



**МИНОБРНАУКИ
РОССИИ**



**Гжельский
государственный
университет**

**Материалы
международного научного
форума обучающихся
«Молодежь в науке и творчестве»
25 мая 2022 г.**

Сборник научных статей

**Часть 3
Международная научно-практическая конференция
«Экономика и управление в условиях кризиса»**

**Гжель
2022**

УДК 33
М 34

М 34 **Материалы международного научного форума обучающихся «Молодежь в науке и творчестве» (25 мая 2022 г.).** В 5 ч. Ч. 3. Международная научно-практическая конференция «Экономика и управление в условиях кризиса» [Электронный ресурс]: сборник научных статей / Отв. ред. Н. В. Осипова. – Гжель: ГГУ, 2022. – 140 с. // ГГУ: [сайт]. – Режим доступа: <http://www.art-gzhel.ru/>

В настоящее научное издание вошли материалы международной научно-практической конференции «Экономика и управление в условиях кризиса», состоявшейся 25 мая 2022 г. в Гжельском государственном университете в рамках Международного научного форума обучающихся «Молодежь в науке и творчестве», посвященного Году культурного наследия народов России.

Содержание

Агафонова М. А. СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ТЕРРИТОРИЙ НА ПРИМЕРЕ ГОРОДСКИХ ОКРУГОВ МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ.....	5
Андреева И. В. КОМПЕТЕНТНОСТНЫЙ ПОДХОД К РАЗРАБОТКЕ АНТИКРИЗИСНОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	9
Астафьева И. А., Гаврилова С. А., Мармышева П. В. ТЕНДЕНЦИИ И ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ.....	11
Астафьева И. А., Деревеженко Ю. И., Шумаева А. В. ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ В УСЛОВИЯХ САНКЦИЙ.....	16
Афонин Д. В. ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ БЫСТРОРАСТУЩИХ КОМПАНИЙ СРЕДНЕГО БИЗНЕСА.....	19
Береговенко В. О. КАДРОВЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ОРГАНИЗАЦИИ.....	21
Блекус В. В., Савин Л. В. ПРОБЛЕМЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ БЮДЖЕТНЫХ РАСХОДОВ.....	24
Быкова Ю. О. ЗНАЧЕНИЕ УПРАВЛЕНИЯ ЛИКВИДНОСТЬЮ СТРОИТЕЛЬНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ.....	26
Виноградова Ю. С. ЭКСПЕДИТОР И ПЕРЕВОЗЧИК: ПРИНЦИПИЛЬНЫЕ РАЗЛИЧИЯ.....	30
Грибанов Д. М. УПРАВЛЕНИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ В ПЕРИОД ОРГАНИЗАЦИОННЫХ ИННОВАЦИЙ В СФЕРЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО И МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ.....	33
Громова А. А. РОЛЬ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ.....	35
Гуськова А. ПОСЛЕДСТВИЯ АНТИРОССИЙСКИХ САНКЦИЙ.....	37
Деева А. С. ОЦЕНКА ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ.....	39
Добош Ю. А. СТАНОВЛЕНИЕ В БУДУЩЕЙ ПРОФЕССИИ БУХГАЛТЕР ЧЕРЕЗ ИЗУЧЕНИЕ СТИЛЕЙ ПЕДАГОГИЧЕСКОГО РУКОВОДСТВА ПРЕПОДАВАТЕЛЕЙ КОЛЛЕДЖА.....	41
Елисеева А. РЫНОК ТРУДА В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ.....	43
Звонова В. С. ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ И МОТИВАЦИЯ ПЕРСОНАЛА В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА.....	45
Зинькевич М. В. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДИКИ ОЦЕНКИ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	48
Капур А. С. МАРКЕТИНГ В IT-КОМПАНИИ КАК КОНЦЕПТУАЛЬНАЯ МОДЕЛЬ.....	50
Кашурникова В. В. ФУНКЦИЯ И ЦЕЛИ РЕКЛАМЫ.....	53
Кислова Д. Д., Соина М. И. ОСОБЕННОСТИ ВЕДЕНИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В БЮДЖЕТНЫХ И КОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЯХ.....	55
Корневская Ю. А., Лицкевич Е. Ю. ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА.....	60
Коршакова М. И. СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ОРГАНИЗАЦИИ.....	62
Курлова Е. Г. АТТЕСТАЦИЯ РАБОТНИКОВ КАК ОДИН ИЗ ИНСТРУМЕНТОВ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ ОРГАНИЗАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ИНТЕГРИРОВАННОГО КОМПЛЕКСА).....	64
Леля М. Н. НЕДОБРОСОВЕСТНАЯ КОНКУРЕНЦИЯ В СФЕРЕ ОНЛАЙН-ИГР.....	67
Лис В. Ю. ГЕНДЕРНЫЕ СТЕРЕОТИПЫ В СОВРЕМЕННОЙ РЕКЛАМЕ.....	69
Лунева К. Д. АНАЛИЗ ПРИЧИН НЕПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ.....	71
Максимова М. В. ФИНАНСОВАЯ УСТОЙЧИВОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ.....	73
Мармышева П. В. ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ АУДИТА БУХГАЛТЕРСКОГО БАЛАНСА.....	74

Мензяк П. А. ПРИМЕНЕНИЕ МЕЗОНИННЫХ СТЕЛЛАЖЕЙ КАК МЕРА ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПРОСТРАНСТВА СКЛАДА.....	77
Мохначев С. Ю., Сальгадо Л. А. Х. КРИПТОВАЛЮТЫ: ОПЫТ РЕГУЛИРОВАНИЯ В РОССИИ И НА КУБЕ.....	79
Осинина О. С. КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ФИРМ: ФАКТОРЫ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ.....	82
Поляков Е. А. АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА НОВАЯ МОСКВА.....	84
Разовский Ю. В., Кораллова И. А. АНАЛИЗ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА ЮГО-ЗАПАДНОГО АДМИНИСТРАТИВНОГО ОКРУГА ГОРОДА МОСКВЫ (НА ПРИМЕРЕ МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ РАЙОНА ТЕПЛЫЙ СТАН).....	89
Расолько Е. С., Шибук М. А. РАЗРАБОТКА ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ ГОСТИНИЧНОГО КОМПЛЕКСА.....	94
Сенатова Н. Н. ТЕОРЕТИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ.....	95
Слюсаренко А. А. АНАЛИЗ ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОСТОЯНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ.....	97
Соловарова Е. М., Голикова Ю. Б. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ МЕТОДОВ УПРАВЛЕНИЯ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦИАЛА ОРГАНИЗАЦИИ.....	99
Солодков Е. С. МОДЕРНИЗАЦИЯ ПРОИЗВОДСТВА КАК СПОСОБ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.....	102
Столбова А. В. МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ПОТРЕБНОСТЕЙ СТУДЕНТОВ.....	104
Столяров С. А. РАЗВИТИЕ ТЕНДЕНЦИЙ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ.....	107
Теплякова Н. ДИВЕРСИФИКАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИИ КАК МЕТОД СНИЖЕНИЯ РИСКОВ.....	111
Терскова Н. УПРАВЛЕНИЕ ОРГАНИЗАЦИЕЙ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА.....	114
Тимофеева Т. А. МЕХАНИЗМЫ АДАПТАЦИИ ЦЕНОВОЙ ПОЛИТИКИ ФИРМЫ.....	117
Унайбекова А. Р. УПРАВЛЕНИЕ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИЕЙ БАНКОВСКОГО СЕКТОРА КАЗАХСТАНА В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ.....	120
Филатов Д. Г. ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ВЛАСТИ РФ В УСЛОВИЯХ САНКЦИЙ.....	122
Хужанов Ш. ИНСТРУМЕНТЫ ВНУТРИФИРМЕННОГО И СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ НА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ, ОТРАСЛЯХ И КОМПЛЕКСАХ.....	126
Широкова Л. В., Чуприн А. А. АНАЛИЗ УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ И ЛОЯЛЬНОСТИ СТУДЕНТОВ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ.....	128
Шудель Д. В. УПРАВЛЕНИЕ ЦЕПЯМИ ПОСТАВОК В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА.....	137
Яшueva А. РАЗВИТИЕ ИНФРАСТРУКТУРЫ В РОССИИ.....	139

М. А. Агафонова

Гжельский государственный университет, Московская обл., пос. Электроизолятор

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ТЕРРИТОРИЙ НА ПРИМЕРЕ ГОРОДСКИХ ОКРУГОВ МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Термином «социально-экономическое развитие» принято обозначать прогрессивное изменение характеристик региона, движение в направлении более модернизированного, качественно лучшего состояния региональной экономики, более полного удовлетворения потребностей населения субъектов Российской Федерации.

Процесс развития представляет сложное, многомерное и противоречивое явление, состоящее из разнонаправленных изменений, где необходимо искать нормативно-ценностное направление для каждого периода времени. Для современного периода в российских регионах это особенно актуально, т.к. трудности социального развития предсказуемы.

Многие ученые, а также представители федеральных органов власти настаивают на том, что в России должна существовать более значимая система государственного регулирования территориального развития. Большое количество исследований, посвященных зарубежному опыту государственного регулирования и экономического развития территорий, а также социально-экономического развития российских территорий в последнее время увеличилось, но проблемы до сих пор не решены.

Муниципальное образование определяется как часть территории Российской Федерации, в границах которой наряду с государственным управлением осуществляется местное самоуправление в целях решения вопросов местного значения, и как самоуправляемая комплексная социально-экономическая система и единый экономический хозяйствующий субъект, по отношению к которому будут рассматриваться вопросы комплексного социально-экономического развития.

Принятие Федерального закона № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации», повлекло осуществление конституционного принципа территориальной организации местной власти в городских и сельских поселениях и на других территориях, что привело к кардинальным нововведениям – появлению новых типов муниципальных образований с многообразным комплексом вопросов местного значения.

На сегодняшний день Федеральный закон № 131-ФЗ к полномочиям органов местного самоуправления относит стратегическое развитие муниципальной территории на основе разработки и организации реализации планов и программ комплексного социально-экономического развития муниципального образования, но понятие «комплексное социально-экономическое развитие муниципального образования» не определено Федеральным законом.

В современных условиях актуальной является проблема определения уровня конкурентоспособности территории. Данное понятие определяется путем проведения сравнительного анализа по различным критериям, которые позволяют обозначить положительные и отрицательные аспекты развития территории. Понятие «экономическое развитие территории» является одним из элементов анализа, и представляет собой расширенное воспроизводство и постепенные качественные и структурные положительные изменения экономики, производительных сил, факторов роста и развития, образования, науки, культуры, уровня и качества жизни населения, человеческого капитала [3].

В совокупности социально-экономическое развитие территории является центральной функцией органов власти, которая становится особенно актуальной во время кризиса и постоянных структурных изменений [2]. В концептуальном смысле социально-экономическое развитие – это процесс повышения уровня жизни населения, увеличение количества и качества общественных и частных благ, предоставляемых населению [4].

Переход к устойчивому развитию Российской Федерации в целом возможен только в случае, если будет обеспечено стабильное развитие всех субъектов. В настоящее время обеспечение равномерного и устойчивого развития российских регионов осложняется крайней степенью неоднородности и несбалансированности экономического пространства страны – в пределах от

самодостаточного до кризисного состояния. Региональное экономическое пространство России неоднородно, что является ключевым фактором, затрудняющим и тормозящим переход к устойчивому развитию. Следовательно, особую значимость приобретает снижение угроз дальнейшего неравномерного регионального развития и сокращения контрастов в социально-экономическом положении на базе формирования эффективной пространственной структуры экономики страны при соблюдении баланса интересов всех регионов РФ.

Анализ социально-экономического положения региона проводится с целью установления объективной диагностики, выявления диспропорций и неиспользованного потенциала экономического роста для дальнейшего обоснования стратегического и тактического развития территорий.

В качестве методологической основы оценки социально-экономического развития городских округов Орехово-Зуево и Раменское предлагается использовать метод SPACE.

Эффективность работы местных властей Орехово-Зуевского городского округа по обеспечению достижения целевых показателей развития Подмосковья на 11 месте (рейтинг-60) за январь-декабрь 2021 г. [8] (см. Таблица 1).

Вектор направления стратегии (точка на плоскости матрицы):

$$X = CA + IS = 1,4.$$

$$Y = FS + ES = 3,4.$$

Таблица 1 – Бальная оценка критериев социально-экономического развития Орехово-Зуевского городского округа методом SPACE [6]

Критерии	Оценка	Весомость	Общая оценка баллов
Финансовая сила территории (FS)			
Инвестиции в основной капитал за счет всех источников финансирования	3	0,3	0,9
Фонд начисленной заработной платы всех работников	5	0,7	3,5
Среднее значение	4		
Общая оценка	4,4		
Привлекательность территории (IS)			
Объем отгруженных товаров собственного производства, выполненных работ и услуг собственными силами по промышленным видам деятельности по крупным и средним организациям	5	0,5	2,5
Количество дошкольных образовательных муниципальных организаций, реализующих образовательные программы дошкольного образования	2	0,2	0,4
Количество общеобразовательных муниципальных организаций	3	0,3	0,9
Среднее значение	3,3		
Общая оценка	3,8		
Конкурентоспособность территории (CA)			
Число малых и средних предприятий, включая микропредприятия	-2	0,6	-1,2
Численность постоянного населения	-3	0,4	-1,2
Среднее значение	-2,5		
Общая оценка	-2,4		
Стабильность территории (ES)			
Объем работ, выполненных по виду экономической деятельности «Строительство» по крупным и средним организациям	-1	0,5	-0,5
Уровень обеспеченности населения жильем	-1	0,5	-0,5
Среднее значение	-1		
Общая оценка	-1		

Позиция Раменского городского округа по показателям социально-экономического развития в сравнении с другими муниципальными образованиями Московской области за январь-декабрь 2021 г. [7] (см. Таблица 2):

- обрабатывающие производства – 8 место;
- сельское хозяйство – 1 место;
- среднемесячная заработная плата – 27 место;
- инвестиции в основной капитал – 21 место.

Таблица 2 – Бальная оценка критериев социально-экономического развития Раменского городского округа методом SPACE [5]

Критерии	Оценка	Весомость	Общая оценка баллов
Финансовая сила территории (FS)			
Фонд начисленной заработной платы	3	0,3	0,9
Инвестиции в основной капитал	4	0,4	1,6
Среднемесячная заработная плата	3	0,3	0,9
Среднее значение	3,3		
Общая оценка	3,4		
Привлекательность территории (IS)			
Отгрузка товаров собственного производства, выполнено работ и услуг предприятиями	4	0,4	1,6
Отгрузка товаров собственного производства, выполнено работ и услуг предприятиями сельского хозяйства	5	0,6	3
Среднее значение	4,5		
Общая оценка	4,6		
Конкурентоспособность территории (CA)			
Средняя численность работников	-2	0,5	-1
Оборот розничной торговли в действующих ценах	-2	0,5	-1
Среднее значение	-2		
Общая оценка	-2		
Стабильность территории (ES)			
Производство мяса скота и птицы в живом весе	-1	0,6	-0,6
Производство молока	-2	0,4	-0,8
Среднее значение	-1,5		
Общая оценка	-1,4		

Вектор направления стратегии (точка на плоскости матрицы):

$$X = CA + IS = 2,6$$

$$Y = FS + ES = 2$$

Результаты свидетельствуют о том, что городские округа Орехово-Зуево и Раменское действуют в соответствии с агрессивной стратегией, которая, как правило, актуальна в ситуации, когда территории опираются на имеющиеся конкурентные преимущества и оперируют в относительно стабильной индустрии. Критический фактор риска – это возможность городских округов Орехово-Зуево и Раменское подняться выше в рейтинге по Московской области. Типичные действия исследуемых территорий – рост показателей развития, сосредоточение на максимально конкурентных факторах, максимальное использование возможностей внешней среды и риск-менеджмент относительно существующих угроз.

В заключении можно сказать, что объективная оценка социально-экономического положения территорий помогает определить основные стратегические направления действий, которые положительно отразятся на социальном обслуживании граждан муниципалитетов:

- создании для всех жителей муниципального образования равных возможностей для улучшения качества жизни, получения соответствующих материальных и духовных благ, развития творческого, научного потенциала вне зависимости от пола, расы, национальности, языка, происхождения, имущественного и должностного положения, места жительства, отношения к

религии, убеждений, принадлежности к общественным объединениям, а также других обстоятельств;

– реализации на муниципальном уровне социальных минимумов, определяемых в соответствии с государственными стандартами в тех сферах, где социальные услуги обеспечены гарантиями Конституции России. Это, прежде всего: воспитание, образование, здравоохранение, обеспечение жильем малоимущих, социальное обеспечение по старости и нетрудоспособности, получение гражданами квалифицированной юридической помощи, предоставление коммунальных услуг, культурно-просветительских и иных услуг в области духовной культуры, обеспечение экологической чистоты среды обитания и т.д. [1].

Список литературы

1. *Бабун Р. В.* Организация местного самоуправления. М.: КноРус, 2013. 280 с.
2. Региональная экономика. Учебник / Под общей редакцией проф. В. И. Видяпина, проф. М. В. Степанова. М.: ИНФРА-М 2007.
3. Теория экономического развития. История развития экономики и экономической мысли. Йозеф Шумпетер // Вестник Санкт-Петербургского университета, 2005.
4. Мартынов С. Н. Экономика. Учебно-методический комплекс для дистанционного обучения. Новосибирск, 2001.
5. Основные показатели социально-экономического развития Раменского городского округа за январь-декабрь 2021 г. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.ramenskoye.ru/deyatelnost/section-ekonomika/ekonomika/itogi-sotsialno-ekonomicheskogo-razvitiya-okruga/6938-osnovnye-pokazateli-sotsialno-ekonomicheskogo-razvitiya-ramenskogo-gorodskogo-okruga-za-yanvar-dekabr-2021g> (дата обращения 02.04.2022).
6. Официальный сайт Орехово-Зуевского городского округа [Электронный ресурс]. URL: <http://www.ozmo.ru/>, <http://www.ozmo.ru/about/strategy>, <http://www.ozmo.ru/mun>, <http://www.ozmo.ru/activities/>, <http://www.ozmo.ru/citizens/mun-progr>, <http://www.ozmo.ru/docs/> (дата обращения 19.12.2021).
7. Проблемы и новые тенденции управления в XXI веке / Агафонова М. А., Астафьева И.А., Березовская А.Л. [и др.]: монография. Отв. ред. Н.В. Осипова. Гжель: ГГУ, 2021. 89 с. // ГГУ. Режим доступа: <http://www.art-gzhel.ru/> (дата обращения 02.04.2022).
8. Рейтинг муниципальных образований Московской области за лето 2021 [Электронный ресурс]. URL: <https://gust.mosreg.ru/dokumenty/rejting-municipalnyh-obrazovaniy/14-10-2021-17-13-52-rejting-munitsipalnykh-obrazovaniy-moskovskoy-obl> (дата обращения 02.04.2022).

И. В. Андреева

Гжельский государственный университет, Московская обл., пос. Электроизолятор

Научный руководитель: В. Д. Кузьменкова

КОМПЕТЕНТНОСТНЫЙ ПОДХОД К РАЗРАБОТКЕ АНТИКРИЗИСНОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

На сегодняшний день наблюдается, что предпринимательская деятельность подвержена постоянным рискам и неопределенным потерям. Все неопределенности, экономическая нестабильность приводит к кризисным ситуациям. Для нормального преодоления экономических трудностей, организациям необходимы специалисты, способные решить задачи в области антикризисного управления. Поэтому потребность в специалистах с высокими знаниями, способными проводить заблаговременную диагностику экономического состояния предприятия, оперативно реагировать на возникшую ситуацию очень высока. Для этого важно иметь компетентностный подход и возможность составлять антикризисную стратегию предприятия.

Компетентностный подход обычно применяется в научной, теоретической среде. Но в последнее время наблюдается применение компетентностного подхода в предпринимательской деятельности, так как для качественного функционирования и развития предприятия важно иметь основы сочетания профессиональных знаний и умений, личностных характеристик и мотивационных установок, инновационного образа мышления с практико-ориентированными действиями, направленными на повышение эффективности предпринимательской деятельности.

На важность компетенций в контексте управления бизнесом в рамках ресурсного подхода указывали: Джей Б. Барни и А. М. Арикан, рассматривая внутренние основные ресурсы (т.е. внутренние компетенции) фирмы, имеющие жизненно важное значение для получения конкурентного преимущества на глобализированных и высококонкурентных рынках [1]; Р. Грант, который определил, что «...создание конкурентного преимущества означает формулирование и реализацию стратегии, которая опиралась бы на уникальность портфеля ресурсов и способностей каждой фирмы» [2, с. 146]; Р. Каплан и Д. Нортон подчеркивали значимость оптимального использования нематериальных активов – знаний и компетенций сотрудников, необходимых для реализации стратегии развития организации [3, с. 130].

Изучение применения компетентностного подхода в ходе разработки антикризисного управления не получило широкого распространения. Но несмотря на это, можно выделить некоторых ученых, которые смогли отразить особенности применения компетентностного подхода в ходе разработки антикризисного управления.

Например, Е. А. Герасимова пишет, что для создания антикризисной стратегии важно подготовить специалистов, которые смогут адекватно реагировать на динамические изменения организации и принимать адекватные решения в ходе наступления тяжелых ситуаций [4, с. 56].

И. А. Румянцева указывает, что нормальное функционирование предприятия невозможно без специалистов, которые могут успешно применять имеющиеся теоретические знания в решении нестандартных, непредвиденных ситуаций [5, с. 101].

Разработка антикризисной стратегии рассматривается как особая область деятельности, которая имеет дело с определенным набором подходов и методов, используемых руководством предпринимательских структур для решения задач функционирования организации в условиях, вызванных неблагоприятными последствиями кризисных ситуаций. Существует четыре поведенческих переменных, оказывающих влияние на компетентность руководителя предприятия или специалиста по антикризисному управлению: власть, решения, информация, время.

Влияние кризиса на власть руководителя. Кризисные ситуации могут как пошатнуть положение руководителя, так и наоборот повысить авторитет. Правильность принятых решений, своевременное реагирование на динамические изменения помогут в создании работающей антикризисной стратегии.

Влияние кризиса на управление информацией. В условиях наступления кризиса поступающая информация является ограниченной, часто неправдивой. Поэтому специалистам

важно уметь вычленять из потока информации нужную, и применять ее в создании антикризисной стратегии.

Влияние кризиса на процесс принятия решений. В ходе наступления кризисной ситуации принятие решения носит рискованный характер. Часто ошибочно принятые решения сильно сказываются на дальнейшем развитии предприятия. Поэтому в данном случае важно уметь принимать нестандартные решения.

Влияние кризиса на время. В условиях кризиса времени на принятие решения очень мало, что влечет за собой стресс и неуверенность. Поэтому важно, чтобы специалисты обладали стрессоустойчивостью, быстрой реакцией, умением концентрировать внимание на проблеме.

Рассмотрение основных переменных, оказывающих влияние на поведение предпринимателя во время кризиса, позволило сформулировать составляющие антикризисной компетентности, в рамках которой выделены профессиональная, функциональная, информационная и коммуникативная компетентности.

Профессиональная компетентность знание теоретических и методологических основ антикризисного управления; законодательных и нормативных актов, регулирующих ответственность, задачи, действия в случае кризиса; современных методик анализа деятельности предпринимательских структур для выявления кризисных ситуаций, идентификации и оценки рисков.

Функциональная компетентность знание теории принятия решений, управления конфликтами и стрессами, управления рисками, управления изменениями.

Информационная компетентность знание информационных ресурсов о состоянии бизнес-среды, информационных систем антикризисного управления и систем баз данных.

Коммуникативная компетентность знания коммуникативных технологий взаимодействия предпринимателя как с внешними заинтересованными лицами, так и непосредственно в самой организации, в кризисной рабочей группе.

Таким образом, представленная методология компетентностного подхода при разработке антикризисной стратегии позволит обеспечить определение и развитие антикризисных компетенций специалистов, занимающихся разработкой антикризисных стратегий, сформировать систему антикризисных компетенций и обеспечить их применение на всех этапах процесса разработки антикризисной стратегии, что позволит обеспечить антикризисную устойчивость предприятия.

Список литературы

1. Barney J. B., Arkan A. M. The resource-based view: Origins and implications // In The Blackwell handbook of strategic management. Oxford: Blackwell Publishers, 2001. P. 124712856–188.
2. Грант Р. М. Современный стратегический анализ. / Пер. с англ. под ред. В. Н. Фунтова. СПб.: Питер, 2008. 560 с.
3. Каплан Р.С. Стратегические карты. Трансформация нематериальных активов в материальные результаты: пер. с англ. / Роберт С. Каплан, Дейвид П. Нортон. М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2005. 512 с.
4. Герасимова Е. А. Стратегия обеспечения антикризисного развития предпринимательских структур // Проблемы современной экономики. 2007. № 1 (21).
5. Румянцева И. А. Коммуникационные компетенции // Управление. 2016. № 4 (14). С. 99–103.

И. А. Астафьева, С. А. Гаврилова, П. В. Мармышева

Гжельский государственный университет, Московская обл., пос. Электроизолятор

ТЕНДЕНЦИИ И ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Россия имеет огромный потенциал для развития внутреннего туризма. Здесь есть все, что нужно – огромная территория, богатое историческое и культурное наследие, а в некоторых регионах – нетронутая, дикая и удивительная природа. Территория России простирается с запада на восток на 10000 км и почти на 3000 км от северных арктических широт до южных субтропических. Разнообразие ландшафтов позволяет развивать различные виды туризма [1].

Туристический бизнес является наиболее динамично развивающейся отраслью мировой экономики. Современные тенденции развития туризма свидетельствуют об увеличении его влияния как на мировое хозяйство в целом, так и на экономику отдельных стран. В 2017 году туризм входил в ТОП 3 самых высокодоходных отраслей мирового хозяйства после химической и топливной промышленности. Доля доходов от туризма в объеме мирового экспорта составляет 7 % [1]. В последнее десятилетие Россия активно вышла на мировой туристский рынок. Для России развитие туризма особенно важно, т. к. данная отрасль является благоприятной средой для функционирования малого бизнеса, способного развиваться без значительных бюджетных ассигнований, и перспективна для привлечения иностранных инвестиций в больших масштабах и в короткие сроки. Туристический бизнес стимулирует развитие других отраслей экономики: строительства, торговли, сельского хозяйства, производства товаров народного потребления, связи и др.

Этот бизнес привлекает предпринимателей по многим причинам: низкие первоначальные инвестиции, растущий спрос на туристические услуги, высокая рентабельность и короткий срок окупаемости. В ряде стран разрабатываются государственные программы стимулирования въездного туризма, предусматривающие налоговые льготы, упрощение пограничного и таможенного режимов, создание благоприятных условий для инвестиций, увеличение бюджетных ассигнований и развитие инфраструктуры, рекламу на внешних рынках, обучение персонала и т.д.

К сожалению, внутренний туризм развит в должной мере отнюдь не везде. Многие страны все еще пытаются выйти на соответствующий уровень, в число таких стран входит и Россия.

Приоритетными направлениями государственного регулирования туристской деятельности в Российской Федерации являются - поддержка внутреннего, въездного и самодетельного туризма. Государственное регулирование туристской деятельности в РФ осуществляется следующим образом[2]:

- создание нормативных правовых актов, направленных на совершенствование отношений в сфере туристской индустрии;
- обеспечение безопасности туристов, защита их прав и интересов;
- лицензирование, стандартизация в туристской индустрии, сертификация туристского продукта;
- создание благоприятных условий для инвестиций в туристскую индустрию;
- налоговое и таможенное регулирование;
- предоставление льготных кредитов, установление налоговых и таможенных льгот фирмам, занимающимся туристской деятельностью на территории РФ и привлекающим иностранных граждан в качестве туристов РФ;
- содействие кадровому обеспечению туристской деятельности;
- развитие исследований в области туризма;
- обеспечение картографической продукцией;
- другими способами, применяемыми в порядке, установленном законодательством Российской Федерации.

Одной из приоритетных задач развития туризма в России остается создание современной туристской инфраструктуры [4]. Прежде всего, туристские средства размещения –

характеризующиеся высокой степенью морального и физического износа, которые нуждаются в цифровизации и капитальном ремонте.

По мере формирования рынка туризма в России росла потребность в новых работниках. Множество образовательных учреждений страны осуществляют подготовку кадров для турбизнеса.

Преобладающие направления туризма в РФ

1. Экологический туризм.

Одним из самых перспективных видов туризма в мире на сегодняшний день является экотуризм. Россия не исключение. Число его поклонников растет с каждым годом. Этот вид туризма возвращает силы и энергию уставшим от города людям, при этом общаясь с природой и наблюдая за ней. Кроме того, он способствует защите окружающей среды, что делает этот вид туризма выгодным для местных жителей.

В Список Всемирного наследия ЮНЕСКО включены пять природных объектов России[7]: девственные леса Коми, озеро Байкал, вулканы Камчатки, золотые горы Алтая и Западный Кавказ. В этих регионах экотуризм может помочь защитить природу, увеличить занятость и социально-экономическое развитие. Тем более, что в России достаточно и других мест, привлекательных для экотуризма. Учитывая популярность и перспективы экотуризма в мире.

Калининградская область – самая западная часть России. Здесь есть чудесное место: национальный парк на Куршской косе. Это узкая полоска суши, отделяющая Куршский залив от Балтийского моря. Его песчаные дюны иногда достигают высоты 60 метров.

Уникальны и природные богатства Северного Кавказа, который представляет собой высочайший горный массив России с пятью вершинами выше 5000 метров над уровнем моря. Наиболее известны Эльбрус и Казбек. Есть четыре заповедника и два национальных парка.

2. Спортивный и экстремальный туризм.

Спортивный туризм, который в России принято называть активным туризмом, включает в себя поездки по маршрутам определенной категории сложности и соревнования по технике туризма.

Спелеотуризм – это посещение естественных или искусственных пещер и лабиринтов. Он интересен разнообразием своего рельефа, создающим препятствия для прохода (колодцы, заторы, узкие расщелины, подземные реки и т.п.), а также экстремальными - неблагоприятными - физическими условиями (высокая влажность и отсутствие естественного освещения). Все это привносит в спелеологию приключенческий элемент и делает ее чрезвычайно популярной среди молодежи.

Одним из самых популярных видов активного туризма является горнолыжный, так как на большей части территории РФ несколько месяцев в году лежит снег.

Горный туризм – это горное путешествие по склонам, хребтам, ледникам, через горные перевалы и ручьи. Горный туризм наиболее популярен в России в Северной Осетии, Кабардино-Балкарии, Ингушетии, Краснодарском и Ставропольском краях, в Мурманской области, где разработаны сотни альпинистских маршрутов на Алтае, на Большом и Малом Кавказе, в хребте Черского, в Хибинах и других горах созданы все условия для участников этого вида туризма.

3. Рыболовные и охотничьи туры.

Низовья Волги и ее дельта – одно из самых благоприятных мест для рыбалки в России. Здесь обитает более ста видов рыб. Вылов наиболее ценных из них – стерляди, севрюги, белуги, русского осетра – строго ограничен. На Камчатке можно весной и осенью в местных охотничьих угодьях разрешена охота на гризли, осенью – на лося и снежного барана. Трофеи – шкуры, черепа и рога, которые можно вывозить только по специальным документам.

Ценные виды рыб – лосось, семга, щука, озерная форель и др. – в изобилии водятся в водоемах Карелии, где ограничений на ловлю практически нет.

4. Морские и речные круизы.

Круизы являются разновидностью водного туризма и одним из основных направлений внутреннего и въездного туризма в России. Большинство иностранных туристов (до 90 %) предпочитают круизы Москва – Санкт-Петербург продолжительностью 3–4 дня в одну сторону, а остальные – длительные круизы по рекам Волги и Сибири: Лена, Енисей, Обь, Амур.

В России есть и ледокольный туризм: ледокольные круизы вокруг островов Северного Ледовитого океана (Земля Франца-Иосифа, Новая Земля, острова архипелага Шпицберген).

5. Экскурсионные туры.

Культурно-познавательный туризм или как его еще называют – экскурсионный туризм – это путешествия с познавательными целями. Экскурсии способствуют духовно-нравственному и интеллектуальному развитию, расширяют кругозор и развлекают. Наибольшее развитие этот вид туризма получил в средней полосе России и Северо-Западном регионе, где сосредоточены основные достопримечательности нашей страны. Главные достопримечательности России – Москва с архитектурным ансамблем Кремля, Дворцом Санкт-Петербурга, древними городами Золотого кольца – известны во всем мире. Кроме того, есть и другие уникальные места, и достопримечательности, посещение которых подарит каждому россиянину или иностранцу новые незабываемые впечатления.

6. Лечебно-оздоровительный туризм

Оздоровительный отдых – это отдельный вид туризма, который в зависимости от возможности воздействия подразделяется на климатический, бальнеологический, морской, грязелечебный и др. Пляжный отдых также попадает в эту категорию. Обычная продолжительность лечебной или оздоровительной поездки составляет 21–24 дня. В зависимости от самочувствия и профиля лечебного учреждения можно запланировать поездку на юг, на Азово-Черноморское побережье Краснодарского края, на Кавказ – к источникам кавказской минеральной воды, на березовые или сосновые леса Московской области, на побережье Балтийского моря – в Калининградскую область, а также на минеральные реки Бурятии. Потенциал природных ресурсов России для лечения и отдыха неограничен [5].

Основные проблемы туризма в Российской Федерации

Проблема средств размещения. Сюда относится недостаточное количество средств размещения, ориентированных на массового туриста, а также высокая стоимость существующих средств размещения.

Транспортная проблема. Инфраструктуры для передвижения на автомобиле нет: плохие дороги, придорожных кафе, гостиниц, парковок и т.д. не достаточно. А те компании, которые существуют, предлагают низкий уровень обслуживания, но при этом устанавливают высокие цены. Стоимость транспортных услуг (воздушных и железнодорожных) также высока.

Слабый интерес инвесторов к индустрии туризма. Это связано с низкой окупаемостью инвестиций в туризм. Инвесторам выгоднее вкладывать средства в строительство жилого комплекса, чем в гостиницы, затраты окупаются гораздо быстрее.

Низкий уровень обслуживания. Проблема низкого уровня обслуживания в основном связана с нехваткой квалифицированных кадров.

Недостаточно развитый маркетинг туристских районов.

Низкий уровень «культуры отдыха». «Культура досуга» предполагает готовность населения принимающих регионов, а также работников туризма к взаимодействию с туристами, к обмену опытом, к проявлению доброжелательности и гостеприимства, такта и толерантности, а также уважительного и бережного отношения туристов к посещаемым ими объектам и территориям, быту и обычаям местного населения, их быту. Не во всех регионах России местное население адекватно реагирует на приезд отдыхающих, порой открыто выражая свое недовольство. Часто причиной тому является поведение туристов и наносимый ими ущерб окружающей среде, а также недопустимое поведение отдыхающих [1].

Туристский потенциал России

Разнообразие ландшафта, климатических условий, богатство растительного и животного мира, а также многочисленные объекты культурного наследия создают предпосылки для развития разных форм и видов туризма в Российской Федерации.

Велики запасы ресурсов познавательного туризма. В стране насчитывается 85 тыс. памятников истории и культуры, около 2000 музеев, около 600 театров, имеется большое количество современных культурных и промышленных объектов, а также памятников природы, представляющих интерес для туристов.

С распадом СССР Россия лишилась большей части приморских курортных зон в Прибалтике, Крыму, в окрестностях Одессы, Бердянска, на Черноморском побережье Грузии и в Азербайджане. В этой связи возрастает рекреационное значение российских побережий теплых морей: Черного, Азовского, Каспийского и Японского.

По комплексной оценке специалистов, туристский потенциал России достаточно высок, его величина отражает привлекательность туристских территорий для посещения туристами, как российскими, так и зарубежными, он составляет 55,8 %. Это означает, что более половины ландшафтных и природно-климатических ресурсов регионов могут быть использованы для развития разнообразных видов туризма.

Несмотря на высокий показатель туристского потенциала России, его влияние на экономическое развитие регионов и страны в целом незначительное, доля туризма в национальном валовом продукте (ВВП) составляет чуть более 1 %, в то время как в других развитых странах доля туризма ВВП составляет от 7 до 35 % [7].

Однако, несмотря на существующие трудности, Россия год от года укрепляет свои позиции на мировом рынке туристских услуг, в том числе за счет целого комплекса уникальных ресурсов и культурно-исторических памятников, которыми она располагает.

Влияние пандемии на внутренний туризм в РФ

Согласно статистическим данным в конце первого десятилетия 21 века внутренний туризм в России демонстрировал положительную динамику развития. В период до начала пандемии COVID-19 сфера туризма формировала 3,4 % ВВП страны [2]. В это время российская туристская сфера характеризовалась и некими основными проблемами, такими как:

- отставание уровня развития туристской инфраструктуры;
- низкий уровень сервиса;
- разница между расходами граждан на внутренний и на выездной туризм, которая ежегодная составляла почти 36 млрд. долларов в пользу второго.

В 2020 году, в связи с пандемией сфера туризма стала одной из пострадавших областей в мировой экономике. Однако согласно оценкам экспертов внутренний туризм должен был восстановиться куда быстрее международного. Так, за первое полугодие 2021 г. Туристический поток в республику Крым вырос практически на 50 % по сравнению с тем-же периодом 2019 г. Так же большой приток туристов наблюдался в Сочи и Краснодарском крае [5].

Исходя из этого можно сделать вывод, что пандемия коронавирусной инфекции, а также введенные в связи с ней ограничения на международные сообщения, послужили мощным толчком для развития внутреннего туризма в России. Однако не стоит рассматривать запрет на международные поездки единственным верным и эффективным методом государственной поддержки внутреннего туризма.

В 2020 году Всемирная туристская организация (ЮНВТО) создала специальную платформу (UNWTO TOURISM DATA DASHBOARD), чтобы обеспечить обмен опытом в отношении мер, предпринимаемых правительствами, а также международными и региональными организациями для устранения последствий COVID-19. На данной платформе собраны 220 стран и около 30 международных и региональных организаций [3].

Согласно данным на март 2021 года в UNWTO TOURISM DATA DASHBOARD существуют следующие блоки возможных мер поддержки: фискальная политика, монетарная политика, занятость и трудовые навыки, средства для возобновления туризма.

Следует отметить, что по оценкам представителей туристской индустрии, меры, предпринимаемые правительством РФ, оказались достаточно эффективными. Объемы продаж федеральных туроператоров – членов АТОР в ходе акции с кешбэком существенно выросли по сравнению с прошлыми годами. Например, объемы продаж у таких туроператоров как «АЛЕАН» выросли на 65 %, «Мастерская путешествий» на 100%, а «Интурист» и «Русский экспресс» более, чем на 100 %. По оценкам Ростуризма только за первые 4 дня программы кешбэка объем спроса на туры по России составил более 1 млрд. руб. [5].

Летом 2020 года Федеральное агентство по туризму перешло в прямое подчинение Правительству РФ из чего следует признание сферы туризма неотъемлемым сектором российской экономики, а также тесное взаимодействие государства с ведением туристского бизнеса [4].

Тенденции развития туризма в РФ

Тенденции развития туризма в РФ можно разделить на 2 группы: позитивные и негативные.

К позитивным тенденциям относятся:

- создание большого количества средств размещения, улучшение инфраструктуры и наем большого количества обслуживающего персонала в них;
- создание новых курортов и мест отдыха;
- развитие в РФ культурно-познавательного туризма, за счет внутреннего спроса;
- развитие в РФ спроса на экологический туризм по категориям: охотничий, рыболовный, сельский;
- развитие патриотизма у молодежи и за счет этого популяризация внутреннего туризма РФ;
- положительный опыт в развитии программно-целевых механизмов управления в сфере развития туризма и гостеприимства;
- инновационный характер развития туризма в РФ.

К негативным тенденциям, которые тормозят развитие туризма в РФ относятся:

- недостаточное количество средств размещения;
- недостаточная развитость туристской инфраструктуры РФ;
- неразвитая транспортная инфраструктура (в том числе плохое качество дорог, низкое качество обслуживания на железнодорожных вокзалах и в аэропортах) [6].

Список литературы

1. *Андреева А. Ю.* Новые технологии интенсивного развития туристической индустрии. М.: ЮРГУ, 2019. С. 15.
2. География туризма: учебник / Кол. авторов; под ред. А. Ю. Александровой. М.: КНОРУС, 2008. 592 с.
3. *Маргиева Н. Т.* Сфера туризма в России: состояние и перспективы развития // Экономика и предпринимательство. 2020. № 10-1 (63-1). С. 141–145.
4. Распоряжение Правительства РФ от 27 декабря 2012 г. № 2567-р Об утверждении государственной программы РФ «Развитие культуры и туризма» на 2013–2020 годы.
5. *Чернуха Д. С.* Инновации и туризм: зарубежный опыт / В сборнике: Инновационные технологии управления социально-экономическим развитием регионов России Материалы VII Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. В 2-х ч. 2018. [Электронный источник]. URL: <http://elibrary.ru/item.asp?id=24049069> (дата обращения 24.04.2020).
6. Про спорт, туризм и путешествия в России и СНГ. [Электронный источник]. URL: <http://turstat.com>
7. Учебные материалы для студентов. URL: https://studme.org/111904/turizm/potentsial_turistskih_territoriy_osobennosti_otsenki (дата обращения: 19.04.2022).

И. А. Астафьева, Ю. И. Деревеженко, А. В. Шумаева

Гжельский государственный университет, Московская обл., пос. Электроизолятор

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ В УСЛОВИЯХ САНКЦИЙ

Россия уже более 2 лет живет под санкциями Европейского Союза и Соединенных Штатов Америки. Некоторые экономисты утверждают, что санкции и ответные санкции России окажут негативное влияние на Европу в целом, в то время как другие утверждают, что они окажут незначительное влияние на российскую экономику [1]. Однако на самом деле очевидно, что санкции являются экономически негативным явлением и для тех, на кого они направлены, и на тех, кем они направляются. Оценивая текущее состояние экономического рынка в России, мы не можем сказать, что все будет «как и раньше». Сильное давление влияет не только на экономику нашей страны, но и на ситуацию в других странах, где у российских бизнесменов были акции и определенные соглашения. Следует отметить, что, как показывает опыт Китая и других стран, любое ограничение является мощным средством экономического давления, и в то же время оно может, наоборот, стать движущей силой развития российской экономики и импортозамещения высокотехнологичных отраслей [3]. Для того, чтобы оценить влияние регулирования, необходимо рассмотреть этапы введения санкций против Российской Федерации и проанализировать результаты.

Экономические эксперты отмечают, что введенные ранее санкции и ответные меры России будут постепенно сказываться, что, как следствие, приведет к сокращению внешних рынков для отечественной продукции. Капитальные вложения в различные секторы японской экономики будут сокращены. Объем финансовых потоков уже сократился, и очевидно, что в ближайшем будущем предоставление услуг иностранными партнерами российских компаний и промышленности будет ограничено [2]. По экспертным оценкам, потери страны сейчас оцениваются в миллиарды долларов, учитывая санкции, введенные в отношении нефтегазового сектора, который является важнейшей отраслью для России.

В настоящее время экономика этой страны поддерживается за счет финансов государственного бюджета и федерального бюджета, которые были созданы в прошлом, но такая ситуация не сможет длиться долго. Если крупные иностранные лидеры не пересмотрят свою политику в отношении нашей страны и не внесут позитивных изменений, экономическое развитие России замедлится.

Началось все в марте 2014 г., санкции были введены против компаний и частных лиц, а в июле 2014 г. санкции были распространены на финансовый, оборонный и энергетический секторы России, а страны ЕС также поддержали Норвегию, Канаду и Австралию. Россия была вынуждена отреагировать на санкции, и был введен ряд запретов на импорт. Все это не могло быть не связано с воздействием на российскую экономику. Прежде всего, японская валюта подешевела почти вдвое по отношению к доллару на фоне резкого падения рубля и резкого падения цен на сырую нефть [4]. Падение рубля привело к инфляции, и цены на продовольствие значительно выросли. В феврале 2015 г. продовольственная инфляция достигла 23,3 %, что усилило и без того высокое инфляционное давление, вызванное падением курса рубля. Центральный банк России не смог избежать реакции на высокое инфляционное давление и во второй половине 2014 года ужесточил денежно-кредитную политику для поддержки рубля, что привело к повышению стоимости внутренних заимствований и ограничению доступа к внутренним кредитам для инвесторов и потребителей, хотя внешние заимствования в первой половине 2014 года почти исчезли. Ужесточение условий кредитования на внутреннем и международном рынках также оказало негативное влияние на инвестиционные и потребительские отношения. Практически все иностранные компании прекратили инвестировать в проекты в Российской Федерации, что может ухудшить средне- и долгосрочные экономические перспективы [7].

Зарубежные финансовые рынки закрыты для кредитных организаций, зарегистрированных в России, а условия для внешних заимствований стали достаточно жесткими даже для банков, не попадающих под санкции.

Санкции также влияют на торговлю, но, как это ни парадоксально, одной из стран, которые начали санкции, были Соединенные Штаты, сообщает РБК, и одной из немногих стран, которые увеличили торговлю с Россией в условиях санкций, являются Соединенные Штаты. По итогам 2014 года объем российско-американской торговли увеличился, по данным ФТС, на 5,6 % и составил около \$29,2 млрд. При этом объемы импорта американских товаров в Россию выросли сразу на 12,1 % – до \$18,5 млрд. Доля США во внешнеторговом обороте России выросла в 2014 года с 3,3 % до 3,7 %. И хотя по итогам января-февраля 2015 года объемы товарооборота с США сократились, уменьшившись, по данным ФТС, в годовом исчислении на 6,4 %. Эти потери оказались не так уж велики, по сравнению падением торгового оборота с другими странами ЕС за те же месяцы.

Объемы торговли с Россией других стран, поддерживающих антироссийские санкции, заметно сократились [5]. По итогам 2014 г показатели товарооборота с Португалией упали, по данным ФТС, на 41,2 %, с Грецией – на 39,2 %, с Венгрией – на 27,5 %, с Великобританией – на 21,3 %, с Литвой – на 20,5 %. Товарооборот с другими странами ЕС снижался медленнее. Так, например, объемы торговли с Польшей сократились на 17,6 %, с Францией – на 17,5 %, с Финляндией – на 14,7 %, с Италией – на 10 %, с Германией – на 6,5 %. Сократились, хотя и не так заметно, объемы торговли России и с другими странами, объявившими о введении против нее санкций. В частности, объемы торговли с Канадой уменьшились на 3 %, с Японией – на 7,3 %, с Норвегией – на 18,5 %. За январь-февраль 2015г объемы торговли России с ЕС в годовом исчислении упали на 34,3 %. Крупнейшим же торговым партнером России в 2014 году стал Китай, товарооборот с ним сократился на 0,8 %, составив \$88,4 млрд, или примерно 11,3 % внешнеторгового оборота России.

