конкретных задач:

1. Провести анализ динамики оборота общественного питания и его структуры по типам категорий предприятий;

2. Исследовать динамику среднегодовой численности работников и структуры занятости по указанным организациям;

3. Выполнить расчеты по соотношениям размеров среднемесячной номинальной заработной платы в разрезе типов предприятий питания.

Прикладное исследование авторами проводилось по материалам государственного статистического наблюдения по Красноярскому краю за 5-летний период (2015-2019 гг.) с использованием методов: относительных и средних величин, динамических рядов, табличного и графического.

На первом этапе исследования практического раздела рассмотрим динамику оборота общественного питания по категориям организаций в данной сфере Красноярского края за 2015-2019 гг., используя расчетную табл. 1.

Таблица 1

Динамика и структура оборота общественного питания по категориям организаций общественного питания в Красноярском крае за 2015-2019 гг.

Годы					Среднее значение	Откл. за весь период (+;-)
2015	2016	2017	2018	2019		
1 Оборот общественного питания – всего, млн. руб.						
14 461	17 441	19 072	21 819	25 001	19 559	+10 540
2 Оборот предприятий общественного питания по обслуживанию торжественных мероприятий и прочим видам организации питания						
8 496	10 516	10 856	11 452	12 099	10 684	+3 603
3 Оборот ресторанов и услуги по доставке продуктов питания						
5 172	6 081	7 489	9 658	11 789	8 038	+6 617
4 Оборот баров (подача напитков)						
793	844	727	709	1 113	8 37	+320
Структура оборота общественного питания по категориям организаций, % всего						
100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	-
Доля предприятий общественного питания по обслуживанию торжественных мероприятий и прочим видам организации питания, %						
58,75	60,29	56,92	52,49	48,40	54,62	-10,35
Доля ресторанов и услуги по доставке продуктов питания, %						
35,77	34,87	39,27	44,26	47,15	41,10	+11,38
Доля баров (подача напитков), %						
5,48	4,84	3,81	3,25	4,45	4,28	-1,03

Рассчитано по [1, с.317;2, с.299, 300]

Суммарно по всем категориям организаций данной сферы оборот общественно питания в 2019 г. сформировался в объеме 19 559 млн. руб. с ростом за пять лет на сумму +10 540 млн. руб. при темпе 172,9 %. Наибольший прирост отмечался в группе ресторанов и услуг по доставке продуктов питания. Соответственно на сумму +6 617 млн. руб. или почти 63 % от всего прироста анализируемого показателя. В меньшей степени в развитие оборота общественного питания был вклад предприятий по обслуживанию торжественных мероприятий (+3 603 млн. руб.) и деятельности баров (всего лишь +320 млн. руб.). Указанные группы организаций занимали следующие пропорции в изменении всей выручки за пять лет: почти 34 и около 3 %. Такое соотношение в приростах оборота разных групп предприятий

этой сферы деятельности объясняется их различной весомостью в формировании выручки по отдельным годам. В среднем за пять лет доля предприятий по обслуживанию торжественных мероприятий в общем обороте занимала больше половины, а именно 54,62 % со снижением весомости на -10,35 %. Соответственно показатели по ресторанам составили 41,10 % и +11,38 %. В отношении баров анализируемые значения были крайне несущественными, а именно 4,28 % и -1,03 %. Как видно, в данном периоде кардинально изменились пропорции в развитии оборота общественного питания Красноярского края в отношении первых двух категорий организаций данной сферы. Зафиксированный структурный сдвиг наглядно демонстрируется на графике (рис. 1.).