По итогам первых двух месяцев 2015 года доля Китая во внешней торговле России выросла до 11,8 %. Объемы товарооборотов России с Беларусией по итогам 2014 года сократились на 7,8 %, за январь-февраль 2015 года – на 36,8 %, с Украиной – на 29,6 % и 55 % соответственно. Всего за первые два месяца 2015 года в Россию были ввезены товары общей стоимостью около \$22,98 млрд, что на 36,9 % меньше, чем за январь – февраль 2014 года. При этом особенно сильно сократился импорт продовольственных товаров. В частности, зарубежные закупки молочных продуктов сократились в 5,6 раза, рыбы – в три раза, сахара – в 2,9 раза, мяса – в 2,3 раза, фруктов – на 90 %, а овощей – на 70 %. В целом импорт продовольствия в России уменьшился на 44,3 %.

По данным газеты «Ведомости», ожидается, что Россия пострадает от 2 потрясений: финансовых санкций и падения цен на нефть, что приведет к убыткам с 2014 по 2017 год в размере около 6000 миллиардов долларов. Сокращение прямых иностранных инвестиций, сокращение возможностей заимствования и уменьшение притока капитала на рынок государственных облигаций увеличивают прямой эффект санкций примерно в 3 раза, отмечают эксперты. Эксперты отмечают, что санкции влияют на приток капитала независимо от цен на нефть, но влияние будет сильнее, когда цены на нефть упадут. На реальный курс рубля санкции практически не влияют, но падение цен на нефть, само по себе или в сочетании с санкциями, приводит к колебаниям обменного курса примерно на ту же величину, около 27 %. На реальные доходы бюджетной системы санкции также практически не повлияли: падение цен на нефть снизилось на 19%, а санкции - на 1%. По оценкам экспертов, совокупные потери экономического роста в результате этих синергий составят 4% за 8,4 года и 1% в среднем за 2,1 пункта в течение года. В ближайшем будущем российской экономике потребуется диверсифицировать свой рынок. Зависимость от поставок сырья в европейские страны неизбежно скажется и на российской экономике. Однако необходимо понимать, что в разгар глобализации интеграция мирового капитала будет прогрессировать, и Россия не будет полностью изолирована с экономической стороны.

Положительные и отрицательные аспекты санкционной политики

Сергей Катырин, глава Торгово-промышленной палаты Российской Федерации, указал на положительную сторону санкционной политики. Например, в некоторых сферах экономики санкции и антисанкции устранили жесткую конкуренцию, что позволило российским компаниям расширить границы своей деятельности, отмечает эксперт. Во-первых, это касается сельскохозяйственного сектора. По его словам, многие сельхозпроизводители в нашей стране вообще не хотят отмены санкций или ответных мер со стороны России. Важно, что санкции изменили менталитет российских политиков и бизнесменов, считает глава Российской торгово-

промышленной палаты. Опираясь на мощь собственной страны, они пришли к пониманию того, что необходимо сотрудничать не только с Западом, но и с партнерами на Востоке, севере и юге, отметил эксперт [6].

Также глава Торгово-промышленной палаты Российской Федерации отметил, что на сегодняшний день выставочный зал Экспо-Центра функционирует в штатном режиме. Ежегодно проводится около 100 выставок, в которых принимают участие и зарубежные компании. Многие бизнесмены из разных стран согласны с тем, что санкционная политика должна быть смягчена, они хотят работать на российском рынке и вести торговлю. По словам Сергея Катырина, только 5 % иностранных компаний ушли с внутреннего рынка.

Но также нельзя отрицать, что санкции негативно повлияли на российскую экономику, особенно на финансовый сектор. Прекращение связи с западными организациями создало трудности для банков и инвестиционных фондов. Кроме того, нефтегазовый сектор и рынок высокотехнологичного оборудования также находятся в невыгодном положении. Эксперты также указывают на проблему отсутствия надлежащих условий для местного производства продукции иностранного происхождения. По его словам, для этого сначала необходимо разработать правовую базу.

Серьезной проблемой антироссийских санкций также является отток капитала из страны, считают эксперты. Некоторые инвестиционные проекты были вынуждены быть «заморожены» на неопределенный срок, и, несомненно, они негативно воспринимаются со стороны бизнеса, поскольку компаниям необходимо разработать планы действий. Например, в результате приостановки поставок судовых турбин из Украины был отложен спуск на воду нескольких судов. Сергей Катырин считает, что в такой ситуации должны быть созданы условия для привлечения инвесторов из дружественных стран (арабские государства, Китай, члены Ассоциации государств Юго-Восточной Азии – ASEAN).

Антироссийские санкции заставили нас задуматься и всерьез взяться за экономику. Они послужили сигналом к началу действий, в том числе и не популярных. Нацеленность на импортозамещение способствовала развитию сельского хозяйства и ряда отраслей. Внешняя торговля имеет устойчивый положительный баланс. Заканчиваются или уже приняты в эксплуатацию такие проекты как «Сила Сибири», «Турецкий поток», «Северный поток – 2», «Крымский мост». Разрабатываются программные средства для искусственного интеллекта и IT-технологий.

Список литературы

1. Клинова М. В., Сидорова Е. А. Россия – Евросоюз: продолжение санкционного противостояния // Вопросы экономики. 2017. № 6. С. 114–127.
2. Кнобель К. М., Багдасарян А. Н., Лоценкова К. А. Санкции: всерьез и надолго. М.: Дело, 2019.
3. Кнобель А., Зайцев Ю. Прямые иностранные инвестиции в 2018 г. // Мониторинг экономической ситуации в России: тенденции и вызовы социально-экономического развития. 2019. № 9 (92). Июнь / Зайцев Ю., Клячко Т., Кнобель А., Полякова А., Тищенко Т. Под редакцией Гуревича В. С., Дробышевского С. М., Колесникова А. В., Мау В. А., Синельникова-Мурылева С. Г.; Институт экономической политики им. Е. Т. Гайдара, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации. 20 с. [Электронный ресурс]. URL: http://www.iep.ru/files/text/crisis_monitoring/2019_9-92_June.pdf (дата обращения 15.01.2020).
4. Платонова И. Н. Влияние финансовых санкций на привлечение иностранных инвестиций в российскую экономику // Инвестиционный, финансовый и управленческий анализ. 2019. № 3. Т. 9. С. 117–121.
5. Прилепский И. В. Финансовые санкции: влияние на потоки капитала и экономический рост РФ // Журнал Новой экономической ассоциации. № 3 (43). 2019. С. 163–172.
6. Семахин Е. А., Лаврентьева Л. В., Плакса Е. Н. Проблемы и перспективы развития российской экономики в условиях санкций // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2016. № 11–6. С. 1177–1179. URL: <https://applied-research.ru/ru/article/view?id=10749> (дата обращения: 24.05.2022).

Д. В. Афонин

Гжельский государственный университет, Московская обл., пос. Электроизолятор

Научный руководитель: В. Г. Кузьменкова

ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ БЫСТРОРАСТУЩИХ КОМПАНИЙ СРЕДНЕГО БИЗНЕСА

Инновационная деятельность является одной из главных составляющих успешного развития предприятий и экономики страны в целом. Особое значение инновации имеют для компаний среднего бизнеса, внося свой весомый вклад в обеспечение высоких темпов роста их финансовых и количественных показателей. При этом разработка и внедрение инноваций могут эффективно воздействовать на деятельность компаний только при условии правильной организации функционирования предприятия, его финансирования и маркетингового продвижения.

Внедрение инноваций имеет комплексный всеохватывающий эффект, включая содействие долговременному росту и максимизации прибыли предприятий, а также создание условий для расширения бизнеса компаний и увеличение числа рабочих мест.

На основе некоторых инноваций совершались промышленные революции. Инновации обеспечивали экономические прорывы целых стран на внутренних и внешних рынках. Создание и внедрение инноваций может быть залогом экономического суверенитета страны. В настоящее время в связи с российской политикой импортозамещения и санкциями относительно России разработка и внедрение собственных инноваций становится важным фактором выживания и развития отечественной экономики.

Вся современная история развития человечества – это непрерывный процесс совершенствования производственной деятельности, направленной на повышение социально-экономической эффективности, достигаемый на основе разработки и применения разнообразных нововведений. В процессе появления, организации и развития рыночных отношений, создание и внедрение различных инноваций становится одной из важнейших предпосылок выживания любого предприятия в условиях конкурентной борьбы [1].

Конечный результат научных достижений и научно-технических исследований выступает главным продуктом на рынке инноваций. Он образуется из усилий в интеллектуальной деятельности, поэтому на него могут распространяться авторские и другие права. Основными поставщиками нововведений выступают как сами компании в лице научно-исследовательских или других подразделений, разрабатывающих такие новации для самой компании, так и научные организации и институты, вузы, венчурные организации.

Термин инновации используется в достаточно широком смысле и включает в себя несколько значений. Введенный изначально в научный оборот в начале двадцатого века австрийским ученым Й.А. Шумпетером, он обозначал применение новых материалов и компонент, введение новых процессов и организационных форм хозяйствования, открытие новых рынков [2].

В настоящее время инновации можно разделить на различные типы: технологические (создание нового продукта или более эффективное производство уже предоставляемого, а также новые или усовершенствованные технологические процессы), продуктовые (создание продуктов с новыми свойствами), организационные (совершенствование системы управления на предприятии), а также маркетинговые (разработка новых маркетинговых методов, включая дизайн и упаковку, приемы продаж, принципы ценообразования).

Кроме инноваций, основанных на изобретениях и открытиях, следует выделить инновации, базирующиеся на идеях. Инновации в сфере услуг представляют собой новшества в самой услуге, в ее производстве, предоставлении и потреблении одновременно, так как эти качества услуги неразрывны. Таким образом, к этой категории могут относиться нововведения в сфере банковских услуг, в гостиничном хозяйстве, индустрии развлечений, туризме.

Конечной же целью инновации следует рассматривать создание новой ценности для потребителя, нуждам и желаниям которых в различных сферах жизни она должна отвечать.

При этом следует учитывать, что технология является вторичным фактором для эффективности производства, а первична экономика – это система планирования, учета, материального стимулирования, ценообразования, налогообложения и т.д., считает И.Г. Ушачев, приводящий в пример вопросы развития сельского хозяйства. «Проблемы организации, экономики, кредитования и финансирования сельхозпроизводства, кооперации выходили на первый план», поясняет он [3].

Внедрение инноваций жизненно важно для предприятий и организаций практически любого размера, включая малый, средний и крупный бизнес. Инновационная деятельность – это особый инструмент, позволяющий предпринимателю использовать перемены и превращать их в новые возможности для, например, открытия нового бизнеса или оказания новых услуг [4].

Однако особое значение инновационная деятельность имеет для компаний среднего бизнеса, демонстрирующих высокие темпы роста, или так называемых «газелей».

Термин «газели» был введен в начале 1980-х годов вместе с доказательством того, что именно эти компании выступают главными генераторами экономической активности, обеспечивая в западных экономиках (США и некоторые европейские страны) больше половины регулярно создаваемых новых рабочих мест [5].

У большинства быстрорастущих компаний периоды быстрого роста чередуются с периодами стагнации и отрицательного роста. Об этом свидетельствуют данные как зарубежных [6], так и российских исследователей [7]. Поэтому актуальным становится вопрос, как продлить период быстрого роста и не допустить стагнации или отрицательных результатов.

В большинстве случаев предпринимательская идея, удачное обнаружение новых возможностей первоначально действительно могут обеспечивать быстрый рост бизнеса. Но долгосрочные конкурентные преимущества при этом могут не создаваться и в дальнейшем эта идея становится доступной для всех. Основой для длительного роста может быть только наличие у компании некоего «специфического» актива, обеспечивающего защиту конкурентных позиций бизнеса [8].

Поэтому государства стараются выявить и сделать ставку на те быстрорастущие компании, которые создали и пользуются какими-либо уникальными, сложно воспроизводимыми активами. В частности, такие компании могут вести активную инновационную деятельность, обладать патентами, иметь технологическое оборудование, команду квалифицированных специалистов. Такими активами могут быть также уникальные или высококапиталоемкие производственные активы, доступ к редким природным или трудовым ресурсам, инфраструктуре. Однако в современной экономике наиболее часто таким «специфическим активом» становятся все-таки новые технологии, продукты, материалы, являющиеся результатом инновационной активности.

Таким образом, можно утверждать, что любое предприятие должно постоянно осуществлять инновационную деятельность, чтобы быть конкурентоспособным, завоевывать или удерживать свои позиции на рынке. В этой связи раскрытие содержания инноваций и анализ инновационной деятельности предприятий имеют существенное значение для повышения эффективности производства, достижения и усиления конкурентных преимуществ.

Список литературы

1. Экономика предприятия (организации). Нижний Новгород: НОО «Профессиональная наука», 2018.
2. Шумпетер Й. Теория экономического развития. Капитализм, социализм, демократия. М.: Эксмо, 2007.
3. Ушачев И. Г. В сельском хозяйстве все решает политика и экономика. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://scientificrussia.ru/articles/akademik-i-g-ushachev-v-selskom-hozyajstve-vsyo-reshaet-politika-i-ekonomika>
4. Друкер П. Бизнес и инновации: пер. с англ. М.: ИД «Вильямс», 2007.
5. Birch, D. and Medoff, J. (1994). "Gazelles", in Solmon, L. & Levenson, A. (Eds) Labour Markets, Employment Policy and Job Creation, Westview Press, Boulder, Co.
6. Daunfeldt, S. O., and D. Halvarsson. (2015). "Are High-growth Firms One-hit Wonders? Evidence from Sweden." Small Business Economics 44
7. Полунин Ю. А., Юданов А. Ю. (2016): Российские быстрорастущие компании: сценарии кризиса и роста // Экономический кризис и промышленная политика – альтернативные пути возвращения к росту в России / Под ред. Р. Трауб-Мерца, Д. Ефименко. М.: Политическая энциклопедия.
8. Кирцнер И. (2001): Конкуренция и предпринимательство / Пер. с англ. М.: Юнити-Дана. [Kirzner, I., Competition and Entrepreneurship, 1973, The University of Chicago].

В. О. Береговенко

Гжельский государственный университет, Московская обл., пос. Электроизолятор

Научный руководитель: О. В. Борисова

КАДРОВЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ОРГАНИЗАЦИИ

Кадровый потенциал организации – это совокупность возможностей администрации и персонала, которые могут быть реализованы для целей организации. Максимально эффективное использование кадрового потенциала – это главный резерв развития организации [2].

В этой связи, проблема анализа возможностей трудового коллектива (его кадрового потенциала) видится, как один из важнейших аспектов кадрового менеджмента. Это и послужило основанием для выбора темы исследования.

Цель работы состояла в изучении теоретических аспектов управления персоналом, а также опыта анализа кадрового потенциала, представленного в публикациях ведущих менеджеров предприятий (организаций).

Задачи исследования:

- обосновать содержательное значение понятия «кадровый потенциал»;
- представить существующие подходы и методы оценки кадрового потенциала; описать отдельные показатели и инструменты для его измерения.

Ввиду отсутствия, на сегодняшний день, единого подхода к оценке кадрового потенциала, в работе предлагается рассмотреть общую классификацию методов его оценки с позиции возможного аналитического инструментария.

Успешность деятельности любой организации, ее окупаемость, в значительной степени зависит от кадрового потенциала работников. Только квалифицированный, компетентный, дисциплинированный и мотивированный персонал способен быстро и качественно выполнять поставленные задачи. Следовательно, анализ кадрового потенциала является одним из действенных способов оценки эффективности его сотрудников. Рассмотрим содержательное значение понятия «кадровый потенциал».

Понятие «кадровый потенциал» часто отождествляют с понятием «трудовой потенциал». В научной дисциплине социологии труда рассматривается категория кадрового потенциала, как трудового потенциала человека, определяющая возможности его эффективного участия в экономической деятельности. Трудовой потенциал человека – это совокупность его физических и духовных качеств, определяющих возможность и границы участия в трудовой деятельности, способность достигать определенных результатов в заданных условиях. Таким образом, понятие «трудовой потенциал» характеризует в целом некую часть трудоспособного населения, представляет собой общественную категорию на одном из макроуровней: государственном, отраслевом или региональном [6].

Однако, отличительной особенностью понятия «кадровый потенциал» является рассмотрение совокупности конкретных сотрудников, занимающих вполне определенные должности, обладающих определенной квалификацией, профессиональными и социально-психологическими особенностями, характеризующими организационный уровень конкретного предприятия (организации) [1].

Поэтому, для оценки и анализа правильнее использовать приведенное выше понятие кадрового потенциала.

Предполагая, что понятие кадрового потенциала организации складывается из совокупности деловых качеств отдельных сотрудников, следует рассматривать оценку потенциала каждого из них. Эксперты выделяют основные составляющие оценки кадрового потенциала:

- квалификационные (уровень образования, профессиональные навыки, интеллект, способность к инновациям);
- социально-демографические (возраст, семейное положение, половая принадлежность);
- психофизические (состояние здоровья, выносливость, тип нервной системы);

– личностные (ценностные ориентации, ответственное отношение к труду, дисциплинированность, творческие способности) [1].

Общая классификация методов оценки кадрового потенциала организации с позиции возможного аналитического инструментария представлена в работе В. Ф. Потуданской и Л. В. Трункиной [5].

Авторы выделяют пять групп методов:

1 группа – балльный метод оценки компонентов трудового потенциала;

2 группа – кластерный метод оценки с использованием эталонов;

3 группа – качественный метод оценки кадрового потенциала;

4 группа – коэффициентный (количественный) метод оценки;

5 группа – интегральный метод оценки трудового потенциала.

В работе Л. В. Максимовой, В. Р. Шойнхоровой, И. С. Максимова приводится классификация прямых и косвенных методов оценки кадрового потенциала [3].

К прямым авторы относят:

– объективные методы, основанные на использовании стандартизированных показателей;

– субъективные методы, использующие результаты интервью и опросов различного уровня.

К косвенным предлагается отнести:

– проектные методы, использующие анализ ценностной ориентации и личностных качеств работника;

– ретроспективные методы, использующие анализ имеющихся документов (в измеримых формах).

Важным аспектом результативности применения различных методов являются индикаторы оценки кадрового потенциала (рисунок 1).



Рисунок 1 – Основные индикаторы кадрового потенциала организации

К индикаторам проявления высокого кадрового потенциала сотрудников следует отнести, прежде всего, ориентацию на результат. Оценивается, насколько четко работник планирует выполнение поставленной задачи в установленные сроки, объективно оценивает имеющиеся ресурсы, создает условия для эффективной работы.

Важным аспектом является креативность и способность находить нестандартные решения. Оценивается умение формулировать инновационные идеи и решения; обладать высокой обучаемостью; иметь навыки поиска новой информации, работы в режиме мозгового штурма.

Такой индикатор, как способность к индивидуальной работе, оценивает навыки самомотивации работника, знание и практическое применение технологии самоменеджмента, ориентацию на получение персонального результата [2].

Следует отметить, что кадровый потенциал работника не является величиной постоянной. В течение трудовой деятельности, даже на одном рабочем месте, он может расти или снижаться, по различным причинам. Социальные, экономические, технические факторы напрямую влияют на эффективность труда каждого работника.

Для успешного функционирования организации необходим системный мониторинг, комплексная оценка персонала на всех этапах, включая анализ условий труда, компетенций работников, уровня их образования.

В современных условиях, когда происходят активные изменения в экономической политике, законодательстве и системе налогообложения, меняются внутренние условия функционирования организации, новое значение приобретает обоснованный выбор методов и критериев оценки персонала, растет потребность в специалистах, способных ориентироваться в многообразии профессиональных качеств нанимаемых сотрудников [4].

В результате исследования анализа кадрового потенциала выявляют факторы, снижающие эффективность работы персонала, потребности в повышении квалификации, переводе и привлечении дополнительных сотрудников, разрабатываются мероприятия по стимулированию и мотивации, пути совершенствования работы организации. Исследования показали, что новое значение приобретает обоснованный выбор методов и критериев оценки персонала, с чем согласен автор и поддерживает комплексный подход с применением интегрального метода оценки трудового потенциала.

Список литературы

1. *Афанасьев В. Я., Воронцов Н. В., Байкова О. В.* Анализ и оценка кадрового потенциала персонала организации на современном этапе. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-i-otsenka-kadrovogo-potentsiala-personala-organizatsii-na-sovremennom-etape>
2. *Кулагина Е.* Анализ кадрового потенциала. Обзор эффективных методов оценки. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.hr-director.ru/article/65684-qqq-15-m9-analiz-kadrovogo-potentsiala>
3. *Максимова Л. В., Шойнхорова В. Р., Максимов И. С.* Методы оценки кадрового потенциала сотрудников промышленных предприятий и предприятий сферы услуг // Вестник ТГЭУ. 2018. № 1 (85). С. 90–100.
4. *Моргунов Е. Б.* Управление персоналом: исследование, оценка, обучение: учебник для вузов. М.: Издательство Юрайт, 2021. 424 с.
5. *Потуданская В. Ф., Трункина Л. В.* Оценка трудового потенциала персонала предприятия // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. 2011. № 4(17). С. 96–100.
6. *Хорева С. А.* Методики анализа кадрового потенциала организации. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://tribune-scientists.ru/articles/446>

В. В. Блекус, Л. В. Савин

Гжельский государственный университет, Московская обл., пос. Электроизолятор

ПРОБЛЕМЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ БЮДЖЕТНЫХ РАСХОДОВ

Актуальность данной статьи подтверждена тем фактом, что препятствия перехода субъектов РФ к устойчивому и положительному развитию во многом определяются особенностями экономической, социальной, экологической ситуации, сложившейся за последние годы в каждом конкретном регионе страны [2]. Необходимо отметить, что план расходов и доходов есть основа базового развития любого региона Российской Федерации, а сбалансированный бюджет представляет собой важнейшее условие макроэкономической устойчивости финансовой независимости страны. В процессе регионализации российской экономики повышается роль бюджетов субъектов. Их приоритетная цель, в настоящее время – наращивание собственной доходной базы, что способствует повышению их самостоятельности.

Эффективность бюджетных расходов рассматривается как получение максимального результата при использовании имеющихся ресурсов или минимальный расход ресурсов для предоставления услуг надлежащего качества и объема [1].

Основными задачами всех уровней органов власти являются поддержание финансовой, экономической и социальной стабильности на территории. Основным финансовым инструментом для осуществления всех мероприятий по достижению этих целей является бюджет субъекта. В современных условиях одной из основных проблем для развития регионов является аритмичное поступление доходных источников [2].

Так как развитие экономики циклично, при «входе» в текущий кризис, органы власти сталкиваются с необходимостью пересмотра параметров бюджетной системы. Фиксируется снижение показателей текущего периода по доходным статьям в сравнении с плановыми, чего не скажешь о расходах. В подобных условиях и тяжелом состоянии экономики обязательства органов власти не просто сложно сокращать – их приходится увеличивать, чтобы поддержать ослабленную экономику страны, особенно, ее дотационные территории и незащищенные категории граждан.

Из-за данной ситуации, органам власти необходимо проводить политику в области расходов, которая бы как стимулировала бы рост внутреннего спроса и производства, так и не допускала обострения социальных проблем и при этом не вела бы к росту бюджетного дефицита.

При данных обстоятельствах традиционно происходят изменения и в структуре расходов. Для их прогнозирования, а также планирования компенсационных фондов таким образом, чтобы иметь средства в требуемом объеме и вовремя покрывать издержки и образующиеся бюджетные «дыры», необходимо проводить тщательный анализ динамики макро- и микро- социально-экономических показателей для прогноза возможных изменений, разработки антикризисных мероприятий и принятия своевременных мер для увеличения доходов бюджета, во избежание его дефицита и предотвращения негативных последствий для экономики.

Следовательно, на сегодняшний день одной из фундаментальных целей бюджетной политики в отношении расходов бюджета является повышение их эффективности при параллельной оптимизации их величины. Но при этом в условиях вынужденного снижения объемов расходов бюджета необходимо обеспечить высокое качество государственных услуг и эффективное использование бюджетных средств. Оценка бюджетной эффективности осуществляется на основании расчета, в котором определяется предполагаемый эффект для регионального бюджета, выражающийся в увеличении поступлений налоговых платежей по сравнению с величиной выпадающих доходов бюджета, обусловленных предоставлением налоговых льгот.

Отметим, что расчет соответствующих нормативов затрат на оказание единицы услуги производится по утвержденным методикам Правительства РФ. При данном процессе происходит стандартизация параметров услуги, усредняются показатели ее качества и не учитывается уникальность потребительского спроса и данные каждого индивидуального потребителя. Очевидно, что это негативно отражается на качестве услуги. Это, в первую очередь, влияет на

удовлетворенность получателей услуги, а также может быть причиной неэффективности затрат бюджетных средств на оказание услуг вследствие избыточного предложения и нереализованного спроса.

В таком случае оптимизировать расходы бюджета в части затрат на оказание государственных и муниципальных услуг можно, определив четкую структуру потребностей населения и спроса на них, чтобы исключить излишнее или, наоборот, недостаточное предложение тех или иных видов услуг и избежать неэффективной работы организаций-поставщиков услуг.

Но при этом необходимо понимать, что необоснованное уменьшение затрат средств по статьям расходов на оказание государственных и муниципальных услуг может привести к ухудшению их качества. А целесообразное увеличение сумм денежных средств муниципального бюджета по данным статьям расходов может не только способствовать улучшению качества услуг, но в целом уровня качества жизни населения на территории [1].

На сегодняшний день, все услуги государственных и муниципальных учреждений оказываются всем на общих основаниях и одинаковых условиях, а финансируются по средней стоимости одной единицы услуги в зависимости от планового количества ее получателей (не учитывая их социальную структуру и ее динамику). Такие затраты бюджета сложно назвать эффективными.

Оптимизация стоимостной характеристики финансирования бюджетных операций заключается в анализе текущего состояния и актуальности направлений расходов, с последующим проектированием сокращения (увеличения) тех или иных бюджетных статей. Говоря иначе, в процессе оптимизации решается вопрос о степени необходимости финансирования того или иного общественного явления, процесса, института и т.п. путем проведения подробного исследования специфики их функционирования.

Представляется целесообразным сократить практику необоснованного предоставления региональными органами государственной власти индивидуальных налоговых льгот. Кроме того, необходима переориентация бюджетных расходов, особенно инвестиционных, с тем чтобы стимулировать частные инвестиции. России необходимы структурные реформы, а не наращивание бюджетных расходов и стимулирование за счет этого потребительского спроса [2].

На сегодняшний день, одной из приоритетных функций государства выступает решение ряда социально значимых задач. Как правило, сфера локализации объектов реализации данной государственной функции охватывает направления социальной защиты населения, образования, здравоохранения. Указанные области общественной жизнедеятельности направлены на достижение так называемого социального эффекта, в котором редко присутствует экономическая составляющая. Это значит, что прибыли социально значимая сфера, как правило, не приносит: ее цель заключается в повышении уровня благополучия и самочувствия граждан. Расходы, необходимые для реализации данной цели, обеспечиваются сферой экономики.

Список литературы

1. Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. [Электронный ресурс]. URL: <https://applied-research.ru/ru/article/view?id=11731> (дата обращения: 26.04.2022).
2. Методические рекомендации по разработке и реализации Программы оптимизации расходов бюджета субъекта Российской Федерации. [Электронный ресурс]. URL: https://minfin.gov.ru/ru/performance/regions/methodology/?id_39=122126-metodicheskie_rekomendatsii_po_razrabotke_i_ryealizatsii_programmy_optimizatsii_raskhodov_byudzheta_subekta_rossiiskoi_federatsii (дата обращения: 26.04.2022).

Ю. О. Быкова

Гжельский государственный университет, Московская обл., пос. Электроизолятор

Научный руководитель: В. Д. Кузьменкова

ЗНАЧЕНИЕ УПРАВЛЕНИЯ ЛИКВИДНОСТЬЮ СТРОИТЕЛЬНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Под ликвидностью активов следует понимать их способность за минимальный срок обращаться в денежные средства. Чем меньше времени потребуется для обращения активов, тем они ликвиднее.

Необходимо различать ликвидность совокупных и ликвидность оборотных активов. Ликвидность совокупных активов показывает возможность быстро их реализовать в случае банкротства или самоликвидации организации. А ликвидность оборотных активов обеспечивает текущую платежеспособность, позволяя пройти необходимые стадии операционного цикла перед тем, как стать денежными ресурсами [1, с. 33].

С точки зрения А. Н. Остроумовой, понятие «ликвидность (от лат. Liquidus – жидкий, перетекающий) – это экономический термин, обозначающий способность активов быть быстро проданными по цене, близкой к рыночной. Ликвидный – обращаемый в деньги. К ликвидным средствам причисляют все активы, которые возможно преобразовать в деньги и могут быть применены для оплаты долгов организации: наличные деньги, вклады на банковских счетах, всевозможные типы ценных бумаг, к тому же элементы оборотных средств, которые реально быстро реализовать.

В экономической литературе принято различать:

- ликвидность активов;
- ликвидность баланса;
- ликвидность организации.

Фундаментальная основа ликвидности организации – это ликвидность баланса. Ее следует понимать, как степень наличия возможности оплатить долговые обязательства организации за счет имеющихся в распоряжении таких активов, которые могут быть превращены в наличные денежные ресурсы за время, соответствующее времени погашения обязательных платежей. Ее отличительная особенность от ликвидности активов в том, что она показывает согласованность объемов и ликвидности активов с размерами и сроками погашения обязательств, тогда как ликвидность активов определяется к пассиву баланса.

Ликвидность баланса наступает в момент равновесия между обязательствами и активами организации. Оценивая ликвидность всего предприятия нужно учитывать его финансовую гибкость – умение привлекать средства из различных источников, обращать активы, преумножать акционерный капитал, вовремя реагировать на изменения рыночной конъюнктуры и прочее [2, с. 21].

Ликвидность организации означает то, что у нее имеются оборотные средства в том размере, которого теоретически хватит, чтобы расплатиться по своим обязательствам. При этом допускается несоблюдение точных сроков оплаты, указанных в контракте. Необходимо отметить, что понятия платежеспособность и ликвидность тесно связаны и дополняют друг друга.

Представим схематично взаимосвязь платежеспособности и ликвидности предприятия на рисунке 1.

Именно из ликвидности баланса и ликвидности организации будет складываться платежеспособность. Также ликвидность позволяет оценить как текущее, так и перспективное состояние расчетов. Например, предприятие может быть на отчетную дату платежеспособным, а перспектив развития может быть очень мало. Или же наоборот. То есть ликвидность является способом поддержания платежеспособности. Но, в то же время, высокий имидж и постоянная платежеспособность предприятия позволяют легче поддерживать на должном уровне свою ликвидность.



Рисунок 1 – Взаимосвязь платежеспособности и ликвидности предприятия

«Управление ликвидностью организации – первостепенная задача финансового менеджера, так как объектом управления в финансовом менеджменте выступает совокупность условий осуществления денежного оборота, сам процесс движения финансовых ресурсов и осуществление финансовых отношений между хозяйствующими субъектами». Сущность управления ликвидностью состоит в размещении финансов таким образом, чтобы в случае необходимости можно было быстро расплатиться по обязательствам [3, с. 15].

ПАО «Группа Компаний ПИК» действует с 20 сентября 1994 г. Основным видом деятельности является «Строительство жилых и нежилых зданий», зарегистрировано 8 дополнительных видов деятельности.

В состав оборотных активов ПАО «Группа Компаний ПИК» входят следующие статьи: запасы, денежные средства и денежные эквиваленты, финансовые и другие оборотные активы, включая дебиторскую задолженность.

Одним из направлений анализа финансового состояния предприятия ПАО «Группа Компаний ПИК» является оценка его ликвидности и платежеспособности. При анализе товара обнаруживается связь между деньгами и ликвидностью.

Таблица 1 – Анализ соотношения активов по степени ликвидности и обязательств по сроку погашения ПАО «Группа Компаний ПИК»

Активы по степени ликвидности	На конец отчетного периода, тыс. руб.	Прирост за анализ. период, %	Норм. соотношение	Пассивы по сроку погашения	На конец отчетного периода, тыс. руб.	Прирост за анализ. период, %	Излишек/недостаток платежей. Средств тыс. руб., (гр.2 – гр. 6)
A1. Высоколиквидные активы (ден. ср-ва + краткосрочные фин. вложения)	57 175 543	+6,1 раза	≥	П1. Наиболее срочные обязательства (привлеченные средства) (текущ. кред. задолж.)	83 479 267	+197,1	-26 303 724
A2. Быстрореализуемые активы (краткосрочная деб. задолженность)	61 389 831	+165,5	≥	П2. Среднесрочные обязательства (краткосроч. обязательства кроме текущ.	30 146 875	+11,3 раза	+31 242 956

				кредит. задолж.)			
А3. Медленно реализуемые активы (прочие оборот. активы)	40 028 877	+62,5	≥	П3. Долгосрочные обязательства	67 725 670	+116,1	-27 696 793
А4. Труднореализуемые активы (внеоборотные активы)	87 596 932	+58	≤	П4. Постоянные пассивы (собственный капитал)	64 839 371	+28,3	+22 757 561

Из четырех соотношений, характеризующих наличие ликвидных активов у организации ПАО «Группа Компаний ПИК», выполняется только одно. Высоколиквидные активы не покрывают наиболее срочные обязательства организации (разница составляет 26 303 724 тыс. руб.). В соответствии с принципами оптимальной структуры активов по степени ликвидности, краткосрочной дебиторской задолженности должно быть достаточно для покрытия среднесрочных обязательств (краткосрочной задолженности за минусом текущей кредиторской задолженности) [4, с. 44].

Для роста ликвидности организации ПАО «Группа Компаний ПИК» чаще всего принимают следующие меры.

1. Диверсификация производства, то есть рассредоточение активов по разным видам деятельности, а иногда и с урезанием сфер деятельности.

2. Погашение задолженности со стороны дебиторов.

3. Применение лизинга.

4. Совершенствование договорной дисциплины.

Вся суть предлагаемых мероприятий сводится к следующему:

Первый вариант ПАО «Группа Компаний ПИК»:

1) совершает продажу 5 % основных средств для понижения части наименее ликвидных активов;

2) снижает расходы на готовую продукцию предприятия на 5% и т.д.

Второй вариант ПАО «Группа Компаний ПИК»:

1) совершает продажу 10 % основных средств

2) снижает расходы на реализацию продукции на 10 % для высвобождения денежных средств и т.д.

Третий вариант ПАО «Группа Компаний ПИК»:

1) продает 10 % основных средств;

2) снижает затраты на реализацию продукции на 5 %;

3) привлекает еще одного учредителя с внесением вклада в уставной фонд предприятия в размере 100 тыс. руб. для повышения величины собственного капитала и денежных средств и т.д.

Следовательно, согласно данным, полученным выше, в результате исполнения первого варианта разработанной финансовой стратегии ПАО «Группа Компаний ПИК» обладает возможностью пополнить собственные оборотные активы на 287896,30 тыс. руб. Это является в некотором роде «шоковой терапией». Реализация предложенной стратегии по второму варианту дает возможность приобрести гораздо более весомый экономический эффект в виде увеличения доли оборотных средств на 575792,50 тыс. руб. Что касается третьего варианта предложенной финансовой стратегии для ПАО «Группа Компаний ПИК», то он располагает «компромиссным» характером. Совместно с этим, получаемый экономический эффект для предприятия здесь тоже имеет значительный вес – 387986,50 тыс. руб.

Таким образом, благодаря разработанной финансовой стратегии ПАО «Группа Компаний ПИК» получает реальный шанс значительно улучшить показатели ликвидности и платежеспособности.

Список литературы

1. *Бланк И. А.* Управление финансовыми ресурсами. М.: Омега Л. 2019. 158 с.
2. *Голубев А. А., Гаврилов Н. П.* Финансы и кредит: учебное пособие. СПб: СПб ГУИТМО. 2019. 95 с.
3. *Остроумова А. Н.* Методика оценки абсолютных показателей платежеспособности и ликвидности // Аудит и финансовый анализ. 2018. № 11. С. 8–15.
4. *Тихомиров Е. Ф.* Финансовый менеджмент. Управление финансами предприятия; Academia. М. 2020. 384 с.
5. *Федотова М. А.* Корпоративные финансы (бакалавриат и магистратура) учебник/ Эскиндаров М. А. под ред., Федотова М. А. под ред. и др., Кнорус, 2019. 480 с.
6. *Ющенко Н. Л.* Аналитическое обеспечение управления рентабельностью и платежеспособностью предприятия // Актуальные научные исследования в современном мире. 2018. № 1-4 (33). С. 7680.

Ю. С. Виноградова*Полоцкий государственный университет, Республика Беларусь, г. Новополоцк*

Научный руководитель: О. М. Мещерякова

ЭКСПЕДИТОР И ПЕРЕВОЗЧИК: ПРИНЦИПИЛЬНЫЕ РАЗЛИЧИЯ

Современный уровень развития экономики, характеризующийся развитием процессов глобализации, специализации и информатизации предусматривает совершенствование обслуживающих процессов и в первую очередь это относится к перевозке грузов.

Руководителям транспортных подразделений крупных и средних компаний-производителей, а также дистрибьюторов с большим объемом перевозок часто приходится принимать решение о сотрудничестве с той или иной транспортной компанией: экспедитором, перевозчиком, экспедитором-перевозчиком.

Следует отметить, что в литературе существует множество различных подходов к определению понятий «экспедитор» и «перевозчик». Результаты исследования изучаемого понятия представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Определение термина «экспедитор» и «перевозчик» в литературных источниках

Автор	Дефиниция
Закон РБ О транспортно-экспедиционной деятельности	«...Экспедитор – юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, осуществляющие транспортно-экспедиционную деятельность» [1]
Голубчик А. М.	«...Экспедитор – это тот, кто экспедирует что-либо или распоряжается экспедированием чего-либо» [2, с.14]
Ивгуть Р. Б. Кастрюк А. П. Косовский А. А. Краско И. В.	«...Экспедитор представляет собой посредника между коммерсантом, поручающим ему экспедирование, и перевозчиком» [3, с. 274]
Плужников К. И. Чунтомова Ю. А.	«...Экспедитор – юридическое лицо, управляющее транспортным средством на основе договора доверительного управления с его владельцем или арендатором» [4, с. 23]
Евгеньева А. П.	«...Экспедитор – работник, занимающийся экспедицией чего-либо» [5]
Ожегов С. И.	«...Экспедитор – лицо или учреждение, экспедирующее что-нибудь» [6]
Ушаков Д. Н.	«...Экспедитор – тот, кто экспедирует кого-нибудь или что-нибудь, распоряжается экспедицией кого-нибудь или чего-нибудь» [7]
Закон РБ Об автомобильном транспорте и автомобильных перевозках	«...Перевозчик – это юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, имеющие в соответствии с законодательством право на выполнение автомобильных перевозок и выполняющие такие перевозки»
Ожегов С. И.	«...Перевозчик – лицо, организация, занимающиеся оправкой, перевозкой грузов» [8]
Ефремова Т. Ф.	«...Перевозчик – тот, кто занимается какими-либо перевозками» [9]
К. И. Плужников Ю. А. Чунтомова	«...Перевозчик – это любое физическое лицо или юридическое лицо, возложившее на себя обязательство перевозчика согласно договору перевозки» [10]
Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь	«...Перевозчик – юридическое или физическое лицо, выполняющее на основании договора перевозки или на иных законных основаниях доставку пассажиров, грузов, багажа, а также плавучих объектов в пункт назначения» [11]

В. Е. Крутских А. Я. Сухарева	«...Перевозчик - в таможенном праве лицо, фактически перемещающее товары либо являющееся ответственным за использование транспортного средства» [12]
Информационный бюллетень Межпарламентской Ассамблеи СНГ	«...Перевозчик – юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, взявшие на себя по договору перевозки обязанность доставить груз, пассажира или его багаж из пункта отправления в пункт назначения» [13]

Примечание: составлено автором.

Мы считаем возможным внести дополнения в существующие дефиниции и дать следующие определения: «Экспедитор – это юридическое или физическое лицо, часто посредник, который организует процесс доставки груза, выполняет те или иные транспортно-логистические услуги самостоятельно или с привлечением третьих лиц».

«Перевозчик – это юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, имеющие в соответствии с законодательством право на выполнение автомобильных перевозок и выполняющие такие перевозки».

Если проанализировать современный транспортный рынок Беларуси, окажется, что перевозчиков и экспедиторов в чистом виде не так много: перевозчик, в какой-то момент получая заявку грузовладельца и не имея в это время своего свободного транспорта, перезаказывает его у третьих лиц; экспедитор, заключая долгосрочный контракт с крупным клиентом, приобретает под проект определенное количество автомобилей и т. д.

Но так или иначе, в технологии транспортной деятельности, в устройстве транспортной организации преобладают черты либо компании-экспедитора, либо компании-перевозчика. Отличий достаточно много, в таблице 2 представлены некоторые.

Таблица 2 – Принципиальные различия экспедитора и перевозчика

Показатель	Экспедитор	Перевозчик
Обязательное наличие собственного парка подвижного состава и управление им в качестве основного вида бизнеса	Нет	Да
Организация процесса доставки груза: выбор оптимального маршрута, выбор рационального вида транспорта, последовательность перевозки груза различными видами транспорта	Да	Нет
Оформление экспедиционных, товаросопроводительных, перевозочных документов	Да	Нет/Да
Соблюдение время подачи ТС к погрузке (выгрузке) срока доставки	Да/Нет	Да
Обязательность выполнения всех заявок грузовладельца без права отказа	Да	Нет/Да
Способность обеспечить выполнение заявок грузовладельца по всей географии цепи поставок, в том числе в большом объеме	Да	Нет
Системное предоставление информации о местонахождении груза в пути в электронном виде и высокого уровня обмена информацией	Да	Нет
Закрепление ставок на перевозки для грузовладельца на определенный период времени (до 3 лет)	Да	Нет
Возможность решить юридические или аварийные проблемы в процессе транспортировки	Да	Нет/Да
Проверять достоверность сведений и документов о грузе	Да	Да/Нет
Наличие договора	Транспортной экспедиции	Договор перевозки

Примечание: составлено автором.

Проведя исследование было выявлено, что на белорусском транспортно-логистическом рынке преобладают транспортные компании, занятые экспедированием (наймом транспорта третьих лиц) и одновременно управлением собственными парками (в качестве перевозчиков).

Сотрудничество грузовладельца с прямыми перевозчиками становится неэффективным вследствие значительного повышения административных издержек, снижения качества и возрастания рисков; грузовладельцу с достаточно большим объемом перевозок следует сотрудничать с крупной компанией-экспедитором, способной обеспечить высокое качество услуг и бесперебойность подачи подвижного состава, оплачивать крупные претензии и пр.

Список литературы

1. *Черновалов А. В.* Логистика: современный практический опыт. Минск: Изд-во Гревцова, 2008. 296 с.
2. *Голубчик А. М.* Транспортно-экспедиторский бизнес: создание, становление, управление. М., Издательство «ТрансЛит». 2012, 320 с.
3. *Дроздов П. А.* Основы логистики: учеб. пособие. Минск: Изд-во Гревцова, 2008. 208 с.
4. Транспортная логистика: учеб. метод. комплекс для студентов специальности 1-260205 «Логистика» / Р. Б. Ивтуць [и др.]. Новополоцк: ПГУ, 2012–332 с.
5. *Плужников К. И., Чунтомова Ю. А.* Транспортное экспедирование, агентирование и брокераж: Учеб. М.: ТрансЛит, 2012. 576 с.
6. *Гаджинский А. М.* Логистика: Учебник. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2012. 484 с.
7. Информационный бюллетень Межпарламентской Ассамблеи СНГ. [Электронный ресурс]. URL: https://iacis.ru/deyatelnost/izdatelskaya_deyatelnost/informatcionnij_byulleten (дата обращения: 01.05.2021).
8. Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь. [Электронный ресурс]. URL: <https://pravo.by/natsionalnyy-reestr/natsionalnyy-reestr-pravovykh-aktov-respubliki-belarus/> (дата обращения: 01.05.2021).

Д. М. Грибанов

Гжельский государственный университет, Московская обл., пос. Электроизолятор

Научный руководитель: О. В. Борисова

УПРАВЛЕНИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ В ПЕРИОД ОРГАНИЗАЦИОННЫХ ИННОВАЦИЙ В СФЕРЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО И МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ

Современный мир характеризуется стремительными изменениями, которые происходят в различных сферах и влекут за собой системные трансформации, что требует применения инновационных подходов, в том числе в сфере управления человеческими ресурсами. Особенно это важно для государственного и муниципального управления, эффективности которых уделяется особое внимание в условиях восстановления государства в постпандемийный период на фоне обострения международной геополитической обстановки. Государственные и муниципальные служащие оказываются на переднем крае этой борьбы: руководство страны принимает оперативные решения, которые должны быстро транслироваться по вертикали власти через региональный уровень до органов местного самоуправления. В этой связи можно говорить о том, что качество управления человеческими ресурсами в современных российских органах власти обеспечивает национальную безопасность страны, что обуславливает актуальность рассмотрения выбранной темы.

Вопросами управления человеческими ресурсами на инновационной основе занимались: Р. М. Никаева, С. К. Шардан П. М. Джанхотова, Н. Л. Анисимов и другие специалисты [1; 2; 3]. Однако в условиях постоянных изменений тема исследования остается актуальной.

Цель статьи: обосновать использование организационных инноваций при управлении человеческими ресурсами на основе новых технологий в сфере государственного и муниципального управления.

Наиболее крупным блоком организационных инноваций в сфере государственного и муниципального управления является цифровизация: в частности, органы государственной власти и местного самоуправления начинают активно использовать цифровые платформы, постепенно переходя к смарт-управлению и использованию «умных» технологий [1]. Система «Электронного правительства» позволяет обеспечить прозрачность принятия и реализации отдельных государственных решений, а также упростить механизмы документооборота в органах власти. Система «Госуслуги» упрощает получение гражданами государственных и муниципальных услуг, сокращает дистанцию между населением и органами власти при рассмотрении обращений, дает возможность вовлечения активных граждан в процесс принятия управленческих решений и оперативной оценки качества работы органов власти различного уровня. Технологии электронного администрирования помогают вести оперативный информационный мониторинг системы ответственности, что значительно снижает издержки управленческого и организационного характера в рассматриваемой сфере [2].