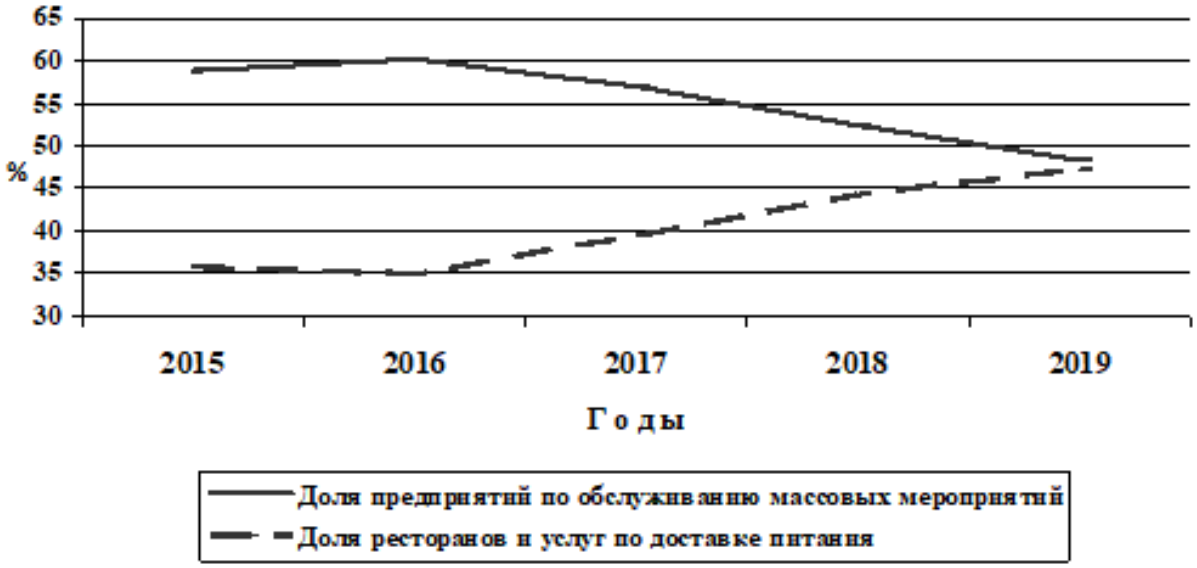

Рис. 1. Динамика структуры оборота общественного питания по категориям организаций в Красноярском крае за 2015–2019 гг., %

На следующем этапе проведем аналогичное исследование в отношении среднегодовой численности работников. Динамика такого показателя по категориям организаций общественного питания Красноярского края отражена в табл. 2.

Таблица 2

Динамика и структура среднегодовой численности работников по категориям организаций общественного питания в Красноярском крае за 2015-2019 гг.

Годы					Среднее значение	Откл. за весь период (+;-)
2015	2016	2017	2018	2019		
1 Среднегодовая численность работников всего, чел.						
12 471	12 126	12 572	10 931	11 147	11 849	-1 324
2 Среднегодовая численность работников предприятий общественного питания по обслуживанию торжественных мероприятий и прочим видам организации питания						
4 817	5 361	6 546	5 501	5 572	5 559	+755
3 Среднегодовая численность работников ресторанов и услуги по доставке продуктов питания						
6 858	6 339	5 667	5 064	5 289	5843	-1 569
4 Среднегодовая численность работников баров (подача напитков)						
796	426	359	366	286	447	-510

Продолжение таблицы 2

Годы					Среднее значение	Откл. за весь период (+;-)
2015	2016	2017	2018	2019		
Структура среднегодовая численность работников по категориям организаций, % всего						
100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	-
Доля предприятий общественного питания по обслуживанию торжественных мероприятий и прочим видам организации питания, %						
38,63	44,21	52,06	50,32	49,99	46,92	+11,36
Доля ресторанов и услуги по доставке продуктов питания, %						
54,99	52,28	45,08	46,33	47,45	49,31	-7,84
Доля баров (подача напитков), %						
6,38	3,51	2,86	3,35	2,57	3,77	-3,81

Рассчитано по [1, с.317;2, с.299, 300]

Среднегодовое значение численности работников по всем трем типам предприятий за пять лет характеризовалось величиной 11 849 чел. с сокращением персонала в данном виде деятельности на -1 324 чел. Такая ситуация объясняется уменьшением занятости трудовых ресурсов в двух группах: в ресторанах и услугах по доставке продуктов питания (-1 569 чел.) и баров (-510 чел.).

Следует также отметить, что структура занятости по трем категориям предприятий общественного питания в среднем выглядит так: рестораны почти 49 % с сокращением доли за пять лет на -7,84 %, обслуживание торжественных мероприятий соответственно 47 % и +11,36 % . Около 4 % составляли трудовые ресурсы в общей их совокупности в барах. Занятость в последней группе за период 2015-2019 гг. сократилась в пропорциях на – 3,81 %.

Вариация динамики долей категорий предприятий питания в среднегодовой численности работников по Красноярскому краю за анализируемый период отслеживается на графике (рис. 2).

Рис. 2. Динамика структуры среднегодовой численности работников по категориям организаций общественного питания в Красноярском крае за 2015–2019 гг., %

С точки зрения трудоустройства работников в данный сектор экономики представляет интерес исследование динамики среднемесячной номинальной заработной платы также в разрезе групп предприятий. Соответствующая аналитическая информация по Красноярскому краю систематизирована в табл. 3.

Таблица 3

Динамика среднемесячной номинальной начисленной заработной платы работников по категориям организаций общественного питания в Красноярском крае за 2015-2019 гг., руб.

Годы					Среднее значение	Откл. за весь период (+;-)
2015	2016	2017	2018	2019		
1 Среднемесячная заработная плата работников предприятий общественного питания по обслуживанию торжественных мероприятий и прочим видам организации питания						
22 874	23 197	25 081	26 482	28 708	25 268	+5 834
2 Среднемесячная заработная плата работников ресторанов и услуги по доставке продуктов питания						
10 308	14 337	15 459	20 636	23 154	16 779	+12 846
3 Среднемесячная заработная плата работников баров (подача напитков)						
16 027	16 352	13 683	20 094	20 578	17 347	+4 551
Среднемесячная заработная плата работников ресторанов и услуги по доставке продуктов питания в % к первому типу						
45,06	61,81	61,64	77,92	80,65	66,36	+35,59
Среднемесячная заработная плата работников баров (подача напитков) в % к первому типу						
70,07	70,49	54,56	75,88	71,68	68,52	+1,61

Рассчитано по [1, с.317;2, с.299, 300]

В выводах по представленным данным отметим:

1. Наибольший размер среднемесячной номинальной заработной платы фиксируется в предприятиях питания по обслуживанию торжественных мероприятий. По итогам 2019 г. она составила почти 28 тыс. руб. с ростом за пять лет на +5 834 руб. Несколько ниже уровень оплаты наблюдается в группе ресторанов и услуг по доставке продуктов питания, а именно чуть более 23 тыс. руб. одновременно с наивысшим ростом из всех типов предприятий (+12 846 руб.). Самый низкий размер среднемесячной номинальной заработной платы характерен для баров (около 21 тыс. руб.) с небольшой положительной динамикой за 2015-2019 гг. в сумме на +4 551 руб.

2. Покажем соотношение размеров анализируемого показателя по группам (рестораны и бары) в сравнении с первой (обслуживание торжественных мероприятий). По итогам 2019 г. оплата работников ресторанов была к выбранной базе на уровне почти 81 % с ростом соотношения за 5-летний период на +35,59 %. Среднемесячной номинальной заработной платы работников баров соответственно занимала около 72 % с незначительным повышением в динамике. По расчетам всего лишь на +1,61 %.

Соотношение размеров заработной платы по рассматриваемым категориям предприятий питания в Красноярском крае отразим на рис 3.