В условиях пандемии все чаще начали применяться средства видеоконференцсвязи для проведения совещаний, коллегий, заседаний по различным вопросам. Данные технологии позволяют, во-первых, оперативно обеспечивать необходимый для принятия решений кворум (что особенно важно, например, для территориально удаленных субъектов РФ или муниципальных образований); во-вторых, гарантируют постоянный мониторинг реализации программ, проектов и конкретных решений на различных уровнях функционирования власти; в-третьих, дают возможность, получать в режиме онлайн обратную связь по конкретным вопросам и при необходимости корректировать уже принятые и реализуемые решения.

Вторым крупным блоком организационных инноваций является повышение результативности труда служащих. Для этого в процесс управления человеческими ресурсами активно внедряются критерии оценки результативности труда, целевые показатели, которые нужно достигнуть; организуются обучение и мероприятия по обмену опытом в сфере реализации успешных практик. Инновационным механизмом является и сама выстраиваемая вертикаль

«социального лифта» для тех, кто хотел бы реализовать себя на госслужбе и обладает для этого высокой мотивацией. В качестве примера таких «лифтов» выступают конкурс «Лидеры России», платформа «Россия – страна возможностей» и пр. В результате удастся сформировать кадровый резерв управленческих кадров, которые при соответствующей подготовке могут успешно проявить себя на госслужбе.

Одно из наиболее заметных в настоящее время горизонтальных организационных изменений в структуре органов власти наблюдается в решении кадрового вопроса на территориях, которые готовятся войти в состав Российской Федерации по результатам проведения специальной военной операции. Представители российских региональных органов государственной власти перемешаются по горизонтали на территории Донецкой и Луганской народных республик, занимая соответствующие их прежней должности посты. Замечаются и вертикальные передвижения: так, например, в органы государственной власти ДНР и ЛНР назначаются российские муниципальные депутаты, лидеры общественных организаций регионального и муниципального уровня. Для этой категории граждан новые должности становятся продвижением по карьерной лестнице. На этом основании можно сделать вывод, что управление человеческими ресурсами соответствует вызовам внешней среды, а также отличается способностью к быстрым системным трансформациям.

Таким образом, в настоящее время управление человеческими ресурсами в сфере государственного и муниципального управления в период организационных инноваций испытывает влияние технологических возможностей и цифровизации, а также воздействие факторов внешней среды (например, потребность в обеспечении социальной дистанции во время пандемии новой коронавирусной инфекции или необходимость быстрого принятия решений в условиях оперативно меняющейся обстановки из-за специальной военной операции). В результате в деятельность органов государственной и муниципальной власти активно внедряются электронные платформы, используются возможности дистанционного и удаленного взаимодействия различных структурных подразделений. Все это в совокупности повышает оперативность управления человеческими ресурсами в сфере государственного и муниципального управления, а также его непосредственную эффективность.

Список литературы

1. Никаева Р. М., Шардан С. К., Джанхотова П. М. Инновации государственного и муниципального управления // ФГУ Science. 2022. № 1. С. 89–94.
2. Анисимов А. Л. Преодоление проблем внедрения инноваций в сфере государственного управления // Инновации и инвестиции. 2021. № 9. С. 4–8.
3. Борисова О. В. Управление персоналом в государственном и муниципальном управлении при развитии цифровых технологий в современных условиях / Материалы международного научного форума «Образование. Наука. Культура» (21 ноября 2018 г.) [Электронный ресурс]: сборник научных статей. Гжель: ГГУ, 2019. С. 584–587.

А. А. Громова

Гжельский государственный университет, Московская обл., пос. Электроизолятор

Научный руководитель: В. Д. Кузьменкова

РОЛЬ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Развитие малого и среднего бизнеса – важнейший показатель степени успешности рыночных реформ, а также степени эффективности конкурентной экономики. Роль субъектов малого бизнеса в экономике России, можно судить по числу предприятий, а также по количеству занятых граждан в данном сегменте. Для нашей страны остается актуальным продолжение реализации государственной политики, направленной на расширение и развитие предприятий в сфере малого и среднего предпринимательства экономики нашей страны.

Проведем анализ статистических данных, которые характеризуют структуру предпринимательской деятельности, относящихся к малому и среднему бизнесу.

Количество юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, сведения о которых содержатся в Едином реестре субъектов малого и среднего предпринимательства по состоянию на 1.10.2021 г. представлено в таблице 1.

Таблица 1 – Юридические лица и индивидуальные предприниматели, состоящие в Едином реестре субъектов малого и среднего предпринимательства по состоянию на 01.10.2021 [1]

	Всего	Из них	
		Юридических лиц	Индивидуальных предпринимателей
Российская Федерация	5727990	2276298	3451692
Количество работников	14652829	12118719	2534110

Анализируя таблицу 1, можно отметить, что 5727990 субъектов числятся в Едином реестре субъектов малого и среднего предпринимательства.

Далее приведем статистику, сколько вообще хозяйствующих субъектов числятся как юридические лица и как индивидуальные предприниматели.

Так, по состоянию на 01.10.2021 количество юридических лиц, сведения о которых содержатся в Едином государственном реестре юридических лиц составило 3300917 (в т. ч. коммерческих организаций – 2694443).

На эту же дату количество индивидуальных предпринимателей и крестьянских (фермерских) хозяйств, сведения о которых содержатся в ЕГРИП – 3628928.

Таким образом, общее количество хозяйствующих субъектов в Российской Федерации по состоянию на 01.10.2021, занимающиеся коммерческой деятельностью составило 6323371. Из них, 5727990 числятся в Едином реестре субъектов малого и среднего предпринимательства.

Используя данные из таблицы 1 построим диаграмму (рисунок 1), чтобы посмотреть какую долю занимает сегмент малого и среднего бизнеса в предпринимательстве России.

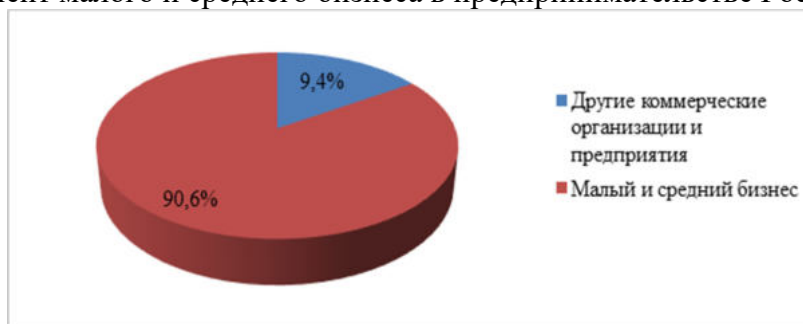


Рисунок 1 – Субъекты малого и среднего бизнеса в общем количестве зарегистрированных коммерческих налогоплательщиков в Российской Федерации

Из данной диаграммы мы видим, что 90,6 % коммерческих структур по критериям относятся к субъектам малого и среднего бизнеса.

Количество работников, в состоящих в данном реестре субъектов, по состоянию на 10.10.2021 г. составляет 14652829 человек, а еще на эту же дату 3398382 самозанятых граждан уплачивают налог на профессиональный доход. Получается, что общее количество граждан, занятых в сегменте малого и среднего бизнеса, составляет 18051211 человек, или 25,1 % от численности работающих граждан, которая по прогнозам Минтруда России должна составлять к концу 2021 г. примерно 71,9 млн человек.

Из информации Государственной статистика следует, что на 2021 г. численность трудоспособного населения Российской Федерации в 2021 г. составляет 81881 млн человек. Отметим, что с 1 января 2020 г. к трудоспособному населению относятся мужчины в возрасте 16–60 лет, женщины – 16–55 лет (включительно).

Учитывая вышеприведенные цифры, из числа трудоспособного населения около 10 млн граждан (12 %) – неработающие граждане.

По состоянию на конец октября 2021 г. в центрах занятости страны было официально зарегистрировано 2,8 млн жителей страны, которые получают минимальную оплату труда. Это те граждане, которые реально хотят работать и готовы приступить к работе.

Занятость населения и получение стабильного дохода каждого гражданина страны является единственной гарантией обеспечения достойного уровня жизни. Уровень дохода определяет качество жизни – здоровье, образование, еда, отдых.

Таким образом, малый бизнес, как и средний, дает возможность гражданам страны открывать собственное дело, а также для государства польза проявляется в снижении безработицы и выравнивании социальной сферы. То есть у государства присутствует прямой интерес к формированию стимулирующих экономических, а также правовых условий развития малого бизнеса.

Все вышеперечисленные факты предопределяют необходимость поддержки и стимулирования малого и среднего предпринимательства, которое является для любого государства одной из приоритетных задач, необходимых для обеспечения экономической и социальной стабильности граждан и страны в целом.

Список литературы

1. Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://ofd.nalog.ru/index.html>
2. Отчет по форме № 1-ЮР (2021 год). Сведения о работе по государственной регистрации юридических лиц по состоянию на 01.10.2021. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.nalog.gov.ru/related_activities/statistics_and_analytics/forms/10553558/
3. Отчет по форме № 1-ИП (2021 год). Сведения о работе по государственной регистрации индивидуальных предпринимателей и крестьянских (фермерских) хозяйств по состоянию на 01.10.2021 [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.nalog.gov.ru/related_activities/statistics_and_analytics/forms/10554702/
4. Численность населения Российской Федерации на 01.01.2021. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики (Росстат). [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/Bul_chislen_nasel-pv_01-01-2021.pdf
5. Сизикова Е. А. Место и роль субъектов малого и среднего бизнеса в экономике России // Перспективы социально-экономического развития России. 2021. С. 83–86.

А. Гуськова

Гжельский государственный университет, Московская обл., пос. Электроизолятор
 Научный руководитель: В. Д. Кузьменкова

ПОСЛЕДСТВИЯ АНТИРОССИЙСКИХ САНКЦИЙ

Сейчас процессы интеграции и глобализации охватывают чуть ли не все сферы человеческой жизни. Современная мировая экономика характеризуется тесной взаимосвязью экономик отдельных стран. Поэтому можно рассмотреть это как систему, для точного функционирования которой необходима исправность и правильная работа всех компонентов. Соответственно, выход из строя одного или нескольких элементов приводит к сбою в работе всей системы. Из этого следует, что теоретически мировое сообщество должно быть заинтересовано в стабильности и развитии каждой страны-элемента, то есть каждого компонента. Но, к сожалению, на практике это не всегда так. Как мы знаем, существует классификация стран мира на развитые, развивающиеся и страны с переходной экономикой. В соответствии с этой классификацией точно также делится и мировой рынок сбыта. Его львиная доля принадлежит развитым странам, которые не собираются отдавать первенство другим. Это очевидно, ведь такая ситуация позволяет им быть лидерами не только на экономической арене, но и на политической [1].

Можно предположить, что существует определенный набор международно-правовых и незаконных политических и экономических инструментов, с помощью которых группа определенных стран не позволяет другим государствам «встать на ноги». Сейчас складывается ощущение, что к Российской Федерации применяется определенный набор таких инструментов, которые мы называем «санкции». Международные санкции – это комплекс принудительных мер, которые используют страны или международные организации по отношению к отдельному государству. Санкции – это прием воздействия на отдельное правительство со стороны крупного сообщества, или же отдельных его адептов [3].

Каждый гражданин нашей страны слышал о санкциях, введенных против Российской Федерации сразу после признания Россией независимости Донецкой Народной Республики и Луганской Народной Республики [1]. Вступившие в силу санкции против России являются колоссальными по своему масштабу и уже повлияли на экономику и жизни многих россиян.

Чтобы понимать масштабы происходящего, необходимо упомянуть о самих санкциях и о странах, которые их ввели. Итак, в список стран, активно применяющих экономические санкции входят: США, ряд стран Европейского союза, Великобритания, Канада, Австралия, Япония, Турция, Южная Корея, Сингапур [3].

Каковы же последствия такого воздействия на экономику РФ? Наверное, в этом случае, как и в любом другом, можно найти как отрицательные, так и положительные моменты. Что касается негативных последствий, то наиболее значимыми являются [2]:

- запрет на инвестиции, отправку оборудования и технологий, оказание услуг в нефтяной и энергетический секторы России;
- ограничения на импорт из России некоторых товаров;
- запрещено России присваивать кредитные рейтинги;
- запрещены операции с рядом российских государственных организаций;
- товарам Российской Федерации увеличены таможенные пошлины при ввозе в страны Европейского Союза.

Чехия, Латвия, Литва, Япония, Новая Зеландия, Греция, Португалия, Словения и Норвегия ввели запрет на выдачу виз россиянам [3].

Также санкций коснулись спортивные соревнования и музыкальные конкурсы [2]:

- 25 февраля страну исключили из участников музыкального конкурса Евровидение;
- Россию лишили проведения этапа Гран-при «Формулы-1»;
- Исполком УЕФА перенес финал Лиги чемпионов из Санкт-Петербурга в Париж.

Экономические санкции не могли не сказаться на населении страны. В связи с закрытием филиалов иностранных компаний в Российской Федерации, а также банкротством некоторых

российских предприятий малого и среднего бизнеса, сокращается число рабочих мест, растет безработица, уменьшаются доходы населения, и, соответственно, снижается его потребительская активность [1].

Тем не менее, в сложившейся ситуации есть и положительные моменты. По данным социологического опроса, проведенного ВЦИОМ, отмечается рост патриотических настроений среди граждан.

Режим санкций в отношении России не является всеобъемлющим и ориентирован только на отдельные отрасли. Хотя санкции США и других стран остаются на сегодня фактором риска, их не следует воспринимать как полный запрет существования России на мировом рынке [3].

В целом, для изменения нынешней экономической ситуации в России, необходимы серьезные меры. Санкции будут сняты, когда Россия и страны Запада договорятся по ключевым геополитическим вопросам. Эксперты разнятся во мнении, когда именно это произойдет. Одни уверены, что санкции будут сняты в скором времени, другие призывают готовиться к длительной изоляции от запада и присмотреться к новым партнерам в Азии.

В заключение мы хотели бы сказать, что сегодняшнее стечение обстоятельств, вызванное политическим кризисом в мире, явно указало на необходимость усиленного развития российской экономики, формирование ее самостоятельности и снижение ее зависимости от импортирующей экономики. Иначе говоря, кризис, искусственно подогреваемый западными странами, может послужить хорошим импульсом к полному обновлению экономики Российской Федерации и усилению ее положения на международной политической и экономической площадке. Хотелось бы верить, что из этой ситуации будет извлечен полезный урок, который даст новый импульс развитию нашей страны.

Список литературы

1. Санкции в отношении РФ и их последствия. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sanktsii-v-otnoshenii-rf-i-ih-posledstviya/viewer>
2. Последствия санкций против РФ 2022. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.gd.ru/articles/12177-sanktsii-dlya-biznesa>
3. Влияние санкций на экономику России. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/144/40504/>

А. С. Деева

Гжельский государственный университет, Московская обл., пос. Электроизолятор

Научный руководитель: В. Д. Кузьменкова

ОЦЕНКА ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

В рыночных условиях хозяйствующие субъекты самостоятельно привлекают финансовые ресурсы, стараются их эффективно разместить для обеспечения бесперебойной деятельности, самостоятельно ищут контрагентов.

Особое значение имеет определение количественных и качественных переменных, которые характеризуют устойчивость, надежность предприятия как партнера в рыночных отношениях, его способность маневрировать финансовыми ресурсами для достижения эффективной предпринимательской деятельности.

Финансовая неустойчивость компаний негативно влияет на процессы в экономике, ограничивает деятельность организаций розничной торговли, снижает их возможности погасить долги.

По мнению Г. В. Савицкой, данное понятие означает экономическое состояние, которое демонстрирует процесс состояния капитала в его кругообороте и предоставляет возможность компании развиваться в определенный период времени [4, с. 257].

А. Д. Шеремет и Р. С. Сайфулин рассматривают финансовую устойчивость как способность организации покрывать свои обязательства с помощью имеющихся активов предприятия [5, с. 140].

Существуют различные классификации методов финансового анализа.

Среди них основные:

- горизонтальный (временной) анализ – сравнение каждой отчетной позиции с предыдущим периодом;

- вертикальный (структурный) анализ – определение структуры итоговых показателей с выявлением влияния каждой отчетной позиции на результат в целом;

- трендовый анализ – сравнение каждой отчетной позиции с рядом предыдущих периодов и определение тренда, то есть основного тренда в динамике показателя, очищенного от случайных влияний и индивидуальных особенностей отдельных периодов;

- коэффициентный анализ – расчет относительных отчетных данных, выявление корреляционных связей показателей [2, с. 322].

Помимо этих методов, существует также сравнительный и факторный анализ [3, п. 114].

Абсолютные коэффициенты представляют собой величины, отражающие состояние финансов организации и источников их создания. Эти показатели характеризуют соотношение доходов и расходов предприятия, уровень свободы движения денежных средств и эффективность их использования:

- наличие собственных оборотных средств (СОС) – определяется путем вычитания стоимости внеоборотных активов из величины стоимости капитала и резервов;

- наличие собственных и долгосрочных источников формирования резервов (ИДР) – определяется аналогично предыдущему способу, при этом к стоимости капитала и резервов добавляется стоимость долгосрочных обязательств;

- общая стоимость основных источников формирования резервов (ОИФ) рассчитывается как разница между суммой стоимости капитала и резервов, долгосрочных обязательств, краткосрочных кредитов и займов и стоимостью внеоборотных активов.

Анализ относительных показателей (коэффициентный финансовый анализ) – расчет взаимосвязи между отдельными позициями отчета или позициями разных форм отчетности по отдельным показателям компании, определение взаимосвязи показателей.

Финансовые коэффициенты характеризуют разные стороны экономической деятельности организации:

- платежеспособность через коэффициенты ликвидности и платежеспособности;

- финансовую зависимость или финансовую автономию через долю собственного капитала в валюте баланса;
- деловую активность через коэффициенты оборачиваемости активов в целом или их отдельных элементов;
- эффективность работы – через коэффициенты рентабельности; рыночные характеристики акционерного общества – через норму дивиденда [1, с. 127].

Подводя итог, можно сделать вывод, что при изучении теоретико-методологических основ анализа финансовой устойчивости предприятия, было установлено, что точного понимания финансовой устойчивости нет, так как до сих пор нет единой трактовки в определении этого явления. Разные авторы трактуют представленный термин по-своему. Итак, при рассмотрении различных точек зрения было выявлено, что финансовая устойчивость представляет собой сложную систему, и ее оценка требует комплексного подхода с расчетом комбинации различных коэффициентов.

Список литературы

1. *Еремеева Т. Л., Панферова Л. В.* Оценка методик расчета финансовой устойчивости компании // Экономические аспекты инновационного развития России. Сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции студентов, магистрантов, аспирантов, молодых ученых. 2019. С. 126–129.
2. *Жуков А. Ю.* Текущие тенденции в оценке финансовой устойчивости российских предприятий // Исследование инновационного потенциала общества и формирование направлений его стратегического развития. Сборник научных статей 9-й Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. В 3-х томах. Ответственный редактор А. А. Горохов. 2019. С. 321–325.
3. *Кузнецова К. О.* Финансовая устойчивость предприятия как объект научных исследований // Научные исследования и разработки студентов: материалы Междунар. студенч. науч.-практ. конф. (Чебоксары, 5 сент. 2016 г.) / Редкол.: О. Н. Широков [и др.]. Чебоксары: ЦНС «Интерактив плюс», 2016. С. 112–114.
4. *Савицкая Г. В.* Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник. М.: ИНФРА-М, 2020. 512 с.
5. *Шеремет А. Д., Сайфулин Р. С.* Методика финансового анализа. М.: ИНФРА-М, 2020. 208 с.

Ю. А. Добош

Брестский государственный колледж сферы обслуживания, Республика Беларусь, г. Брест

Научный руководитель: А. В. Тихонович

СТАНОВЛЕНИЕ В БУДУЩЕЙ ПРОФЕССИИ БУХГАЛТЕР ЧЕРЕЗ ИЗУЧЕНИЕ СТИЛЕЙ ПЕДАГОГИЧЕСКОГО РУКОВОДСТВА ПРЕПОДАВАТЕЛЕЙ КОЛЛЕДЖА

Мир, окружающий каждого человека, в том числе и учащегося как будущего специалиста, – является сложной, многоуровневой и постоянно изменяющейся системой. Компонентами, неотъемлемыми от этой системы, становятся управление и руководство. Эти компоненты обеспечивают целостность, направленность развития, упорядочение и достижение цели. Одним из факторов, который определяет успех деятельности и влияет на имидж, является стиль руководства [3]. Поэтому изучением стилей руководства уже на протяжении длительного времени занимаются психологи, социологи, менеджеры, маркетологи и др.

Для учащихся важным является стиль педагогического руководства, который влияет не только на желание обучаться, выполнять задания, но и на процесс освоения компетенций будущего специалиста. В связи с этим видится актуальным определение стилей педагогического руководства преподавателей Брестского государственного колледжа сферы, а в дальнейшем – и формирование собственного индивидуального стиля общения и руководства в качестве будущего бухгалтера. В течение 2021/2022 учебного года был реализован исследовательский проект, посвященный определению стилей педагогического руководства преподавателей, задействованных в реализации образовательного процесса по специальности «Бухгалтерский учет, анализ и контроль»; изучению влияния стилей педагогического руководства преподавателей на формирование профессиональных компетенций будущих бухгалтеров.

В ходе реализации теоретической части исследовательского проекта, во-первых, уточнены понятия «стиль руководства», «стиль педагогического руководства». Под стилем руководства понимаем совокупность методов, способов, видов поведения, которые «помогают» руководителю организовать эффективную коммуникационную сеть, в которой происходит оптимальное воздействие на подчиненных для достижения поставленной цели и решения вытекающих из этой цели задач [1; 3]. Под педагогическим руководством будем понимать руководство педагогов учащимися в учреждении образования в рамках их обучения и воспитания при реализации образовательного процесса.

Во-вторых, рассмотрены различные классификации стилей руководства. Среди так называемых «одномерных» стилей руководства изучены стили в соответствии с классификацией К. Левина [3]; с классификацией стилей руководства Дугласа Макгрегора (Мак-Грегори) – «Теория Х» и «Теория У»; с классификацией стилей американского ученого Р. Лайкерта. Среди «многомерных» («двумерных») стилей изучены «управленческая решетка» Р. Блейка и М. Моутон (Мутон) [3, с.123 – 126], ситуационная модель лидерства, разработанная Полом Херси и Кеннетом Бланшаром; модель лидерского поведения Роберта Танненбаума и Уоррена Шмидта [2, с. 258]; модель ситуационного лидерства «путь – цель» Хауза и Митчелла.

При переходе к реализации практической части исследовательского проекта осуществили интерпретацию стилей руководства с позиции К. Левина в контексте педагогического руководства.

Практическую часть данной работы можно условно разделить на четыре этапа: 1) разработка вопросов и проведение интервью с преподавателями, задействованными в реализации образовательного процесса по специальности «Бухгалтерский учет, анализ и контроль», способствующего выявлению их стилей педагогического руководства; 2) разработка анкеты и анкетирование учащихся колледжа, обучающихся по специальности «Бухгалтерский учет, анализ и контроль», направленное на определение стилей педагогического руководства преподавателей; 3) определение стилей педагогического руководства преподавателей; 4) оценка результативности работы; формулировка и оформление выводов.

В ходе исследования получили следующие результаты.

В целом у преподавателей, чей стиль педагогического руководства определялся в рамках исследования, отмечается невысокая доля авторитарного стиля педагогического руководства, а демократический стиль является преобладающим. Это свидетельствует о том, что между данными преподавателями и учащимися учебных групп установлены доверительные деловые отношения, что и является особенно важным при овладении учащимися такой сложной профессией, как «бухгалтер». Однако присутствие в результатах анкетирования авторитарного стиля говорит о том, что преподаватели, для которых это отмечено более высоким баллом, в меру требовательны и соблюдают необходимую дистанцию во взаимоотношениях «преподаватель – учащийся», не выходя за некие, заранее установленные, рамки.

В ходе анкетирования выявилось расхождение в оценке стиля педагогического руководства преподавателей двумя учебными группами, которые не являются параллельными. В дальнейшем из бесед с преподавателями выяснили, что это связано с тем, что в выпускной группе учащиеся более мотивированы на освоение профессии, чем в той учебной группе, где учащиеся обучаются только с сентября текущего учебного года и осваивают для получения будущей профессии пока в основном только теоретические данные.

Учащиеся обеих учебных групп почти не указали в анкетах наличие у преподавателей либерального стиля педагогического руководства. Исключение составил один преподаватель, у которого выявлен либеральный стиль в процентном соотношении около 25 %. Сопоставив данные с преподаваемыми учебными дисциплинами, можем предположить, что этот факт связан с тем, что преподаватели с меньшей долей либерального стиля руководства являются преподавателями специальных учебных дисциплин.

Результаты интервью, где преподаватели определяли собственный стиль педагогического руководства, несколько отличаются от результатов анкетирования учащихся относительно стиля руководства преподавателей.

Вообще, в ходе реализации проекта подтверждена гипотеза о присутствии смешанных стилей педагогического руководства в деятельности преподавателей Брестского государственного колледжа сферы обслуживания, задействованных в реализации образовательного процесса по специальности «Бухгалтерский учет, анализ и контроль». Выявлено влияние стилей педагогического руководства преподавателей Брестского государственного колледжа сферы обслуживания на формирование профессиональных компетенций будущих бухгалтеров.

Теоретическая значимость работы состоит в том, что результаты исследования могут быть использованы в качестве дополнительного материала при изучении учащимися колледжа стилей руководства в рамках учебной дисциплины «Основы менеджмента».

Практическая значимость работы состоит в определении стилей педагогического руководства преподавателей Брестского государственного колледжа сферы обслуживания, задействованных в реализации образовательного процесса по специальности «Бухгалтерский учет, анализ и контроль»; в возможности использования полученных данных учащимися при формировании и развитии собственных профессиональных компетенций под руководством данных преподавателей. Кроме того, разработанные вопросы для проведения интервью преподавателей и разработанная анкета для учащихся «Определение стиля педагогического руководства преподавателя» могут быть использованы администрацией колледжа в собственной деятельности по дальнейшему определению стилей педагогического руководства.

Список литературы

1. Бондаренко М. А. Стиль руководства как предмет психологического исследования // Мир науки, культуры, образования. 2014. № 2(45). С. 218–219.
2. Зайцева О. А., Радугин А. А., Радугин К. А., Рогачева Н. И. Основы менеджмента. Учебное пособие для вузов / Науч. редактор А. А. Радугин. М.: Центр, 1998. 432 с.
3. Климович Л. К. Основы менеджмента: учеб. Минск: РИПО, 2013. 279 с.

А. Елисеева

Гжельский государственный университет, Московская обл., пос. Электроизолятор

Научный руководитель: В. Д. Кузьменкова

РЫНОК ТРУДА В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

Президент РФ В. В. Путин называет рынок труда одной из основных проблем российской экономики: «У нас их две, наиболее актуальных проблемы сейчас. Какие? Рынок труда, и у нас его нужно восстанавливать минимум до 4,7 %, как было до пандемии», – об этом он сообщил на Петербургском международном экономическом форуме (ПМЭФ) [1].

Рынок труда является сферой формирования спроса и предложения на рабочую силу [2].

В 2022 г. рынок труда терпит значительные перемены, на него влияет множество факторов.

Санкции, которые против России ввели страны Запада и США.

Присоединение Крымского полуострова и его включение в общероссийскую экономическую систему.

Рост цен на продукты питания, услуги, коммунальные платежи.

Высокий уровень инфляции, которая остается стабильно высокой.

Демографический кризис.

Низкий уровень жизни населения и дифференциация общества на богатых и бедных.

Переход экономики в фазу стагнации.

Высокий уровень безработицы.

Тенденции мировой арены (внедрение новых технологий, автоматизация и роботизация) [3].

Западные компании покидают Россию, теряются места трудоустройства, падает количество специалистов в разных сферах.

Компании, попавшие под санкции, страдают больше всего. Государство, чтобы избежать напряженности, запрещает крупным компаниям массовое увольнение людей.

Какие-то профессии становятся более востребованными, чем другие.

В каких же специалистах есть потребность сегодня?

Рынок ориентируется на граждан 35+, потому что их больше всего, на это повлияло количество рождаемости.

Нехватка кадров происходит в сферах строительства, ЖКХ, общепита, фармацевтики, медицине, логистике, ритейле и главная лидирующая отрасль – IT.

Каковы причины потребности именно в данных сферах?

Повышение спроса на кадры из-за замедления внутренней миграции, почти полное отсутствие притока трудовых мигрантов из-за границ.

На данный момент количество нехватки специалистов во всех сферах составляет 500 тысяч человек, в следующие годы показатели увеличатся до 2 миллионов человек.

Тенденции мира идут к роботизации, из-за этого примерно 90 % рабочего процесса автоматизируется, что повлечет к сокращению рабочих мест до 6 миллионов.

Какие навыки не обходимы обществу?

Из-за постепенного внедрения автоматизации, искусственного интеллекта и робототехники падает потребность в ручных, физических и базовых когнитивных навыках.

Увеличивается спрос на технологические, социальные, эмоциональные и высшие когнитивные навыки.

Востребованы люди с: критическим мышлением; эффективной работой в команде; владением цифровыми системами; навыками программирования; грамотности в кибербезопасности.

Профессии:

– интернет-технологии (разработчики, программисты, системные администраторы, веб-дизайнеры, тестировщики);

– инженеры-проектировщики (конструкторы, архитекторы, дизайнеры);

- врачи узкопрофильные (хирурги, кардиологи, логопеды, офтальмологи, диетологи) и медсестры;
- педагоги;
- маркетологи;
- профессиональные рабочие.

Из-за тенденции рынка труда человеку необходимо постоянно учиться, повышать квалификацию, узнавать что-то новое.

Люди начинают путешествовать, чтобы познать мир, поэтому некоторые специалисты переходят на удаленную работу.

Удаленная работа – это решение для людей, которые не хотят быть привязанными к одному месту и работать по определенному графику.

Качества, необходимые человеку для удаленной работы: умение ориентироваться на результат; самоорганизация, саморазвитие, самомотивация; грамотная устная и письменная речь; умение работать в одиночку; усидчивость, терпение, внимательность.

Специальности с возможностью удаленной работы: веб-аналитик; маркетолог; SEO-специалист; оператор call-центра; PR-менеджер; директолог; таргетолог; аккаунт-менеджер; ведущий вебинаров; медиапланировщик; эксперт продвижения.

Рынок труда не стоит на месте, постоянно развивается, поэтому в современных реалиях необходимо постоянно обучаться, развиваться, быть в тонусе и трендах.

Список литературы

1. Путин В. В. назвал две «наиболее актуальные» проблемы российской экономики. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.interfax.ru/business/770647>
2. Рынок труда. [Электронный ресурс]. URL: https://visasam.ru/russia/rabotavrf/rynok-truda-v-rossii.html_20212022
3. Рынок труда. Основы. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.sevsu.ru/uni/career/stud/item/5246-rynok-truda-osnovy>

В. С. Звонова

Тольяттинский политехнический колледж, Самарская обл., г. Тольятти

Научный руководитель: Е. А. Скок

ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ И МОТИВАЦИЯ ПЕРСОНАЛА В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА

«Стимулируйте своих работников. Постоянно, день за днем, ищите новые метод стимулирования своих сотрудников и поддержания соревновательного духа в коллективе», – говорил Сэм Уолтон [5].

Персонал – это основной ресурс каждого предприятия. Одним из ключевых факторов успешной деятельности является умение управлять персоналом. В период экономического кризиса вопросы управления персоналом становятся наиболее актуальными, а мотивированию персонала необходимо уделять особое внимание [1].

Слово «кризис» (от греческого *crisis* – «суд, приговор, решение; поворотный пункт») – переворот, пора переходного состояния, перелом, состояние, при котором существующие средства достижения целей становятся неадекватными, в результате чего возникают непредсказуемые ситуации [5].

Одной из главных проблем в управлении персоналом, подтягивающие все остальные является отсутствие стратегического мышления в условиях экономического кризиса, когда менеджеры применяют стандартные методы управления и не принимая во внимание тонкостей трудового законодательства.

Естественно, что любой глава в условиях кризиса будет стараться снизить свои траты и первое, что он сделает – сократит расходы на работников, рассчитывая на улучшение своей ситуации. В результате возникают ямы в управлении.

Начинают сокращать или вовсе отменять премии, надбавки, доплаты, сокращается социальный пакет. Затем руководитель начинает искать способы (поводы) сокращения заработной платы, при чем делается это быстро и безоговорочно, считая, что в условиях кризиса он имеет на это полное право, не задумываясь о законодательных нормах трудового права.

Еще одним из проверенных методов работодателей является сокращение персонала, избавляясь от «лишних» работников, что-то же вызывает определенные проблемы у обеих сторон.

Если будет применяться только такое управление, то это только ухудшит качество работы и результат труда. Такие юридически неграмотные решения приведут лишь к дополнительным судебным издержкам. Конечно же нужно проводить оптимизацию сотрудников, но нужно делать это грамотно и стратегически правильно. Только в этом случае можно избежать бедующих проблем:

- острое нежелание работников трудиться на результат;
- кадровый голод из-за потери квалифицированных сотрудников;
- напряженная моральная ситуация в коллективе;
- нулевая мотивация оставшихся работников;
- нет инициатив, что не помогают выйти компании из кризиса;
- кражи клиентской базы (в случае ухода сотрудника к конкуренту) и т.п.

Во время кризиса, чтобы избежать некачественного управления персоналом, необходимо начать активные антикризисные мероприятия с оценки персонала.

Под оценкой персонала понимают процесс выявления эффективной деятельности сотрудников в ходе реализации задач организации, которая позволит извлечь информацию при принятия действенных управленческих решений [2].

Задачами оценки персонала в кризисных условиях относятся:

- оценивание потенциала работников;
- оценивание результатов работы;
- создание «золотого запаса» работников.

Для решения этих задач руководителю совместно с менеджером по кадрам нужно в краткие сроки определить количественные параметры достижений выполнения планов для оценки

работников. В наиболее быстром и упрощенном виде можно использовать подход в рамках управления по целям, насколько сотрудник достигает заданные цели и выполняет поставленные перед ним задачи.

Оценка потенциала – это качественная оценка, т.е. оценка по компетенциям.

К управленческим компетенциям, которые наиболее востребованы в условиях кризиса, относятся следующие:

- лидерство;
- умение работать в команде, формирование команды;
- эффективное управление людьми;
- коммуникабельность;
- видение и понимание бизнеса;
- искусство принимать решения;
- способность брать на себя ответственность;
- инициативность.

Выделим характерные ошибки при проведении оценки персонала:

- неопределенность критериев;
- изменение стандартов в процессе оценки;
- отсутствие обратной связи;
- отсутствие внутреннего PR-проекта [3].

Если правильно провести оценку персонала, то станет очевидным, кто из сотрудников обладает необходимыми компетенциями, которые помогут предприятию преодолеть сложности кризиса, кто будет показывать хорошие результаты и демонстрировать необходимую для этого периода эффективность.

Может случиться и так, что результат оценки будет не очень хорошим и руководству будет необходимо прибегнуть к поиску новых сотрудников на рынке труда, которые должны соответствовать их требованиям.

Но некоторые руководители считают, что в условиях кризиса необходимо работать только со старыми сотрудниками и с минимальным количеством. Однако, новые члены, могут работать в команде, нацелены на результат, быстро принимают решения и несут за них ответственность. Именно они принесут компании лучшие результаты [4].

В период кризиса всегда будет сложная ситуация, что, естественно, снижает мотивацию и может породить панику. Поэтому грамотный руководитель будет стараться создавать благоприятную психологическую обстановку в коллективе. И на первый план будет выводиться нематериальная мотивация сотрудников, т.к. важно понимать, что работникам важно, что их ценят, ими дорожат и их мнение важно для руководства. Только сотрудники будут стремиться работать на благо компании.

Для сотрудника на самом деле важна возможность поучаствовать в процессе управления. Поэтому нужно дать понять сотрудникам, что фирма в них заинтересована:

- поделитесь с сотрудниками планом антикризисных мероприятий;
- регулярно встречайтесь с коллективом;
- информируйте сотрудников о делах компании;
- не жалейте похвал, если человек это заслужил;
- ставьте новые задачи перед коллективом.

Все это не требует материальных затрат, но поддержит морально дух сотрудников и повысит их мотивацию.

Список литературы

1. *Боженко Л.* Как управлять персоналом в сложное время // Планово-экономический отдел. 2020. № 8.
2. *Ярных В.* Специфика управления персоналом в условиях кризиса экономики. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.cfin.ru/management/people/crisis_hr.shtml
3. Мотивация персонала. Борьба за эффективность. Время действовать. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://topfactor.pro/blog/motivacia-personala-borba-za-effectivnost-vremya-deystvovat/>

4. *Могилко Д.* Управлени рисками: модель процесса и компетенций. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.businessstudio.ru/articles/article/upravlenie_riskami_model_protsesta_i_kompetentsiy/
5. 10 правил ведения бизнеса Сэма Уолтона. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.life-is-good.org/10-pravil-vedeniya-biznesa-ot-sema-uoltona/>

М. В. Зинькевич

Университет права и социально-информационных технологий (Могилевский филиал), Республика Беларусь, г. Могилев

Научный руководитель: А. В. Латенкова

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДИКИ ОЦЕНКИ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Обзор литературных источников показал многообразие и неоднозначность подходов к оценке финансовой устойчивости организации, основанных на:

- сравнении абсолютных величин перегруппированных статей бухгалтерского баланса с целью определения излишка (недостатка) средств для формирования запасов и затрат (методика определения «типа финансовой устойчивости»);
- сравнении абсолютных величин перегруппированных статей актива бухгалтерского баланса для определения степени покрытия заемного капитала активами предприятия (методика определения «индикатора финансовой устойчивости»);
- использовании рассчитанных на основе данных бухгалтерского баланса относительных показателей (методика «коэффициентов»).

Следует отметить, что при расчете используемых для сравнения абсолютных показателей в первых двух подходах применяются различные данные бухгалтерского баланса. Кроме того, в условиях инфляции абсолютные показатели достаточно трудно привести в сопоставимый вид. Данные проблемные аспекты несколько сглаживает третья методика, основанная на расчете относительных показателей. Однако при этом авторы используют различные комбинации коэффициентов, коэффициенты излишне многочисленны, отдельные коэффициенты разнонаправлены, выводы по значениям отдельных коэффициентов могут быть весьма противоречивыми, поэтому общая количественная оценка этими методами не достигается.

Получить общую количественную оценку финансовой устойчивости позволяет расчет интегрального показателя на основе перечня финансовых коэффициентов, характеризующих непосредственно финансовую деятельность: коэффициенты платежеспособности (ликвидности), показатели структуры пассива (коэффициенты финансовой независимости), коэффициенты рентабельности. Первая группа представлена коэффициентами абсолютной и промежуточной ликвидности, вторая – обширным перечнем коэффициентов, включающим коэффициенты финансовой независимости (автономии), финансовой зависимости, устойчивого финансирования, текущей задолженности, финансового левериджа, покрытия долгов собственным капиталом и др., третья – показателем рентабельности собственного капитала [2, с. 25].

Так как при оценке финансовой устойчивости важно избежать дублирования коэффициентами друг друга в расчет единого интегрального показателя целесообразно включить несущие различную смысловую нагрузку (наименее взаимозависимые) по каждой группе показателей (платежеспособности, финансовой независимости, рентабельности) коэффициенты.

В расчет интегрального показателя финансовой устойчивости из группы коэффициентов платежеспособности рекомендуется включить следующие:

- коэффициент абсолютной ликвидности, так как он позволяет определить наличие у предприятия ресурсов, способных удовлетворить требования кредиторов в критической ситуации;
- коэффициент промежуточной ликвидности. Целесообразность его включения определяется следующими аспектами. Во-первых, при высокой инфляции нецелесообразно поддерживать в активах значительную долю высоколиквидных активов, так как они обесцениваются в первую очередь. Во-вторых, в условиях высокой инфляции предприятиям не выгодно своевременно погашать кредиторскую задолженность, так как за счет нее происходит процесс косвенного кредитования предприятий. Коэффициент промежуточной ликвидности позволяет более объективно отразить степень платежеспособности организации при условии своевременного проведения расчетов с дебиторами.

В группе коэффициентов структуры капитала в явной функциональной зависимости находятся:

- являющиеся обратными показатели финансового левиреджа и покрытия долгов собственным капиталом, их произведение дает единицу;
- дополняющие друг друга до единицы коэффициенты финансовой независимости (автономии) и финансовой зависимости; коэффициенты устойчивого финансирования и текущей задолженности, их сумма дает единицу.

Показатели, находящиеся в явной функциональной зависимости, не могут использовать совместно и в таком случае из рассмотрения один из них исключается. В расчет интегрального показателя предлагается включить коэффициент финансовой независимости в виду его способности характеризовать независимость от заемных источников средств и однонаправленности с выбранными выше для интегральной оценки коэффициентами абсолютной и быстрой ликвидности.

В расчет интегрального показателя целесообразно также включить коэффициент рентабельности собственного капитала как отражающего составляющее содержание финансовой устойчивости условие развития.

Таким образом, для расчета интегрального показателя отобраны четыре наименее взаимосвязанных между собой коэффициента, раскрывающих составляющие содержания финансовой устойчивости условия платежеспособности, финансовой независимости, рентабельности: коэффициент абсолютной ликвидности; коэффициент промежуточной ликвидности; коэффициент автономии; коэффициент рентабельности собственного капитала. Кроме того, представляется необходимым для констатации финансовой устойчивости в расчет интегрального показателя включать не фактические значения, а индексы соответствия значений отобранных коэффициентов их достаточным (нормативным) значениям.

Необходимо отметить, что среди аналитиков существуют различия во мнениях относительно нормативного уровня отобранных коэффициентов. Для определения достаточных для констатации финансовой устойчивости значений коэффициентов абсолютной ликвидности и финансовой независимости предлагается использовать положения Инструкции о порядке расчета коэффициентов платежеспособности и проведения анализа финансового состояния и платежеспособности субъектов хозяйствования [1] как официального документа.

Интегральный показатель рекомендуется рассчитывать методом средней арифметической величины из степени соответствия достаточным значениям отобранных коэффициентов. При этом для исключения возможности отнесения предприятия к финансово устойчивому при высоких значениях одних показателей и несоответствующих достаточным значениям других при уровне индексов больше единицы в расчете использовать значение индекса, равное единице. Абсолютная финансовая устойчивость достигается по мере приближения значения интегрального показателя к единице. Интерпретацию значения интегрального показателя финансовой устойчивости предлагается осуществлять на основе представлений о зонах хозяйственного риска, составной частью которого является финансовый риск, поскольку степень финансовой устойчивости выступает характеристикой уровня финансового риска.

Таким образом, данная методика: позволяет с наибольшей достоверностью определять степень финансовой устойчивости субъекта хозяйствования; основывается на расчете ограниченного перечня обоснованно отобранных коэффициентов; учитывает достаточность для констатации финансовой устойчивости значений коэффициентов; использование интегрального показателя позволяет проводить сравнение полученных результатов за различные периоды и по различным предприятиям; позволяет рассматривать динамику финансовой устойчивости.

Список литературы

1. Об утверждении инструкции о порядке расчета коэффициентов платежеспособности и проведения анализа финансового состояния и платежеспособности субъектов хозяйствования: Постановление Министерства финансов Республики Беларусь, Министерства экономики Республики Беларусь от 27 декабря 2011 г. № 140/206 (с изм. и доп.) // Консультант Плюс : Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. Минск, 2022.

2. Уласевич Ю. М. Методика оценки финансовой устойчивости субъекта хозяйствования // Бухгалтерский учет и анализ. 2012. № 4. С. 25–31.

А. С. Капур

Белорусский государственный университет, Республика Беларусь, г. Минск

Научный руководитель: Э. В. Рыбакова

МАРКЕТИНГ В ИТ-КОМПАНИИ КАК КОНЦЕПТУАЛЬНАЯ МОДЕЛЬ

Ежегодно конкуренция на ИТ-рынке усиливается, и продолжают появляться новые компании с определенными преимуществами. Компании с сильными и профессиональными командами способны адаптироваться. Грамотный маркетинг играет важную роль в успехе высокотехнологичных информационных компаний. При создании ИТ-компании и обеспечении ее эффективной работы вам необходимо: идейное позиционирование; предоставление клиентам уникальных и понятных идей; отличный сервис; высококвалифицированный персонал; способность опережать конкурентов. Маркетинг в ИТ-бизнесе воплощает идеологию, заключающуюся в стратегиях, системах стимулирования сотрудников и корпоративных ценностях. Невозможно стать лидером рынка информационных технологий без маркетинга [1].

Различают два типа ИТ-маркетинга по направленности: External marketing (экстернал маркетинг) – маркетинг, направленный на привлечение клиентов; Internal marketing (интернал маркетинг) – маркетинг, направленный на привлечение и удержание сотрудников [2].

Современные информационные технологии позволяют компаниям получить преимущество перед конкурентами, повысить производительность и расширить спектр возможностей. Это не только влияет на главную цель любой бизнес-организации – получение прибыли, но и влияет на рост благосостояния населения и развитие всей страны.

Из-за COVID-19 последние несколько лет стали переломным моментом для многих сфер бизнеса. Некоторые компании столкнулись с резким снижением выручки, другие перевели сотрудников на удаленную работу, а некоторые компании были вынуждены полностью перевести свою деятельность в онлайн-режим. Эта новая реальность затронула многие ИТ-компании, поэтому стоит выяснить, какие маркетинговые инструменты следует использовать, чтобы оставаться конкурентоспособными [3].

Социальные сети служат источником клиентов. Вовремя коронавируса люди во всем мире стали проводить больше времени в социальных сетях. Тот факт, что интерес к корпоративным социальным аккаунтам растет, открыл перед маркетологами новые горизонты в поиске и удержании клиентов.

Для привлечения клиентов из социальных сетей, маркетологам рекомендовано следовать следующим пунктам.

1. Создать контент-план для своей ИТ-компании.
2. Публиковать качественный, полезный и интересный контент.
3. Завоевать доверие аудитории.
4. Активно участвовать в обсуждениях и использовать чат-ботов.

Поисковая оптимизация для разных регионов. Благодаря онлайн-активности многие компании смогли вести бизнес в разных регионах. Известно, что оптимизация сайта всегда была и будет одним из ключевых элементов продвижения любого бренда на рынке. Чтобы преуспеть в этом направлении, необходимо не только разобраться с семантикой и контентом, но и заполнить как можно больше информации об ИТ-компании в Google My Business и различных региональных справочных сайтах с указанием часов работы, оплаты и условий, а также других деталей взаимодействия с потребителями.