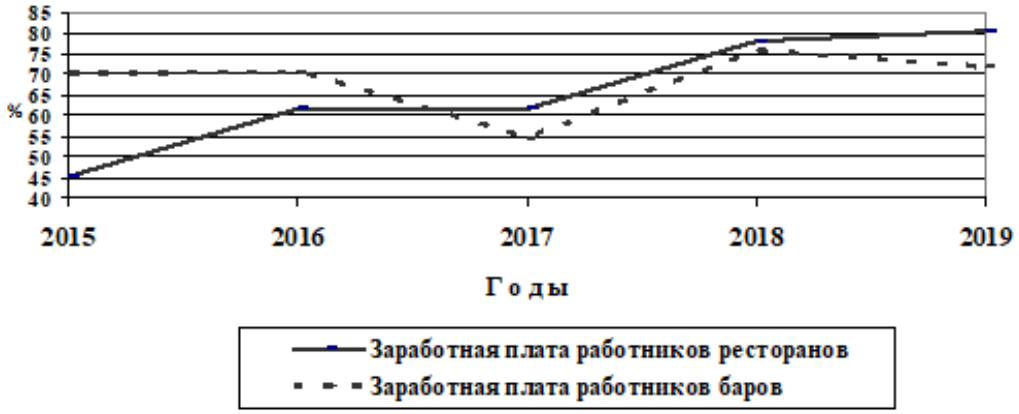

Рис. 3. Динамика соотношений среднемесячной заработной платы отдельных категорий предприятий питания по сравнению с уровнем оплаты в организациях по обслуживанию массовых мероприятий в Красноярском крае за 2015–2019 гг., %

Проблемам труда и заработной платы были посвящены наши публикации: по вопросам анализа динамики номинальной заработной платы в разных видах экономической деятельности [3] и исследованию динамики показателей по труду гостиниц и предприятий питания в Красноярском крае [4].

Построим сводную табл. 4, отражающую весомость каждой категории предприятий питания по системе показателей.

Таблица 4

Динамика структуры основных категорий предприятий общественного питания в системе сводных показателей по Красноярскому краю за 2015 г., 2019 г., %

Показатели	Годы		Откл. (+;-)
	2015	2019	
1. Структура оборота общественного питания	100,00	100,0	-
1.1 Доля предприятий по обслуживанию массовых мероприятий	58,75	48,40	-10,35
1.2 Доля ресторанов	35,77	47,15	+11,38
1.3 Доля баров	5,48	4,45	-1,03
2. Структура среднегодовой численности работников	100,00	100,0	-
2.1 Доля предприятий по обслуживанию массовых мероприятий	38,63	49,99	+11,36
2.2 Доля ресторанов	54,99	47,45	-7,84
2.3 Доля баров	6,38	2,57	-3,81
3. Соотношение среднемесячной заработной платы работников по обслуживанию торжественных мероприятий	100,00	100,00	-
3.1 Ресторанов	45,06	80,68	+35,59
3.2 Баров	70,07	71,68	+1,61

Таким образом, говоря о сегменте рынка общественного питания в плане организационной структуры, следует констатировать, что к 2019 г. в объеме оборота, занятости и значении среднемесячной номинальной заработной платы преобладают организации по обслуживанию массовых мероприятий. По первым двум показателям их весомость на уровне 50 %. Близко конкурируют с данной категорией общественного питания рестораны и услуги по доставке продуктов питания: 47 % в суммарном значении оборота и среднегодовой численности работников. Размер средней заработной платы составил по отношению к первому типу чуть более 80 %. Деятельность баров на рынке общественного питания Красноярского края имеет вспомогательную роль с весомостью в обороте 4,5 %, в численности работников около 3 % и величина оплаты труда составляла почти 72 % от аналогичного показателя предприятий по обслуживанию массовых мероприятий.

Список литературы

1. Красноярский краевой статистический ежегодник, 2017: Стат.сб./Красноярскстат. – Красноярск, 2017. – 513 с.

2. Красноярский краевой статистический ежегодник, 2020: Стат.сб./Красноярскстат. – Красноярск, 2020. – 519 с.

3. Поклонова, Е.В. Статистический анализ динамики номинальной заработной платы /Е.В. Поклонова, А.О. Новоселова // Современная наука: актуальные вопросы, достижения и инновации: сб. статей IY межд. науч.- практ. конф.,12 декабря 2018г. в 2ч., Часть 2/ под общ. ред. Г.Ю. Гуляева. – Пенза: МЦНС «Наука и просвещение», 2018. – С.100-106.

4. Поклонова, Е.В. Статистический анализ показателей по труду гостиниц и предприятий питания Красноярского края / Е.В. Поклонова, А.А. Головченко //Фундаментальные и прикладные научные исследования: актуальные вопросы, достижения и инновации: сб. статей XXXI межд. науч.- практ. конф., 15 февраля 2020 г. / под общ. ред. Г. Ю. Гуляева. – Пенза: МЦНС «Наука и просвещение», 2020. – с.181-185.

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ СОЦИОЛОГИИ

УДК 31

ОСНОВНЫЕ СПОСОБЫ ОНЛАЙН-КОММУНИКАЦИИ

БОГОВА ХРИСТИНА СТАНЧЕВА
к.п.н., доцент
ФБКН «Университет библиотековедения и информационных технологий»,
г. София, Республика Болгария

Аннотация: В современном мире каждый владелец бизнеса должен рекламировать свое присутствие в Интернете на корпоративном веб-сайте, это уже считается обязательной частью серьезного бизнеса. Социальные сети в Интернете используют модель создания и поддержания групп общения, основанных на отношениях между людьми как важную часть человеческих взаимоотношений. Цель социальных сетей - сформировать группу людей, у которых есть что-то общее - они учились в одном университете, разделяют одно хобби, работают в одной отрасли или просто хотят найти новых друзей.
Ключевые слова: блог, бизнес, интернет, коммуникация, потребители, сайт, магазин.

THE MAIN WAYS OF ONLINE COMMUNICATION

Bogova Hristina Stancheva

Abstract: In the modern world, every business owner should advertise their online presence on a corporate website, this is already considered a mandatory part of a serious business. Social networks on the Internet use the model of creating and maintaining communication groups based on relationships between people as an important part of human relationships. The goal of social media is to form a group of people who have something in common - they studied at the same university, share the same hobby, work in the same industry, or just want to find new friends.
Key words: blog, business, internet, communication, consumers, website, store.

Сайт - это одновременно визитка, магазин, выставочный зал, а также форма и канал коммуникации. Владельцы бизнеса должны постараться сделать свой сайт посещаемым, чтобы предоставить потенциальным клиентам возможность ознакомиться с их последними предложениями и акциями.

Создание веб-сайта, который работает на успех компании, - непростая задача, но она предоставляет возможности для развития бизнеса в Интернете. Поэтому особенно важно уделять достаточно внимания веб-сайту как эффективному маркетинговому инструменту, так как он дает возможность одновременно общаться с разными аудиториями и продвигать имидж компании.

Для всех типов сайтов общим является то, что к ним следует подходить так же, как и к любым другим средствам коммуникации - с определением аудитории, целей, задач, методов реализации, анализа результатов и других маркетинговых мероприятий.

Основная цель корпоративного сайта - представить компанию своей аудитории и веб-пространству. Сайт является частью интегрированных маркетинговых коммуникаций и единой фирменной идентичности.

Основные элементы корпоративного сайта:

- *Имя / домен /.* Сайт должен быть доступен по определенному адресу. Название должно быть коротким, легко запоминающимся, должно быть связано с компанией или предметом ее деятельности и легко писать его латинскими буквами.