При работе с региональными запросами не следует забывать и обо всех остальных методах поисковой раскрутки сайта:

- сбор семантического ядра;
- написание оптимизированного контента;
- социальные сигналы;
- наращивание ссылочной массы.

Этот метод повысит релевантность сайта в результатах поиска и предоставит потенциальным клиентам информацию о деятельности компании во всех регионах. Поэтому если IT-компания ориентируется на конкретный регион, запрос региона должен быть включен в семантику [3].

Отказ от назначения ставок вручную в Google Ads. Сотрудники Google работают над улучшением Google Adwords, и одним из самых важных достижений является автоматизация ставок. С помощью продуманных алгоритмов можно добиться максимальной эффективности в виде вывода целевого трафика. Освободившееся время следует использовать для оптимизации всех других не менее важных аспектов контекста [3].

Адаптация ресурса для голосового поиска. Голосовой поиск уже несколько лет набирает популярность.

Пользователи все чаще используют голосовой поиск, что экономит время.

Результаты голосового поиска часто не совпадают с результатами классического письменного поиска.

Чтобы увеличить посещаемость сайта, следует адаптировать содержимое его страниц для голосового поиска.

Достаточно написать текст в более простом разговорном стиле, чтобы поисковые системы могли корректно ранжировать пользователей на основе их голосовых запросов [3].

Сегментация – это один из способов удержания клиентов. Эта стратегия только недавно стала особенно популярной. Эффективность сегментации сегодня заключается в том, что комплекс маркетинговых мероприятий, направленных на узкую аудиторию, будет более эффективным, чем масштабные мероприятия, направленные на широкую аудиторию.

Стратегическая сегментация означает:

- группировку представителей целевых аудиторий по определенным параметрам;
- формирование отдельного списка контактов для каждого раздела;
- отправку персонализированных предложений установленным контактам.

Все это может функционировать в социальных сетях в рамках корпоративных IT-блогов или в качественной рекламе на сторонних ресурсах. Сегментация также очень эффективна при работе с активными пользователями социальных сетей. Они выглядят как обычные люди, но по сравнению с популярными блогерами у них нет миллионов подписчиков. Однако у них самая сегментированная целевая аудитория, поэтому они используют большее количество таких пользователей вместо 1–2 блогеров-миллионеров [3].

Подчеркните интерактивность в разработке контента. Этот метод позволяет эффективно повысить ценность сайта в глазах посетителей. Основная задача интерактивного контента – увеличить время пребывания посетителей на сайте, что положительно скажется на поведенческих факторах и одновременно укрепит отношения между компанией и потребителем, тем самым повысив удовольствие от взаимодействия с брендом. С помощью интерактивного контента можно узнать больше о своих потребителях и эффективно улучшать определенные продукты.

По различным прогнозам, не менее 27 % пользователей будут использовать блокировщики рекламы в ближайшие несколько лет, и рейтинги этих пользователей растут с каждым годом. Конечно, все зависит от формата и расположения рекламы на сайте, но лучше всего заранее начать работать в других областях маркетинга и использовать новые и эффективные инструменты для продвижения IT-продуктов в Интернете.

Визуальный поиск. SEO сильно изменилось за последние несколько лет. Одним из таких изменений является визуальный поиск. Поэтому следует использовать качественные сюжетные изображения и качественный видеоконтент. Но при этом нельзя забывать правильно указать alt-ы изображения, в которые должен входить ключевой запрос [3].

Таким образом, для успешного маркетинга в IT-компаниях следует постоянно следить за последними изменениями на рынке, не забывайте держать руку на пульсе цифрового маркетинга и находить способы внедрения новых решений в свой бизнес, чтобы оставаться на плаву.

Список литературы

1. Маркетинг в сфере IT – секреты продаж, обзор кейсов. [Электронный ресурс]. Академия интернет-маркетинга #1. URL: <https://webpromoexperts.net/blog/b2b-marketing-na-zapadnyy-rynok-keysy-it-kompaniy/> (дата обращения 02.05.2022).

2. Справочник от Автор 24 [Электронный ресурс]. Особенности маркетинга IT-компаний. URL: https://spravochnik.ru/marketing/osobennosti_marketinga_it-kompanii/ (дата обращения 08.05.2022).
3. Компьютерра. Журнал о современных технологиях [Электронный ресурс]. Маркетинг для IT-компаний. URL: <https://www.computerra.ru/273839/marketing-dlya-it-kompanij-trendy-2021/> (дата обращения 10.05.2022).

В. В. Кашурникова

Таврический колледж Крымского федерального университета им. В. И. Вернадского, Республика Крым, г. Симферополь

Научный руководитель: М. И. Федяев

ФУНКЦИЯ И ЦЕЛИ РЕКЛАМЫ

Наиболее вероятно, что реклама в человеческом обществе зародилась одновременно с торговлей. Ее существование в доисторические времена подтверждает египетский папирус с объявлением о предстоящей продаже раба. Письменная реклама воплощалась не только надписями на папирусе, но и надписями на придорожных камнях, а также на зданиях. Традиция настенной росписи восходит к индийским наскальным рисункам, датированным 4000 годом до нашей эры. Археологи во время раскопок на в странах Средиземноморья нашли вывески, в которых извещали о различных событиях и предложениях.

Крутым поворотом в истории рекламы стал 1450 г., этот год считается годом печатного станка. Благодаря этому изобретению рекламодатели стали в разы больше изготавливать экземпляров своих извещений. Первые печатные объявления появились уже в 1472 г., а в 1611 г. также там было открыто первое рекламное бюро, связывающее рекламодателей и типографии.

Еще одним важным событием стало изобретение и последующее распространение, к середине XIX столетия по всему миру, искусства фотографии. Фотография служила неопровержимым доказательством преимуществ рекламируемого товара. Но все же именно XX столетие прославилось грандиозными событиями в мире рекламы. Именно XX век стал «веком рекламы», ведь именно в это время произошли масштабные изменения и новшества в области составления и технологии рекламы.

В современной рекламе существует 4 основные функции.

Экономическая функция.

Заключается она в стимулировании сбыта объемов прибыли от реализации определенной продукции за определенное время.

Функция социума.

В данном случае реклама формирует массовое общественное сознание.

Функция маркетинговая.

Данная функция преследует основные функции маркетинга, а именно полное удовлетворение потребительского спроса.

Функция коммуникационная.

Она связывает воедино рекламодателей и потребителей благодаря информационным каналам.

Рекламодатель – это юридическое или физическое лицо, являющееся заказчиком рекламы у рекламного агентства и оплачивающее ее.

Основными задачами рекламодателя является.

Выявление экспортных товаров, нуждающихся в рекламе; план создания рекламной продукции, формирующийся совместно с рекламными агентствами; бюджетирование проработки создания рекламных мероприятий.

Составление и подписание договора на создание и размещение рекламных материалов в средствах ее массового распространения и т. д., оплата услуг исполнителей и т. д.

Потребитель – это тот человек, на которого направлена вся сущность рекламы, целью которой является побуждение потребителя к совершению конкретно определенного, нужного рекламодателю, действия, в чем собственно и заинтересован сам производитель продукции.

Также одним из подвидов современной рекламы является «социальная» реклама.

Понятие «социальная реклама» пришло к нам из США.

Чаще всего речь идет о самых больных общественных вопросах, дабы заинтересовать «потребителя».

Социальная реклама абсолютно всегда несет некоммерческий характер и решает самые важные общественные вопросы. В социальной рекламе никогда не упоминаются коммерческие организации и индивидуальные предприниматели, а также конкретные марки их товаров.

Цель является основным отличием социальной рекламы от коммерческой. Она ее как раз и делает некоммерческой.

В то время, как коммерческие рекламодатели навязывают удобное именно им отношение к тому или иному товару, социальная реклама привлекает внимание потребителей к общественному явлению.

В России эффективность социальной рекламы крайне мала. Был проведен опрос, в ходе которого выявлено, что более половины всех опрошенных (277 человека) не замечают социальную рекламу на улицах и экране телевизора, 25 % воспринимают ее как культурное украшение города, а 12,5 % отметили, что социальная реклама их раздражает и считают ее крайне бесполезной, 62,5 % не смогли припомнить ни одного «слогана» из социальных реклам.

Формирование нового образа России для россиян является ключевым направлением социальной рекламы в нашей стране. Но в России очень низкая эффективность социальной рекламы.

Для большей эффективности и результативности рекламы рекламодатели часто используют манипуляции.

Манипуляция в маркетинге – это максимально неявное манипулирование потребительским мнением, поведением и мышлением. Ярким примером такого манипулирования можно назвать неймоверно огромное количество разного рода «экспертов» в той или иной области, которые используют рекламу для выманивания денежных средств у людей.

Зачастую выделяется несколько стадий манипулирования.

В первую очередь, определив устойчивые стереотипы, проведя мотивационный анализ, выявив ценности общественности, манипулятор старается выявить слабые места. Затем вносятся достаточно мизерные, но весьма значимые элементы, которые оказывают сильное влияние на наше восприятие события. И, наконец, самое глубокое влияние на наши жизненные ценности, целью которых является абсолютное изменение, вплоть до противоречащих.

Все способы манипулирования направляются на то, чтобы добиться максимально замедленного действия критического анализа на информацию подаваемой целевой аудитории.

Список литературы

1. Вурос А., Розанова Н. Экономика отраслевых рынков. М.: Экономический факультет МГУ, 2000.

Д. Д. Кислова, М. И. Соина

Гжельский государственный университет, Московская обл., пос. Электроизолятор

Научный руководитель: Т. В. Агафонова

ОСОБЕННОСТИ ВЕДЕНИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В БЮДЖЕТНЫХ И КОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЯХ

Рыночная экономика достаточно развита во всех сферах хозяйствования. Постоянно вводятся новые экономические связи и отношения, совершенствуется налоговая система и нормативно-правовая база законодательства в области экономики.

Специалистами применяются новые методы и технологии для ведения бюджета предприятий, методики, которые отражают имущественные отношения субъектов хозяйства. Благодаря принятию новых законов, подзаконных актов, произошли изменения при учете денежных средств предприятия.

Ведение бухгалтерского учета является достаточно трудоемким процессом, но обязательным, поскольку все без исключения предприятия, учреждения и организации Российской Федерации обязаны его вести.

Финансы в некоммерческих организациях имеют свои отличительные особенности в сфере ведения бухгалтерского учета, которые базируются на приказе Министерства финансов Российской Федерации и другими документами учета в бюджетных организациях [1]. В качестве особенностей выделяются следующие позиции:

- контроль оборотного капитала;
- регулирование специфики создания и формирования отчетности результатов;
- особенности в области науки, здравоохранения, спорта и других бюджетных организациях.

Под бюджетным учреждением понимается организация, которая не несет в качестве основной цели привлечение прибыли, денежных средств. Такая организация создается органами государственной власти Российской Федерации или местными органами. Главной целью бюджетной организации является оказание услуг за счет бюджетных средств, которые предусмотрены законодательством РФ.

Бюджетными признаются организации, которые финансируются за счет бюджетных средств. Условием для таких организаций является ведение бухучета, который создан и применяется только для бюджетных учреждений и организаций.

В бюджетных учреждениях бухгалтерский учет является частью единой системы учета Российской Федерации. Информационная система для данных учреждений отлична порядком ведения бухгалтерского учета, которые работают в коммерческих и некоммерческих организациях [2]. Управление бухгалтерским учетом в бюджетной организации регулируется особыми по назначению документами, которые направлены на такие организации. Основные инструкции бухгалтерского учета, на которых базируются бюджетные организации, устанавливаются Минфином РФ.

Отличительными особенностями бухгалтерского учета в бюджетных организациях являются.

У бюджетных учреждений имеется индивидуальный график, который подразумевает сдачу отчетности каждый месяц, раз в 3 месяца или один раз в год. У коммерческих организации такой отчет может сдаваться один раз в год.

Бюджетные учреждения более тщательно и гораздо чаще проходят проверки, которые устанавливают цель использования денежных средств, выделенных для учреждения.

Организации, которые финансируются за счет бюджетных средств, должны отмечать процессы и операции с целевыми средствами, доходами.

У бюджетных учреждений актив делится на финансовый и нефинансовый. Первый актив подразумевает объекты, которые принадлежат хозяйствующим субъектам. Они приносят им выгоду в определенное время с помощью их хранения и использования. Второй – вбирает в себя специальные заимствованные права, деньги, золото, ценные бумаги.

У коммерческих организаций актив является оборотным и внеоборотным фондом.

Бюджетный план счетов состоит из таких разделов, как финансовые и нефинансовые активы, обязательства, санкционирование и финансирование расходов. В коммерческих организациях содержатся другие разделы [3].

В бюджетном плане счетов первые 17 разрядов отражают поступления и отправление денежных средств. Восемнадцатый разряд указывает на доход от деятельности, субсидии для государственного задания. Остальные разряды (коды) означают следующее:

- с 19 по 21 код отвечает за объекты бухгалтерского учета бюджетных организаций;
- коды 22 и 23 указывают на группу и виды объектов бухгалтерского бюджетного учета;
- последние коды с 24 по 26 отражают процесс поступлений, отправок объекта учета.

В бюджетных учреждениях план счетов состоит из 26 разрядов в то время, как в коммерческих – 2. Такое количество разрядов в бюджетном плане счетов связано с обязанностью контроля и проверки использования денежных средств.

Бюджетные организации подвергаются сложному учету в области правового регламента. Бюджетный учет состоит из следующих уровней:

- законодательный;
- нормативный;
- ведомственный;
- методический;
- организационный.

Бюджетный доход формируется за счет государственный субсидий, грантов других средств. Бюджетная организация не имеет полномочий брать кредиты.

По гражданскому кодексу РФ, государственное или муниципальное учреждение может быть казенным, бюджетным или автономным учреждением. Бюджетная организация также может вести иную деятельность, не противоречащую основным ее целям.

Бюджетные и коммерческие организации осуществляют бухгалтерский учет, следуя Федеральному закону «О бухгалтерском учете» № 402-ФЗ, который вступил в силу 6 декабря 2011 года [4].

Бюджетные организации в бухгалтерском учете при осуществлении деятельности имеют свои особенности, которые касаются следующих обязательств.

Ежегодные плановые показатели объема и качества услуг осуществляются за счет субсидий из определенного уровня бюджета РФ. Имущество закрепляется за учреждением на праве оперативного управления.

Бюджетному учреждению предоставляется земля (участок) для бессрочного пользования.

Собственниками имущества бюджетных учреждений является государство или муниципалитет.

Бюджетная организация не отвечает обязательственным правам собственников имущества.

Бюджетной организации не предоставляется возможность распоряжаться недвижимостью или другим ценным имуществом, которые приобрелись за выделенные средства от собственника.

Непосредственно сам бухгалтерский учет отличается для видов организаций – коммерческих или бюджетных. Основной целью бухгалтерского учета является учет материальных средств и запасов, расчеты с подотчетными лицами.

В быстроразвивающейся экономике одним из приоритетных направлений является коммерческая деятельность. Для осуществления деятельности на предприятии нужно владеть полными сведениями о процессах и планах хозяйствования. На предприятии одной из важных функций является учет, сбор, обобщение информации, сведений. Это обеспечивает оптимальное и успешное владение бизнесом (организацией).

Под коммерческой организацией понимается предприятие, целью которого является получение прибыли и распределение прибыли между участниками-субъектами (в отличие от бюджетного учреждения).

К коммерческим организациям относятся:

- хозяйственные общества и товарищества;

- государственные и муниципальные унитарные предприятия;
- производственные кооперативы.

Участники коммерческих отношений имеют обязательственные права по отношению к таким организациям.

Сведения, которые касаются хозяйственных операций, которые создаются коммерческими организациями за некоторый период времени, группируются и передаются далее для ведения бухгалтерской отчетности. Этот процесс необходим для самого предприятия в качестве регулирования направления деятельности в сфере финансов и хозяйствования.

Также проводятся оценка результатов деятельности предприятия, постановка целей и задач ожидаемых результатов для собственников коммерческого предприятия. Это необходимо для ожидания определенных результатов.

Отражение сведений в учете хозяйственных операций предприятия, приобретение необходимой информации выступают основной целью бухгалтерского учета. Заключением в бухгалтерском учете определенного отчетного периода считается создание и формирование отчетности предприятия.

Отчетность организации коммерческого характера отражает систему сведений и информации о результатах работы определенной организации. Отчетность – главный источник информации об операциях организаций. Она отражает результаты на определенный период времени, которые показывают имущественное и финансовое положение организации. К ним относятся: информация о реализации товаров и продуктов, о состоянии средств и их источников получения, о прибыли и убытках [5].

Бухгалтерский баланс является главным документом, который отражает финансовое состояние предприятия. На рынке в бухгалтерском балансе заинтересованы не только сами предприятия, но и соответствующие органы надзора – налоговая служба, прокуратура, Роспотребнадзор.

Коммерческая деятельность достаточно распространена на территории Российской Федерации, но, к сожалению, примерно 40 % предприятий страдает от плохой организации бухгалтерского учета.

Квалифицированный специалист (бухгалтер) должен знать правовую базу регулирования и составления бухгалтерского учета, что является главным показателем в организации деятельности предприятия.

При организации бухгалтерского учета необходимо контролировать его ведение, что является важным пунктом для его организации.

Совершенствование ведения бухгалтерского учета, контролирование финансовой и хозяйственно деятельности, является неотъемлемым фактором для укрепления предприятия со стороны материальной дисциплины.

Благодаря отчетности можно узнать о небрежном использовании финансов, что может привести к разорению предприятия.

Бухгалтеры должны придерживаться упрощения всех процессов ведения бухгалтерского учета для поставленных целей и задач предприятия. Такая процедура играет большую роль для малого бизнеса из-за ограниченности финансовых средств.

Составление отчетности для коммерческих организаций по финансовым результатам важно, поскольку отчет должен быть не только для соблюдения законодательства, но и для возможности оценки материального положения предприятия за определенный период и для сравнения с предыдущими показателями [6].

Отчет о финансовых результатах обязателен, так как входит в состав годовой бухгалтерской отчетности. Один из экземпляров отчета подается в органы государственной статистики, предоставляется в налоговый орган по месту нахождения предприятия.

По показателям отчетности о финансовом положении организации можно узнать, какое количество зарабатывает предприятие в определенном периоде. Такая информация может быть полезна для заинтересованных лиц, поскольку коммерческая тайна не устанавливается, и организация должна предоставить информацию по запросу для пользователя.

Для ведения малого бизнеса рекомендуются такие нормы ведения бухгалтерского учета, как:

- введение должности бухгалтера;
- ведение бухгалтерского учета непосредственно руководством;
- передача ведения бухгалтерской отчетности квалифицированным специалистам [7].

В таблице 1 приведены основные положения по бухгалтерскому учету, которые необходимо знать при формировании показателей отчета о финансовых результатах, и их краткое описание.

Таблица 1 – Краткое описание ПБУ, необходимых для составления отчета о финансовых результатах за отчетный период.

№ п.п.	Номер ПБУ	Наименование ПБУ	Краткое описание
1.	1/2008 [17]	Учетная политика организации	Устанавливает правила формирования учетной политики организации, которая регламентирует порядок утверждения и применения в ходе ведения бухгалтерского и налогового учета рабочих план счетов, формы первичной учетной документации, регистры бухгалтерского и налогового учета, периодичность и ответственное лицо за составление отчета о финансовых результатах
2.	4/99 [18]	Бухгалтерская отчетность организации	Определяет содержание и методические основы формирования показателей отчета о финансовых результатах, которые составляются на основании учетных данных и по установленной законодательством форме
3.	7/98 [19]	События после отчетной даты	Устанавливает порядок отражения в отчете о финансовых результатах событий после отчетной даты, которые оказали или могут оказать влияние на финансовое положение субъекта, требования к их отражению и их последствия на изменение показателей отчета
4.	9/99 [20]	Доходы организации	Устанавливает правила классификации доходов, их состав и порядок признания в учете, а также отражение доходов в отчете о финансовых результатах
5.	10/99 [21]	Расходы организации	Устанавливает правила формирования информации о расходах в учете, их состав и условия признания в качестве расходов, также данное положение устанавливает порядок раскрытия расходов в отчете о финансовых результатах
6.	22/2010 [21]	Исправление ошибок в бухгалтерском учете и отчетности	Устанавливает правила исправления ошибок и порядок раскрытия информации об исправлении в отчете о финансовых результатах

С января 2022 г. ПБУ коммерческих организаций переходит на ФСБУ – федеральный стандарт бухгалтерского учета.

Проведя сравнительную характеристику ведения бухгалтерского учета в бюджетных и коммерческих организациях, можно сделать вывод о том, что в бюджетных организациях ряд особенностей приводят к необходимости расширить перечень основных задач бухгалтерского учета наиболее конкретными, к примеру, одними из которых будет исполнение распланированного бюджета и жесткий контроль такого исполнения, а также согласованность выполнения задач отдельными бюджетными организациями, которые утверждает государство.

Мы видим, что ведение бухгалтерского учета в бюджетных организациях строже регламентировано и имеет специфические особенности в отличие от коммерческих организаций.

Список литературы

1. Башкатов В. В., Пак Е. А., Мехтиева П. И. Различия бухгалтерской отчетности бюджетных и коммерческих организаций // Вестник Академии знаний. 2021. № 3 (44).
2. Ватулина В. И. Бухгалтерский учет финансовых результатов коммерческой организации // Актуальные вопросы экономических наук. 2016. №55-2.
3. Дружиловская Т. Ю., Добролюбов Н. А. Финансовые инструменты в бухгалтерском учете и отчетности коммерческих и некоммерческих организаций // Бухгалтерский учет в бюджетных и некоммерческих организациях. 2017. № 7 (415). [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/finansovye-instrumenty-v-buhgalterskom-uchete-i-otchetnosti-kommercheskih-i-nekommercheskih-organizatsiy>
4. Дружиловская Т. Ю., Дружиловская Э. С., Ромашова С. М. Актуальные вопросы бухгалтерского учета доходов и расходов в некоммерческих и коммерческих организациях // Бухгалтерский учет в бюджетных и некоммерческих организациях. 2014. № 21. [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/aktualnye-voprosy-buhgalterskogo-ucheta-dohodov-i-rashodov-v->

[nekommercheskih-i-kommercheskih-organizatsiyah](#)

5. *Кузьминых А. А.* Бухгалтерский и налоговый учет основных средств коммерческой организации // Новые импульсы развития: вопросы научных исследований. 2020. № 7. [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/buhgalterskiy-i-nalogovyy-uchet-osnovnyh-sredstv-kommercheskoy-organizatsii>

6. *Кутер М. И., Луговский Д. В.* Актуальные проблемы бухгалтерского учета в коммерческих организациях // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 5: Экономика. 2017. № 4 (210). [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/aktualnye-problemy-buhgalterskogo-ucheta-v-kommercheskih-organizatsiyah>

7. *Сафронова М. И., Степаненкова Н. М.* Нормативное регулирование бухгалтерского учета объектов основных средств в коммерческих организациях // Colloquium-journal. 2019. № 5 (29). [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/normativnoe-regulirovanie-buhgalterskogo-ucheta-obektov-osnovnyh-sredstv-v-kommercheskih-organizatsiyah>

Ю. А. Корневская, Е. Ю. Лицкевич

Гродненский государственный университет им. Я. Купалы, Республика Беларусь, г. Гродно

Научный руководитель: А. Т. Сазонова

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА

Кризис – явление, которое сегодня является достаточно распространенным и часто возникающим в рамках сложившейся экономической ситуации. Понятие «кризис» имеет множество различных трактовок. Разные ученые в разные времена имели свои точки зрения, касающиеся понятия «кризис» и причин его возникновения. Проанализировав их, можно сделать однозначный вывод, что кризис – это негативные явления в политической, финансовой, банковской, социальной сферах, которые в итоге приводят к безработице и бедности, дисбалансу объемов выпускаемой продукции или услуг и потребительским спросом, банкротству как физических лиц, так и предприятий-гигантов [1].

Актуальность выбранной темы подтверждается тем, что в условиях современного кризиса и нестабильной экономической обстановки, предприятия нуждаются в системе управления, которая могла бы обеспечить им устойчивое положение на рынке, достойный уровень конкурентоспособности, модернизированную, организационную и информационную систему производства для того, чтобы оно имело почву для дальнейшего развития и получения стабильных экономических результатов.

Любое предприятие в процессе ведения своей деятельности и развития рано или поздно сталкивается с проблемами, обусловленными возникновением кризиса. Причины его возникновения могут быть весьма разнообразны. Так, например, в Республике Беларусь в 2020 году мощными дополнительными факторами ухудшения экономической ситуации стали пандемия коронавируса, обусловившая замедление деловой активности на традиционных внешних рынках РБ, резкое сокращение поставок нефти из России в первые месяцы года, повлекшее за собой уменьшение экспорта нефтепродуктов на Запад. Как отмечал белорусский политолог В. Карбалевич, «...к 2020 году сошлось много неблагоприятных факторов для экономики – сокращение российских дотаций, падение цен на нефть, пандемия, закрытие границ для тех, кто потерял работу. Сотни тысяч белорусов остались без работы и без зарплаты». Кроме того, есть и внутренние причины кризиса, основной из которых является неэффективное управление предприятием [4].

Общеизвестным является факт того, что в ходе ведения своей деятельности любое предприятие сталкивается с проблемами, связанными с преодолением кризиса. И вот здесь перед руководителями ставится одна из важнейших задач – поиск и внедрение новых методов и рычагов управления предприятием, которые помогли в кратчайшие сроки и без глобальных потерь сгладить негативные явления (антикризисные инструменты).

Существует несколько антикризисных инструментов, такие как: корректировка стратегии, повышение производительности, пересмотр отношения к маркетингу, управление прибылью, управление деньгами, управление экономическими факторами, трансформация инвестиционной и финансовой деятельностью, инвестиционные приоритеты, источники финансирования и наконец мегамотивация персонала [3].

В условиях кризиса, скорее всего, на некоторое время придется отказаться от ряда проектов и программ, которые требуют огромных вложений. Если в нормальных условиях в долгосрочных целях лежит развитие предприятия, а в краткосрочных – максимизация прибыли, то в кризисных условиях долгосрочной целью становится восстановление финансовой стабилизации, а краткосрочной – экономия денежных средств или их максимизация. Хотя, если грамотно воспользоваться появляющимися возможностями, то даже в кризисе можно найти положительные стороны (например, занятие рыночной ниши более слабых или разорившихся предприятий) [2].

Низкий уровень производительности труда зачастую кроется не только в недостатках в структуре парка и модернизации производства, недостаточности его автоматизации, но и в низком уровне управления предприятием и неэффективной системе мотивации труда. А ведь именно

повышении производительности труда является наиболее эффективным направлением снижения себестоимости продукции.

Во время кризиса компании необходимо время для перестройки своей деятельности применительно к кризисным условиям: сжаться, урезать некоторые виды деятельности, оптимизировать персонал. После такой перестройки компания научится жить по-новому и получать прибыль, скорее всего, в меньших объемах, но адекватных сжимающимся рынкам. В течение этой перестройки компания не сможет жить без денег. Поэтому деньги надо делать или сохранять любой ценой.

Общепринято считать, что в период кризиса инвестиционная деятельность должна сократиться. Реальная практика показывает это: судя по многочисленным сообщениям о приостановке или прекращении строительства новых производственных объектов, отмене ранее принятых решений об инвестировании средств данный факт доказывает свою истину.

Финансовая деятельность компаний в условиях кризиса происходит в наиболее напряженных условиях. По существу, все предприятия переходят на голодный финансовый паек. Это, прежде всего, касается кредитных источников финансирования. Вначале кредитование прекращается полностью, но затем банки будут выбирать своих клиентов не по солидности, а по способности противостоять кризису. Перспективы финансовой деятельности предприятия в условиях кризиса будут определяться их возможностью противостоять разрушительным последствиям кризиса.

Важно понимать, что повышение заработной платы не всегда является главным источником мотивации. Люди быстро привыкают к деньгам, а производительность возвращается на прежний уровень. Нужно сделать так, чтобы работник был сам заинтересован в результатах предприятия. В условиях кризиса стоит уделить внимание таким мотивационным инструментам, как премиальные и социальные пакеты (например, выплаты премии за достижение определенных запланированных результатов, или премия за отсутствие опозданий на работу, оплаты бассейна, оплата мобильного телефона, медицинской страховки и др.). Однако иногда приходится прибегать к сокращению кадрового состава, оставляя место за наиболее квалифицированными работниками; но нужно учитывать, что данная мера приведет к увеличению нагрузки на оставшихся.

Подводя итог вышесказанному, хочется отметить, что история экономических кризисов смогла доказать тот факт, что самостоятельно решить все проблемы, появляющиеся в стране, рынок не способен. Именно в этот момент появляется необходимость внедрения новых и совершенствования имеющихся методов управления и производства. Ведь принцип рыночной экономики таков: она уничтожает все «больное», менее конкурентоспособное и жизнеспособное внутри себя, оставляя лишь «здоровые» предприятия, способные развиваться, успешно функционировать и производить именно тот продукт, который пользуется спросом у покупателей.

Список литературы

1. *Кравченко Е. С., Колесникова Е. А.* Управление результативностью деятельности предприятия в условиях кризиса // Инновационное развитие экономики: предпринимательство, образование, наука: сб. науч. ст. Минск: 2015. С. 81–84
2. *Родс Д., Стелтер Д.* О положительных сторонах кризиса // Библиотека Harvard Business Review. 2009. [Электронный ресурс]. URL: <https://hbr-russia.ru/management/upravlenie-izmeneniyami/a9824/> (дата обращения: 10.05.2022).
3. *Савчук В. П.* Стратегия+Финансы: базовые знания для руководителей. М.: БИНОМ. Лаборатория знаний, 2009. 302 с.
4. *Шурубович А. В.* Экономика Белоруссии в период политической нестабильности // Россия и новые государства Евразии. 2021. № I (L). С. 72–81.

М. И. Коршакова

Гжельский государственный университет, Московская обл., пос. Электроизолатор

Научный руководитель: В. Д. Кузьменкова

СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ОРГАНИЗАЦИИ

Существует множество определений экономики. Есть определение, что «экономика - это наука о богатстве». В разное время это понимали по-разному. Богатство в свою очередь – это изобилие материальных и нематериальных ценностей у человека или общества; экономика – умение пользоваться жизнью наилучшим образом.

Существуют типы экономических систем:

- традиционная экономика, в которой все определяется обычаями;
- командная экономика, в которой экономические решения принимаются государственными органами;
- рыночная экономика, в которой производители и потребители действуют самостоятельно;
- смешанная экономика, в которой совмещены элементы из разных экономических систем.

Экономика – наука, изучающая использование различного рода ресурсов в целях обеспечения потребностей людей и отношения между различными сторонами, возникающие в процессе хозяйствования.

На практике это выглядит так:

- производство (создаются экономические блага: товары и услуги);
- распределение (продукт распределяется от производителя к потребителю);
- обмен (продукт обменивается на деньги);
- потребление продукта (удовлетворение потребности).

На каждой стадии движения продукта есть экономическая выгода.

Важно понимать, что труд – целесообразная деятельность людей по созданию материальных и духовных благ, направленных на удовлетворение потребностей. Тогда затраты производства – сумма всех расходов на выпуск товаров. Затем следует выручка, которая является денежной суммой, которую производитель получает, продав свою продукцию. Другими словами, прибыль – это превышение доходов от продажи товаров или услуг над затратами на их производство, реализацию.

Удачное предприятие с экономической точки зрения – это предприятие, которое приносит максимальную прибыль.

Во главе обеспечения эффективной работы предприятия и получения прибыли стоит экономически грамотное управление его деятельностью, что в свою очередь определяется умением его анализировать. При помощи анализа экономического состояния предприятие совершенствует экономическое планирование и управление.

Экономическое состояние организации – это финансовая категория, отражающая круговорот капитала и способность хозяйствующего субъекта к саморазвитию и реализации.

Анализ экономического состояния организации позволяет просчитать и предупредить кризисные явления, он занимает важнейшее место в системе управления предприятием. Своевременно проведенный анализ экономической деятельности дает возможность выявить негативные факторы влияющие на организацию, разработать и применить комплекс мероприятий по устранению или же уменьшению их влияния для скорейшего восстановления благосостояния предприятия и укрепления позиций на рынке.

По результатам анализа экономического состояния организации следует определение перспектив развития компании. Для их формулирования организации необходимо целостное понимание не только ее экономического состояния, но и изменений, происходящих во внешней среде, и способности организации адаптироваться к ним. Формулирование перспектив развития – это этап, следующий за этапом экономического анализа финансово-хозяйственной деятельности, далее идет определение стратегии развития для определения перспектив развития организации.

Среди наиболее распространенных стратегий развития организации рассмотрим следующие.

1. Стратегии концентрированного роста – стратегии, связанные с изменением продукта и/или рынка:

- стратегия усиления позиций на рынке;
- стратегия развития рынка;
- стратегия развития продукта.

2. Стратегии интегрированного роста – стратегии, связанные с расширением фирмы путем добавления структур:

- стратегия обратной вертикальной интеграции;
- стратегия вперед идущей вертикальной интеграции.

3. Стратегии диверсифицированного роста – стратегии, реализуемые тогда, когда фирма дальше не может развиваться на данном рынке с данным продуктом в рамках данной отрасли:

- стратегия горизонтальной диверсификации;
- стратегия конгломеративной диверсификации.

4. Стратегия сокращения численности персонала уместна в тех случаях, когда компания хочет перегруппировать свои силы после длительного роста или в связи с необходимостью увеличения прибыльности во время спадов.

Эти стратегии отражают различные подходы к росту организаций, связанные с изменчивостью параметров продукции, рынка, отрасли, положения фирмы в отрасли и технологии. Все перечисленные элементы могут быть как в существующем, так и в новом состоянии.

Чаще всего солидные компании имеют стратегический план, который содержит описание целей компании. В нем находятся как количественные, так и качественные целевые показатели бизнеса. Одновременно в стратегическом плане зафиксированы общие подходы к бизнес-процессам, которые способствуют достижению намеченных целей.

Итак, анализ экономического состояния и перспективы развития – это процессы в ходе которых проводятся исследования динамики и структуры показателей, характеризующих эффективность функционирования предприятия за определенный период времени, определение максимально подходящей стратегии и выбор перспективных направлений развития бизнеса для значительного увеличения эффективности предприятия.

Список литературы

1. Барсова У. В. Финансово-хозяйственная деятельность коммерческих организаций // Молодой ученый. 2018.
2. Савицкая Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник. М.: ИНФРА-М, 2017.

Е. Г. Курлова

Гжельский государственный университет, Московская обл., пос. Электроизолятор

Научный руководитель: О. В. Борисова

АТТЕСТАЦИЯ РАБОТНИКОВ КАК ОДИН ИЗ ИНСТРУМЕНТОВ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ ОРГАНИЗАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ИНТЕГРИРОВАННОГО КОМПЛЕКСА)

Во всем мире ключевым условием процветания коммерческих предприятий и государственных организаций является эффективная система управления персоналом. Но эффективность работы любого предприятия зависит от того, насколько компетентными являются его сотрудники. С этой целью на предприятии должна быть разработана система оценки персонала, которая позволяет не только оценить его навыки, умения, опыт, но и составить программу по усовершенствованию работы с кадрами, повышению их квалификации, профессиональному отбору и созданию кадрового резерва.

На современном этапе руководители пользуются несколькими инструментами оценки персонала, каждый из которых имеет свои плюсы и минусы. Однако наиболее распространенным и эффективным является, безусловно, система аттестации персонала. Аттестация (от фр. *attestation* от лат. *attestatio* – свидетельство, подтверждение) – подтверждение квалификации, уровня знаний и умений человека – отзыв, характеристика.

В данной статье рассматривается метод аттестации педагогического персонала, выявляя его особенности, преимущества и недостатки. Особое внимание уделяется практическим примерам проведения процедуры оценки персонала методом аттестации на примере общеобразовательного интегрированного комплекса.

Полученный в результате аттестации документ называют аттестатом. В России имперского периода на официальном уровне аттестация означала отзыв о способности и благонадежности чиновника. В современном мире аттестацию проходят представители самых различных профессий: пожарные, медицинские работники, педагоги, железнодорожники и другие представители разных специальностей.

Подробнее остановимся на аттестации педагогических работников. Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ (ред. от 14.07.2022) «Об образовании в Российской Федерации» (с изм. и доп., вступ. в силу с 25.07.2022) гласит: «Аттестация педагогических работников проводится в целях подтверждения соответствия педагогических работников занимаемым ими должностям на основе оценки их профессиональной деятельности и по желанию педагогических работников (за исключением педагогических работников из числа профессорско-преподавательского состава) в целях установления квалификационной категории».

Проведение аттестации педагогических работников осуществляется один раз в пять лет, аттестационной комиссией формируемой федеральными органами исполнительной власти. Основной задачей проведения аттестации является выявление профессиональных навыков, деловых качеств педагога, а также его теоретических знаний, умений и навыков.

Федеральный закон регламентирует два вида аттестации педагогических работников.

Аттестация педагогических работников в целях подтверждения соответствия занимаемой должности. Аттестация персонала образовательной организации является обязательной для всех педагогических работников.

Аттестация педагогических работников в целях установления квалификационной категории. Аттестация педагогических работников в целях установления квалификационной категории проводится по их желанию.

По результатам аттестации педагогическим работникам устанавливается первая или высшая квалификационная категория.

Как уже было сказано выше квалификационная категория устанавливается сроком на 5 лет. Срок действия квалификационной категории продлению не подлежит.

Порядок проведения аттестации персонала общеобразовательного интегрированного комплекса.

В статье «Аттестация педагогических работников (МРКО) в 2022 году» писатель и редактор М. Челпанов пишет: «Изменения в аттестации педагогических работников планировалось провести еще в 2020 году, но из-за пандемии сроки дважды переносили. Сейчас апробация нового порядка проходит в избранных регионах, и стало известно, что ждет учителей в ближайшее время.

Глобальная цель – мотивировать преподавателей к профессиональному росту и отсеять сотрудников, не соответствующих профессиональным стандартам.

Министерство просвещения Российской Федерации выделяет такие задачи.

Стимулировать непрерывный рост квалификации педагогов, создать условия для их личностного роста. Для этого требования приведены к единому стандарту, создана национальная система учительского роста НСУР.

Сделать преподавание более эффективным за счет усиления кадрового состава.

Создать единую систему оценки учителей.

Развить систему наставничества, чтобы распространять лучшие практики среди образовательных учреждений.

Урегулировать систему мотивации в зависимости от квалификации учителя.

До 2021 г. содержание аттестации формировали региональные департаменты и министерства. Например, в одной области педагоги заполняли портфолио, а в соседней – проводили открытые уроки. Теперь предметные, методические, коммуникативные и психолого-педагогические навыки будут оценивать по ЕФОМ – единым федеральным оценочным материалам. В соцсетях стандарты успели назвать «ЕГЭ для педагогов».

Экспертиза результатов труда работников образования может проходить в разных формах: экзамен или собеседование; тестирование.

При тестировании невозможно с абсолютной точностью поставить оценку знаний педагога. Варианты ответов, предлагаемые в тесте, не позволяют оценить умение педагога рассуждать и излагать собственные мысли. Многие вопросы поставлены некорректно.

Есть вероятность угадывания подходящего ответа. При проверке работы робот не может распознать, знал ли педагог вопрос, или же выбрал его наугад из предлагаемых вариантов.

Можно оценить только теоретическую подготовку педагога. Метод тестов не предназначен для оценки практических навыков специалиста.

Нет возможности внести свой вариант ответа или прокомментировать свой выбор. Процедура тестирования предполагает только выбор одного из предложенных вариантов при ответе на вопрос, а иногда для уверенности в правильности понимания вопроса, хочется переформулировать вариант ответа, сделать акценты на существенных деталях.

Вероятен риск ошибки в результате невнимательности или сбоя в работе компьютера. Также случается, что от волнения человек теряется, что приводит к нервному срыву.

При аттестации педагогических работников в целях установления квалификационной категории все разработанные критерии больше направлены на учительский состав общеобразовательной организации, но в образовательном комплексе присутствуют дошкольные группы и к педагогам дошкольного образования многие критерии не подходят и не соответствуют дошкольному направлению. Педагогам детских дошкольных учреждений приходится подгонять под себя многие из предложенных критериев.

Таким образом, необходимо разработать ряд критериев, которые непосредственно будут касаться именно дошкольного образования, так как педагоги младшего дошкольного возраста должны в полной мере показать свои знания и умения и навыки.

Как уже говорилось выше метод аттестация оценки персонала имеет не только минусы, но и плюсы.

К положительным моментам относятся: удобство, доступность и простота; прохождение теста, не выходя из дома; быстрая обработка результата теста; возможность пройти тест в любое удобное время.

Любая профессия имеет свои особенности, не исключение и сфера образования. Процедура оценки эффективности работы педагога – одна из таких особенностей в управлении персоналом муниципального учреждения. Повышать свой разряд или нет, каждый педагог решает сам. От разряда и педагогической категории зависит и материальная вознаграждение учителя.

В государственном и муниципальном управлении следует учесть в зависимости от учреждения разные формы оценки при аттестации персонала и применять комплексный подход.

Список литературы

1. *Исаева О. М., Припорова Е. А.* Управление человеческими ресурсами: учебник и практикум для вузов. М.: Издательство Юрайт, 2021. 168 с.

М. Н. Леся

Гомельский государственный университет им. Ф. Скорины, Республика Беларусь, г. Гомель
Научный руководитель: Л. А. Субботина

НЕДОБРОСОВЕСТНАЯ КОНКУРЕНЦИЯ В СФЕРЕ ОНЛАЙН-ИГР

На сегодняшний день проблемой для многих стран является частая недобросовестная конкуренция, связанная с нарушением прав интеллектуальной собственности, в сфере информационных технологий, в том числе нарушений в сфере онлайн-игр. В данном вопросе Республика Беларусь не является исключением.

В соответствии со статьей 1 Закона Республики Беларусь «О противодействии монополистической деятельности и развитии конкуренции» от 12 декабря 2013 г., № 94-З (далее – Закон о противодействии монополистической деятельности) недобросовестной конкуренцией признаются направленные на приобретение преимуществ (выгод) в предпринимательской деятельности действия хозяйствующего субъекта или нескольких хозяйствующих субъектов, которые противоречат Закону о противодействии монополистической деятельности, иным законодательным актам и актам антимонопольного законодательства или требованиям добросовестности и разумности и могут причинить или причинили убытки другим конкурентам либо могут нанести или нанесли вред их деловой репутации [1]. Из чего можно выделить критерии отнесения деятельности к недобросовестной конкуренции. К таким критериям будут относиться: направленность на получение преимуществ в хозяйственной деятельности, противозаконность или недобросовестность, причинение убытков конкурентам или нанесение вреда их деловой репутации.

В современном мире набрала популярность деятельность, называемая пиратством, заключающаяся в незаконном доступе к различного рода информации, в том числе к онлайн-играм. Один из видов пиратства, заключается в незаконном доступе к онлайн-играм и их последующем помещении на ресурсы, где все имеют к ним открытый и бесплатный доступ.

В соответствии со статьей 28 Закона о противодействии монополистической деятельности одним из видов недобросовестной конкуренции признается деятельность, связанная с совершением хозяйствующим субъектом действий по продаже, обмену или иному введению в гражданский оборот товара, если при этом имело место незаконное использование объекта интеллектуальной собственности [1]. Данная норма охватывает вышеупомянутое действие, однако встречаются случаи, когда субъект не вводит онлайн-игру в оборот, а использует незаконно введенную в оборот онлайн-игру в коммерческих целях без ее распространения. Типичным примером такой деятельности может являться создание сервера, на базе незаконно введенной в оборот онлайн-игры, и продажа привилегий пользователям.

Такая деятельность не подпадает под диспозицию, сформулированную в статье 28 Закона о противодействии монополистической деятельности, так как непосредственно защищаемый товар не подвергается продаже, обмену и иному введению в гражданский оборот, однако такая деятельность вполне подпадает под признаки, выделенные из законного определения недобросовестной конкуренции. Во-первых, направленность на получение преимуществ, так как люди имеют свободный доступ к такой онлайн-игре, в отличие от той, что продается правообладателем. Во-вторых, данная деятельность однозначно противозаконна, так как нарушает авторские права, и не отвечает требованиям добросовестности, так как для извлечения прибыли используется нелегально полученный товар, более того, большинство разработчиков онлайн-игр запрещает в пользовательском соглашении использование их игр пользователями в коммерческих целях. В-третьих, такая деятельность вероятно имеет возможность нанести убытки правообладателю, так как по сравнению с легальной версией игры она является более доступной и не требует материальных затрат.

В связи с вышесказанным считается необходимым дополнение статьи 28 Закона о противодействии монополистической деятельности абзацем четвертым, имеющим следующее содержание: «совершением хозяйствующим субъектом действий по извлечению прибыли из товара, если при этом имело место незаконное использование объекта интеллектуальной собственности без

введения его в гражданский оборот». Данная норма отнесет ранее упомянутую деятельность к недобросовестной конкуренции и позволит более эффективно защитить права разработчиков онлайн-игр как уязвимых субъектов хозяйствования в стремительно развивающейся информационной сфере.

Список литературы

1. О противодействии монополистической деятельности и развитии конкуренции [Электронный ресурс]: Закон Республики Беларусь от 12 декабря 2013 г., № 94-3 (с изм. и доп. внесенными Законами Республики Беларусь от 8 января 2018 г. № 98-3 и 18 декабря 2019 г. № 275-3). Доступ из национального правового Интернет-портала Республики Беларусь «pravo.by».

В. Ю. Лис

Институт бизнеса Белорусского государственного университета, Республика Беларусь, г. Минск
 Научный руководитель: Э. В. Рыбакова

ГЕНДЕРНЫЕ СТЕРЕОТИПЫ В СОВРЕМЕННОЙ РЕКЛАМЕ

Гендерными стереотипами принято считать набор поведенческих линий и социальных ролей, присущих данному полу. Гендерные стереотипы в маркетинге складывались веками, но в 21 веке многие из них не только неактуальны, но и обидны с точки зрения рекламы [1].

Существуют общие гендерные стереотипы, которые подходят жителям разных стран и континентов, а также расовые стереотипы, характеризующие определенные социальные группы. Например, в Беларуси распространены гендерные стереотипы: «женщина – домохозяйка, чья миссия – следить за семейным очагом, готовить и содержать дом в чистоте» и «мужчины – защитники и добытчики». Между тем в скандинавских странах мужчинам, как и женщинам, приходится заботиться о детях, брать декретный отпуск и уступать место женам, которые хотят посвятить свою жизнь карьере.