- *Домашняя страница* - чтобы быть настоящим маркетинговым инструментом, сайт должен иметь определенные цели и аудиторию. Его основными аудиториями являются, в первую очередь, клиенты и потребители, бизнес-партнеры, учреждения, СМИ, конкуренты и сотрудники. Эти группы должны иметь решающее значение для дизайна, структуры и архитектуры сайта, а, следовательно, и для измерения его эффективности. Домашняя страница является наиболее важным фактором, она служит порталом для взаимодействия с посетителем сайта и позволяет мгновенно получать обратную связь. Пользователь должен иметь возможность легко получать информацию обо всех других элементах сайта.
- *Краткая история, миссия, цели, визия компании* – эта часть сайта одновременно формирует определенный имидж компании и одновременно с этим предоставляет информацию клиентам, партнерам и другим аудиториям;
- *Продукты и услуги* – цель этого раздела - расширить и дополнить базовую маркетинговую коммуникацию продукта путем предоставления большего количества контента и информации через мультимедиа (текст, изображение, звук, видео, интерактивность). Хорошо давать пользователю возможность персонализировать, создавать сообщества, сохранять лояльность;
- *Пресс-информация и новости* – в большинстве случаев в Болгарии корпоративный сайт ориентирован только на клиентов и партнеров. Раздел «Для СМИ» может не только облегчить работу PR-отдела, но и создать имидж прозрачной и ответственной компании. Такой раздел часто содержит пресс-релизы (обычно в форме блога), фотографии хорошего качества, руководство по использованию логотипа компании (так называемый «стайлгайд») и рекламные материалы, брошюры и многое другое.
- *Форма поиска по сайту* – сайт построен таким образом, чтобы посетители могли находить конкретную интересующую их информацию, даже не будучи знакомыми с его структурой, тем самым укрепляя имидж прозрачной компании.
- *Интернет-магазин* – в случае, если компания может предложить продукт или услугу в Интернете. Одно из самых больших преимуществ веб-сайта в качестве маркетингового инструмента заключается в том, что он может не только стимулировать нас к использованию продукта, но и дает возможность сделать это немедленно - за счет наличных при доставке, оплата дебетовой или кредитной картой, через посредника, такого как ePay, Borika, PayPal, Skrill и т. д.
- *Адрес и контакты* – предоставление формы обратной связи, чтобы посетители могли легко и удобно (через сайт, по телефону, электронной почте, через приложение VoIP и т. д.) высказать свое мнение о компании, ее продуктах или услугах. Реакция посетителей может быть положительной или отрицательной, что подразумевает готовность компании быть ближе к своим клиентам, прислушиваться к их мнению и реагировать на их предпочтения и требования.

Блог является естественным продолжением сайта любой компании и может существовать как его продолжение или сам по себе. Самым общим этимологическим значением слова «блог» должно быть «Интернет-дневник», но у блогов есть ряд характеристик - они обычно общедоступны, и любой может прочитать то, что в них написано, они периодически обновляются короткими публикациями, напоминающими журналистские статьи, но с большой долей субъективизма. Эти конкретные статьи называются сообщениями (от английского «post» - опубликовать рекламу, плакат) и содержат в основном текст, но могут включать графику, фотографии, видео, звук и т. д. В отличие от статей в традиционной журналистике, сила блогов заключается в их субъективизме. Если в газете определенный факт создает новости и цель состоит в том, чтобы передать эту новость в ясной и нейтральной форме, блог фокусируется не на факте, а на мнении автора об этом факте. Практически все блоги предоставляют возможность обратной связи с посетителями - например, путем голосования или оставления комментария. Именно по этой причине блоги очень быстро превращаются из личного дневника в крупный маркетинговый инструмент. Сегодня 37% интернет-маркетологов считают, что статьи в блогах являются наиболее важным типом маркетингового инструмента (Social Media Today, 2013).

Социальные сети. Новые технологии расширяют масштаб и охват этих сетей, увеличивая скорость обмена информацией и развитие диалога.

По оценкам, более 93% маркетологов используют социальные сети для бизнеса, и 77% потенциальных покупателей считают, что на их решение о покупке положительно бы повлияло присутствие

бренда в социальных сетях, а 82% больше доверяют бренду, если высокопоставленный сотрудник активен в социальных сетях.

Индустрия туризма во всем мире входит в тройку секторов, наиболее активно использующих поведенческий таргетинг в социальных сетях (помимо автомобильной отрасли и услуг здравоохранения), поскольку большая часть онлайн-сообществ сформирована вокруг этих тем.

Facebook самая большая и известная социальная сеть. Запущенный как сайт колледжа в 2004 году, сегодня на Facebook зарегистрировано более 1,2 миллиарда пользователей, т.е. каждый шестой человек в мире. Из них 700 миллионов использует сеть ежедневно, а четверть пользователей входят в систему более одного раза в день. В бизнесе Facebook имеет более 2 миллиардов ссылок между личными и бизнес-аккаунтами, при этом 70% активных пользователей подписаны хотя бы на один бренд.