Есть много причин и преимуществ, по которым маркетологи любят использовать гендерные стереотипы:

- стереотипы позволяют наладить контакт с целевой аудиторией, поскольку они знакомы и понятны многим потребителям;
- применяя гендерные стереотипы, маркетологи могут сократить время разработки рекламных кампаний;
- маркетологи подчеркивают преимущества продукта и выгоды, которые получают покупатели разного пола.

Нейробиолог Луэнн Бризендин, автор книги и основательница клиники, занимающейся изучением гендерных различий, отмечает, что мужской мозг примерно на 10 процентов больше женского. У женщин больше развиты участки мозга, отвечающие за контроль и принятие решений, а мужчины способны быстро реагировать на угрозу. Различия в восприятии информации напрямую влияют на эмоции, которые вызывает та или иная реклама. Исследования, проведенные мировым научным сообществом и маркетологами, помогают выявить различия в том, как мужчины и женщины делают покупки [2]:

- более 75 % онлайн-покупок совершают женщины;
- мужчины делают покупки реже, но тратят больше;
- доля покупателей-мужчин увеличивается не менее чем на 3–5 % в год;
- мужчины чаще совершают покупки через мобильные устройства;
- в основном мужчины покупают автотовары, гаджеты и бытовую технику.

Однако за последние 4–5 лет мужская аудитория все чаще заказывала обувь, одежду и даже предметы быта. Мужчины покупают не только для себя, но и для женщин: парфюмерию, косметику, подарочные сертификаты.

Психологи считают, что женщины более эмоциональны и положительно реагируют на различные формы маркетинговых коммуникаций. Женщины более склонны к импульсивным покупкам они легко вступают в беседу, ища отзывы и сравнивая характеристики товаров, прежде чем придут к соглашению, а мужчины предпочитают помощь советчиков и рекомендации друзей.

В конце 20 века рекламное пространство как в Европе, так и в США было заметно разделено гендерными стереотипами. Женщина занимается домом и проводит время в окружении детей. Мужчины – работающие, интересующиеся политикой и мировыми новостями, сидящие за рулем и занимающиеся другими сугубо «мужскими делами». Однако, мир изменился и женщины хотят строить карьеру, а не тратить полжизни на готовку и уборку [1].

По мере изменения социальных ролей и развития свободы люди постепенно отказываются от гендерных стереотипов. В 2021 году бренды используют маркетинг, чтобы побудить своих клиентов пробовать новое и жить без ограничений, вне зависимости от пола и возраста.

Границы между сугубо мужской и женской продукцией стираются, например, в 2017 году лицом нью-йоркского косметического бренда Maybelline стал мужчина: бьюти-блогер Мэнни Гутьеррес запустил тушь для ресниц The Colossal Big Shot. Подход Maybelline New York является революционным, и многие косметические бренды теперь имеют мужские лица: CoverGirl, Jeffree Star Cosmetics. Классическая кукла Барби, которая была эталоном красоты в течение последних 60 лет, также претерпела кардинальные изменения. В этих коллекциях можно найти кукол разного оттенка кожи и телосложения, которые не только носят красивые костюмы, но и выступают в роли пожарных, врачей, космонавтов. Барби запустила бизнес по производству игрушечной мебели для детей, желающих развить инженерные навыки, и в партнерстве с Moschino запустила рекламу, в которой мальчики и девочки играют с куклами.

Гендерная реклама фокусируется на том, что мужчина является лидером, он хочет побеждать, быть лучшим, быть номером один. Поэтому реклама не создает хорошей атмосферы, а вызывает только негативные эмоции и неуверенность в себе. В связи с этим не только бренды, но и страны отказываются от стереотипов. В Великобритании, например, реклама, ограничивающая природный потенциал или носящая оскорбительный характер, запрещена законодательством. Запрет включает видео, где мужчинам нельзя кормить детей или менять подгузники, а женщинам нельзя парковаться [3].

Крупные компании, бренды и интернет-магазины изо всех сил стараются избавиться от стереотипов и сделать выбор в пользу гендерно-нейтрального маркетинга. Подобные мероприятия призваны сломать шаблоны, они учат клиентов любить себя и быть более свободными. В нейтральной рекламе используются следующие приемы:

- солидарность людей;
- все люди равны, независимо от пола, цвета кожи, страны проживания и возраста;
- показаны женщины, играющие мужские роли, и мужчины, играющие женские роли; бренды стремятся продемонстрировать, что способность решать те или иные задачи не зависит от пола;
- совместные рекламные кампании с участием мужчин и женщин;
- мотивационные изображения, которые помогают настроиться на развитие, изменения и успех.

При работе с нейтральной рекламой следует избегать экстремальных ситуаций. Чтобы освободиться от стереотипов, маркетологи кардинально меняют социальные роли: домохозяйки – успешные карьеристки, мужчины – нежные и чуткие домоседы. В то же время не стоит искать гендерные сюжеты, чтобы показать преимущества традиционных товаров, таких как мужчина, чинящий машину в гараже, и женщина, пекущая пироги в кухне. В рекламе лучше всего использовать несколько жанров и несколько сюжетов, чтобы потребитель чувствовал, что история о нем. Желательно не сравнивать и не противопоставлять мужчин и женщин, подчеркивая любые недостатки и рекламу, вызывающую подозрение или стыд.

Таким образом, переход на нейтральную рекламу – лучшее решение для современных компаний, которые хотят общаться со своей целевой аудиторией на одном языке. Гендерные стереотипы не только отпугивают потребителей, но и могут привести к штрафам для рекламодателей. Если потребители находят в рекламе неприемлемую информацию, они имеют право обратиться в контролирующие органы.

Список литературы

1. Insales. «Гендерная реклама: стереотипы в 2022 году». [Электронный ресурс]. URL: <https://www.insales.com/ua/blogs/blog/gendernaya-reklama> (дата обращения: 07.04.2022).
2. Louann Brizendine. «The female brain». Library of Congress Cataloging-in-Publication Data Brizendine, 2006. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.pdfdrive.com/the-female-brain-e166330760.html> (дата обращения: 09.04.2022).
3. Доклад ASA – организация, отвечающая за рекламные стандарты в Великобритании. [Электронный ресурс]. URL: <https://brandequity.economicstimes.indiatimes.com> (дата обращения: 10.04.2022).

К. Д. Лунова

Гжельский государственный университет, Московская обл., пос. Электроизолятор

Научный руководитель: В. Д. Кузьменкова

АНАЛИЗ ПРИЧИН НЕПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

В период финансово-хозяйственной деятельности у предприятия постоянно появляются обязательства, по которым оно должно в определенный период времени совершить платеж (например, заплатить за материалы поставщику, вернуть взятые денежные средства в кредит, уплатить налоги и т.д.), оказать услуги или поставить товар по договору с другой организацией. Если предприятие несет прибыль (в том числе и от внереализационной деятельности), то выручка позволит своевременно выполнять обязательства.

Рациональное использование своих ресурсов предприятие позволяет своевременно производить расчеты с поставщиками и кредиторами, то есть оставаться платежеспособной организацией.

Платежеспособность представляет собой способность субъекта экономической деятельности своевременно и в полном объеме выполнять свои обязанности.

Однако на предприятии возникают обстоятельства, которые препятствуют своевременному и в достаточном объеме получению дохода, покрывающие расходы организации. В результате предприятие «уходит в минус», т.е. получает убытки, которые приводят к утрате капитала и, как следствие, к проблеме платежеспособности.

В соответствии с Федеральным законом от 26.10.2002 № 127-ФЗ «О несостоятельности (банкротстве)» неплатежеспособность представляет собой прекращение исполнения должником части денежных обязательств или обязанностей по уплате обязательных платежей, вызванное недостаточностью денежных средств. При этом недостаточность денежных средств предполагается, если не доказано иное [1].

Неплатежеспособность является неким сигналом, который свидетельствует о недостаточно эффективном ведении финансово-хозяйственной деятельности предприятием. Далее разберем виды неплатежеспособности.

1. Временная неплатежеспособность представляет собой неспособность должника выполнить свои обязательства в срок, тогда как деятельность предприятия и его активы позволяют сделать это позже.

2. Устойчивая неплатежеспособность, которая длится продолжительное время, свидетельствует о проблемах, которые «закоренились» и не дают возможность урегулировать долги обычными способами.

3. Под относительной неплатежеспособностью понимается затруднение с платежами, когда стоимость имущества, находящее в собственности организации превышает сумму ее обязательств.

4. Абсолютная неплатежеспособность представляет собой превышение суммы обязательств над стоимостью его имущества.

Факторы, которые влияют на недостаточный рост или снижение выручки, и опережающий рост обязательств являются общими причинами неплатежеспособности.

Всем предприятиям, которые испытывают трудности в своевременности расчета своих обязательств характерен данный комплекс общих причин неплатежеспособности.

Неплатежеспособность также можно разделить на две основные группы: внутренние и внешние причины.

Внутренние факторы носят субъективный характер и зависят от руководства и сотрудников организации, в то время как внешние причины включают в себя макроэкономические факторы [2].

К внутренним факторам можно отнести:

- 1) связанные с управлением (например, на предприятии неэффективная система управления);
- 2) связанные с финансовой деятельностью (например, высокая доля заемного капитала);
- 3) связанные с основной деятельностью предприятия (отсутствие эффективного маркетинга);

4) связанные с инвестиционной деятельностью (например, перерасход инвестиционных ресурсов).

Внешними факторами организации являются:

- 1) рыночные (например, рост монополизма);
- 2) социально-экономические (например, спад ВВП);
- 3) политические (например, потеря рынков сбыта);
- 4) социально-демографические (например, спрос населения).

Организация, которая имеет неудовлетворительное финансовое состояние, должна своевременно принять необходимые меры для оздоровления [3].

Три этапа антикризисных мер:

- 1) устранение неплатежеспособности организации;
- 2) восстановление финансовой устойчивости;
- 3) равновесие предприятия на длительное время.

Для реализации плана по устранению причин неплатежеспособности организации необходимо обеспечение устойчивого финансового положения в среднесрочной перспективе.

Для этого предлагаются следующие меры:

- уменьшение текущей финансовой потребности и снижение затрат (путем сокращения непроизводственных расходов);
- конвертация долгов в уставном капитале (расширение уставного фонда);
- оптимальное количество сотрудников (совершенствование организации труда);
- авансирование со стороны заказчика.

Для дальнейшего благоприятного ведения финансовой деятельности организация должна придерживаться следующих задач:

- повышать конкурентные свойства своей продукции/услуги;
- увеличить оборот активов;
- увеличить денежную составляющую в расчетах.

Также предприятию необходимо включить в план по оздоровлению маркетинг и инвестирование.

Таким образом, можно сделать вывод, что неплатежеспособность предприятия, с одной стороны является негативным, так как уменьшается количество организаций, которые уплачивают налоги и сборы в бюджет рабочих мест, в следствии уменьшение количество рабочих средств, что делает эту проблему наиболее актуальной в сложившейся экономической ситуации в стране. С другой стороны, если организация обанкротится, то на ранке появятся другие экономические субъекты, которые принесут за собой нововведения, уменьшат риск развития монополии, а также способствуют развитию здоровой конкуренции.

Список литературы

1. Федеральный закон «О несостоятельности (банкротстве)» от 26.10.2002 № 127-ФЗ.
2. *Кобозева Н. В.* Банкротство: учет, анализ, аудит: Практическое пособие. М.: Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2018. 208 с.
3. *Коротков Э. М.* Антикризисное управление: учебник для вузов. М.: Издательство Юрайт, 2022. 406 с.
4. *Масленникова Л. В.* Банкротство субъектов хозяйственной деятельности и граждан. Учебник. Краснодар, 2018. 255 с.
5. *Ряховская А. Н.* Банкротство и финансовое оздоровление субъектов экономики: монография. М.: Издательство Юрайт, 2022. 153 с.

М. В. Максимова

Гжельский государственный университет, Московская обл., пос. Электроизолятор
Научный руководитель: В. Д. Кузьменкова

ФИНАНСОВАЯ УСТОЙЧИВОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ

Неиссякаемое влияние внешней и внутренней среды на деятельность организации, формирует новые и новые условия, под которые должна подстраиваться организация. Финансовое состояние любой организации является причиной конкурентоспособности и инвестиционной привлекательности, потому что создание, продвижение и поддержание в должном состоянии товаров или услуг, системы управления, работоспособности оборудования и трудовой силы предполагает наличие финансовых средств в организации.

Равновесие и постоянство два основных состояния, к которому стремится любой предприниматель. Однако, современные рыночные условия взаимодействия требуют совершать непрерывный анализ, мониторинг деятельности организации, выявлять узкие места, предлагать и реализовывать меры по их устранению для поддержания финансовой устойчивости организации.

«Финансовая устойчивость предприятия – это комплексная характеристика состояния его активов и пассивов, которое позволяет поддерживать платежеспособность и ликвидность не только в кратко-, но и в средне- и долгосрочном периодах, она предполагает определенный уровень финансовой автономии предприятия» [2, с. 60].

Финансовая отчетность организации является одним из важнейших источников для анализа и мониторинга финансового состояния организации. При этом информация, формирующаяся при создании финансовой отчетности должна быть точной и прозрачной, искажение полученных результатов приведет к серьезным проблемам в организации. Своевременное обнаружение недочетов в отчете позволит организации избежать больших убытков. Оценка финансового состояния организации можно провести, с помощью таких методов анализа, как: горизонтальный, вертикальный, трендовых, факторный, финансовых коэффициентов.

При этом не стоит забывать про основные показатели финансовой устойчивости, которые в полном объеме с нормативными значениями описаны в работе [1].

Еще одним актуальным вопросом при оценки финансового состояния является использования собственного или заемного капитала. Выделяют некую закономерность: чем больше собственного капитала по сравнению с заемным капиталом задействует в своей деятельности организация, тем выше у нее финансовая устойчивость.

Использование чисто или в большей части заемного капитала введет к высокой зависимости от внешних организаций, которые предоставляют данный заемный капитал, на которых также может влиять внешняя и внутренняя среда. Основной угрозой, с которой могут столкнуться организации, использующие заемный капитал у иностранных организации – это факт банкротства или трансформация деятельности под иностранным контролем, что подрывает финансовую устойчивость организаций.

Для удержания финансовой стабильности организации необходимо внедрять ряд мер по сокращению дебиторской задолженности, по оптимизации издержек, возможности усиления рыночной экспансии и многих других.

Например, Российская Федерация, в связи со сложившейся ситуацией, для поддержания благосостояния российских организаций выдвигает предложение по изменению правил выплат займов, с помощью выпуска привилегированных акций, что позволит снизить воздействие от санкционных мер и позволит удержать финансовую устойчивость на положительном уровне.

Список литературы

1. *Белицкая О. В.* Традиционный подход к оценке финансовой устойчивости организаций: проблемы применения // ЕГИ. 2020. № 2 (28). С. 53–59.
2. *Минаков А. В., Иванова Л. Н.* Направления повышения финансовой устойчивости предприятия на основе оценки его финансового состояния // Аудиторские ведомости. 2022. № 1. С. 52–61.

П. В. Мармышева

Гжельский государственный университет, Московская обл., пос. Электроизолятор
 Научный руководитель: Т. В. Агафонова

ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ АУДИТА БУХГАЛТЕРСКОГО БАЛАНСА

Периодически руководству некоторых организаций необходимо проводить проверку документации и отчетности, которая отражает деятельность этого предприятия, на законность, достоверность и соответствие внутренним требованиям. В таких случаях проводится независимая проверка, именуемая аудитом. Отдельные организации обязаны проходить такую проверку каждый год. Результатом аудита является аудиторское заключение.

С 1 января 2022 года индивидуальный аудитор не вправе проводить обязательную проверку бухгалтерской отчетности организаций, в том числе отчетности за отчетные периоды до 2021 года. При этом аудиторские заключения оформляются в порядке, установленном индивидуальными аудиторами на основании результатов обязательного аудита бухгалтерской отчетности организаций до 1 января 2022 года продолжают признаваться официальными документами в соответствии с ФЗ от 30.12.2008 № 307 (закон «Об аудиторской деятельности»).

Случаи обязательной проверки бухгалтерской (финансовой) отчетности, предусмотренные многочисленными нормативными правовыми актами, не являются постоянной величиной и в нашей стране имеют тенденцию к увеличению. Так, по статистике их общее количество в 2013–2016 годах составило: 57 случаев в 2013 г.; 56 случаев в 2014 г.; 60 случаев в 2015 г.; 69 случаев в 2016 г.

Микрофинансовые компании и в некоторых случаях политические партии были добавлены в список проверяемых органов на 2016 г. Об этом напоминает информационное сообщение Министерства финансов России от 11 января 2017 г. № ИС-Аудит-13.

Различают внешний и внутренний аудит бухгалтерского отдела учета. Последнее осуществляется руководством компании или ее специализированным подразделением. Он может охватывать все области бухгалтерского учета или только некоторые его аспекты, такие как управление денежными средствами или расчет заработной платы. Эти средства контроля бухгалтерского учета чаще всего назначаются начальником при смене главного бухгалтера. Если вам необходимо проверить большой объем документации в сжатые сроки, лучше доверить это команде бухгалтеров на аутсорсе. В этом случае, вы получите полный анализ и финансовые гарантии. Внешний бухгалтерский аудит делится также на обязательный и инициативный.

Целью бухгалтерского аудита является получение компетентного мнения независимого эксперта о достоверности финансовой отчетности предприятия и определение его соответствия законодательству РФ.

Задачами аудита бухгалтерской отчетности служат:

- выявление недочетов и ошибок при составлении бухгалтерского баланса;
- оценка уровня профессионализма работников;
- проверка организации и функционирования систем внутреннего контроля организации;
- проверка соответствия показателей бухгалтерской отчетности с реальными данными учета.

Методы, используемые профессионалами при аудите финансовой отчетности, аналогичны методам аудита в целом. Они включают:

- фактический контроль (наблюдение, инвентаризация, экспертиза);
- документальный (разработка важных по форме и содержанию документов компании);
- расчетный анализ (статистические расчеты, экономический анализ).

Аудит традиционно проходит в несколько этапов.

На подготовительном этапе прежде, чем приступить к проверке баланса, аудитор знакомится с деятельностью организации, изучает учетную политику, оценивает работу системы внутреннего контроля, направляет письменные запросы для подтверждения различной информации руководству предприятия и иным лицам (например, контрагентам). Это делается для того, чтобы иметь полную картину о финансово-хозяйственной деятельности, ее системе учета, глубже понимать специфику деятельности, имущественное и финансовое состояние.

В последующем начинается сбор доказательств и анализ полученных данных для проверки. Перечень всех необходимых документов уточняется. При необходимости сотрудники организации учувствуют в опрашивании, иногда в письменной форме. Данные группируются и систематизируются. Аудитор делает вывод о правильности бухгалтерской отчетности.

Заключение аудитора о достоверности бухгалтерской отчетности доводится до сведения руководителя проверяемой организации. Формируется и выдается аудиторское заключение, что является непосредственной целью проверки. Кроме того, некоторые организации составляют аудиторский отчет, в котором подробно описывается ход проверки, все выявленные недостатки и другая информация, которая может быть полезна руководству проверяемой компании для повышения качества работы бухгалтерии.

В ходе проверки аудиторы запрашивают обширный перечень документов, в который входят:

- бухгалтерская отчетность (включает в себя два важных документа: бухгалтерский баланс и отчет о финансовых результатах организации, а также сопровождаются рядом других документов – последние приведены ниже);
- налоговые декларации;
- первичные документы;
- уставные документы;
- разрешения, лицензии и многое другое.

Проверяется правильность заполнения документов, соответствие утвержденным формам, соблюдение сроков подачи (декларирования), заверение документов подписями главного бухгалтера и руководителя и т.д. Если аудит проводится по специальному заданию, в такой ситуации будет проверяться только документация, относящаяся к конкретной задаче.

Исходя из ФЗ «Об аудиторской деятельности», при проведении аудита бухгалтерской отчетности за 2021 г. необходимо руководствоваться МСА, введенными в действие на территории Российской Федерации приказом Министерства финансов России от 9 января 2019 г. № 2 н, 30 декабря 2020 г. № 335 н, 27 октября 2021 г. № 163 н и 9 ноября 2021 г. № 172н. В частности, МСА 315 (пересмотренный, 2019 г.) «Выявление и оценка рисков существенного искажения», МСА 700 (пересмотренный) «Формирование мнения и составление заключения о финансовой отчетности», МСА 701 «Информирование о ключевых вопросах аудита в аудиторском заключении» и согласующимися поправками к другим МСА, введенными в действие на территории Российской Федерации приказами Минфина РФ от 27 октября 2021 г. № 163н и от 9 ноября 2021 г. № 172 н.

Помимо МСА необходимо применять следующие документы, принятые Международной федерацией бухгалтеров и рекомендованные к применению на территории Российской Федерации Советом по аудиту:

- 1) концепция качества аудита: ключевые элементы, формирующие среду для обеспечения качества аудита;
- 2) международная концепция заданий, обеспечивающих уверенность;
- 3) словарь терминов;
- 4) структура сборника стандартов, выпущенных Советом по международным стандартам аудита и заданий, обеспечивающих уверенность;
- 5) предисловие к сборнику международных стандартов контроля качества, аудита и обзоров, других заданий, обеспечивающих уверенность, и заданий, связанных с сопутствующими услугами.

Все МСА и другие перечисленные документы опубликованы на сайте Минфина РФ в разделе «Аудит – Стандарты и принципы аудита – Международные стандарты аудита».

При проведении аудита бухгалтерской отчетности аудиторская организация и индивидуальный аудитор самостоятельно определяют формы и методы проведения аудита на основе стандартов аудита.

В конце проверки фирма получает отчет и аудиторское заключение. Форма, в которой будет предоставляться информация, а также ее получатели, должны быть прописаны заранее в договоре с аудиторской фирмой. Отчет, он же письменная информация, – документ конфиденциальный. Как правило, он содержит следующую информацию:

- методы, которыми аудитор пользуется при проверке;

- рекомендации по изменениям в учетной политике, которые могут повлиять на финансовую отчетность организации;
- предложения по корректировке отчетности предприятия;
- другие моменты, на которые руководителю организации нужно обратить внимание (сюда можно отнести ошибки в ведении внутреннего контроля, ситуации необоснованных действий руководства).

В отчете прописываются выявленные нарушения и возможные варианты их исправлений. Как правило, это оформляется в виде сводной таблицы. К отчету в обязательном порядке должны быть приложены копии бухгалтерской отчетности за текущий год и соответствующее заключение аудитора.

Аудиторское заключение – это официальный документ, содержащий заключение аудитора о достоверности отчетности аудируемой организации, то, что должно быть представлено в статистические управления вместе с финансовой отчетностью.

Структура и сведения, которые должны быть включены в аудиторское заключение, подробно описаны в ст. 6 Федерального закона № 307.

Кратко о том, что должен содержать документ:

- заголовок «Аудиторское заключение»;
- сведения о том, кому адресован документ (акционерам АО, участникам ООО и др.);
- сведения об аудируемом субъекте;
- сведения об аудиторе, проводившем проверку;
- перечень проверенных аудитором (бухгалтерских) документов с указанием даты их составления;
- заключение аудитора о достоверности сведений, содержащихся в проверенных документах;
- результаты теста;
- дата заключения.

Заключение предоставляется исключительно лицу, с которым был заключен договор.

Аудит бухгалтерского баланса – серьезная и важная процедура. Он позволяет подтвердить достоверность информации об имущественном и финансовом положении организации на отчетную дату, выявить возможные искажения и махинации, а также снизить риски. На основании отчета, прошедшего такую процедуру, можно проанализировать финансовое положение и принять необходимые управленческие решения.

Список литературы

1. Аудит бухгалтерской отчетности: цели и порядок проведения [Электронный ресурс]. URL: <https://aif.ru/boostbook/audit-bukhgalterskoi-otchetnosti.html> (2021 г.).
2. Бухгалтерский аудит. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.business.ru/article/1582-buhgalterskiy-audit> (2019 г.).
3. Порядок проведения аудита бухгалтерского баланса. [Электронный ресурс]. URL: https://nalog-nalog.ru/audit/poryadok_provedeniya_audita_buhgalterskogo_balansa-nn/ (2021 г.).
4. Проведение аудита бухгалтерской отчетности [Электронный ресурс]. URL: <https://assistentus.ru/vedenie-biznesa/audit-buhgalterskoj-otchetnosti/>
5. Рекомендации Минфина по проведению аудита бухгалтерской отчетности организаций за 2021 год. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.audit-it.ru/articles/audit/a105/1053355.html> (2022 г.).

П. А. Мензяк

Полоцкий государственный университет, Республика Беларусь, г. Новополоцк

Научный руководитель: М. Ж. Банзекуливахо

ПРИМЕНЕНИЕ МЕЗОНИННЫХ СТЕЛЛАЖЕЙ КАК МЕРА ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПРОСТРАНСТВА СКЛАДА

На сегодняшний момент, мировую экономику на постоянной основе сотрясают кризисные явления. Примером тому является коронавирусная пандемия COVID-19, которая сейчас практически угрожает весь мир. Это, естественно, не может не отражаться на национальных экономиках отдельных стран и, в конечном итоге, на субъектах микроэкономической деятельности – предприятиях, организациях, домохозяйстве.

Руководство каждого субъекта хозяйствования, стремясь смягчить последствия кризисной ситуации, принимает меры, направленные на снижение затрат на обеспечение производства и реализацию готовой продукции как на внутреннем, так и на внешнем рынке, воздействуя, главным образом, на логистические издержки в процессе управления соответствующими цепями поставок.

Неотъемлемым элементом системы управления любым субъектом хозяйствования, в независимости от того, имеет ли он производственную или транспортную направленность деятельности, является складское хозяйство, так как товарно-материальные ценности для хранения присутствуют практически везде, будь то приобретаемые ресурсы, произведенная продукция или офисные канцелярские принадлежности. Эта организационная логистическая подсистема оттягивает на себя большую часть логистических издержек, поэтому разумным выходом будет поиск мер по их оптимизации.

Именно предметом исследования, отраженным в настоящей статье, является управление складами в логистической системе предприятия, в расчете на достижение эффективного стеллажного вида хранения товарно-материальных ценностей. Для повышения эффективности управления складским хозяйством предприятия, необходимо использовать пространство складов с максимальной отдачей. Именно с этой целью мы предлагаем применить мезонинные стеллажи в качестве технологического оборудования для хранения товарно-материальных ценностей на складах.

Мезонинные стеллажи, которые еще называют многоуровневые стеллажи, – это представляют собой сложноорганизованные системы стеллажей, которые представляют собой металлические конструкции, имеющие несколько этажей для размещения и складирования товаров на складе [2, с. 39].

Для достижения удобства эксплуатации и обеспечения безопасности жизнедеятельности работников, мезонинные стеллажи оснащены перилами, пешеходными настилами и ограждением в виде сетки. Данное ограждение предназначено именно для предотвращения падения работников и товаров с высоты. В зависимости от высоты пространства склада, мезонинные стеллажи могут устанавливаться в пределах четырех этажей.

При применении данного вида стеллажного хранения товарно-материальных ценностей, эффективность использования складской площади повышается за счет максимального использования пространства склада по высоте, так как количество уровней складирования увеличиваются, а, значит, и достигается экономия на использование полезной площади склада.

Стоит также отметить тот факт, что к товарно-материальным ценностям, которые хранятся на верхних этажах мезонинных стеллажей, применяется только ручной доступ, без привлечения складской техники. Следовательно, для заполнения стеллажей мезонинного типа, целесообразным будет сочетание штучных товаров, мини-контейнеров, коробок из картона или пластмассы в виде хранимых товарно-материальных ценностей.

В общем и целом, мезонинные стеллажи применяются для хранения и ручной обработки некрупных товарно-материальных ценностей в широком ассортименте и номенклатуре, в особенности, когда требуется совмещение складировочной и погрузочной зон.

Кроме приносимого снижения складских издержек за счет повышения эффективности использования складской площади, мезонинные стеллажи рационализируют бизнес-процесс хранения товарно-материальных ценностей на складе. При эксплуатации стеллажей мезонинного типа, становится возможным максимально систематизировать те товарные единицы, которые не уложены в паллеты или короба, или те, которые вовсе не имеют упаковки.

Наряду с вышеперечисленными основными преимуществами, дополнительными преимуществами мезонинных стеллажей станут:

- отсутствие необходимости в достройке еще одного складского помещения (за счет выгодного максимального использования пространства существующего);

- ведение работы одновременно на всех этажах мезонинного стеллажа, в том числе с использованием погрузчиков на первом этаже;

- возможность разборки и переноса самих мезонинных стеллажей на другие участки склада, благодаря системе их легкого демонтажа и монтажа [3, с. 56].

Кроме того, мезонинные стеллажи можно использовать не только в складской зоне хранения товарно-материальных ценностей, они также на колоннах подойдут для оборудования производственных помещений. При этом второй этаж надстраивается над рабочей зоной, обеспечивая пространство дополнительной функциональной территорией [1].

Таким образом, стеллажи мезонинного типа будут оправданным решением для внедрения в систему управления складским хозяйством предприятия для складских помещений с высокими потолками, в логистические центры, оптовые базы, в помещения для архивов, а также на склады интернет-магазинов. Установка стеллажей мезонинного типа в качестве полной или частичной замены наличествующих в складском помещении стеллажей является логичной и разумной мерой для достижения максимальной эффективности использования пространства склада.

Список литературы

1. Мезонинные стеллажи. Макстил [Электронный ресурс]. URL: <https://maksteel.ru/articles/1262/> (дата обращения: 16.05.2022).

2. Тихонов Н. Н., Шерышев М. А. Оборудование и инструменты заводов пластмасс в подготовительных процессах: учебное пособие для СПО. М.: Издательство «Юрайт», 2019. 302 с.

3. Чернухина Г. Н., Курганова Н. Ю. Техническое оснащение торговых организаций и охрана труда: учебник для СПО. М.: Университет «Синергия», 2020. 316 с.

С. Ю. Мохначев, Л. А. Х. Сальгадо

Гжельский государственный университет, Московская обл., пос. Электроизолятор

Научный руководитель: В. Д. Кузьменкова

КРИПТОВАЛЮТЫ: ОПЫТ РЕГУЛИРОВАНИЯ В РОССИИ И НА КУБЕ

Санкции в отношении России, введенные США и странами НАТО как реакция на начало Специальной военной операции на Украине, начали отражаться на кубинской экономике и, прежде всего, на сфере туризма как основной опоры кубинской экономики. Важно отметить, что туризм является одним из двух видов экономической деятельности, который вносит наибольший вклад в валовой внутренний продукт (ВВП) Кубы, и является вторым по доходности источником иностранной валюты после профессиональных медицинских услуг за рубежом.

Закрытие европейского воздушного пространства для российских самолетов привело к отмене регулярных рейсов между Кубой и крупными российскими аэропортами (Домодедово, Внуково и Шереметьево) и прекращению поездок туристов из России, которая в прошлом году стала самой крупной по числу туристов на острове, и поставок жизненно важных ресурсов для кубинской промышленности, в то время, когда страна переживает острый экономический кризис и финансовое напряжение, что создало экстремальные условия для Кубы.

Число российских туристов на Кубу за год увеличилось на 200 %: с 74 019 путешественников в 2020 г. до 146151 в 2021 г., и стал основной страной, из которой едут туристы на остров, опередив туристов из Канады (68944) и кубинцев, проживающих за границей (52804). Ассоциация туроператоров России сообщила, что закрытие воздушного пространства Евросоюза и Канады для российских самолетов вынудило операторов приостановить продажу туров в Латинскую Америку и Карибский бассейн [5].

«Потеря этого рынка – сильный удар по Кубе», – отметила Наталья Стрелкова. «Это будет удар по экономике туризма среднего уровня. Если мы проанализируем новый маршрут, по которому самолет из России должен лететь на Кубу, билеты будут очень дорогими, не исключено, что россияне не будут готовы платить за эти авиабилеты» [1].

В этой ситуации, кубинские туристские организации дали понять официальным СМИ, что остров по-прежнему ставит перед собой задачу достичь туристического оборота в 2,5 миллиона человек в год, которая была поставлена задолго до ситуации на Украине, в то время как социалистическая нация продолжает осуществлять план развития промышленности, составленный в 2013 году, который включает в себя строительство новых отелей. В начале 2022 года, в столице открыли 600 гостиниц. Куба также ожидает увеличения притока туристов из Канады и Европы в качестве альтернативы потере российских туристов [2].

Этот показатель туризма требовал роста в 37,40 %, в то время как за последние 27 лет рост посещаемости туристами Кубы в обычное время составлял 3–4 %.

После того, как в 2021 году российские туристы временно стали спасителями кубинской экономики, Министерство туризма предсказало, что 20 % от общего числа туристов, прибывающих на Кубу в 2022 году, будут россиянами [5]. Из первой трети 2022 года можно сделать вывод, что эта цифра не будет выполнена, и, вероятно, не превысит 5 %.

Мало кто из россиян готов лететь на Кубу, с пересадкой в Турции через авиакомпанию Turkish Airlines (единственный способ прибыть в страну для россиян, не имеющих визы Шенген) по ценам, превышающим в 4 раза авиабилеты [4], которые можно было купить до начала спецоперации на Украине у таких компаний как Аэрофлот, Azur Air или Nordwing.

С учетом того, что туризм в минусе, основной сезон заканчивается и нет перспектив на улучшение, количество отмененных поездок российских туристов увеличилось примерно на 30 000, что приведет к потере миллионов долларов для кубинской экономики, переживающей в настоящее время худший кризис в своей истории.

Падение туристского сектора, жизненно важного источника иностранной валюты на Кубе, оставило страну с нехваткой продовольствия и лекарств, нехваткой сырья в сельском хозяйстве и промышленности. Валюта претерпела девальвацию на 95 % своей стоимости, и, похоже, этот

процесс не прекращается. Инфляция на Кубе достигает 1221,8 %, в результате чего Куба становится самой бедной страной в мире по Годовому индексу нищеты (НАМИ) [3].

Таблица 1 – Годовому индексу нищеты НАМИ

№ п/п	Страна	Рейтинг Годового индекса нищеты
1	Куба	1227.60
2	Венесуэла	774.3
3	Судан	397.2
4	Ливан	248.7
5	Зимбабве	134.6
34	Украина	29.5
83	Россия	14.2

Индекс нищеты представляет собой суммирование уровня безработицы, инфляции и банковских кредитов, за вычетом годового процентного изменения реального ВВП на душу населения.

Нынешняя ситуация со спецоперацией на Украине привела к тому, что пострадали и единственные оставшиеся отрасли кубинской экономики: экспорт табака и сахара. Куба полностью поддержала действия президента Владимира Путина в России, что побудило американское правительство усилить экономические санкции, которые уже действуют против Кубы с 1962 года, и заставить многие европейские страны отказаться от импорта и экспорта товаров на Кубу и с нее.

В 2021 году было произведено в сумме 800 000 тонн сахара, что является самым низким показателем с 1908 года, из-за отсутствия удобрений и других ресурсов, неэффективности производственной системы и пандемии COVID-19. Официальный прогноз на 2021-2022 годы предполагал производство 900 000 тонн, из которых 500 000 пойдут на внутреннее потребление и 400 000 - на выполнение контрактов с Китаем, но эти цифры так же маловероятны, и максимум в этом году может быть произведено 550 000 тонн, что на 32,25 % меньше предлагаемого плана, если ситуация в Украине продолжится, возможно, даже меньше [5].

Производство табака, экспорт которого принес стране 500 миллионов долларов в 2021 году, ненамного лучше. В этом году посевные площади будут вновь сокращены из-за нехватки ресурсов и ужесточения американской блокады. Согласно данным Национального статистического управления, сбор в 2018 году составил около 29 000 тонн; в 2019 году - 28 000 тонн, а в 2020 году - 25 000 тонн, в то время как в 2021 году он упал до 21500 тонн, прогнозы снова отрицательные относительно производства табака к 2022 году [5].

Потери кубинской экономики, которые сопровождаются падением туризма и ограничения на отправку денежных переводов из-за санкций США, оценивается в 3 млрд. долларов США в год, деньги, которые отправляли эмигранты своим семьям, создало сложную финансовую ситуацию на острове, недостатка ликвидности, что привело в многочисленным дефолтом иностранных поставщиков и резкое сокращение импорта. Санкции в отношении России стали нокаутирующим ударом по кубинской экономике, пострадавшей много лет назад и усугубленной пандемией COVID-19.

На всех трудных этапах для кубинской экономики Россия своей политикой солидарности помогала Кубе преодолеть эти экономические препятствия. 21 апреля 2022 года посольство России передало Кубе в дар 19 526 тонн пшеницы на сумму, оцениваемую в 6,3 млн. долл. Следует отметить, что ранее в Гавану уже поступили пять самолетов из Москвы с 83 тоннами лекарств и медикаментов для поддержки кубинского общественного здравоохранения, а также 170 тоннами медицинского оборудования. Россия оправдывает свой лозунг «Своих не бросаем» и, по словам посла России на Кубе Андрея Гуськова, «какая бы сложная ни была ситуация, мы всегда найдем способ помочь Кубе, как мы это делали за всю нашу историю» [6].

Список литература

1. De La Pared Arterial Olga. Turismo de cuba se prepara a una profunda crisis a causa de la partida de los turistas rusos. 2022. URL: shorturl.at/cjGKT

2. Ministerio de Turismo de Cuba. Díaz-Canel insiste en la importancia del turismo para la economía cubana. 2022. URL: <https://www.mintur.gob.cu/diaz-canel-insiste-en-la-importancia-del-turismo-para-la-economia-cubana/>
3. Osorio Idárraga Sebastián. Cuba encabeza el Índice de Miseria de Hanke: los otros latinos en el ranking. 2022. URL: shorturl.at/rHIY3
4. Turkish Airlines. Precio de billetes de avión para el mes de abril. 2022. URL: shorturl.at/dfgmK
5. Vicent Mauricio. Cuba empieza a sentir en el turismo las sanciones internacionales a Rusia. 2022. URL: shorturl.at/adnGJ
6. *Агеевко И.* Rusia entrega a Cuba una donación de 19.526 toneladas de trigo. 2022. URL: <https://mundo.sputniknews.com/20220421/rusia-entrega-a-cuba-una-donacion-de-19526-toneladas-de-trigo-1124667011.html>

О. С. Осинина

Гжельский государственный университет, Московская обл., пос. Электроизолятор

Научный руководитель: В. Д. Кузьменкова

КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ФИРМ: ФАКТОРЫ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ

Для успешного существования компании в современных условиях необходимо выявление ее конкурентных преимуществ перед другими. Выявление конкурентных преимуществ, их преумножение приведет компанию к более высокому уровню прибыли.

Конкуренция – это соперничество, экономическая борьба, состязательность между продавцами-производителями за право получения максимальной прибыли и между покупателями при покупке товаров за большую выгоду [3]. Конкурентное преимущество – это то, что делает продукты или услуги организации более привлекательными для клиентов, чем у любого другого конкурента. Найти устойчивое конкурентное преимущество – непростая задача для большинства профессиональных сервисных фирм [5].

Конкурентная борьба способствует эффективному использованию ограниченных ресурсов. Ресурсы распределяются по отраслям и видам производства таким образом, чтобы продукция, полученная от этих ресурсов, приносила им прибыль.

В настоящее время рынок переполнен разными и одинаковыми услугами, продуктами и товарами, даже в маленьких городах каждого города могут быть множество предложений об одной и той же услуге. Конкуренция между компаниями стоит напряженная и все сложнее становится отличаться друг от друга, а для того чтобы сформировать конкурентные преимущества нужно затратить много сил. Но это скорее плюс для рынка, это делает его более привлекательным для клиентов и заставляет совершенствоваться, создавая новые товары и услуги [1].

В условиях большой конкуренции преимущества получает не тот, кто добился победы над конкурентами, а тот кто завоевал потребителей. Ни одна компания не сможет устоять на рынке без спроса на его продукцию, услуги или товары, а также и без конкурентных преимуществ. Так как именно заслуга конкурентных преимуществ предприятия выступает как репутация компании на рынке и проявляется в защищенности от конкурентных сил.

Правильно управлять конкурентными преимуществами очень сложно, можно сказать это целое искусство. Чтобы ввести конкурентное преимущество необходимо иметь уверенность в том, что оно подходит в данных условиях, для этого проводится исследования рынка и потребителей, формируется определение и способ реализации конкурентных преимуществ.

К основным инструментам повышения конкурентоспособности фирмы относят такие области деятельности фирмы как: маркетинг; менеджмент; информационно-коммуникативные технологии и др. [6].

Рост конкурентоспособности фирмы за счет различных инструментов приводит: потребители демонстрируют лояльность к организации, готовы повторно приобретать ее услуги и товары; со стороны всех заинтересованных сторон (общества, партнеров, собственников) отсутствуют претензии к работе компании; сотрудники оценивают работу на данном предприятии как престижную [2].

Одним из ключевых факторов, обеспечивающих конкурентоспособность фирмы, является достаточное и рационально организованное инвестиционное обеспечение. Оптимальная система финансирования обеспечивает фирме «бесперебойность поступления ресурсов и должный уровень эффективности и финансовой устойчивости». Однако при этом «важны не только абсолютные объемы вложений, но и, в не меньшей мере, эффективность инвестиционных вливаний». Задача привлечения ресурсов подразумевает не только увеличение объема средств, но и совершенствование механизма привлечения, что надо решать на всех этапах финансирования [4].

В целом, оценивая конкурентоспособность фирмы, не стоит просто смотреть на какой-то один показатель, нужно обязательно учитывать характеристики предприятия и отрасли, к которой оно принадлежит. Производственные предприятия могут в основном учитывать долю своей продукции

на рынке. Количество сотрудников важно для трудоемких компаний. Научно-исследовательские и технологические компании должны учитывать инвестиции в технологии, и результаты, и качество исследований.

Ключевыми факторами конкурентоспособности производимых российскими компаниями товаров, работ и услуг остаются низкая цена – 37 %, высокое качество – 19 % и доверительные отношения с клиентами – 21 %. Фактор низкой цены является важным для представителей текстильного и швейного производства, металлургии, а также компаний, ведущих административную деятельность, предоставляющих сопутствующие дополнительные услуги и ведущих деятельность по операциям с недвижимым имуществом [5].

Современному отечественному предпринимателю приходится выстраивать бизнес в условиях ограничения свободы конкуренции, инфраструктурного несовершенства экономики, чрезмерного огосударствления, и государственного регулирования. Санкционные ограничения и политическая конфронтация существенно ограничивают возможности трансграничного предпринимательства и международной кооперации. Существенно выросли требования и избирательность потребителей, которые демонстрируют растущий прагматизм и ослабевающий патриотизм при выборе товара и его поставщик [2]. Ни одно предприятие не может существовать, если не будет спроса на его продукцию, равно как и при отсутствии конкурентных преимуществ не может быть и речи о рыночных возможностях. Заслугой конкурентных преимуществ компании является ее узнаваемость на рынке и защищенность от воздействий конкурентных сил. Если конкурентных преимуществ нет, то предприятие просто не может быть конкурентоспособным.

Таким образом, в современных рыночных условиях любая фирма направлена на удовлетворение потребностей своей целевой аудитории. Чем больше клиентов, тем больше продаж, что свидетельствует об успешности фирмы.

Список литературы

1. *Бирюков Д. В.* Формирование стратегии конкурентоспособности фирмы // Актуальные проблемы и перспективы развития экономики: российский и зарубежный опыт. 2021. № 5(37). С. 23–26.
2. *Бобырева М. С.* Сущность понятия конкурентное преимущество фирмы // Наука и современное общество: актуальные вопросы, достижения и инновации. 2021. С. 68–70.
3. *Валова Ю. И.* Значение выявления конкурентных преимуществ компании // Проблемы развития современного общества. 2021. С. 76–83.
4. *Мясникова В. В., Гайдук В. И.* Управление конкурентоспособностью фирмы // Научное обеспечение агропромышленного комплекса. 2021. С. 291–294.
5. *Онищенко Н. Н., Гун Х.* Система показателей оценки конкурентоспособности фирмы // Эпоха науки. 2021. № 26. С. 68–70.
6. *Селькова А. С., Стяжкина Ю. О.* Конкурентные преимущества фирмы в современных рыночных условиях // Актуальные научные исследования. 2022. С. 138–140.

Е. А. Поляков

Гжельский государственный университет, Московская обл., пос. Электроизолятор

Научный руководитель: Е. Г. Карелин

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА НОВАЯ МОСКВА

В границах России Москва является наиболее крупным городом, деловым, научно-инновационным и образовательным центром страны. Плотность населения в столице превышает данный показатель многих крупных европейских городов мира. Обладая данными характеристиками, очевидно, что рынок труда города привлекателен не только для местного населения, но и для большинства работников из других городов России и СНГ. Миграционные потоки в Москве – одни из самых интенсивных в мире. Соответственно, данное обстоятельство вызывает множество проблемных вопросов, решение которых лежит на плечах муниципальной и федеральной власти.

Одним из способов решения данных вопросов выступило строительство так называемой Новой Москвы. Так, десять лет назад, в июле 2012 года, границы Москвы были расширены, увеличив площадь территории города в 2,4 раза. Сохраняющая десятилетиями структуру радиально-кольцевой планировки, столица «присоединила» к себе территории в юго-западном направлении до границы с Калужской областью с периодическим перемежением территорий Москвы и Московской области. Резонансный и амбициозный проект вызвал множество споров в общественности и научном сообществе. Так, например, директор Центрального научно-исследовательского и проектного института (ЦНИИП) градостроительства Российской академии архитектуры и строительных наук (РААСН) Владимир Коротаев считает, что город имеет достаточный потенциал для расширения и строительства, в том числе в промышленных зонах и зонах с нерационально примененным проектированием, и вместо расширения Москвы, ее необходимо было развивать в имеющихся на 20121 год территориальных границах. Спустя пять лет от начала реализации проекта, в 2017 году, вопреки планам, 40 % всех мест приложения труда по-прежнему остается в центре Москвы [5].

Затрагивая вопрос планов проекта, рассмотрим ключевые причины, которые легли в основу проекта Новой Москвы. В первую очередь, такой причиной выступает вопрос распределения жилищной площади на территории Москвы и Московской области. В данной ситуации до момента реализации проекта имел место очевидный дисбаланс жилой застройки и проживающих в ней граждан. Отсутствие инфраструктуры, транспортных развязок, автомобильных сообщений с необходимой проходимостью транспорта в часы пик и подземного транспорта между столицей и территорией за МКАД, а также концентрация деловых офисов в Москве делали, с одной стороны, проживание «за кольцом» непривлекательным для большинства проживающих в городе.

Однако с другой стороны – огромные и относительно свободные площади в 126 тысяч гектаров, находящиеся в непосредственной близости от города, были достаточно привлекательными с точки зрения градостроительства. Ранее застройщикам было нерентабельно возводить МКК, поскольку цена за кв. м, ввиду всех озвученных факторов едва ли могла покрыть себестоимость застройки. Таким образом складывалась ситуация, в которой возводимое жилье с целью удешевления сдавалось в эксплуатацию в «бюджетном» формате и было интересно преимущественно мигрантам из Ближнего зарубежья, которые так или иначе могли получить в столице лишь временную прописку. Формально же те, кто покупал жилье в МО не мог получить московскую прописку, что изменилось с официальным расширением границ города и тем самым повысило привлекательность для граждан как внутри страны, так и мигрантов. Рассмотрим географию покупателей жилья в Новой Москве за период 2014–2020 гг. на рисунке 1.

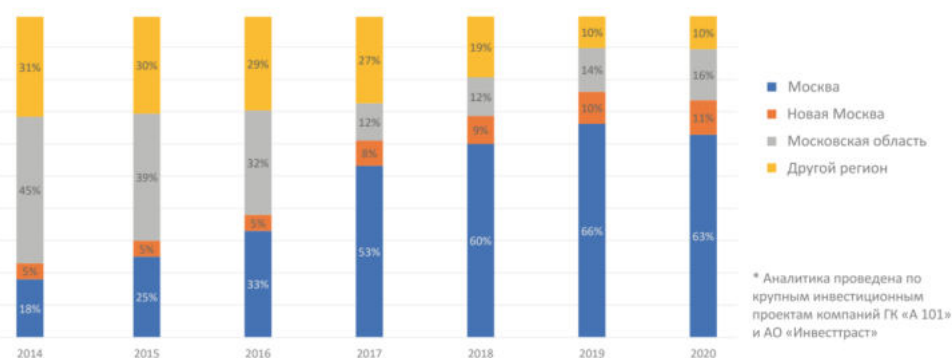


Рисунок 1 – География покупателей жилья в Новой Москве за период 2014–2020 гг.

По данным сайта Правительства Москвы, с 2014 года число москвичей, приобретающих жилье в Новой Москве, увеличилось в 3,5 раза. Как можно отметить на представленном рисунке, москвичи составляют преимущественное число покупателей квартир. Таким образом, можно сделать вывод, что наряду с социально-экономическими и экологическими проблемами, решению которых служит проект Новой Москвы, в число мотивов данного проекта лежит возможность расширения строительной деятельности для ключевых застройщиков региона, то есть вопросы, лежащие в плоскости бизнеса, хотя и социально-ориентированного.

Благодаря реконструкции и введению в эксплуатацию новых объектов здравоохранения по итогам 2021 года количество человек, прикрепленных на медицинское обслуживание, составляет порядка 400 тыс. чел. За счет благоустройства и строительства спортивных площадок и парков процент жителей, систематически занимающихся физкультурой и спортом, увеличился на 323 % (с 36,8 тыс. до 155,7 тыс.) по отношению к периоду до реализации проекта. На сегодняшний день организована и реконструирована 21 парковая зона, а общая площадь организованных парковых зон при этом составляет 121 га. Количество автобусных маршрутов в свою очередь увеличилось на 77 % (с 95 до 168), а суточный пассажиропоток на наземном транспорте – на 152 % (с 132,7 тыс. до 336 тыс.). Открыто более 6 300 кружков и секций, благодаря чему охват учащихся программами дополнительного образования на 2022 год составляет 97 %. На текущий момент количество рабочих мест в Новой Москве выросло более чем в 3 раза, а плановый показатель на 2035 год составляет 1 млн рабочих мест. Отдельно стоит выделить показатели модернизации транспортной инфраструктуры и жилищного сектора.

Так, более 250 МКД включены в программу реновации, активно строится новое жилье. Так, по данным «Метриум», на первичном рынке Новой Москвы по итогам 2021 года был представлен 31 жилой комплекс. За год продажи стартовали в двух новых проектах. Таким образом, на конец года совокупный объем предложения составил порядка 11 225 квартир общей площадью 564,5 тыс. кв. м. С 2013 года количество москвичей, приобретающих жилье в Новой Москве увеличилось в 3,5 раза, а ТиНАО занимает первое место среди всех автономных округов Москвы по объему предложений на первичном рынке жилой недвижимости.

При осуществлении комплексной застройки большое внимание уделяется обеспеченности жилых микрорайонов объектами социальной, спортивной и рекреационной инфраструктуры. Стоит отметить, что площадь лесных массивов занимает порядка 50 % территории Новой Москвы, многие из которых располагаются в непосредственной близости от жилых комплексов. Обилие рек и озер в области позволили также организовать множество баз отдыха.

Отметим также, что стандарты вновь строящейся архитектуры в Новой Москве колоссальным образом отличаются от привычных МКД в самой Москве. Так, фасады МКД Новой Москвы окрашены в яркие краски, вопрос с пандусами решен при помощи полного отсутствия ступеней у входа в подъезд, подземный паркинг позволяет полностью разгрузить территорию двора от автомобилей, а вместо парковок каждый двор располагает детской площадкой и зоной для занятия спортом. Кроме того, на территории каждого МКД организованы торговые зоны, реализуемые по принципу «все самое необходимое», а также зоны кафе.

Все это, несомненно повышает инвестиционный климат территории. Рассмотрим объем инвестиций на период от начала реализации проекта и плановый период вплоть до 2035, представленный на рисунке 2.



Рисунок 2 – Инвестиции в развитие Новой Москвы на период 2012–2035 гг.

В отношении развития транспортной инфраструктуры можно выделить следующие показатели. За 10 лет реализации проекта введены и успешно функционируют 8 новых станций метрополитена, длина отрезков которых составляет 13,5 км, а суммарный пассажирский поток в сутки – 500 тыс. чел. Кроме того, в настоящий момент идет строительство еще семи станций метро, открытие которых планируется до 2024 года. На текущий момент в развитие метрополитена ТиНАО вложено порядка 150 млрд. рублей.

Автомобильные дороги и магистрали, ремонт и строительство которых завершился на конец 2021 года, составили порядка 317 км. До конца 2024 года к данному показателю планируется добавить еще 185 км.

Основные показатели развития социальной инфраструктуры Новой Москвы представим на рисунке 3.



Рисунок 3 – Основные показатели социальной инфраструктуры Новой Москвы

Однако данный проект имеет и ряд недостатков. Например, жителями Новой Москвы отмечается отставание темпов развития автомобильных дорог против темпа строительства новостроек. Складывается ситуация, в которой человек покупает квартиру, а метро или даже дороги в доступности еще нет. Кроме того, данный вопрос имеет другой «острый» фактор – при планировании генерального плана застройки не были учтены стандарты транспортных дорог, которые должны находиться в шаговой доступности. Таким образом, дороги приходится прокладывать уже по факту застроенной территории, и зачастую их строительство приходится на отрезки, проходящие через населенные поселки и СНТ, а также через лесные массивы, против чего протестуют местные жители, зачастую доводя вопрос до судебных разбирательств.

Так, модернизация узкого двухполосного Киевского шоссе затянулась на 20 лет. Кроме того, были сделаны многоуровневые развязки. Однако к моменту окончания работ и расширения трассы были застроены новыми районами с высотными домами соседствующие с шоссе населенные пункты: Московское, Переделкино, Солнцево, Рассказовка, Апрелевка, Селятино, Троицк. В итоге

– Киевская автодорога по-прежнему не справляется с нагрузкой: машины стоят в плотных пробках в часы пик.

Новая кольцевая автодорога, идущая от Солнцево до Варшавского шоссе, призвана разгрузить генеральные автотрассы. Против ее строительства активно протестуют жители прилегающих поселений, поскольку модернизация будет произведена в ущерб соседствующему лесу [6].

Другая серьезная проблема Новой Москвы состоит в том, что плотная жилая застройка сильно опережает по темпам строительство сопутствующей социальной инфраструктуры. Впрочем, такое положение дел характерно в целом для всей территории «старого» Подмосковья, застроенного кварталами новостроек.

Поликлиники, больницы, школы, детские сады здесь пока что в остром дефиците. Обычной практикой стало возведение 1-2 детских садов и одной школы на большой квартал. Рекламные проспекты призывают новоселов «воспользоваться развитой инфраструктурой давно обжитого района», без учета того, что ею уже пользуются местные жители. Кроме того, если сроки сдачи жилых домов застройщиком озвучиваются и указываются в договорах, то по строительству социальных объектов точных сроков нет.

Изначально, когда проект активной застройки территории Новой Москвы только анонсировался, власти озвучили планы по строительству автономных, локальных очистных сооружений. Изначально только 1/3 объектов должна была быть подключена к центральной системе столицы. Однако позже было принято решение всю территорию новостроек подключить к единой системе московской канализации, ибо строить собственные очистные сооружения в Новой Москве долго, дорого и нерентабельно (поднимется стоимость квадратного метра).

В итоге с подачей воды и отводом нечистот нет проблем только у тех объектов, которые находятся в удаленности не более 20 км от МКАД. В целом же, по сведениям заместителя Председателя Правительства Российской Федерации М. Хуснуллина, износ оборудования сооружений очистки воды на новых территориях составляет более 60 %, а в канализационную систему столицы, помимо собственных сбросов, поступают еще сточные воды 15 подмосковных городов и нескольких десятков поселков Подмосковья.

Кроме того, проблемным и нерешенным на сегодняшний день является вопрос с вывозом мусора из новых районов. Полигоны твердых бытовых отходов «Ракитки» и «Малинки» уже работают на пределе своих мощностей. Заметим, что переработка мусора на твердые бытовые отходы «Ракитки» не ведется – лишь увеличиваются площади вредных «захоронений», а мусоросортировочный комплекс «Малинки» не справляется с большим объемом мусора. Также отходы свозятся в рекультивируемые карьеры возле деревень Свитино, Никульское и Девятское.

Полигон в Саларьево представляет собой самую большую свалку в Европе: гора мусора на 60 гектарах достигла высоты более 80 метров. Бытовые и технические отходы свозятся сюда с 1963 года, на место бывших песчаных карьеров. С 2007 года полигон перестал принимать мусор, но по-прежнему является источником загрязнения окружающей среды (яды попадают в почву с осадками и грунтовыми водами, а оттуда – в реку Сосенка и ее притоки). Вторая по величине свалка «Сосенки» занимает территорию в 40 гектаров, она на сегодня также законсервирована, но не рекультивирована.

В Новой Москве экологи обнаружили около 65 участков несанкционированных свалок твердых бытовых отходов. В Троицком районе неконтролируемый сброс мусора в заброшенные карьеры без предварительной подготовки и изоляции привел к ущербу в размере 190 миллионов рублей, которые требуются на дезактивацию ядов и рекультивацию земель.

Однако несмотря на данные проблемы средневзвешенная цена квадратного метра на первичном рынке Новой Москвы продолжает активно расти даже после фактического завершения госпрограммы льготной ипотеки. В декабре 2021 года показатель «перешагнул» психологический рубеж, превысив 200 тыс. руб. за квадратный метр, и достиг 209 475 руб./кв. м (+7,5 % за квартал; +9,3 % за 6 месяцев; +26,7 % за 12 месяцев; +64 % за 24 месяца). К концу 2021 года средневзвешенная цена квадратного метра в НАО составила 217,7 тыс. руб./кв. м (+7,1 % за квартал; +26,5 % за 12 месяцев), а в ТАО – 115 тыс. руб./кв. м (+5,2 % за квартал; +28,7 % за 12 месяцев) [1].

Рассмотрим динамику стоимости на первичном рынке недвижимости Новой Москвы и факторов влияния на нее в рисунке 4.



Рисунок 4 – Динамика стоимости на первичном рынке недвижимости Новой Москвы

В заключение отметим, что проект расширения Москвы, несомненно, является вынужденной мерой, связанной с необходимостью решения ряда проблем столицы и МО. Кроме того, нет никаких сомнений, что приток инвестиций и анонсированные планы развития Новой Москвы положительным образом скажутся на социально-экономическом и экологическом положении территории. Однако проект, в амбиции которого входит создание благополучных условий для проживания 1,5 млн. человек, один млн. рабочих мест и связанные с этим обязательства по созданию инфраструктуры социального характера, а также обязательства по решению транспортного вопроса – проект, мягко говоря, амбициозный, которых страна за всю свою историю еще «не видела». Не сомневаясь в возможности реализации данного проекта, все же осмелимся выдвинуть предположение, что высокий уровень бюрократизации в стране, а также степень развития систем менеджмента на уровне государственного муниципального управления могут выступить в качестве рисков реализации плана в указанные сроки и в полном объеме. В подтверждение данному предположению служат и указанные проблемы, существующие в Новой Москве на сегодняшний день. Справедливости ради стоит отметить, что объем успешно реализованных с 2012 года проектов в контексте Новой Москвы – колоссальный, что внушает веру в оптимистичные прогнозы.

Список литературы

1. Все новостройки// Итоги года на рынке новостроек Новой Москвы. 13 января 2022. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://vsenovostroyki.ru/articles/16400/>
2. Жидкин В. Ф. Итоги 2021 года. [Электронный ресурс]. Режим доступа: (<https://stroj.mos.ru/>) (дата обращения: 21.05.2022).
3. Ковалевский А. А. Отложенные проекты и насущные проблемы: что так и не построили в Новой Москве/ [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.urbanus.ru/> (дата обращения: 16.05.2022).
4. Комплекс градостроительной политики и строительства Москвы Владимир Жидкин о строительстве АДЦ «Коммунарка» и планах по развитию ТиНАО на 2021 год. [Электронный ресурс]. Режим доступа: (<https://stroj.mos.ru/>) (дата обращения: 20.05.2022).
5. Новая экономика Подмосковья // Еще одна Москва: почему расширение столицы считают градостроительной ошибкой. 07 февраля 2017 г.
6. Электронный журнал «Циан» Что не так с Новой Москвой. [Электронный ресурс]. Режим доступа: (<https://cian.ru/>) (дата обращения: 15.05.2022).

Ю. В. Разовский, И. А. Кораллова

Гжельский государственный университет, Московская обл., пос. Электроизолятор

АНАЛИЗ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА ЮГО-ЗАПАДНОГО АДМИНИСТРАТИВНОГО ОКРУГА ГОРОДА МОСКВЫ (НА ПРИМЕРЕ МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ РАЙОНА ТЕПЛЫЙ СТАН)

Развитие физической культуры и спорта является актуальным как на государственном уровне – подтверждением этого следует считать принятую в конце прошлого года «Стратегию развития физической культуры и спорта в Российской Федерации на период до 2030 года» [1]. Согласно Приложению 1 к этому документу, доля граждан, регулярно занимающихся спортом, должна возрасти с имеющихся 43 % до 70 % по итогам 2030 года.

Вполне логично, что добиться планируемых показателей вряд ли будет возможно только при решении задачи на Федеральном уровне, поэтому очевидно, что существенная роль в рамках реализации этих планов отводится региональным и муниципальным образованиям.

Исходя из этого, представляется важным рассмотреть, какое реальное влияние на развитие физической культуры и спорта оказывают муниципальные образования.

Отметим, что развитие физической культуры и спорта в отдельно взятом муниципальном округе, скорее всего, должно быть встроено в деятельность города, посвященную этому направлению, в целом. Указанное направление в г. Москве регулируется Государственной программой города Москвы «Спорт Москвы», принятой еще в 2011 году [3], в которую ежегодно до 2019 года включительно вносились изменения. Последние на сегодняшний день изменения в эту программу были внесены 04.06.2019 постановлением Правительства Москвы № 632-ПП [4]: обратим внимание, что в последней редакции программы рассматривается временной горизонт только до конца 2021 г. – на наш взгляд, отсутствие долгосрочного планирования, учитывая роль Москвы в развитии физической культуры и спорта в России, может создать существенные проблемы в реализации Федеральной стратегии развития спорта до 2030 года.

Достаточно важным, с нашей точки зрения, для понимания роли муниципальных образований в реализации программы «Спорт Москвы» представляется сопоставление отдельных ее положений. Одной из задач, направленных на реализацию программы, является «совершенствование взаимодействия физкультурно-спортивных организаций города Москвы с органами исполнительной власти города Москвы и органами местного самоуправления внутригородских муниципальных образований в городе Москве по привлечению жителей города Москвы к регулярным занятиям физической культурой и спортом», то есть, исходя из этого, муниципальные образования должны принимать непосредственное участие в реализации программы. В то же время, координатором программы и ее ответственным исполнителем является Департамент спорта города Москвы, а соисполнителями подпрограмм являются различные Департаменты города Москвы и префектуры административных округов.

Закон г. Москвы № 53 от 25.10.2006 [2] в ст. 1 конкретно выделяет полномочия города Москвы, которыми наделяются органы местного самоуправления – к ним относятся: организация работы по общефизической подготовке и видам спорта; организация соревнований и физкультурно-спортивных праздников на территории муниципального округа; обеспечение участия жителей округа в мероприятиях, проводимых в рамках физкультурно-оздоровительной и спортивной работы с населением по месту жительства, а также участие в организации и проведении физкультурных и спортивно-массовых мероприятий. В ст. 2 того же закона приводится перечень муниципальных округов, органы самоуправления которых наделялись указанными полномочиями г. Москвы – их было 125, т.е. все муниципальные округа г. Москвы.

Однако, со временем положение существенно изменилось – в указанный закон периодически вносились изменения, суть которых, в основном, сводилась к тому, что какой-то из муниципальных округов терял предоставленные полномочия. Первые подобные случаи произошли в 2013 г., а по итогам 2013-2014 гг. большинство округов передали полномочия своих муниципалитетов, связанные с развитием физической культуры и спорта, управам («Теплый Стан» стал одним из

первых округов, пошедших по такому пути; изменения вступили в действие с 01 мая 2013 г.). В ближайшем будущем в связи с внесением очередных изменений в закон г. Москвы № 53, вступающих в действие с 30.06.2021 г., муниципальных округов, владеющих полномочиями города Москвы, останется только шесть: «Гагаринский», «Куркино», «Молжаниновский», «Останкинский», «Сокол» и «Щукино».

Произошедшие изменения повлекли за собой перераспределение финансовых потоков:

– во-первых, в зону ответственности муниципалитетов сейчас входят, по сути, организация деятельности органов опеки и попечительства, досуговых учреждений и проведение районных праздников;

– во-вторых, в процессе реформ на баланс города было передано большинство спортивных объектов, которые могли приносить муниципальному образованию определенную прибыль.

Вполне естественно, что в подобной ситуации муниципальные образования, не обладающие полномочиями города, не уделяют физической культуре и спорту практически никакого внимания.

Рассматривая бюджетную роспись округа «Теплый Стан» на текущий и два последующих года [5], необходимо отметить, что о расходах на физическую культуру и спорт не сказано ни слова.

Эффективность работы подобной системы представлена в таблице 4 на основании отчетов Москомстата по муниципальному образованию Теплый Стан за 2019 год и 2020 год [6, 7].

Таблица 4 – Соотношение количества спортивных сооружений к общей численности населения в муниципальном образовании Теплый Стан в 2019–2020 гг.

Показатели	2019 год	2020 год	Отклонение, +/-	Динамика, %
Муниципальные спортивные сооружения (ед.)	53	56	+3	5,6
стадионы с трибунами (ед.)		3		100
плоскостные спортивные сооружения (ед.)	17	17	0	0
спортивные залы (ед.)	32	32	0	0
плавательные бассейны (ед.)	4	4	0	0
Численность населения (чел.)	134321	134562	241	0,2
Доля населения, приходящаяся на единицу спортивного объекта (чел.)	2534	2402	-132	5,2

Согласно этому отчету, в настоящее время на территории округа находится 56 спортивных сооружений (3 стадиона с трибунами, 17 плоскостных сооружений, 32 спортивных зала и 4 плавательных бассейна).

Учитывая, что население района составляет 134562 человека, один стадион приходится на 44850 человек, одно плоскостное спортивное сооружение – более чем на 7900 человек, один спортзал – на 4200, а бассейн – более чем на 33,5 тысячи.

Приведенные данные свидетельствуют о том, что в округе имеется явный недостаток спортивных сооружений.

Согласно отчету [5] в округе находится одна детско-юношеская спортивная школа (ГБОУ «ЦСиО «Самбо-70») и один спортивный клуб ГБУ МЦДС «Спутник», деятельность которых составляет основу показателей развития физической культуры и спорта в муниципальном округе Теплый Стан (таблица 5).

Таблица 5 – Показатели развития физической культуры и спорта в муниципальном образовании Теплый Стан за 2019–2020 годы

Наименование показателя	2019		2020		Отклонение, +/-		Прирост, %	
	ГБОУ «ЦСиО «Самбо-70»	ГБУ МЦДС «Спутник»	ГБОУ «ЦСиО «Самбо-70»	ГБУ МЦДС «Спутник»	ГБОУ «ЦСиО «Самбо-70»	ГБУ МЦДС «Спутник»	ГБОУ «ЦСиО «Самбо-70»	ГБУ МЦДС «Спутник»
Количество человек, занимающихся физической культурой и спортом	15598	190	14519	305	-1079	+115	-6,9	30,5
Итого	15788		14824		-964		-6,1	
Доля, занимающихся физкультурой и спортом от общей численности населения, %	11,6	0,14	10,8	0,22	-0,8	0,08	-6,9	42,9
Итого	11,74		11,02		-0,72		6,1	
Количество проведенных мероприятий	117	15	135	15	+18	0	15,4	0
Итого	132		150		+18		15,4	
Участие в окружных и областных спортивных мероприятиях	267	103	311	122	+44	+19	16,5	18,4
Итого	370		433		+63		11,7	
Количество участников спортивных соревнований	13434	156	14261	298	+828	+142	6,2	91
Итого	13590		14359		+970		5,7	
Количество специалистов, прошедших курсы повышения квалификации	83	14	96	18	+13	+4	3,5	22,3
Итого	97		114		+17		25,8	
Эффективность использования существующих объектов спорта	75	54	89	61	+14	+7	18,7	12,9
Итого	65		75		+10		15,4	
Доля граждан, занимающихся в спортивных учреждениях, в общей численности детей и молодежи в возрасте 6-15 лет, %	13698	127	13915	239	+217	+112	1,6	53,1

Итого	13825	14214	+389	12,8
Доля населения муниципального образования, выполнившего нормативы тестов «Готов к труду и обороне» (ГТО), %	32427	33159	+732	12,2

Согласно анализу показателей развития физической культуры и спорта, в муниципальном образовании Теплый Стан за период 2019–2020 гг. возросли следующие показатели:

- Доля занимающихся физкультурой и спортом от общей численности населения (на 6,1 %);
- количество проведенных мероприятий (на 15,4 %);
- участие в окружных и областных спортивных мероприятиях (на 11,7 %);
- количество участников спортивных соревнований (на 5,7 %);
- количество специалистов, прошедших курсы повышения квалификации (на 25,8 %);
- эффективность использования существующих объектов спорта (на 15,4 %).

Таким образом, на основании вышеизложенного можно сделать следующие выводы.

Исходя из распределения финансирования, в соответствии с которым основная роль в продвижении физической культуры и спорта в г. Москве принадлежит Департаменту спорта г. Москвы, можно сказать, что префектуры принимают участие в развитии этой сферы крайне незначительно.

Вся забота о развитии спорта ложится на управу района, что определяется ее полномочиями: управа организует физкультурно-оздоровительную и спортивную работу с населением по месту жительства (п. 2.6.9 Полномочий управы); «оказывает содействие уполномоченным органам исполнительной власти города Москвы в осуществлении контроля» за целевым использованием спортивных площадок (п. 2.7.11.1), за эффективностью той самой физкультурно-оздоровительной и спортивной работы с населением по месту жительства (п. 2.7.11.2), а также формирует и утверждает сводные районные календарные планы по организации деятельности в этой сфере (п. 2.7.12) [8].

На фоне не меняющегося финансирования и объема средств от приносящей доход деятельности имеет место:

- рост таких показателей развития физической культуры и спорта в муниципальном образовании Теплый Стан как: «количество проведенных мероприятий», «участие в окружных и областных спортивных мероприятиях», «количество специалистов, прошедших курсы повышения квалификации», «эффективность использования существующих объектов спорта», «доля граждан, занимающихся в спортивных учреждениях, в общей численности детей и молодежи в возрасте 6–15 лет», «доля населения муниципального образования, выполнившего нормативы испытаний (тестов) «Готов к труду и обороне» (ГТО);
- стабильность таких показателей как: «доля, занимающихся физкультурой и спортом от общей численности населения», «количество участников спортивных соревнований»;
- снижение таких показателей как: «количество человек, занимающихся физической культурой и спортом».

Список литературы

1. Распоряжение Правительства РФ от 24 ноября 2020 г. № 3081-р «Об утверждении Стратегии развития физической культуры и спорта в Российской Федерации на период до 2030 года» // Собрание законодательства Российской Федерации. № 49. 2020.
2. Закон города Москвы от 25 октября 2006 г. № 53 «О наделении органов местного самоуправления внутригородских муниципальных образований в городе Москве отдельными полномочиями города Москвы в сфере организации досуговой, социально-воспитательной, физкультурно-оздоровительной и спортивной работы с населением по месту жительства» // Вестник Мэра и Правительства Москвы. № 61. 2006.
3. Постановление Правительства Москвы от 20 сентября 2011 г. № 432-ПП (ред. от 30.03.2021) «Об утверждении Государственной программы города Москвы "Спорт Москвы"» // <https://www.mos.ru/authority/documents/doc/9762220/>

4. Постановление Правительства Москвы от 04 июня 2019 г. № 632-ПП «О внесении изменения в постановление Правительства Москвы от 20 сентября 2011 г. № 432-ПП» //Вестник Мэра и Правительства Москвы. № 41. Том 2. 2019.

5. Постановление аппарата Совета депутатов муниципального округа Теплый Стан от 24 декабря 2020 г. № 21-П «Об утверждении бюджетной росписи бюджета муниципального округа Теплый Стан на 2021 год и плановый период 2022 и 2023 годов» //http://www.mun-tstan.ru/staff/mpr-docs/docs20/?cur_cc=342&curPos=20

6. Показатели, характеризующие состояние экономики и социальной сферы муниципального образования Теплый стан за 2019 год // <https://mosstat.gks.ru>

7. Показатели, характеризующие состояние экономики и социальной сферы муниципального образования Теплый стан за 2020 год // <https://mosstat.gks.ru>

8. Полномочия управы района Теплый Стан //https://teplystan.mos.ru/about/polozhenie_ob_uprave/the-main-tasks-and-powers.php

Е. С. Расолько, М. А. Шибук

Институт бизнеса Белорусского государственного университета, Республика Беларусь, г. Минск
 Научный руководитель: Е. Г. Гриневич

РАЗРАБОТКА ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ ГОСТИНИЧНОГО КОМПЛЕКСА

В современных условиях информационные компьютерные технологии используются во основных сферах деятельности предприятий. Ни одна организация не сможет добиться успеха, связанного с ее стабильностью, если не будет уделять должного внимания автоматизации процессов. Создание информационных систем как раз помогает решить эту задачу [1].

Гостиничные комплексы имеют и собирают огромное количество данных о процессах своего бизнеса и сложно представить реализацию такого вида предприятия без хорошо построенной базы данных. Организации есть необходимость систематизировать и анализировать информацию о клиентах, заселениях, оплате проживания и т.д. Наиболее эффективно, быстро и качественно с этой задачей справляются информационные системы. В связи с чем, считаем, что разработка базы данных для гостиницы является достаточно актуальной. База данных должна быть удобной, практичной, позволять хранить большое количество информации, давать оперативную, аналитическую информацию.

В процессе разработке нашей информационной системы мы использовали следующие программные средства: Erwin, Ms SQL, Windows Form Application C#.

Главная задача приложения – получить информацию о гостях, сотрудниках и заселении. А также способность обновлять, удалять, добавлять, а также искать интересующую информацию.

В базе гостиничного комплекса будет храниться следующая информация: информация о гостях; информация о номерах; информация о сотрудниках; информация о должностях сотрудников; информация об услугах, предоставляемых гостиницей.

Следовательно, исходя из вышеперечисленной информация, в базе данных будут следующие таблицы: «Гости», «Сотрудники», «Должность», «Услуги», «Номера».

Используя Erwin, нами была смоделирована логическая схема.

На этапе проектирования следует выразить концептуальную модель предметной области в терминах выбранной модели данных, например, реляционной, применительно к конкретной СУБД. Результаты даталогического моделирования представлены в виде схемы модели базы данных.

Для создания базы и управления ей мы использовали язык SQL, поскольку он отличается надежностью и неизменяемостью данных, а также низким риском потери информации [2]. ВСУБД MS Server нами были созданы таблицы с ограничениями данных, а затем заполнены конкретными значениями. Все это было осуществлено с помощью запросов на языке SQL.

Таким образом нами были созданы и заполнены все таблицы. Для управления базой данных необходимо создание запросов, которые используются при обработки информации: выборка, группировка, сортировка, создание вычисляемого поля и т. д.

Наша информационная система позволяет выполнять такие функции как: сортировка, выборка различных данных и наглядное их представление.

Благодаря данной информационной системе сотрудник гостиницы может быстро и легко получить информацию о гостях, номерах, услугах итд. Изменять, сохранять, удалять информацию, а также осуществить поиск по заданным критерию и получить нужную информацию.

Список литературы

1. Павловская Т. А. С#. Программирование на языке высокого уровня : учеб. для вузов. СПб.: Питер, 2015. 186 с.

2. Карнова И. П. Базы данных: учебное пособие. СПб.: Питер, 2013. 240 с.

3. Дунаев В. В. Базы данных. Язык SQL для студента. М. : БХВ-Петербург, 2017. 288 с.

4. Бондарь А. Г. Microsoft SQL Server 2012. СПб.: БХВ-Петербург, 2013. 608 с.

5. Колдаев В. Д. Основы алгоритмизации и программирования : учеб. пособие. М., 2016. 132 с.

Н. Н. Сенатова

Гжельский государственный университет, Московская обл., пос. Электроизолятор

Научный руководитель: В. Д. Кузьменкова

ТЕОРЕТИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

В рамках теории экономического развития в 50-х и 60-х годах XX-го века появились новые концепции, которые оказали большое влияние на практику регионального развития. Их можно классифицировать из двух основных подходов: первый раскрывает развитие региона в результате потоков и сил экзогенных факторов, а второй объясняет положение и эволюцию производственных структур в среднесрочной и долгосрочной перспективе на основе анализа эндогенных условий территорий.

Стоит отметить, что при подходе эндогенного развития возникает новая парадигма в области экономического развития и пространственной экономики, которая учитывает ряд переменных и территориальных характеристик для объяснения процессов экономической агломерации и ее влияния на территориальные конкурентные преимущества. Другими словами, он основан на критерии, согласно которому обеспеченность территории капиталом и эндогенными ресурсами, ее расположение, ее связанность с городскими центрами, плотность населения и близость к поставщикам сырья, материалов, физической инфраструктуры и учреждений являются определяющими факторами для процессов накопления, инноваций и капитала.

Обращаясь более конкретно к местному развитию, которое является частью территориального и эндогенного подхода к развитию, А. Ю. Назаров отмечал, что это процесс роста и структурных изменений экономики города, региона или области, в которой можно выделить как минимум три измерения:

- экономическая, характеризующаяся производственной системой, позволяющей местным предпринимателям эффективно использовать факторы производства, добиваться эффекта масштаба и повышать производительность до уровня, повышающего конкурентоспособность на рынках;

- социокультурная, в которой основой процесса развития служат система экономических и социальных отношений, местных институтов и ценностей;

- политическая и административная, в которой местные инициативы создают среду, благоприятную для производства, и способствуют устойчивому развитию.

При этом Ф. Ф. Шарипов признал жизненно важную функцию производительности для определения конкурентоспособности региона, кроме того, он указывал на технический прогресс как на фундаментальную переменную производственного прогресса и, следовательно, на сохранение и повышение уровня производительности. Он подчеркивал важность организации территории для создания конкурентного преимущества и считал необходимым развивать с помощью адекватной инфраструктуры и государственных услуг (образование и поддержка со стороны центров исследований и разработок) равноценную конкурентную среду.

Ссылаясь на условия, способствующие продуктивному развитию на местном уровне, М. Портер обращался к проблеме конкурентоспособности, заявляя, что она предполагает сильно локализованный процесс, который способствует специализации и местной эффективности. Таким образом, территории – это пространства, которые могут предложить конкурентные преимущества в той мере, в какой они имеют разные факторы притяжения.

Он также выделял два типа конкурентных преимуществ. Во-первых, среди статических конкурентных преимуществ выделяются географическое положение или концентрация, наличие инфраструктуры (транспорт, системы связи, здания и т.д.) и механизмы защиты и сохранения окружающей среды. Во-вторых, динамические конкурентные преимущества создаются, когда территории могут предложить среду с квалифицированными человеческими ресурсами (университеты, исследовательские центры), более низкой стоимостью рабочей силы, технологическим и бизнес-инновационным потенциалом, местными органами власти, которые способствуют экономическому развитию.

В том же направлении Портер указывал, что для продвижения конкуренции как конкурентоспособности необходимо, чтобы конкурентные преимущества местоположения сопровождались улучшениями в инфраструктуре для снижения операционных издержек, а также для улучшения эффективного и гибкого доступа к производственным факторам.

Таким образом, для данного автора конкурентное преимущество компаний заключается во многом в собственных условиях, создаваемых территориальным расположением компаний. Следовательно, концепция и кластерная схема представляют собой новый способ содействия продуктивному развитию в различных масштабах: местном, региональном, национальном и глобальном.

Со стратегической точки зрения важность создания новых производств вокруг мегаполисов зависит от трех основных переменных:

- факторы окружающей среды, такие как благоприятные условия образования и здравоохранения, среда, способствующая хорошему качеству жизни, достаточная и качественная инфраструктура (средства доступа к аэропортам, автомагистралям, железнодорожным сетям, портам, глобальным коммуникациям);
- эффект масштаба, основанный на возможностях расширения производства, наличии бизнес-услуг, расположении и агломерации корпораций;
- инновационная среда, которая способствует организационной синергии бизнес-сетей.

Важно отметить, что в литературе признается ряд факторов, необходимых для повышения конкурентоспособности и повышения благосостояния жителей регионов. Среди основных факторов, которые выделяются: технологическое развитие и возможность доступа к самым передовым системам в этой области, доступ и предоставление научно-исследовательских центров и университетов, доступ к передовым информационным сетям, инфраструктура и институциональная эффективность.

Кроме того, стоит отметить, что один из принципов региональной экономики заключается в том, что страны состоят из различных регионов с рядом особенностей, таких как климат, ресурсы, экономическое развитие, социальные и культурные практики, которые были сформированы географическими, историческими, политическими и социально-экономическими условиями. Именно вокруг этого принципа был реализован ряд схем экономического развития по всему миру с использованием регионального экономического подхода, который направлен на усиление особенностей каждого региона и, следовательно, на развитие наций.

Таким образом, можно сказать, что в теориях размещения и регионального развития и роста, которые пытаются объяснить пространственное распределение экономической деятельности и регионального развития, видно, что важный акцент делается на государство в реализации регионального развития и устранении различий в развитии. Например, во внешнем эффекте Портера, который представляет собой тип внешней экономики из теорий становления и оценивается в рамках динамических внешних эффектов, утверждается, что покупатели и продавцы могут обеспечить повышение производительности в кластерах, извлекая выгоду из инвестиций в инфраструктуру и программ обучения государством или другими общественными учреждениями. Кроме того, Портер подчеркивал важность государственных институтов, инвестиций в инфраструктуру и государственного регулирования в развитии региональной конкурентоспособной структуры и кластеризации.

Список литературы

1. *Кужелева А. А.* Эволюция подходов к анализу теорий регионального развития // Вестник Донецкого национального университета. Серия В. Экономика и право. 2019. № 1. С. 77–91.
2. *Назаров А. Ю.* Развитие регионов и генезис теорий региональной экономики // Вестник университета. 2016. № 12. С. 22–25.
3. *Портер М.* Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей конкурентов. М.: Альпина Паблицер, 2014. 464 с.

А. А. Слюсаренко

Гжельский государственный университет, Московская обл., пос. Электроизолятор

Научный руководитель: В. Д. Кузьменкова

АНАЛИЗ ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОСТОЯНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

В настоящее время множество предприятий столкнулись с негативным влиянием кризисных ситуации, вызванных наложением большого числа санкций в отношении России и российского бизнеса. Поэтому, возрастает необходимость проведения эффективного анализа экономического состояния предприятия.

Актуальность представленной темы заключается в том, что исследование экономического состояния предприятия является необходимым инструментом в процессе принятия управленческих решений, что особенно значимо для российских предприятия, так как отечественный бизнес всегда находится под постоянным влиянием множества факторов внутренней и внешней среды хозяйствования. Поэтому, проведение актуального и оперативного анализа деятельности предприятия позволяет преодолеть трудности, а также разработать возможные варианты развития деятельность предприятия.

Основная задача проведения анализа состояния предприятия – это оценка итогов хозяйственной деятельности предприятия, определение факторов, которые оказывают влияние на результат деятельности предприятия в исследуемый момент времени, а также определяет планы и прогнозы деятельности предприятия.

При осуществлении анализа экономического состояния предприятия предполагается выработка наиболее приемлемых управленческих решений по обеспечению выполнения установленных планов, определить сильные и слабые стороны структуры имущества и обязательств предприятия [4].

В широком смысле под экономическим состоянием принято понимать способность субъекта хозяйствования осуществлять свою деятельность и финансировать свои хозяйственные процессы. Данная категория характеризует непосредственно наличие у предприятия достаточно количества ресурсов, оптимальность их состава и структуры, а также платежеспособностью и кредитоспособность.

При проведении аналитических процедур по определению качества экономического состояния предприятия могут использоваться следующие виды и подходы анализа, а именно [3]:

– проведение горизонтального и вертикального анализа, то есть определение изменения состава и структуры активов и пассивов предприятия в ретроспективе, определение зависимостей и тенденции изменения состояния имущества предприятия;

– коэффициентный анализ – то есть расчет определенного перечня ключевых относительных показателей;

– проведение факторного анализа, то есть определение влияние отдельных изменяющихся показателей на основании детерминированного или стохастического приема исследования.

В качестве баз сравнения при проведении анализа принято использовать установленные нормативные значения показателей, а также установленные отраслевые показатели. В качестве базы сравнения могут выступать отчетные данные компаний конкурентов или партнеров, что позволит определить и конкурентные преимущества предприятия.

В структуре анализа экономического состояния предприятия выделяют три ключевые категории, которые в последствии становите основой проводимого анализа.

Среди категорий, определяющих финансовое состояние принято выделять три основных понятия – это финансовая устойчивость, платежеспособность и кредитоспособность.

Под платежеспособностью следует понимать, как показатель, который отражает способность предприятия вовремя и в полном объеме погашать свои текущие обязательства по договорам с контрагентами, с покупателями, расчеты по налогам и сборам и так далее [1].

В структуре управления финансами предприятия в отдельную группу выделяют также показатели кредитоспособности, которые являются составной частью показателей платежеспособности, но при этом учитывается только способность предприятия погашать свои кредитные обязательства перед кредиторами.

Финансовая устойчивость как составной показатель, который характеризует финансовое состояние предприятия, данная категория отражает оптимальное соотношение структуры капитала предприятия, соотношению между заемным и собственными источниками финансирования.

Для проведения анализа деятельности предприятия необходимо обладать полной и актуальной информацией, в которой отражаются данные о его текущем имуществе и источниках финансирования.

Информационной базой для проведения анализа деятельности предприятия выступает финансовая отчетность компании, в частности бухгалтерская отчетность [5]. На основе отчетности пользователь (как внешний, так и внутренний) должен получать представление об имущественном и финансовом положении предприятия, что позволит определить насколько целесообразно заключать с данным клиентом договора и проводить инвестиции); отчетность, также должна отражать финансовый результат деятельности предприятия, изменения в размере чистых активов предприятия, наличие у предприятия достаточного уровня ликвидности для погашения своих обязательств перед контрагентами.

По результатам проводимого анализа осуществляется определение резервов по возможному улучшению экономического состояния предприятия. По этим результатам можно выявить сильные и слабые стороны работы предприятия, определить возможные направления роста и развития, сформировать подход к процессу финансирования деятельности предприятия.

В настоящее время процесс осуществления анализа финансового состояния предприятия является одной из важнейших задач по оптимизации деятельности субъекта хозяйствования. Благодаря проводимому анализу предприятие может выделить основные пути развития, осуществлять резервы наращивания доходов и расходов, разрабатывать мероприятия по снижению наступления вероятности банкротства.

Список литературы

1. *Банк В. Р., Тараскина А. В.* Финансовый анализ. М.: Проспект, 2017. 344 с.
2. *Басовский Л. Е., Басовская Е. Н.* Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности. М.: ИНФРА-М, 2018. 366 с.
3. *Ковалев В. В.* Финансы. М.: ТК Велби, Проспект, 2017. 610 с.
4. *Поляк Г.Б.* Финансовый менеджмент: Учебник для вузов. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. 527 с.
5. *Ронова Г. Н., Ронова Л. А.* Анализ финансовой отчетности. М.: Изд. центр ЕАОИ. 2017. 240 с.

Е. М. Соловарова, Ю. Б. Голикова

Гжельский государственный университет, Московская обл., пос. Электроизолатор

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ МЕТОДОВ УПРАВЛЕНИЯ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦИАЛА ОРГАНИЗАЦИИ

Трудовой потенциал общества определяет его способность участвовать в экономической деятельности, то есть создавать материальные блага и услуги [1].

Трудовой потенциал организации является важным фактором, определяющим успех организации. Именно кадры являются активным элементом организации и ее движущей силой. От квалификации персонала, их эффективного использования, расстановки зависит результат деятельности организации, ее преимущество в социальной и экономической сфере, а также место предприятия на рынке труда [4].

Но не только от подготовленности кадров и их компетенции зависит эффективность работы коллектива и предприятия, его успех. Прямая зависимость идет и от психологического климата внутри коллектива, правильной мотивации и расстановки сил. Рабочий процесс предполагает установление социальных, экономических, правовых и психологических отношений между работодателем и рабочим коллективом. Именно создание комфортных условий для осуществления своей профессиональной деятельности должно являться основной целью для улучшения продуктивности работы персонала и процветания организации или предприятия.

Для достижения этой цели работодатели могут использовать в своих управленческих решениях различные методы управления персоналом, которых в современной классификации дается три: административный (прямое воздействие на персонал с помощью создания у него чувство долга и ответственности), экономический (материальное поощрение) и социально-психологический (косвенное воздействие на персонал путем социальных и психологических механизмов). Данные методы могут использоваться как отдельно, так и совместно, что зависит от коллектива, направленности организации и подбирается руководителем в процессе анализа, наблюдения и общения с работниками по отдельности и коллективом в общем.

Наиболее востребованными и эффективными являются социально-психологические методы. Структурно-содержательный формат реализации данных методов в государственных организациях представлен на рисунке 1.

Сущность:
<ul style="list-style-type: none"> - Социально-психологические технологии управления госслужащими; - Ситуационно ориентированные комплексы методов и инструментов, которые обеспечивают эффективную кадровую работу в конкретных обстоятельствах развития государственной муниципальной службы.
Цель воздействия:
<ul style="list-style-type: none"> - Создание открытой, социально и регулятивно ориентированной системы государственной службы; - Формирование высококвалифицированного кадрового состава государственной службы, обеспечивающего эффективность государственного управления, развитие гражданского общества и инновационной экономики.
Функции:
<ul style="list-style-type: none"> - Дифференцированно воздействовать на систему внутриорганизационных отношений с целью удостоверения потребностей государственной службы в количественных и качественных характеристиках служащих; - Обеспечивать рациональное включение профессиональных возможностей госслужащего в системе должностных и профессиональных ролей; - На их основе формировать механизм воспроизводства и востребованности профессионального опыта государственного служащего.
Методы:
<ol style="list-style-type: none"> 1. Социальные: <ul style="list-style-type: none"> - Методы управления отдельными групповыми явлениями и процессами включают методы повышения социальной активности, методы социального регулирования, методы управления нормативным поведением; - Методы управления индивидуально-личностным поведением: внушение, методы личного примера, методы ориентирующих. 2. Психологические: <ul style="list-style-type: none"> - Методы формирования и развития трудового коллектива с учетом психологической и социально-психологической совместности; - Методы гуманизации отношений между работниками и руководителями, этика и культура управления; - Методы психологического побуждения (мотивации), формирующие у работников инициативу, предприимчивость, стремление к высокопроизводительному труду; - Методы профессионального отбора и обучения, ориентированные на соответствие психологических характеристик человека выполняемой работе.
Организационная форма
Кадровое консультирование, реализуемое посредством экспертных и процессуальных технологий: <ul style="list-style-type: none"> - Ассесмент-центр; - Конкурс - Кадровая психодиагностика; - Социальный аудит; - Профилактика профессионального выгорания; - Внутриорганизационное обучение.

Рисунок 1 – Структурно-содержательный формат реализации социально-психологических методов в государственных организациях [3]

На рисунке представлены социально-психологические методы, которые целесообразно использовать для улучшения психологического климата в коллективе государственных организаций и принятия управленческих решений, а также формы их реализации. Самой популярной и точной формой социально-психологических методов управления и анализа персонала в современном мире является ассесмент-центр.

Что же такое ассесмент-центр? Ассесмент-центр (серия оценочных процедур) – метод оценки персонала, психосоциальный диагностический процесс, когда сами оценочные показатели заранее заданными. Специфика данного метода состоит в том, чтобы в модельных ситуациях, типичных для выполнения деятельности, понаблюдать за кандидатом на ту или иную вакансию и выявить наличие или отсутствие у него необходимых для успешной работы качеств, дать описание его особенностей и сформировать задачи на обучение [2].

Основная идея ассесмент-центра заключается в оценивании действующих сотрудников или кандидатов на вакантные должности. Им предлагают выполнить задание (упражнение), соответствующие наиболее важным компонентам профессиональной деятельности или имитирующие важные ситуации профессиональной деятельности. За поведением участников при выполнении заданий наблюдают специально подготовленные оценщики, нанятые со стороны или подготовленные для этого рабочие данного предприятия. По итогам наблюдения делаются выводы о соответствии поведения участников требуемым качествам профессиональной деятельности. [5]

Существуют стандарты проведения ассесмент процедуры, которые разработаны в Великобритании, Индии, ЮАР, Германии, России. В России данный стандарт был создан в 2013 году по инициативе Национальной конференции «Развитие человеческого капитала» и поддержан зарубежными экспертами. Такой подход позволяет считать ассесмент-центр ключевым современным методом оценки персонала, позволяющим подбирать кандидатов на вакантные должности, выстраивать программы развития навыков, поддерживать карьерный рост, формировать систему мотивации.