Среди основных преимуществ Facebook - огромное количество пользователей и механизмов онлайн-маркетинга, интегрированных в сервис: корпоративные страницы, спонсируемые сообщения, баннерная реклама, ссылки через друзей, приложения Facebook, мероприятия, группы по интересам и многое другое. Главный недостаток в том, что, по мнению потребителей, бренды размещают слишком много рекламных постов в Facebook, что приводит к негативному отношению к ним.

Google+ - альтернатива Google. Как только вышел Facebook, Google попытался составить конкуренцию ему своей альтернативной социальной сетью. Основным преимуществом сети является ее полная интеграция со всеми сервисами Google. С другой стороны, Google+ не предлагает интеграции с сервисами Facebook, что является явным свидетельством прямой конкуренции между двумя платформами.

Twitter - сеть коротких сообщений. Twitter был запущен в 2006 году и быстро стал самой популярной платформой для микроблогов. Твиты - это сообщения длиной до 140 символов, похожие на SMS и сильно напоминающие статусы Facebook. Отправитель может ограничить доступ к своим статусным сообщениям только в круге своих друзей или разрешить открытый доступ.

Посреднические сайты - возможность использования посредника может сэкономить много усилий и денег при продвижении бренда, поскольку за определенную плату он достигает потребителей напрямую по уже построенному и популярному каналу. Вопрос о выборе средств для того или иного действия (атаки) совсем не простой.

Решение принимается в зависимости от нескольких ситуационных фактов: во-первых, преимущества и недостатки каждого элемента коммуникации; во-вторых, соотношение основных факторов, от которых зависит относительный вес элементов в коммуникационном миксе; в-третьих, от культуры организации и ее способности понимать покупателя и предлагать ему удовлетворяющие и направляющие средства и формы позиционирования, конкурентоспособные с другими организациями.

Список литературы

1. Gillin, Paul, New Media, New Influencers and Implications for Public Relations, A Research Study by the Society for New Communications Research with the Support of Institute for Public Relations & Wieck Media, 2008, http://sncr.org/wp-content/uploads/2008/08/new-influencers-study.pdf, 10.03.2021 г.
2. New Media, New Influencers and Implications for Public Relations, A Research Study by the Society for New Communications Research with the Support of Institute for Public Relations & Wieck Media, 2008, http://sncr.org/wp-content/uploads/2008/08/new-influencers-study.pdf, 10.02.2021 г.
3. Beckett, Charlie, Politics, PR the media and trust: rules for a new road?, http://www.charliebeckett.org/?p=1518, 10.02.2021 г.
4. Goldstein, Gary B. A Strategic Response to Media Metamorphoses. Public Relations Quarterly, Summer 2004, Vol. 49 Issue 2.
5. Пресрилийзът става на 102 години, http://blog.roibg.com/?p=119, 11.02.2021 г.
6. http://www.shiftcomm.com/downloads/smprtemplate.pdf, 14.03.2021 г.
7. Maureen Taylor, Michael L. Kent, and William J. White, "How Activist Organizations Are Using harles C. Self, “Credibility,” in An Integrated Approach to Communication Theory and Research (N.B. Salwen and D.W. Stacks, eds., Lawrence Erlbaum Associates, 1996.

НАУЧНОЕ ИЗДАНИЕ

НОВЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Сборник статей
Международной научно-практической конференции
г. Пенза, 15 апреля 2021 г.
Под общей редакцией
кандидата экономических наук Г.Ю. Гуляева
Подписано в печать 16.04.2021.
Формат 60×84 1/16. Усл. печ. л. 6,78

МЦНС «Наука и Просвещение»
440062, г. Пенза, Проспект Строителей д. 88, оф. 10
www.naukaip.ru

Уважаемые коллеги!

Приглашаем Вас принять участие в Международных научно-практических конференциях!