В основном метод ассесмент-центра в нашей стране применяется руководителями для дальнейшего развития персонала. По данным Федеральной оценки НК РЧК 76 % руководителей используют данный метод для вышеуказанной цели и только половина из их готовы на основе испытаний провести профессиональный отбор [5].

Основные методы ассесмент-оценки персонала – это тестирование, интервью, деловые игры и моделирование ситуаций. В России, согласно исследованию НК РЧК, наиболее востребованным упражнением являются аналитические кейсы и ролевые игры: применяют 88,5 % и 86,7 % респондентов соответственно. Следом идут устные презентации и групповые дискуссии. Инструменты ассесмент-центра могут отличаться в зависимости от цели, оцениваемых параметров и того, что они исследуют: степень удовлетворенности работой, соответствие потенциальной должности, готовность к самосовершенствованию и так далее. Выбор во многом определяется и финансовыми ресурсами компании [5].

Главным требованием для применения и проведения ассесмент-центра в организации является подготовленность людей, которые будут проводить оценку испытуемых, внимательность и точность оценок. Неточно данная оценка может привести к неверным действиям в кадровых и управленческих решениях, которые могут отразиться на экономическом, социальном положении предприятия.

Таким образом, метод ассесмент-центра является весьма популярным в современном мире видом социально-психологических методов работы с персоналом, с помощью которого можно оценить насколько тот или иной работник подходит на должность, определить его личные и трудовые характеристики, провести отбор персонала, выбрать направленность работы с ним (способы мотивации) с помощью регламентируемых оценочных средств. Это является положительной чертой данного метода, но существует и отрицательная его сторона. Она заключается в большой материальной и временной затрате: для проведения данного ассесмент мероприятия необходимо нанять или обучить экспертов для составления заданий и оценки испытуемых, так как осуществлять эту деятельность могут только эксперты, организовать место,

выделить время для его проведения и тому подобное. Но данный метод из-за этого не становится менее популярным и часто используется у многими работодателями.

Список литературы

1. *Шабанова Т. В., Богатырева О. Н.* Анализ трудовых показателей: учебное пособие. Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2020. 79 с. // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. URL: <https://www.iprbookshop.ru/118368.html> (дата обращения: 15.06.2022). Режим доступа: для авторизир. пользователей. DOI: <https://doi.org/10.23682/118368>

2. *Бурмистров С. В., Тихоновская С. А., Самыгин С. И.* Ассесмент-центр как новая технология в системе управления персоналом. [Электронный ресурс]. Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки, 2017. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/assessment-tsentr-kak-novaya-tehnologiya-v-sisteme-upravleniya-personalom/viewer> (дата обращения: 18.06.2022).

3. *Година О. В., Чижиков Д. В., Самохина Е. Е.* Развитие социально-психологических технологий в управлении персоналом организации [Электронный ресурс]. Вестник Кемеровского государственного университета, серия: политические, социологические и экономические науки, 2018. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-sotsialno-psihologicheskikh-tehnologiy-v-upravlenii-personalom-organizatsii> (дата обращения: 16.06.2022).

4. *Миронова Н. Н., Папка М. Е.* Трудовой потенциал организации: показатели оценки и факторы формирования [Электронный ресурс]. Вестник Национального института бизнеса, 2019. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/trudovoy-potentsial-organizatsii-pokazateli-otsenki-i-factory-formirovaniya/viewer> (дата обращения: 14.06.2022).

5. Ассесмент-центр: современный метод оценки персонала [Электронный ресурс]. URL: <https://www.kp.ru/guide/assessment-tsentr.html> (дата обращения: 17.06.2022).

Е. С. Солодков

Гжельский государственный университет, Московская обл., пос. Электроизолятор

Научный руководитель: В. Д. Кузьменкова

МОДЕРНИЗАЦИЯ ПРОИЗВОДСТВА КАК СПОСОБ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Планирование – это способ моделирования развития деятельности предприятия. Ядром планирования являются четкие цели, к которым стремится организация. Для детализации целей на предприятии разрабатываются планы, затрагивающие ближайшую и будущую перспективу.

Учитывая это, можно выделить следующие виды планов в зависимости от длительности их реализации:

1. Стратегический план создается на долгосрочный период, как правило, на 10–15 лет. В рамках него формируется миссия организации, намечаются главные цели на перспективу;

2. Тактические планы создаются из расчета на среднесрочный период, обычно на несколько лет. Они рассчитаны на решение проблем в каком-то одном отдельном направлении деятельности. Являются составной частью стратегического плана;

3. Оперативные планы касаются краткосрочного периода. Они имеют более детальный характер, чаще всего разрабатываются для решения конкретных узких вопросов. По сравнению с другими видами планов имеют высокую гибкость в применяемых методах [3].

Организации стремятся к тому, чтобы планирование повышало экономическую эффективность деятельности. Под экономической эффективностью понимается ее результативность. Оценка экономической эффективности деятельности предприятия позволяет понять, насколько рационально использовались имеющиеся ресурсы в процессе достижения запланированных целей [2].

Существует два основных пути повышения экономической эффективности производства – экстенсивный и интенсивный. При экстенсивном подходе не меняется технология производства, не внедряются инновации в процесс. Рост идет благодаря увеличению количества работников, используемого оборудования, занимаемых площадей. При интенсивном подходе, наоборот, улучшается технологический процесс за счет внедрения новых технологий, оптимизации существующих методов работы. Интенсивный путь требует больших вложений, однако, в длительной перспективе оказывается более эффективным. При выборе интенсивного пути на предприятии происходит модернизация производства [1].

Модернизация не является статичным явлением.

Модернизационный процесс состоит из следующих последовательных этапов: разработки, апробации/реализации предложений на практике, их внедрение в массовое производство. Реализация этих этапов должна учитывать все аспекты деятельности предприятия, среди которых выделяются творческая (разработка программы), экономическая (оценка экономического эффекта) и процессная (реализация программы) составляющие.

Вышеобозначенные этапы модернизационного процесса должны включать в себя:

- разработку и дальнейшее оформление проекта;
- проведение начальных исследований и составление прогнозной оценки экономического эффекта от результатов проведения модернизации;
- реализацию процесса производства и запуск проекта;
- практическую апробацию процесса;
- расчет экономической эффективности проекта.

Поскольку модернизация является длительным процессом, ее проведение тесно взаимосвязано со всеми уровнями планирования в организации. Важно, чтобы экономический эффект от планируемых нововведений был заранее просчитан, а возможные риски не выходили за установленные рамки. В таком случае, модернизация будет являться ключом для движения компании к новым вершинам.

Список литературы

1. *Велижанская С. С.* Пути повышения эффективности производства // Планово-экономический отдел. 2019. № 7. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.profiz.ru/peo/7_2019/effektivnost_proizvodstva/
2. *Гребенников А. А.* Определяем экономическую эффективность предприятия за год. // Планово-экономический отдел. 2020. № 12. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.profiz.ru/peo/12_2020/effektivnost_kompanii/
3. *Кисова А. Е., Шпиганович Л. А., Богомолова Е. В.* Бизнес-планирование: учебное пособие. Липецк : Липецкий государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2019. 64 с. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.iprbookshop.ru/92844.html>
4. *Ягунова Н. А.* Роль модернизации производства в формировании и реализации организационно-технологической политики промышленных предприятий // Вестник НГИЭИ. 2018. № 11(90) [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-modernizatsii-proizvodstva-v-formirovanii-i-realizatsii-organizatsionno-tehnologicheskoy-politiki-promyshlennyh-predpriyatij/viewer>

А. В. Столбова

Мордовский государственный педагогический университет им. М. Е. Евсевьева, Республика Мордовия, г. Саранск

Научный руководитель: О. А. Семенова

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ПОТРЕБНОСТЕЙ СТУДЕНТОВ

Понятие маркетинга означает изучение рынка с определенной целью. В маркетинге, который призван удовлетворять потребности людей, исследования имеют большое значение. В условиях рынка получают преимущества те фирмы и компании, которые лучше других знают эти потребности и производят товары, способные их удовлетворить. Но рынок постоянно меняется, потребности людей под воздействием различных факторов также меняются, поэтому фирмы, чтобы получить прибыль, должны постоянно следить за конъюнктурой рынка [1].

Именно с помощью маркетинговых исследований фирмы могут осуществлять отслеживание изменений потребностей покупателей [2].

Было проведено анкетирование среди студентов моего вуза Мордовского государственного педагогического университета имени М. Е. Евсевьева на тему «Потребление соков».

Большинство опрошиваемых покупают соки достаточно редко (рисунок 1), также значительная часть опрошиваемых студентов покупают соки более одного раза в неделю.

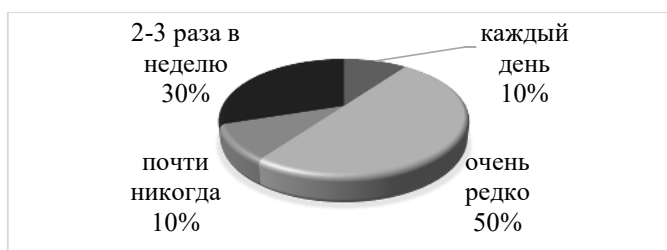


Рисунок 1 – Как часто приобретается сок?

Среди фаворитов фирм соков оказались «Любимый» и «Добрый» (рисунок 2). Большинство студентов отдали свое предпочтение именно данным фирмам. Фирма «Моя цена» не заняла никакого места у участников опроса. «Rich» занимает 3 место по предпочтениями в выборе соков.

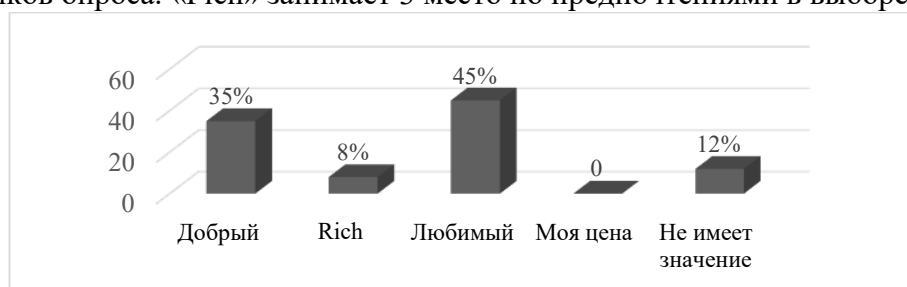


Рисунок 2 – Какую фирму соков предпочитают студенты?

Опрос показал, что большинство студентов интересуется составом часто покупаемой продукции, им важен насколько полезен сок, который они употребляют (рисунок 3).



Рисунок 3 – Интересен ли студентам состав покупаемой продукции?

Однако 35 % опрошенных не увлекаются изучением состава товара и 20 % состав безразличен. А вот диаграмма, представленная на рисунке 4, показывает лишь вкусовые предпочтения в соках. Вариантов ответов было несколько.

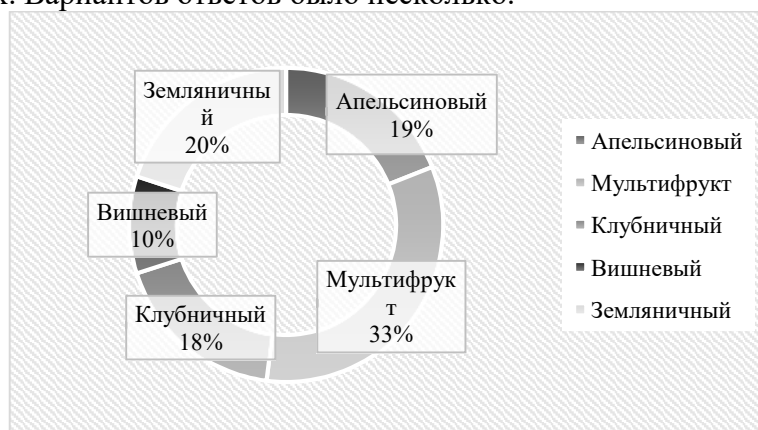


Рисунок 4 – Какому вкусу сока больше всего отдают предпочтение?

Можно сделать вывод, что мультифрукт преобладает в предпочтениях, но и другие вкусы достаточно востребованы между собой.

На рисунке 5 видно, что 92 % опрошенных покупают именно пакетирование соки, и лишь самое маленькое количество участвующих предпочитают приобретать соки в стекле.



Рисунок 5 – В какой упаковке чаще всего приобретаются соки?

Большинство участвующих в опросе указали, что покупают соки в магазинах у дома, так как считают, это удобнее всего (рисунок 6).

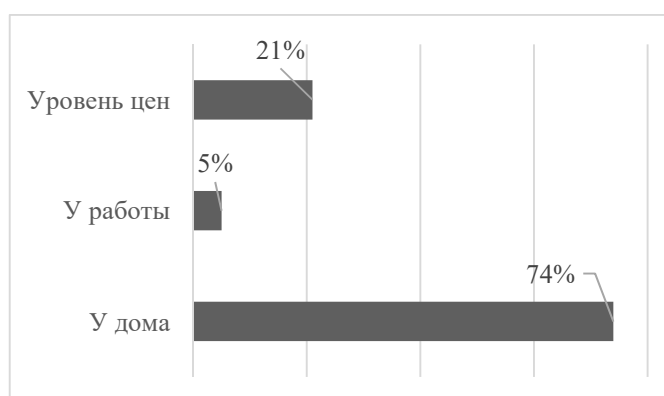


Рисунок 6 – По какому критерию определяется место покупки?

Покупка соков у работы – самый малый процент, потому что в опросе участвуют студенты, большинство из них не работают. Место покупки соков определяет также уровень цен, это составило 21 % опрошенных.

Большая часть опрошенных проголосовала за то, что красочностей упаковки не важна, это составило 83 % (рисунок 7). За минимализм проголосовало только 7 % от всех участников, и 10 % красочность упаковки является важной частью в выборе покупки сока.



Рисунок 7 – Важна ли красочность упаковки?

Опрошенные отметили, что чаще всего узнают о товаре в точках продажи (45 %), это лидирующее место в списке ответов, после этого о продукте узнают из ТВ с помощью рекламы, следующую позицию занимает сарафанное радио, так как люди передают свои отзывы о соках, тем самым подталкивая приобрести данный сок, и самое последнее место занимает радио, возможно потому что на радио довольно редко рекламируются соки, либо потому что радио студенты вовсе не слушают.

Маркетинговое исследование представляет собой эксклюзивную информацию, которая отсутствует в текущем информационном массиве. В ходе опроса выяснили, что соки употребляются реже чем раз в неделю, так как это продукт не первой необходимости. Большинство отдает свое предпочтение вкусу мультифрукт. Покупают сок в пакетированных тарах, и красочность упаковки не играет никакой роли. Сок покупают «у дома», так как это является самым удобным и быстрым расположением для возможного клиента.

В результате исследования, гипотеза подтвердилась. Действительно, натуральные, качественные соки известных производителей занимают лидирующую позицию во вкусовых предпочтениях потребителя.

Список литературы

1. Лукичева Т. А. Маркетинг: учебник и практикум для вузов. М.: Юрайт, 2022. 370 с.
2. Семенова О. А., Макарова Т. Н., Евстюхина М. С. Диагностика конкурентной среды предприятия // Путеводитель предпринимателя. 2020. Т. 13. № 2. С. 135–144.

С. А. Столяров

Гжельский государственный университет, Московская обл., пос. Электроизолятор

Научный руководитель: В. Д. Кузьменкова

РАЗВИТИЕ ТЕНДЕНЦИЙ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Проанализировав характеристики внешней торговли, немаловажно принимать во внимание не только то, какие продукты и в какие государства поставляет Российская федерация, но также то, что приобретает и у каких стран. На основании данной информации можно сделать заключение о том, в какой степени Российская федерация гарантирует себе добычу необходимых для производства ресурсов в различных секторах экономики.

Проанализируем долю ввоза за 2021 год и отраслевую структуру ввозимых товаров. Сформируем заключение о том, кто именно считается основными поставщиками продукции в Российской федерации. А также сможет ли Российская Федерация компенсировать завезенные из других стран продукты, которые производились бы на территории внутри государства.

Динамика российского импорта

Для того, чтобы провести анализ российского импорта, сначала обратимся к рисунку 1, составленному на основе статистических показателей, приведенных в Росстате.



Рисунок 1 – Импорт Российской Федерации за период 2014–2021 годы

Источник: [3]

Импорт Российской Федерации в 2021 года смог побить рекорд 2014 года. Анализируя показатели статистических данных, предоставленных Федеральной службой государственной статистики в 2015 году, российский импорт снизился в 1,5 раза. Это связано с введением санкций от западных стран, в связи с вхождением Республики Крым в состав Российской Федерации. Это повлекло, прежде всего, к минимальным показателям закупок продукции у зарубежных стран. Но уже с 2017 года показатели импорта начали расти, что привело к повышению цен.

Серьезный рост российского импорта в прошлом году обусловлен кризисом, вызванный пандемией коронавирусной инфекцией. На сегодняшний день складывается не простая ситуация импорта из зарубежных стран, в связи с политическими разногласиями многих стран, против России были введены ограничительные меры, ударившие по деловой и производственной активности.

Анализируя показатели импорта России, предоставленные на официальных источниках Федеральной службы государственной статистики, можно заметить, что товарная структура закупок Российской Федерации в 2021 году по сравнению с предыдущими годами почти не изменилась. Россия закупает у зарубежных стран преимущественно высокотехнологичное оборудование, транспортные средства, фармацевтические товары, продовольственную продукцию, одежду и обувь. Рассмотрим структуру импорта, представленную на рисунке 2.

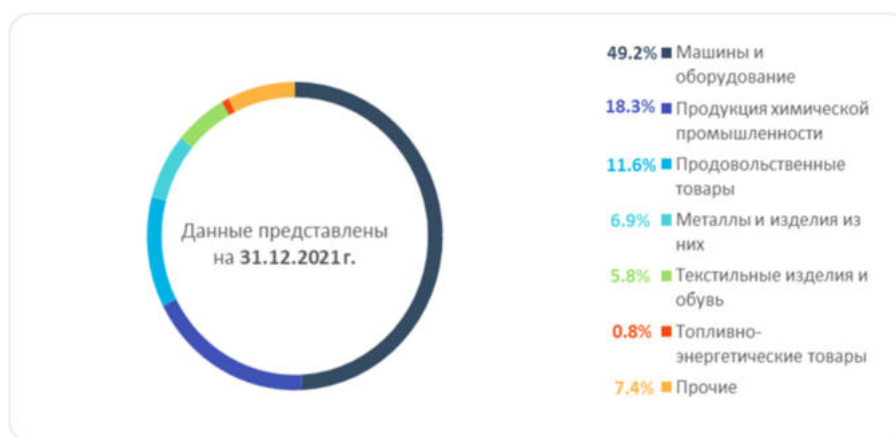


Рисунок 2 – Товарная структура импорта за 2021 г., %
Источник: Данные ФТС России [5]

Из приведенных статистических данных на рисунке 2 можно сделать следующие выводы:

Самым значимым сектором в общем импорте РФ является «Машины и оборудование», который занимает 49,2 %. В 2021 году наблюдается положительная динамика импорта этой группы по сравнению с предыдущими годами (прирост составил 30,8 %). Это произошло из-за увеличения потребления таких товаров, как механическое оборудование (26 %) и электрическое оборудование (21,8 %).

Также положительная динамика наблюдается в секторе «Химическая промышленность», который составила 18,3 % от всей товарной структуры. В 2021 году поставки продукции химической промышленности выросли на 26,7 %. На такой рост повлияли такие товары, как фармацевтическая продукция (20,8 %), каучук и резина (14,7 %), пластмасса (12,4 %).

В секторе «Закупки продовольственных товаров и сырья для их производства» можно заметить как положительную, так и отрицательную динамику. Например, Россия в 2021 году снизила импорт свежего и мороженого мяса на 17,2 % по сравнению с показателем за 2020 год. Объем закупок мяса птицы увеличился на 5,8 %. Ввоз рыбы в РФ за год вырос на 9,9 % – а экспорт рыбы за этот период снизился на 12,2 %.

Доля поставок металлов и изделий из них составляет 6,9 %. В 2021 г. наблюдается незначительный рост поставок металлов. В основном выросли поставки металлоконструкций (14,1 %), крепежной арматуры и фурнитуры (13,5 %).

На долю текстильных изделий и обуви в товарной структуре российского импорта приходится 5,8 %.

Рассмотрим на рисунке 2 у каких стран Российская Федерация закупает продукцию различных секторов товарного импорта.



Рисунок 2 – Структура импорта по странам, %
Источник: Данные ФТС России [5]

У европейских стран Российская Федерация импортирует автомобили, фармацевтические товары, изделия из металла и продовольственную продукцию. Главными импортерами товаров являются Германия (9,3 %), Франция (4,2 %), Италия (4,1 %), Польша (2 %). У стран СНГ Россия закупает преимущественно продовольственные товары. Основными импортерами являются Беларусь (5,3 %) и Казахстан (2,4 %) [1].

Импортозамещение как новая реальность.

За 8 лет санкций в Российской Федерации осуществлено свыше 1,5 тысяч планов согласно формированию аналогов продукции, что прежде поставлялась из-за границы [2].

Введенные в 2014 году санкции усилили проблему и направили правительство Российской Федерации к исследованию наиболее глубоких мер, включающих прочие сферы, с целью которых задача импортозамещения сделалась не менее актуальной.

В апреле того же года кабинет министров принял обновленное Постановление Правительства РФ от 15 апреля 2014 г. № 328 «Об утверждении государственной программы Российской Федерации "Развитие промышленности и повышение ее конкурентоспособности"», один из основных вопросов которой – сокращение доли ввоза готовой продукции и комплектующих в наше государство. Актуальность импортозамещения в России резко возросла на фоне украинского кризиса.

Основные цели импортозамещения – стимулирование и защита государственных финансовых заинтересованностей путем формирования подходящих условий с целью формирования индустрии и уменьшения зависимости от импорта с целью уменьшения политических и валютных рисков [4].

В Госпрограмме отмечены миссии импортозамещения непосредственно с целью Российской Федерации:

- создание конкурентоспособного индустриального изготовления;
- разработка инноваций и использование современных технологий;
- создание и помощь промышленности, с целью которой станут актуальны современные продукты.

Таким образом, осуществление выбранной политики обязана реализоваться в первую очередь, благодаря формированию внутреннего производства высококачественной и востребованной продукции, но никак не посредством ликвидации внутреннего рынка.

Западные меры, нанешие тотальный удар по российской экономике, положительно отразились в формировании аграрного хозяйства и иных сфер промышленности государства. Благодаря санкциям Российская федерация в короткий период обрела компетенции в множестве областях, в которых совсем не так давно была в числе отстающих. На сегодняшний день мы в значительно меньшей степени находимся в зависимости от западных технологий благодаря собственным исследованиям, которые дают возможность нашим производителям составлять значительную конкурентную борьбу западным фирмам.

Таким образом, импортозамещение обладает несколькими очевидными преимуществами, однако данное никак не означает то, что можно полностью отказаться от ввоза без ущерба для внутренней экономики и качества рынка.

К плюсам российского импортозамещения относят: снижение зависимости от иных государств; открытие ранее не известных компаний; развитие технологий; создание дополнительных рабочих мест; перспектива увеличения вывоза продуктов внутреннего производства.

К минусам российского импортозамещения причисляют: рост воздействия государственной политики в промышленности; большие расходы на поощрение новейших сфер; снижение конкурентоспособной борьбы; рост стоимости на продукты.

Проводимая в настоящее время политика импортозамещения осуществляется в принципиально иных условиях и носит иной характер, чем планировалось. Ее приходится реализовывать в ситуации изоляции от мировой экономики, разрыва военного сотрудничества с Украиной, отсутствия доступа к финансовым и технологическим ресурсам. Как следствие, проводить ее нужно в более сжатые сроки, в более неблагоприятных условиях и со значительно

большим объемом государственной поддержки. В отдельных направлениях импортозамещение приобрело мобилизационный характер.

Список литературы

1. Официальный сайт банка «Открытие Инвестиции» [Электронный ресурс]. URL: <https://journal.open-broker.ru/research/import-rf-itogi-2021-goda/>
2. Официальный сайт банка «Совкомбанк» [Электронный ресурс]. URL: <https://sovcombank.ru/blog/umnii-potrebitel/podderzhali-otechestvennogo-proizvoditelya-cto-takoe-importozameschenie-kak-ono-prohodit-v-rossii>
3. Официальный сайт каталога товаров для анализа товарооборота «Экспорт и импорт России по товарам и странам» [Электронный ресурс]. URL: <https://ru-stat.com/date-Y2014-2021/RU/import/world>
4. Официальный сайт Правительство Российской Федерации [Электронный ресурс]. URL: <http://government.ru/docs/all/91634/>
5. Официальный сайт Федеральная таможенная служба [Электронный ресурс]. URL: <https://customs.gov.ru/folder/521>

Н. Теплякова

Гжельский государственный университет, Московская обл., пос. Электроизолятор

Научный руководитель: В. Д. Кузьменкова

ДИВЕРСИФИКАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИИ КАК МЕТОД СНИЖЕНИЯ РИСКОВ

Диверсификация – это процесс освоения новых сфер производственной, экономической, финансовой, инвестиционной и иных видов деятельности хозяйствующего субъекта, имеющий своей целью снижение рисков, повышение рыночной устойчивости и конкурентоспособности [1].

С помощью диверсификации можно:

- продвигаться на новые рынки сбыта;
- расширять ассортимент услуг для клиентов и выпускаемых товаров;
- выполнять поиск новых сегментов целевой аудитории (потребителей);
- внедрять разработку новых технологий для расширения производства и вывода его на рынок [2].

Также диверсификационная стратегия позволяет

- сокращать риски, связанные с падением спроса на товар или услугу;
- снизить вероятность банкротства компании, что важно в условиях экономически нестабильной среды;
- повысить рентабельность производства, открыть новые возможности использования производственных мощностей.

Актуальность исследуемой темы обусловлена тем фактором, что современные рыночные отношения находятся в постоянной динамике, поэтому компаниям крайне сложно поддерживать привлекательность занятой отрасли.

Завоевания новых рынков сбыта становится приоритетом для многих компаний. В этих условиях грамотно спланированный и организованный процесс диверсификации способствует повышению продуктивности работы компании и каждого его подразделения. В Российской Федерации уже имеется положительный опыт по диверсификации производств, как гражданского, так и военного назначения, но опыт этот был настолько неоднозначен и противоречив, что мешает выработке единой концепции.

Поэтому теоретическая основа этой стратегии весьма неоднородна и не обладает универсальностью, что в свою очередь затрудняет ее применение на практике. Задачами диверсификации производства является снижение рыночных рисков, повышение устойчивости предприятия и улучшения показателей эффективности. Для этого необходим выход на новые, ранее не представленные рынки сбыта, увеличение ассортимента выпускаемой продукции с высокой добавленной стоимостью, повышение ее рентабельности. Однако, рассредоточение капитала по разным отраслям снижает возможности его эффективного использования, затрудняет организацию производства, тормозит внедрение новейших технологий, машин, оборудования. В этом заключается опасность диверсификации для компаний.

Хорошим примером диверсификации может послужить покупка Стивом Джобсом компании Pixar. Когда мы слышим о Pixar, то нам сразу представляется значительная компания, которой владел Стив Джобс, и которая создала такие анимационные шедевры, как «История игрушек», «Тачки», «ВАЛЛ-И» и многие другие. Однако не всегда Pixar была такой успешной. В середине 80-х Джордж Лукас (создатель киносериала «Звездные войны») вынужденно продал Pixar предпринимателю Стиву Джобсу (сооснователю корпорации Apple) за 5 миллионов долларов. Довольно долго Джобс финансировал компанию из собственного кармана. И вот студия выпустила первый удачный мультфильм, затем другой подобной категории. В итоге было достигнуто соглашение, в результате которого большая киностудия диверсифицировала бизнес. В момент поглощения Pixar оценивался уже в 7,4 млрд долларов. Поглощение компанией Walt Disney Co. относительно молодой мультипликационной компьютерной студии Pixar в 2007 году пошло на пользу двум сторонам. Отметим, что до сделки акции двух этих фирм обращались на бирже. После

объединения акционеры Pixar стали владельцами акций большой компании, а акции Walt Disney Co. значительно выросли [3].

Теперь перейдем к рассмотрению неудачной диверсификационной стратегии на примере двух отечественных компаний «Евросеть» и «Связной».

Несколько лет назад в Евросети решили испробовать эксперимент по созданию крупноформатных магазинов и запустили несколько супермаркетов товаров для дома и кухни с довольно большим ассортиментом, который принципиально отличался от товаров, предлагаемых до диверсификации. Проект по созданию сети гипермаркетов – часть стратегии «Евросети» по диверсификации бизнеса. Помимо традиционного сегмента – продажи сотовых телефонов и контактов, компания также сотрудничает с интернет-магазинами, принимает различные платежи и переводы и так далее. Экспериментальная сеть гипермаркетов была открыта под названием «Большая Евросеть». В целом, хорошие места торговых центрах, повторение формата других компаний. В гипермаркетах помимо мобильной и портативной техники представлены электроника, мелкая и крупная бытовая техника. Учитывая, вышеперечисленные позиции, покупатели «Евросети» все равно продолжали ассоциировать ее с компанией по продаже мобильной техники, а не то место, где можно приобрести микроволновую печь и чайник. Аналогичную сеть запускал главный конкурент «Евросети», воплощенный компанией «Связной» под названием Enter, которые ориентируется на огромное число товаров – от мебели до портативной техники.

Предполагалось, что Enter управляло ассортиментом для продажи аудитории, которая составила бы более 10 млн человек в месяц. На момент запуска данной сети, это могло быть больше чем у таких компаний, как OZON, Ebay и Wildberries. Как оказалось, последние три компании в итоге «захватили» рынок почти по всем категориям.

Огромное внимание стоит уделить одной из самых успешных отечественных компаний – «Яндекс». Во-первых, «Яндекс» продолжает успешно выполнять стратегию диверсификации своего бизнеса. Несмотря на хороший рост рекламной выручки в 4 квартале (+26 %), ее доля в общем рейтинге снизилась до 44 %. То есть новые бизнесы приносят компании 56 % всей выручки и снимают зависимость компании от рекламного рынка.

Во-вторых, это развитие подписных сервисов. Количество подписчиков «Яндекс Плюс» в 2021 г. выросло на 79 % до 12 млн пользователей. Причем, порядка 80 % из них платят за подписку, а выручка от этого направления колеблется на уровне нескольких миллиардов рублей в месяц.

В-третьих, это направление e-commerce в 2021 г. GMV e-commerce вырос в 3 раза до 160 млрд руб. (+ 104 млрд руб.). Этому способствовал рост активных покупателей (в 2 раза до 9,8 млн) и активных продавцов (в 3 раза до 23,9 тыс.). Кроме того, ассортимент был расширен более, чем в 12 раз. По итогам 2022 г. Яндекс ждет, что e-commerce вновь будет расти быстрее рынка. Так, рост GMV может увеличиться в 2 раза в годовом выражении (+160 млрд руб.).

В других направлениях наблюдается аналогичная ситуация. Так, сервис «Такси» превысил прогноз по росту GMV за 2021 г.: показатель ожидался на уровне 65–70 %, а получилось вырасти на 75 %, до 574 млрд. руб. «Такси» растет, в основном, за счет увеличения объема перевозок на рынках стран СНГ и ЕМЕА. Для данного сервиса международный бизнес может стать в ближайшие годы одним из основных драйверов роста.

Также «Яндекс» является лидером российского рынка «умных колонок». При этом сам рынок в 2021 г. вырос в 3 раза. Выручка компании от умных девайсов выросла в 2,6 раз, до 9,6 млрд. руб. За все время Яндекс продал более 3 млн своих станций, а количество пользователей «умного дома» за 2021 выросла в 4 раза, превысив 1 млн человек [3].

Остановимся на компании «Яндекс». На старте Яндекс позиционировал себя как исключительно поисковая система. Компания постепенно стала прогрессировать практически по всем направлениям предоставления товаров и услуг. По сути это было достаточно значимое решение, поскольку покупатель может приобрести практически любые виды товаров, заказать такси, взять автомобиль в аренду, вызвать доставку еды на дом и так далее, воспользовавшись своей же поисковой системой.

Для отрицательного примера можно вспомнить поисковую систему Rambler. В определенное время эти две компании были одинаково известны, но только об одной мы говорим сейчас, а об

одной только вспоминаем. Вот как диверсификация помогла компании «Яндекс» с предотвращением риска быть забытой или завершившей свою деятельность.

Диверсификация производства стоит особняком по отношению стратегическим альтернативам роста: усиление проникновения на рынок, развитие рынка, развитие продукта, поскольку эти стратегии предполагают использование технических, финансовых и других ресурсов для имеющегося ассортимента продукции, а диверсификация производства требует, в основном, новых навыков, новой техники и нового оборудования [4].

Результатом этого является изменение в структуре бизнеса, не дающее возможности полностью воспользоваться предыдущим опытом деятельности компании.

В итоге, создавая новый продукт, проще вообще его не ассоциировать со своей компанией и начать бизнес с нуля. Но вне зависимости от того, как вы собираетесь диверсифицировать свою деятельность, всегда нужно, вне всякого сомнения, учитывать потребительские потребности.

Список литературы

1. Что такое диверсификация. [Электронный ресурс]. URL: <https://neiros.ru/blog/finance/chto-takoe-diversifikaciya-vidy-tipy-strategii-metody/>
2. Выберу – финансовый портал. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.vbr.ru/investicii/help/investicii/diversifikaciya-vidy-metody-primery/>
3. Smart-Lab. [Электронный ресурс]. URL: <https://smart-lab.ru/blog/news/768054.php>
4. *Аронов А. М., Петров А. П.* Диверсификация производства: теория и стратегия развития. СПб.: Лениздат, 2018. 128 с.

Н. Терскова

Гжельский государственный университет, Московская обл., пос. Электроизолятор

Научный руководитель: В. Д. Кузьменкова

УПРАВЛЕНИЕ ОРГАНИЗАЦИЕЙ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА

На современном этапе развития экономических отношений почти каждая организация так или иначе встречается с проблемами, которые связаны с возникновением кризиса. Причин для возникновения кризисных периодов достаточно много. Например, проблемы на предприятии могут быть вызваны экономическим кризисом региона, страны или мира, который является труднопредсказуемым явлением в связи с отсутствием единой и исчерпывающей описательной модели развития современной экономической системы.

Актуальность данной темы исследования обусловлена тем, что каждая организация имеет свои собственные циклы развития, подвержена рискам и кризисным явлениям. Это связано с тем, что несмотря на наличие общих черт с другими субъектами экономической деятельности каждая организация индивидуальна так как имеет собственные специфические условия деятельности. Именно поэтому необходимо иметь план управления во время кризиса.

В настоящее время в РФ более 80 % предприятий являются потенциальными банкротами, хотя только около 10 % из них не имеют потенциала для выхода из зоны возможного банкротства [8].

Антикризисное управление заключается в комплексе методов, форм и процедур для социально-экономического оздоровления финансово-хозяйственной деятельности предприятий, предпринимателей, отрасли, также включает создание и развитие условий, позволяющих выйти из состояния кризиса.

При этом необходимо учитывать, что в антикризисное управление включается применение важнейших экономических дисциплин – в виде стратегического, тактического планирования, финансового анализа, менеджмента, инвестирования и пр. При этом они объединяются в общую систему, основываясь на одном критерии – возможности диагностики, нейтрализации, предупреждения и преодоления кризиса.

Некоторые исследователи: А. Г. Грязнова, Э. М. Коротков, Г. Ф. Остапенко, Д. В. Петухов и др., в своих определениях обращают внимание на созидательную сущность кризиса, так А. Г. Грязнова пишет: «Антикризисное управление – это система управления организацией, имеющая комплексный характер и направленная на недопущение или ликвидацию негативных для предприятий явлений путем использования всего управленческого потенциала, разработки и проведения на предприятии специальной программы, которая имеет стратегический характер, и позволяет ликвидировать временные трудности, сохранить и приумножить рыночные позиции при любых обстоятельствах, при опоре в основном на собственные ресурсы» [9].

В. Г. Крыжановский, Н. В. Родионова, И. К. Ларионов, А. А. Крушинский, А. Н. Пыткин, Ю. А. Малышев отмечают, что, помимо преодоления кризисных явлений, необходимо осуществлять прогнозирование, предупреждение и профилактику кризисных явлений в деятельности предприятия. Также проводить непрерывную диагностику состояния предприятия в целях предупреждения кризиса путем анализа его предпосылок [8].

Во всех направлениях экономической деятельности по всему миру происходят многочисленные изменения. В основном это связано с постоянным развитием технологий, пандемиями и другими политическими и социальными изменениями. Руководитель должен убедиться, что нашел способ минимизировать последствия кризиса, как только он начнется. Некоторые организации считают такой шаг приоритетным, создав отделы по управлению кризисными ситуациями. Эти подразделения состоят из экспертов в области управления кризисными ситуациями и их предотвращения. Именно заблаговременная разработка мер борьбы с кризисом позволит фирме минимизировать негативные последствия кризисных явлений.

Руководитель должен вести политику по развитию своей организации, внедрению инновационных исследований. Это, вне всякого сомнения, дает возможность масштабировать

бизнес, делать его более гибким, а также занимать лидирующие позиции на рынке в условиях стремительно развивающейся рыночной экономики.

Независимо от того, насколько незначительной может показаться ситуация, всегда желательно, чтобы команда экспертов провела оценку и предложила наилучшие решения. Команда должна включать в себя ключевые отделы организации.

Сюда войдут:

- генеральные директора;
- руководители департаментов;
- юридические группы.

Нужно проводить тщательную проверку каждого отдела, сотрудника, любой уязвимой области организации, в целях понимания, где компании может быть нанесен наибольший ущерб. Это позволяет составлять планы для определения приоритетов областей для корректировки. Именно эта задача выполняется командой антикризисного управления.

Нужно воспользоваться планом антикризисного управления, этот документ необходим, когда дело доходит до быстрого выбора того, что должно быть реализовано. План антикризисного управления не должен разрабатываться во время катастрофического события; об этом следует подумать в начале бизнеса, при подготовке бизнес-плана (индивидуальный план, который лучше соответствует структуре организации).

Безусловно, план антикризисного управления должен быть составлен в зависимости от целей организации.

Мониторинг бренда является важным инструментом, позволяющим организации знать реакцию общественности по поводу того, что происходит в компании [2]. Это делается с помощью поисковых систем и других сайтов. Если среди упоминаний в социальных сетях есть негативный контент, с которым необходимо разобраться, нужно задействовать команду экспертов в области защиты информации, для защиты деловой репутации организации. Команда, выделенная для выполнения этой задачи, должна быть профессиональной в целях выполнения комплексного подхода к стратегическому выполнению единых задач фирмы и минимизации последствий негативных отзывов в сети интернет.

Важно минимизировать ущерб от ситуации. Для этого выделяются угрозы выживанию фирмы. В частности, финансовые и репутационные. В контексте первого важно понимать, сколько компания может позволить себе потерять финансовых ресурсов.

На этапе выхода из кризиса следует сделать упор на непрерывность работы. Важно понимать, какие ресурсы необходимы для обеспечения устойчивости компании (финансовые, технологические, человеческие) и в каком количестве.

Поэтому после выхода из кризиса важно проанализировать действия, которые предприняла компания. Можно ли их улучшить? Если да, то как? Возможно, анализ покажет, что одни способы реагирования оказались неэффективными, а другие оказали мощное положительное воздействие.

Этим анализом должна заниматься кризисная команда. Необходимо изучить уровень эффективности выполненного плана, последствия ситуации, влияние на репутацию, персонал и партнеров. Также необходимо проанализировать взаимоотношения с заинтересованными сторонами. Безусловно, следующим важным шагом после выхода из кризиса станет восстановление доверительных отношений с этими группами.

Список литературы

1. *Баринов В. А.* Антикризисное управление: Учеб. пособие. М.: ИД ФБК. ПРЕСС, 2018. 101 с.
2. *Грузинов В. П., Грибов В. Д.* Экономика предприятия: учеб. пособие для вузов. М.: Финансы и статистика, 2017.
3. *Егошин А. П.* Управление персоналом: Учеб. пособие / Нижегород. Ин-т менеджмента и бизнеса. Ниж. Новгород: изд-во НИМБ, 2016. с. 19.
4. *Кошкин В. И. и др.* Антикризисное управление: 17 – модульная программа для менеджеров «Управление развитием организации». Модуль М «Антикризисное управление». М.: ИНФРА – М, 2017. 10 с.
5. *Литвак Б. Г.* Управленческие решения: Учебник. М.: Тандем: ЭКМОС, 2015. 39 с.
6. *Лунев В. П.* Тактика и стратегия управления фирмой. Учеб. пособие. М.: ДИС, 2016. 16 с.

7. Мазур И. И., Шапиро В. Д. Реструктуризация предприятий и компаний: справ. пособие для специалистов и предпринимателей. М.: Высшая школа, 2017. 20 с.
8. Экономика // Управление организацией в условиях кризиса. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/upravlenie-organizatsiy-v-usloviyah-ksa/vie>
9. Журиха А. М. Научные подходы к антикризисному управлению предприятием // Проблемы и перспективы экономики и управления: материалы V Междунар. науч. конф. (г. Санкт-Петербург, декабрь 2016 г.). Санкт-Петербург: Свое издательство, 2016. С. 110–112. [Электронный ресурс]. URL: <https://moluch.ru/conf/earchive/219/11514/>

Т. А. Тимофеева

Гжельский государственный университет, Московская обл., пос. Электроизолятор

Научный руководитель: В. Д. Кузьменкова

МЕХАНИЗМЫ АДАПТАЦИИ ЦЕНОВОЙ ПОЛИТИКИ ФИРМЫ

Развитие таких явлений как глобализация и экономический кризис лишь подстегивают интерес ученых к данной проблематике. В то же время, на решение проблем адаптации предприятий существенно влияет специфика тех или иных отраслей народного хозяйства, что требует дополнительных исследований, в частности, для предприятий нефтегазовой отрасли. Внешняя среда в настоящее время характеризуется высоким уровнем сложности, динамичности и нестабильности, что создает новые вызовы для предприятий. Это рождает потребность в формировании практических инструментов приспособления нефтегазовых предприятий к изменениям факторов внешней среды. Другими словами, возникает необходимость создания во внутренней среде предприятия стабильно функционирующих адаптационных механизмов, которые позволили бы гибко приспособиться к волатильности во внешней среде. Адаптация имеет свои пределы, которые ограничиваются скоростью, которую адаптационные механизмы могут обеспечить для изменения организации в соответствии с текущими требованиями внешней среды. Именно эта характеристика и определяет пределы адаптации. Таким образом, отсутствие достаточной адаптивности в работе предприятия в наибольшей степени проявляется в кризисные периоды, когда накопившиеся проблемы и «узкие места» начинают сильнее себя проявлять. При этом, если окружение меняется быстрее, чем может изменяться организация, то это часто ведет к серьезным сбоям в функционировании предприятия, а то и к его банкротству. В более благополучные периоды, стабильная прибыль позволяет сглаживать и скрывать отсутствие или плохую работу адаптационных механизмов.

Рыночная конъюнктура является одним из важнейших факторов, определяющих жизнеспособность предприятий нефтегазовой отрасли, а периодически происходящие резкие изменения цен тестируют адаптационные механизмы предприятий на прочность. Цена на нефть определяется на бирже и, несмотря на определенные манипуляции со стороны, например, картеля ОПЕК, в целом, она формируется в первую очередь балансом спроса и предложения. Таким образом, российские предприятия нефтегазовой отрасли функционируют на рынке близком к модели свободной (чистой) конкуренции. По этой причине в отличие от Инновационные инструменты повышения эффективности технологического развития топливно-энергетического комплекса предприятий, действующих на рынках несовершенной конкуренции (монополия, олигополия, монополистическая конкуренция), где производитель имеет ту или иную возможность воздействовать на цены, предприятиям нефтегазовой отрасли приходится мириться с установленными ценовыми ограничениями и приспосабливаться к ним. Пределы адаптации в основном определяются себестоимостью добычи нефти. Низкорентабельные скважины в период низких цен вынужденно консервируются.

Основная часть месторождений топливно-энергетических ресурсов России расположена в холодных и удаленных регионах страны. Территориальная удаленность предприятий отрасли нефтедобычи от нефтеперерабатывающих, газоперерабатывающих заводов и центральных регионов России, слабая развитость транспортной инфраструктуры нефтегазового комплекса, а также истощение действующих месторождений приводит к тому, что себестоимость добычи нефти в России довольно высокая и к тому же регулярно растет. Агентство Bloomberg, проанализировав отчетность МСФО основных российских нефтедобывающих компаний за 2019 г., пришло к выводу, что у Роснефти себестоимость добычи составляет 11,3 долл. за баррель, у Лукойла – 10,2 долл., а у Газпрома – 9,8 долл. [2]. Серьезные изменения на рынке нефти в 2020 г создали кризисную ситуацию в работе многих нефтяных компаний, став своеобразной лакмусовой бумажкой для осознания проблемы обеспечения высокой степени адаптации. Пандемия COVID-19 привела в 2020 г к резкому снижению спроса и цен на нефть. Более того, 20 апреля были впервые в истории были зафиксированы отрицательные цены на фьючерсные контракты. Так, на американскую легкую

нефть West Texas Intermediate (WTI) с поставкой в мае торговая сессия 20 апреля завершилась на отметке минус \$37,63 за баррель [1]. Ситуация была вызвана тем, что образовавшийся из-за резкого падения спроса излишек предложения нефти привел к быстрому заполнению имеющихся объемов нефтехранилищ.

На спотовом рынке падение цен также было не только глубоким, но и быстрым, что стало шоком для производителей нефти. На рисунке приведен график цен на нефть марки BRENT, которая наиболее тесно коррелирует с ценами на российскую марку нефти Urals. Из графика наглядно видно резкое снижение цен в начале 2020 г.



Гибкая налоговая политика и плавающий курс рубля позволили отечественным нефтяным компаниям несколько сгладить негативный эффект от резкого снижения цен на нефть. Однако в дальнейшем курс рубля стал корректироваться в сторону укрепления. Наряду с этим увеличивается, и налоговая нагрузка на российские нефтяные компании, что также требует от предприятий приспособления к новым условиям хозяйствования. С 1 января 2021 г. правительство убрало ряд льгот и изменило параметры налога на добавленный доход (НДД) и налога на добычу полезных ископаемых (НДПИ) для нефтяной отрасли. Судя по всему, период низких цен на нефть будет затяжным, поэтому со стороны нефтяных предприятий потребуется целый ряд мер для успешной адаптации. При этом адаптационные механизмы должны комплексно охватывать все этапы и сферы деятельности предприятия, а не только финансовую сторону проблемы.