Дата	Название конференции	Услуга	Шифр
5 мая	XIX Международная научно-практическая конференция **СОВРЕМЕННАЯ НАУКА: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ, ДОСТИЖЕНИЯ И ИННОВАЦИИ**	90 руб. за 1 стр.	МК-1082
5 мая	XII Международная научно-практическая конференция **ЭКОНОМИКА И СОВРЕМЕННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ: ТЕОРИЯ, МЕТОДОЛОГИЯ, ПРАКТИКА**	90 руб. за 1 стр.	МК-1083
5 мая	XV Международная научно-практическая конференция **ПЕДАГОГИКА И СОВРЕМЕННОЕ ОБРАЗОВАНИЕ: ТРАДИЦИИ, ОПЫТ И ИННОВАЦИИ**	90 руб. за 1 стр.	МК-1084
5 мая	XV Международная научно-практическая конференция **ЮРИДИЧЕСКИЕ НАУКИ, ПРАВОВОЕ ГОСУДАРСТВО И СОВРЕМЕННОЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО**	90 руб. за 1 стр.	МК-1085
7 мая	Международная научно-практическая конференция **МОЛОДЁЖЬ, НАУКА, ИННОВАЦИИ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ СОВРЕМЕННОСТИ**	90 руб. за 1 стр.	МК-1086
7 мая	II Всероссийская научно-практическая конференция **СОВРЕМЕННАЯ РОССИЙСКАЯ НАУКА: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ, ДОСТИЖЕНИЯ И ИННОВАЦИИ**	90 руб. за 1 стр.	МК-1087
10 мая	VII Международная научно-практическая конференция **НАУКА, ОБРАЗОВАНИЕ, ИННОВАЦИИ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ И СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ**	90 руб. за 1 стр.	МК-1088
10 мая	XVIII Международная научно-практическая конференция **ПРИОРИТЕТНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ НАУКИ И ОБРАЗОВАНИЯ**	90 руб. за 1 стр.	МК-1089
12 мая	VI Международная научно-практическая конференция **СТУДЕНЧЕСКИЕ НАУЧНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ**	90 руб. за 1 стр.	МК-1090
15 мая	XLV Международная научно-практическая конференция **ФУНДАМЕНТАЛЬНЫЕ И ПРИКЛАДНЫЕ НАУЧНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ, ДОСТИЖЕНИЯ И ИННОВАЦИИ**	90 руб. за 1 стр.	МК-1091
15 мая	Международная научно-практическая конференция **РАЗВИТИЕ СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКИ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ**	90 руб. за 1 стр.	МК-1092
15 мая	Международная научно-практическая конференция **РАЗВИТИЕ СОВРЕМЕННОГО ОБРАЗОВАНИЯ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ**	90 руб. за 1 стр.	МК-1093
15 мая	Международная научно-практическая конференция **РАЗВИТИЕ СОВРЕМЕННОЙ ЮРИСПРУДЕНЦИИ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ**	90 руб. за 1 стр.	МК-1094
17 мая	XXXII International scientific conference **EUROPEAN RESEARCH**	90 руб. за 1 стр.	МК-1095
17 мая	XI Международная научно-практическая конференция **НАУЧНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ МОЛОДЫХ УЧЁНЫХ**	90 руб. за 1 стр.	МК-1096
20 мая	X Международная научно-практическая конференция **АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ СОВРЕМЕННОЙ НАУКИ И ОБРАЗОВАНИЯ**	90 руб. за 1 стр.	МК-1097
20 мая	VI Международная научно-практическая конференция **СОВРЕМЕННАЯ НАУКА И МОЛОДЫЕ УЧЁНЫЕ**	90 руб. за 1 стр.	МК-1098
23 мая	IV Международная научно-практическая конференция **МОЛОДЁЖНАЯ НАУКА**	90 руб. за 1 стр.	МК-1099
23 мая	VI Международная научно-практическая конференция **НАУЧНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ВЫСШЕЙ ШКОЛЫ**	90 руб. за 1 стр.	МК-1100

www.naukaip.ru