Рассмотрим более подробно наиболее важные, на наш взгляд, инструменты и адаптационные механизмы, которым следует уделить внимание лицам, принимающим решения в организациях нефтяной отрасли.

Организационно-управленческие адаптационные механизмы:

- процессы слияния и поглощения;
- изменение баланса между централизацией и децентрализацией функций управления;
- совершенствование функционирования основных систем предприятия;
- постановка управленческого учета на предприятии;
- разработка мероприятий по экономии ресурсов;
- выявление «узких мест»;
- мобилизация недостаточно используемых резервов.

Производственные адаптационные механизмы:

- снижение себестоимости;
- контроль энергоемкости и материалоемкости;
- уменьшение простоев оборудования;
- консервация нерентабельных месторождений;
- рациональное проведение ремонта и технического обслуживания;
- предотвращение аварийных ситуаций.

Финансовые адаптационные механизмы:

- хеджирование рисков;

- формирование резервов для сглаживания краткосрочных негативных факторов;
- обеспечение бесперебойного финансирования операций;
- осуществление рациональной дивидендной политики;
- рациональное распределение прибыли и т.д.

Информационные адаптационные механизмы, позволяющие существенно уменьшить время реакции предприятия на внешние изменения, повышая тем самым предел адаптации:

- внедрение и расширение использования информационных систем для управления предприятием;
- цифровизация, применение технологий big data и других современных инструментов.

Коммерческие и логистические адаптационные механизмы:

- снижение издержек обращения;
- сотрудничество с надежными поставщиками и подрядчиками;
- обеспечение ритмичности поставок оборудования и комплектующих;
- сокращение складских запасов;
- рациональное использование транспорта;
- обеспечение бесперебойности доставки продукции.

Социальные и трудовые адаптационные механизмы:

- повышение квалификации персонала;
- управление трудовыми конфликтами;

Инновационные инструменты повышения эффективности технологического развития топливно-энергетического комплекса:

- совершенствование системы найма работников;
- управление мотивацией.

Безусловно, в рамках одной статьи проблему адаптации не решить, задача состояла скорее в том, чтобы очертить круг проблем, которые требуется решить для успешной адаптации российских нефтяных предприятий к неблагоприятной рыночной конъюнктуре и сгладить таким образом негативные последствия для отрасли. Данная проблема требует более глубокой и детальной проработки и ждет своих исследователей.

Список литературы

1. *Галушко Е. С., Галушко С. А.* Обоснование организационно-экономического механизма адаптации предприятия // Вестник СевНТУ. 2012. № 130. С. 43–47.
2. *Деркач М. Н.* Адаптационный механизм институциональных изменений экономической системы // Бизнес-информ. 2011. № 1. С. 133–135.
3. *Шаховская Л. С., Чигиринская Н. В., Чигиринский Ю. Л.* Ценообразование. М.: КноРус, 2014. 258 с.
4. Цена нефти впервые в истории упала ниже нуля. Что важно знать. [Электронный ресурс]. URL: <https://clck.ru/N9L5V>

А. Р. Унайбекова

Кокшетауский университет им. Ш. Уалиханова, Республика Казахстан, г. Кокшетау

Научный руководитель: Е. А. Ахмедьяров

УПРАВЛЕНИЕ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИЕЙ БАНКОВСКОГО СЕКТОРА КАЗАХСТАНА В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ

При введении карантинно-ограничительных мер многие компании отправили своих сотрудников работать из дома, отказались от штатного режима в пользу онлайн деятельности – банковские организации не были исключением. Влияние пандемии обусловило бурное развитие IT-сферы в секторе предоставления финансовых услуг, что обеспечило ее цифровую трансформацию. Чрезвычайное положение в связи COVID-19 привело к необходимости цифрового развития и приспособления к новым условиям, в целях преодоления дальнейшего развития кризиса и проблем в финансовом секторе. На самом деле цифровую трансформацию мы переживаем уже многие годы. Многие инновационные технологии были рассмотрены и применены еще до «цифрового бума 2020», COVID-19 лишь ускорил этот процесс.

Банковский сектор – неотъемлемая часть сферы финансовых услуг, большую роль играет правильное и эффективное координирование деятельности банковских организации для обеспечения финансовой устойчивости, возможности приспособления к современным реалиям и цифрового развития. Цифровая трансформация к 2022 г. в Казахстане представляет собой формирование проактивного финансового сообщества, играющего ключевую роль в функционирующей финансовой отрасли с развитой инфраструктурой рынка платежных услуг. 2020 год стал годом массовой цифровизации своего рода «цифровой бум» банковской отрасли. Банки, успевшие к началу эпидемии создать собственные цифровые платформы – незамедлительно очутились в числе лидеров.

Цифровая трансформация затрагивает инновационные технологии с использованием смартфонов, систем API, DLT, работ с искусственным интеллектом и большим количеством данных. В процессе цифровой трансформации появились новые дополнительные расходы, связанные с внедрением процессных инноваций в деятельности и ее обслуживанием. Вместе с тем, следует иметь ввиду, что эти расходы значительно ниже операционных расходов, которые банки несли ранее.

30 ноября 2020 года Национальным Банком Республики Казахстан была принята программа развития национальной платежной системы в Республике Казахстан до 2025 года. Реализация поставленной задачи в программе разбито 3 этапа, ключевым моментом первого этапа стало совершенствование системы мгновенных платежей и межбанковских локальных систем для обслуживания платежных карт. Программа развития национальной платежной системы принята для организации и повышения эффективности платежной платформы: переход к формату международного стандарта ISO20022, удаленная идентификация (FaceID) клиентов, развитие сервисов «OpenAPI/OpenBanking» [2].

На данный момент времени в рамках реализации программы был установлен универсальный API в качестве веб-портала для передачи данных отчетов в автоматическом режиме, который был протестирован пока одним банком, обновлен и доработан план по внедрению международного стандарта IS20022 в платежные системы Республики Казахстан на 2021–2022 гг. Вместе с данной программой разработан проект «Программа создания Национальной платформы цифровой биометрической идентификации на 2021–2024 годы», который направлен на обеспечение кибербезопасности. Данная программа предоставила возможность регистрации в приложениях путем использования биометрических данных (Face ID), которой пользуются 14 банковских и 9 небанковских организаций, за 2020 год было оказано более 4,4 млн услуг по идентификации клиентов.

Важным направлением в цифровом развитии банковского сектора в период пандемии - были онлайн банкинг и безналичные платежи, имеющие тесную связь между собой, а также развитие мобильного банкинга.

На 1 марта 2022 года в Казахстане при численности населения 19,2 млн человек в обращении находится 56,7 млн платежных карт, то есть около 3 карт на 1 человека. Объем безналичных транзакций проведенных с использованием платежных карт с 2021 года увеличился в 1,5 раза. Анализ данных представленных НБ РК за 2021 г. показал, что каждые 3 из 5-ти безналичных транзакции в 2021 году выполнялись с помощью интернета и онлайн банкинга.

Коммерческие банки Казахстана проделали большую работу, создавая новую широкую экосистему в стране, начиная предлагать передовые продукты, такие как универсальные банковские приложения. Банковские приложения предоставляют много возможностей: безналичные платежи посредством поддержки NFC, и бесконтактных оплат (QR), при этом сотрудничая с другими представителями этих систем; онлайн услуги, которые ранее можно было осуществить только при обращении в офис банка (заказ карт, открытие счетов, смена пин-кода и т.д.).

Во время пандемии АО «HalykBank» были использованы технологии Роботизации (RPA). Согласно годовому отчету АО «HalykBank» за 2020 г. благодаря RPA затраты на сотрудников в отдельных подразделениях офиса снизилось на 15 % – 1 робот может выполнять работу 5 сотрудников. В ситуации с пандемией такой результат давал возможность превосходства над другими – они были относительно готовы к изменениям под воздействием влияния внешних факторов. Как показала практика, внедрение RPA в сфере банковских услуг в сравнение с API автоматизацией - более выгодно и оптимально [3].

Обеспечение кибербезопасности банковского сектора также играет важную роль в период цифровой трансформации: наряду с цифровизацией существенно увеличилось и количество кибератак. Ввиду этого многие банки Казахстана направили свои усилия на защиту своих серверов.

Таким образом, цифровая трансформация банковского сектора Казахстана во время пандемии дала возможность банковским организациям быстро реагировать на изменения происходящие на рынке и сопутствующие им риски. То есть воздействие внешних факторов обусловленных пандемией было сопряжено с рядом рисков и в то же время открывало новые возможности для цифровой трансформации в банковском секторе, что позволило банкам воспользовавшимся открывающимися возможностями обеспечить себе конкурентные преимущества.

Список литературы

1. Davidson H. First Covid-19 case happened in November, China government records show – report // The Guardian. 2020. URL: <https://www.theguardian.com/world/2020/mar/13/first-covid-19-case-happened-in-november-china-government-records-show-report> (дата обращения: 25.01.2021).

2. Постановление Правления Национального Банка Республики Казахстан от 30 ноября 2020 года № 133 «Об утверждении Программы развития национальной платежной системы в Республике Казахстан до 2025 года». Доступ из ИС Параграф «Юрист». https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=34607746&pos=3;-72#pos=3;-72.

3. Годовой отчет АО «HalykBank» за 2020 год. [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: https://halykbank.kz/storage/app/media/Investoram/2021/HB_AR_2020.pdf (дата обращения: 6.05.2022).

Д. Г. Филатов

Гжельский государственный университет, Московская обл., пос. Электроизолятор

Научный руководитель: И. А. Астафьева

ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ВЛАСТИ РФ В УСЛОВИЯХ САНКЦИЙ

Новые санкции 2022 года, которые были объявлены в связи с началом специальной военной операции на Украине, со стороны стран Запада и США, оказали существенный эффект на российскую экономику. По данным Росстата, инфляция в марте 2022 года составила около 16 %, а Центральный Банк России оценивает падение ВВП за 2022 год на долю около 8–10 %. В статье представлены те меры поддержки, которые оказывают органы власти Российской Федерации для поддержки населения и бизнеса и их эффект на российскую экономику [1].

В конце февраля 2022 года Президент Российской Федерации В.В. Путин объявил о начале специальной военной операции на территории Украины с целью денацификации и демилитаризации украинского государства. В связи с этим со стороны европейских государств и со стороны Соединенных Штатов Америки были введены новые санкции, а именно 5 пакетов санкций. Санкции касаются не только физических и юридических лиц, но и целых отраслей экономики.

Для составления о мерах, которые оказываются и могут быть оказаны со стороны органов власти Российской Федерации, необходимо иметь представление о тех санкциях, которые были предъявлены.

Представим их кратко на рисунке 1:

Первый пакет санкций, принятый в связи с признанием ДНР и ЛНР	Второй пакет санкций, введенный за вторжение на Украину	Третий пакет санкций, введенный за вторжение на Украину	Четвертый пакет санкций, введенный за вторжение на Украину	Пятый пакет санкций (за вторжение на Украину и резню в Буче)
Санкции против банков, финансирующих оборонную промышленность (ВЭБ, Промсвязьбанка и их 42 дочерних структур, включая ФК ЦСКА), против детей высших российских чиновников; Германия приостановила сертификацию магистрального газопровода «Северный поток — 2»; Евросоюз ввёл санкции против 351 депутата Госдумы, проголосовавшего 15 февраля 2022 года в поддержку обращения к президенту Путину с просьбой признать ДНР и ЛНР;	Ограничение возможности российских компаний вести расчёты в долларах, евро, фунтах и иенах; ограничения на импорт высокотехнологичной продукции; ограничения на заимствования на рынках США и Европы для крупнейших российских государственных компаний; полный запрет лизинга самолётов, вертолётов и другой авиатехники в РФ, а также их страхования; запрет на поставки товаров, оборудования и технологий для нефтепереработки;	Заморозка резервов ЦБ РФ, находящиеся в банках стран G7 (речь идёт о половине резервов ЦБ); Отключение части российских банков от системы SWIFT, а именно: ВТБ, «Открытие», «Новикомбанк», «Совкомбанк», «Промсвязьбанк»; запрещён экспорт товаров, способных способствовать военно-техническому развитию России или развитию сектора обороны и безопасности;	Запрещён импорт российской сталелитейной продукции (потеря российской выручки оценивается в €3 млрд.); полностью запрещены любые сделки с рядом государственных предприятий, связанных с ВПК; запрещён экспорт предметов роскоши из ЕС в Россию; запрещена финансовая оценка России и российских компаний европейскими рейтинговыми агентствами	Запрет на импорт российского угля (по оценкам ЕС — бюджет стоит России потерь в 4 млрд евро ежегодно); запрет на транзакции с четырьмя крупнейшими российскими банками, среди которых будет и ВТБ банк (по оценкам ЕС — 23% российского рынка); запрет на экспорт в РФ квантовых компьютеров, высокотехнологичных полупроводников, транспортных составляющих и т.д. (по оценкам ЕС — 10 млрд евро ежегодно); отказ от импорта из РФ ряда товаров и сырья вроде древесины, семян, морепродуктов и алкоголя (по оценкам ЕС — 5,5 млрд евро)

Рисунок 1 – Пакеты санкций, принятые ЕС и США в 2022 году [2]

Таким образом, самыми пострадавшими отраслями является туризм, авиаотрасль, банковская отрасль, IT-отрасль, угольная отрасль. Это связано с тем, что именно в данных отраслях ограничен экспорт, на который приходилась существенная доля произведенного товара, либо импорт существенно важных элементов для осуществления деятельности.

Уже в марте 2022 года Президент Российской Федерации объявил о необходимости мер поддержки для граждан и бизнеса. Поэтому деятельность органов власти конечно же изменилась в

связи с социально-экономическими условиями. Рассмотрим деятельность государственных органов, разделив их по субъектам и уровням [3].

Первым и самым крупным субъектом, который оказывает меры поддержки и перестраивает курс своей работы на санкционные рельсы, это Правительство Российской Федерации. Был утвержден новый состав Правительственной комиссии по повышению устойчивости российской экономики в условиях санкций, в которую вошли представители различных отраслей и регионов – мэр Москвы, Министр сельского хозяйства, экономического развития, цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации, полномочный представитель Президента Российской Федерации в Дальневосточном федеральном округе и т.д. [4].

Меры были разделены на 5 условных категорий: общие меры; социальная поддержка; налоги; финансы; регулирование [3].

Итак, в общих мерах самыми главными являются такие меры как разрешение параллельного импорта (то есть импорта востребованных товаров без согласия правообладателей). Так, например, разрешается ввоз товаров, которые находятся под санкциями не из Европы, а из дружественных государств – Казахстана или Армении.

Список товаров, который может быть импортирован таким образом утверждается Минпромторгом.

Министерство промышленности и торговли – один из ключевых государственных органов, которому предстоит искать новые решения в сложившихся условиях. Так, данным органом была создана «Биржа импортозамещения», на которой компании могут найти те товары, которые им необходимы и которые оказались под санкциями. Санкции в отношении Российской Федерации оказывались еще с 2014 году в связи с Крымским конфликтом, поэтому в целом у министерства есть опыт осуществления деятельности по импортозамещению, которое практически целиком ложится именно на него. Планы по импортозамещению существуют по отраслям и затрагивают 24 отрасли [5], [6].

Среди мер социальной поддержки – меры по поддержке населения, новые социальные выплаты семьям с детьми, трудоустройство граждан, предприятия которых прекратили деятельность на территории РФ, отсрочка от армии для IT-специалистов.

В разделе «налоги» основным являются налоговые льготы для ключевых компаний – освобождение IT-компаний от налога на прибыль в течение 3 лет с целью того, чтобы компании не уходили из России, так как был запрещен импорт высокотехнологичных товаров, компьютерных микросхем и т.д., отсрочка уплаты страховых взносов, обнуление ставки НДС для предприятий, занятых в гостиничном бизнесе [3].

В разделе «финансы» говорится о льготном кредитовании по ипотеке для определенных категорий населения, а также о субсидиях для авиаперевозчиков, льготных кредитах для иных отраслей, гранты для молодых предпринимателей и т.д.

В разделе «регулирование» находятся разрешения для определенных отраслей на не продление лицензий, моратории на проверки в ряде отраслей.

Таким образом, деятельность Правительства РФ в рамках санкционной политики заключается прежде всего в обновлении состава специальной комиссии, которая разрабатывает меры в оперативном порядке, потому как туда входят министры ключевых отраслей и разрабатывают решения о поддержке в своей сфере быстрее, чем если бы этим занималось целое министерство.

Стоит отметить, что меры предложены Правительством и поддержаны парламентом [4].

На региональном уровне была объявлена негласная политика «мобилизации губернаторов». Основной задачей глав регионов становится осуществление коммуникации с жителями региона, а также предложение и внедрение административных действий в региональном управлении. Активизировался такой вид деятельности как выезды в муниципалитеты», который увеличился на 15 % с началом военной спецоперации в среднем во всем корпусе глав субъектов [7].

Также, в рамках санкций именно в полномочиях глав регионов оказать меры поддержки тому бизнесу, который осуществляет деятельность в регионе. На текущий момент лидируют в этом направлении по оценкам исследователей, глава Татарстана, Пермского края и Самарской области.

В связи с чем таким образом наметился определенный тренд на некую децентрализацию во время специальной военной операции, когда федеральный центр ждет от региональных властей оказания мер поддержки и изменения своего курса деятельности в связи со специальной военной операцией. Такими трендами стали изменение повестки губернаторов, предложение действенных мер, изменение повестки от проблемных для регионов и замораживание такой повестки, а также эксперты рекомендуют добавить маловостребованные каналы коммуникации с гражданами: еженедельные итоговые прямые линии активнее их применять.

Также на уровне регионов становится выше запрос на социальную поддержку граждан, социально незащищенных слоев населения, семей с детьми, адресная помощь [7].

Таким образом, в условиях санкций изменяется деятельность государственных органов – растет необходимость взаимодействия Государственной Думы и Правительства РФ для утверждения новых мер поддержки на федеральном уровне, комитеты Государственной Думы должны взаимодействовать с соответствующими комитетами и предлагать эффективные меры поддержки бизнеса и граждан, а также для мобилизации деятельности бизнеса и для эффективного развития экономики. Особое значение имеет Министерство промышленности и торговли – именно оно осуществляло практику по импортозамещению с 2014 года и сегодня на его долю ложится дальнейшее еще более активное проведение этого курса. Министерству промышленности и торговли предстоит поиск партнеров для параллельного импорта, разработка новой стратегии и дополнительных мер помощи для отраслей, которые будут направлены на долгосрочное развитие и выход из кризиса и также поиск решений для компаний, уходящих из России.

Ключевым министерством также является Министерство экономического развития – именно данный государственный орган исполнительной власти на федеральном уровне осуществляет борьбу с ажиотажным спросом на продовольственные товары и т.д. [3].

Особым направлением становится региональная мобилизация гав субъектов Федерации. Негласная повестка от федерального центра обозначила, что главы региона должны быть ближе к жителям региона, осуществлять выезды в муниципальные образования региона, принимать меры поддержки, которые актуальны для данной территории и предприятий, которые осуществляют свою деятельность в данном регионе и для направлений, которые востребованы в регионе.

Также возникает запрос на дополнительную социальную поддержку адресного характера, которая должна быть оказана со стороны региона.

Применяя все вышеперечисленное и учитывая экспертные рекомендации, главы регионов могут эффективно поддерживать экономическую активность в регионе, а министерства и органы законодательной власти федерального уровня определять общегосударственную повестку. Все это позволит стране выйти из кризиса с наименьшими потерями и даст дополнительные возможности для экономического роста.

Список литературы

1. ЦБ оценил падение ВВП России по итогам 2022 года в 8–10 % // Ведомости. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.vedomosti.ru/economics/news/2022/05/11/921659-tsb-otsenil-padenie-vvp-rossii-po-itogam-2022-goda-v-8-10> (дата обращения 17.04.2022).
2. Википедия. Санкции против России (2022). [Электронный ресурс]. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Санкции_против_России_2022 (дата обращения 17.04.2022).
3. Государственная Дума Федерального Собрания Российской Федерации. Поддержка граждан в условиях санкций. [Электронный ресурс]. URL: <http://duma.gov.ru/news/53639/> (дата обращения 14.05.2022).
4. *Ираклий М. Г.* Роль экономических санкций в укреплении внешнеэкономической безопасности России на современном этапе // Образование. Наука. Научные кадры. 2022. № 1. [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-ekonomicheskikh-sanktsiy-v-ukreplenii-vneshneekonomicheskoy-bezopasnosti-rossii-na-sovremennom-etape> (дата обращения: 14.05.2022).
5. Минпромторг РФ запустил «Биржу импортозамещения». Минпромторг России совместно с «Газпромбанком» и «Агентством по технологическому развитию» запустил новый онлайн-сервис «Биржа импортозамещения». [Электронный ресурс]. URL: <https://rb.ru/news/birzhu-importozamesheniya/> (дата обращения 14.05.2022).
6. Правительство РФ. Меры Правительства по повышению устойчивости экономики и поддержке граждан в условиях санкций. [Электронный ресурс]. URL: http://government.ru/sanctions_measures/ (дата обращения 14.05.2022).

7. Секунда-медиа. Губернатор Курской области занял 67 место в рейтинге публичной деятельности Незыгаря. [Электронный ресурс]. URL: <https://sekunda.media/politika/13730-gubernator-kurskoj-oblasti-zanyal-67-mesto-v-rejtinge-publichnoj-deyatelnosti-nezygarya> (дата обращения 14.05.2022).

8. Фонд развития промышленности. Отраслевые планы импортозамещения Минпромторга России. [Электронный ресурс]. URL: <https://frprf.ru/zaumu/prioritetnye-proekty/?docs=334> (дата обращения 14.05.2022).

Ш. Хужанов

Гжельский государственный университет, Московская обл., пос. Электроизолятор

Научный руководитель: В. Д. Кузьменкова

ИНСТРУМЕНТЫ ВНУТРИФИРМЕННОГО И СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ НА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ, ОТРАСЛЯХ И КОМПЛЕКСАХ

Стратегическое планирование – это особый вид планирования в бизнесе (организации), научное обоснование которого началось практически недавно.

Практика управления претерпела долгую эволюцию, прежде чем стала очевидной не только необходимость, но и возможность стратегического планирования будущей деятельности организации. Основной причиной появления теории стратегического планирования и управления на предприятии, по мнению большинства ученых в области стратегического управления, является нарастающий уровень нестабильности, под которой понимается высокая скорость и сложность воздействия факторов окружающей среды, таких как спрос, техническое оснащение, технологии, конкуренты и т. д. Внутрифирменное планирование можно рассматривать как эффективный рычаг повышения уровня стабильности в функционировании и развитии промышленных предприятий.

Внутрифирменное планирование – это создание системы долгосрочных, среднесрочных и краткосрочных операционных планов, которые определяют:

- стратегия и тактика компании;
- прогнозирование эволюции внешней среды;
- цель работы;
- другие системообразующие факторы.

Механизм внутрифирменного планирования для промышленных предприятий – это набор инструментов, имеющих общие для любого хозяйствующего субъекта характеристики, а также специфические характеристики, определяемые спецификой деятельности компаний и производственным профилем. Использование инструментов планирования на предприятии способствует результативному достижению поставленных целей, решению задач, реализации планов, проектов и программ, способствует разработке управленческих решений по их регулированию и изменению с учетом состояния внешней и внутренней среды компании, потребности экономического рынка.

Инструменты внутреннего планирования – это совокупность взаимосвязанных методов и приемов, последовательных процедур, алгоритмов и приемов, баланс которых позволяет решать вопросы планирования хозяйственной деятельности в соответствии с разработанной стратегией экономической политики, определять перспективные направления устойчивого развития промышленного предприятия в условиях расширенного воспроизводства.

Инструменты внутрифирменного планирования можно классифицировать по следующим критериям: по степени автоматизации; по функциональным направлениям.

По функциональным направлениям различают инвестиционные, финансовые, производственные, маркетинговые и инновационные инструменты планирования.

По степени автоматизации инструменты делятся на полностью автоматизированные, частично автоматизированные и неавтоматизированные.

Огромное количество доступных на данный момент программных продуктов позволяет многим предприятиям экономить время, деньги и другие ресурсы. Этот инструмент уже занимает прочное место на многих предприятиях и способствует скорейшему развитию любого из них.

Очень актуальным инструментом внутреннего планирования, применяемым в отечественном бизнесе в современных условиях, является план. Как инструмент внутреннего планирования, план – это средство достижения цели и документальный инструмент, то есть план – это прежде всего документ.

Бизнес-план как инструмент планирования отражает цели и перспективы компании. Он включает в себя оценку, анализ и прогноз рынка сбыта, сильных и слабых сторон производства. Бизнес-план может быть создан как отдельно для инвестиционных проектов, так и для деятельности

всей компании. Он имеет огромное значение для определения эффективности производства и часто является основой для принятия решений инвесторами о финансировании.

Многие авторы называют проекты инструментами внутреннего планирования. Проект – это идея (задача, проблема) и средства, необходимые для ее реализации с целью достижения желаемого экономического, технического, технологического или организационного результата. Под проектом также понимается совокупность организационных, юридических, расчетных и финансовых документов, необходимых для реализации определенных действий.

Проекты как инструмент внутрифирменного планирования отличаются от программ тем, что, фокусируясь на определенном аспекте жизни и развития организации, они имеют определенную стоимость, график реализации, включают технические и финансовые параметры, то есть имеют высокий уровень конкретной проработки. Проекты обычно связаны с созданием и продажей новых продуктов и услуг для компании.

Помимо проектов и планов многими авторами выделяются программы как инструмент внутрифирменного планирования. Программа – совокупность операций (мероприятий), связанных технологически, образно и организационно, обеспечивающих достижение поставленной цели. Программы обычно определяют развитие одного из важных аспектов жизни экономической организации. Обычно программа представляет собой более конкретный тип плана. Программа разработана для ее последующей реализации в более подробные этапы, которые планируются более подробно, т.е. они практически аналогичны алгоритмам действий. В основном программы разрабатываются компаниями в любой функциональной области, для некоторых специально разработанных запланированных действий или для достижения определенной цели. Это могут быть программы совершенствования технологий, программы контроля качества, программы контроля запасов и многое другое.

Бюджет также является инструментом для внутрифирменного планирования, и процесс составления бюджета включает непосредственное составление бюджета исполнения и мониторинг его исполнения. Бюджет – это план, ориентированный на достижение формализованных целей, представленный в стоимостном выражении и установление взаимосвязи между конкретным управленческим решением, реализованным в определенный период времени, и требуемой степенью ответственности соответствующего отдела или должностного лица [3, с. 156].

Расписание – еще один инструмент внутреннего планирования. Расписание используется как инструмент внутреннего планирования при операционном планировании отечественных компаний, особенно на короткий период времени. Как правило, расписание создается для конкретных рабочих или персонала для выполнения определенных действий или работ.

Инструменты внутреннего планирования являются его неотъемлемой частью, одним из важнейших компонентов, используемых на предприятии, помогая ему определять перспективы роста своего бизнеса, контролировать текущую ситуацию.

Список литературы

1. Ильин А. И. Планирование на предприятии: Учебник. Мн.: Новое знание, 2002. 635 с.
2. Пивоваров К. В. Планирование на предприятии: Учебное пособие. Ростов н/Д: Феникс, 2006. 256 с.
3. Щиборщ К. В. Бюджетирование деятельности промышленных предприятий России. М.: Изд-во «Дело и Сервис», 2004. 592 с.

Л. В. Широкова, А. А. Чуприн

Гжельский государственный университет, Московская обл., пос. Электроизолятор

АНАЛИЗ УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ И ЛОЯЛЬНОСТИ СТУДЕНТОВ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

В условиях непредсказуемости внешней среды эффективность деятельности образовательной организации зависит от следования принципу клиентоориентированности. Требуется изучение особенностей поведения, психологии потребителя, специфики его характера, личных мотивов, отношений с окружением, и, конечно, оценки им товара/услуги, предлагаемого на рынке. Реализация концепции маркетинга взаимоотношений, направленной на выстраивание долгосрочного и взаимовыгодного сотрудничества с потребителями, предполагает постоянный анализ их удовлетворенности и лояльности к организации как важных факторов успеха. Классики определяют удовлетворенность «как позитивную оценку после потребления, при которой опыт потребления и эксплуатационные показатели оправдывают ожидания или их превосходят» [1, с. 864].

Удовлетворенность потребителей образовательных услуг можно рассматривать как результат процесса сравнения ожиданий потребителей и восприятия фактически оказанных им услуг [2]. Чем больше реальное качество совпадает с представлениями о нем, тем выше удовлетворенность, которая является основой формирования лояльности потребителей – положительного отношения к торговой марке, продукту, услугам и другим составляющим бренда. Таким образом, удовлетворенность есть условие возникновения лояльности, при этом она рассматривается как функциональная характеристика, а лояльность – как эмоциональная составляющая потребителя [3].

Актуальность исследования определяется тем, что в данный момент остро стоит вопрос оценки эффективности деятельности высших учебных заведений, при этом главным критерием следует считать мнение потребителей относительно получаемых образовательных услуг. Несмотря на многообразие существующих подходов оценки эффективности практически все они сводятся к определению степени удовлетворенности студентов и выпускников качеством учебного процесса и условиями, в которых он протекает. Однако немногие образовательные учреждения систематически измеряют уровень удовлетворенности и их готовность рекомендовать вуз друзьям и знакомым. Авторы данной статьи провели исследование удовлетворенности образовательным процессом студентов Гжельского государственного университета (ГГУ) с тем, чтобы выявить существующие проблемы и определить возможные пути их решения, а следовательно, и формирования лояльности обучающихся к вузу.

Очевидно, что положительная оценка качества получаемого образования студентами во время обучения в университете и выпускниками после его окончания при осуществлении профессиональной деятельности способствует поддержанию положительного имиджа организации и привлечению новых абитуриентов. Лояльные потребители готовы рекомендовать учебное заведение, в котором обучаются или уже закончили, другим потенциальным пользователям основных или дополнительных услуг, предлагаемых университетом.

Проведение опроса и анализ результатов. Проведенное исследование было ориентировано на установление степени удовлетворенности обучающихся различными сторонами образовательного процесса. В апреле 2022 года был проведен опрос на Google-платформе [6] по ряду показателей удовлетворенности относительно качества получаемого образования и фактических условий, в которых протекает учебный процесс.

Было опрошено 60 студентов всех направлений подготовки ГГУ. Опросный лист включал вопросы, которые помогли понять, что повышает или, наоборот, снижает интерес к учебе студентов, выявить факторы, определяющие степень их восприятия транслируемой преподавателями информации, погруженность в учебную и научную работу, проявляемую инициативность и стремление к знаниям. Кроме того, был рассчитан индекс лояльности обучающихся к образовательной организации с использованием метода Райхельда (NPS).

Обратимся к полученным результатам проведенного исследования.

В данном опросе приняли участие студенты разных курсов, большинство (33,3 %) составили учащиеся 4-го курса, 31,7 % приходится на студентов 2-го курса, 20 % и 15 % составили студенты 3-го и 1-го курсов соответственно.

На рисунке 1 отражены полученные ответы на вопрос: «По какой причине вы выбрали Гжельский государственный вуз?»

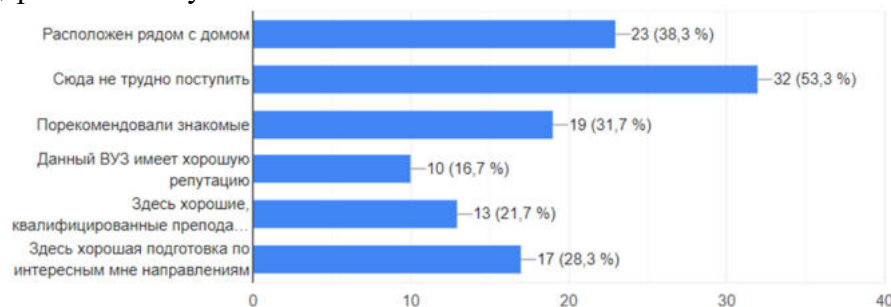


Рисунок 1 – Ответы на вопрос «По какой причине вы выбрали обучение в ГГУ»

Как видно, больше половины опрошиваемых (53 %) выбрали вуз, потому что в отличие от других вузов страны в ГГУ не так сложно поступить; 38 % респондентов ответили, что выбор сделали, т.к. недалеко от дома; 31,7 % – в связи с рекомендациями знакомых/родственников; 28 % были заинтересованы хорошей подготовкой по интересным им направлениям; 16,7 % студентов поступили на обучение в связи хорошей репутацией, и лишь 13 % от общего числа принявших участие в опросе интерес вызван высоко квалифицированным преподавательским составом.

На вопрос «Насколько вы уверены в выборе направления обучения?», получены следующие ответы: 43,3 % студентов испытывают уверенность в своем направлении на 75 %; 28 % уверены в своем выборе на 50 %, 15 % опрошиваемых абсолютно уверены, что сделали выбор правильно.

Интересные результаты (рисунок 2) получены относительно вопроса, на сколько соответствует стоимость обучения его качеству? Данный фактор, на взгляд авторов, представляет большую значимость в удовлетворенности потребителей получаемым образованием.

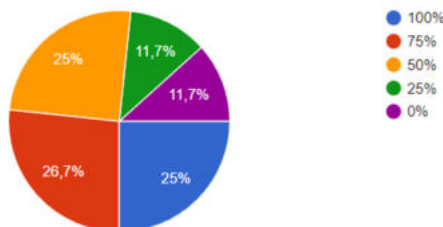


Рисунок 2 – Ответы на вопрос: «Соответствует ли стоимость обучения его качеству?»

Большая часть – 3/4 опрошенных – считают, что стоимость обучения соответствует его качеству на 75 %. Равные доли участников опроса, по 25 % от общего количества заявили, что цена соответствует качеству на 50 % и 100 %. Примерно 23 % студентов не удовлетворены качеством образования.

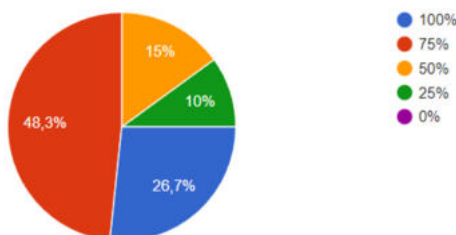


Рисунок 3 – Ответы на вопрос: «Насколько Вы удовлетворены профессионализмом и квалификацией преподавательского состава?»

Удовлетворенность преподавательским составом: чуть меньше половины студентов удовлетворены преподавательским составом на 75 %, 27 % удовлетворена на 100 %. Остальные респонденты 15 % и 10 % показали свою удовлетворенность на 50 % и 25 % соответственно.

На рисунке 4 представлены данные по оценке качества преподавания в университете. 28 человек из 60, что составило 47 %, оценивают качество преподавания дисциплин на 75% из возможных 100, а 17 человек удовлетворены качеством на 50%.

На интерес к учебе, на наш взгляд, сильное влияние оказывают различные подходы к методам преподавания. Так, например, вопрос об использовании интерактивных форм обучения показал, что большинство студентов выразили удовлетворенность применяемыми преподавателями подходами: 20% студентов удовлетворены на 100 %, около 27% обучающихся – 75%, и 30% показали удовлетворение наполовину. Данный фактор обусловлен как профессионализмом и мотивацией преподавательского состава, так и технической оснащенностью учебных аудиторий.

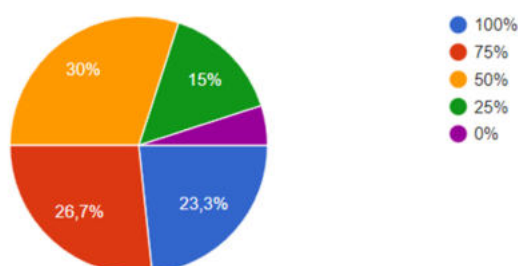


Рисунок 4 – Ответы на вопрос: «Применяются ли интерактивные формы обучения во время практических занятий?»

Из рисунка 5 следует, что из применяемых интерактивных форм проведения занятий студентов интересует в большей степени разбор конкретных ситуационных задач (53,3 % опрошенных), научные дискуссии (45 %), презентации (65 %) и игровые техники (38,3 %). Что показалось удивительным, меньший интерес вызывает решение бизнес-кейсов (25 % респондентов). В данном опросе, студенты могли ответить сразу на несколько приведенных вариантов.

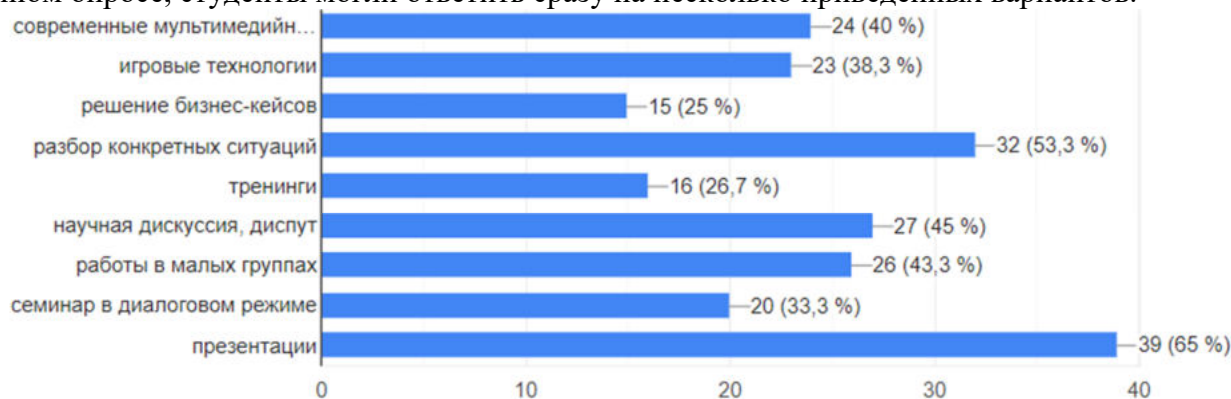


Рисунок 5 – Ответы на вопрос: «Какие интерактивные формы проведения занятий вам более интересны?»

Вероятнее всего такой результат обоснован тем, что презентации стали наиболее распространенной, а поэтому и привычной к восприятию, формой проведения онлайн-занятий в период пандемии. А решение бизнес-кейсов для большинства студентов, особенно начальных курсов, требует значительных усилий и практического опыта, чем владеют в большей степени заочники и старшекурсники.

Студенты дали оценку состоянию материально-технической базе университета, что немаловажно для обеспечения учебного процесса.

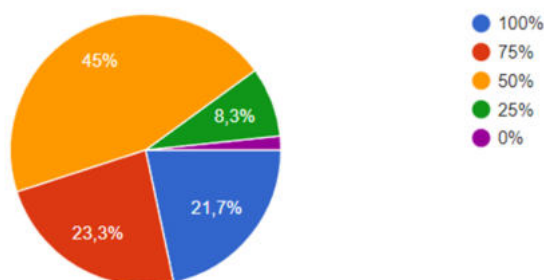


Рисунок 6 – Ответы на вопрос: «Насколько Вы удовлетворены материально-технической оснащённостью аудиторий?»

На рисунке 6 отражены результаты удовлетворенности технической оснащённостью аудиторий, что является определяющим фактором качественной составляющей образовательной деятельности во всех учебных заведениях. Подавляющее большинство (45 %) студентов, удовлетворены лишь на 50 %, 23 % студентов удовлетворены на 75 %, и лишь небольшая часть (21,7 %) полностью удовлетворены (100 %) оснащённостью аудиторий. Очевидно, что в большей степени состояние материальной базы зависит от финансирования вузов.

Не менее важным аспектом в управлении вузом является функция организации, здесь роль администрации, деканатов, кураторская работа направлены и на учебную деятельность, и на проведение корпоративных мероприятий для студентов, чтобы сделать их студенческую жизнь более интересной и насыщенной.

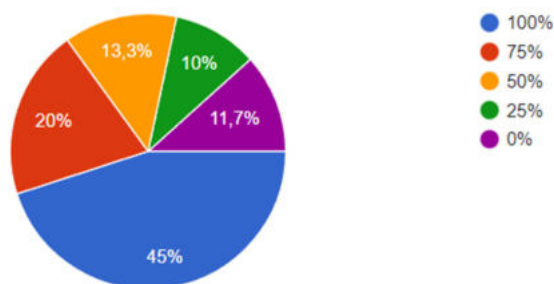


Рисунок 7 – Ответы на вопрос: «Как Вы оцениваете помощь кураторов в обеспечении образовательного процесса?»

Большинство студентов (78 %) положительно отзываются о работе кураторов-преподавателей, сослались на незначительную помощь или ее отсутствие только незначительная часть обучающихся – 22 % респондентов (рисунок 7). Такие результаты говорят о том, что в ГГУ отмечается наличие коммуникационных барьеров между студентами и их кураторами, что напрямую влияет на удовлетворенность студентов в образовательных услугах.

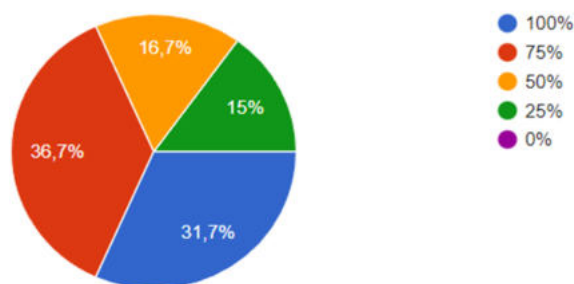


Рисунок 8 – Ответы на вопрос: «Оцените удовлетворенность работой подразделений университета, организующих образовательный процесс?»

Как видно из рисунка 8, на котором представлены результаты оценки работы подразделений, ответственных за обслуживание учебного процесса, примерно 32 % учащихся полностью удовлетворены их работой, 36,7 % респондентов – на 75 %, 16,7 % студентов – на 50 %. Данный

показатель свидетельствует о положительной оценке, хотя разброс мнений говорит о том, что потенциал деканатов, бухгалтерии, администрации в организации учебного процесса раскрыт не полностью, есть над чем работать.

Студентам был задан вопрос, как они могут охарактеризовать расписание занятий, и были получены следующие результаты: 21 % учащихся полностью удовлетворены, 36 % студентов оценивают свое учебное расписание удовлетворительно на 75 %, 8 % студентов вовсе не довольны составленным учебным расписанием. Это, вероятно, связано с перегруженностью учебных дней занятиями или с тем, что в связи с удаленностью университета от места проживания студентам приходится рано вставать.

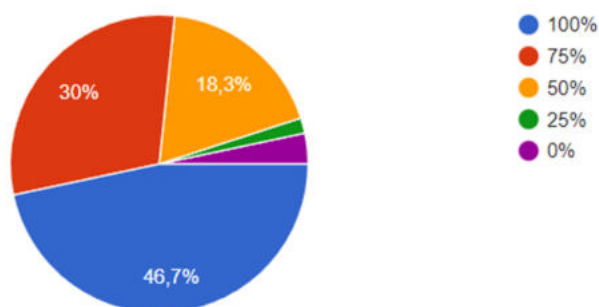


Рисунок 9 – Ответы на вопрос: «Как Вы оцените удовлетворенность морально-психологическим климатом в вашей группе?»

Рисунок 9 свидетельствует о состоянии морально-психологического климата в университете и о его оценке студентами. Почти половина учащихся – 46,7 % – полностью испытывают удовлетворенность атмосферой, царящей в группе, 30 % студентов оценивают удовлетворенность морально-психологическим климатом в своей группе на 75 %, также есть студенты (3,3 %), которые полностью не удовлетворены.

На данные результаты опроса может влиять несколько факторов, во-первых, численность группы, т.к. чем группа больше, тем больше наблюдается разобщенность ее членов, во-вторых, общая удовлетворенность группы образовательным процессом, т.к. чем меньше удовлетворенность, тем, как правило, хуже морально-психологический климат в группе.

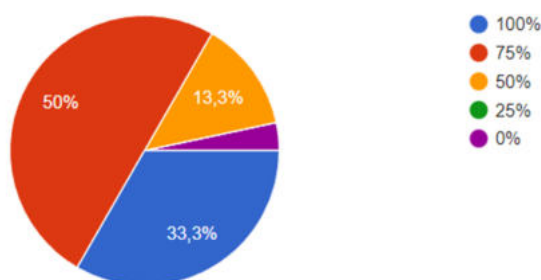


Рисунок 10 – Ответы на вопрос: «Как Вы оцените вашу удовлетворенность взаимоотношениями с преподавателями?»

Результаты опроса показали, что подавляющее большинство (50 %) респондентов удовлетворены на 75 % своими взаимоотношениями с преподавателями, 33,3 % студентов удовлетворены полностью, 13,3 % учащихся оценивают свои взаимоотношения с преподавателями на 50 %, и небольшая часть опрошенных – 3,3 % – полностью ими не удовлетворены. Данный результат, свидетельствует о благополучно сложившихся отношениях студентов с преподавателями, что способствует поддержанию благоприятной атмосферы во время образовательного процесса. Однако, имеются студенты, которые не довольны отношениями с преподавателями, что говорит о необходимости совершенствования внутренней коммуникационной политики, т.к. это может снижать мотивацию студентов к учебе.

Проявление интереса студентов к научно-исследовательской работе в университете представлено на рисунке 11: треть студентов (33,3 %) не принимают участие в научно-исследовательской работе, так как не уверены в своих знаниях, 23,3 % студентов принимают активное участие в научной деятельности, так как им это интересно, 16,7 % респондентов участвуют по необходимости, чтобы закрыть долги по учебе, одинаковые показатели (13,3 %) по студентам, которые участвуют в НИД, чтобы восполнить недостающие знания, и не участвующим по причине недостаточной поддержки со стороны преподавателей.



Рисунок 11 – Ответы на вопрос: «Принимаете ли Вы участие в научно-исследовательской работе и что вами движет?»

По результатам опроса, можно сделать вывод, что половина студентов не мотивированы к активному участию в научной работе, однако вторая половина учащихся активно принимают в них участие.

Также был задан вопрос о смешанной форме обучения. Были получены следующие ответы: почти 62 %, т.е. подавляющее большинство опрошенных полностью удовлетворено смешанным форматом обучения, 23,3 % студентов устраивает это на 75 %, 8,3 % респондентов принимают данную форму на 50 %, меньшинство – 4,7 % – не удовлетворены таким обучением.

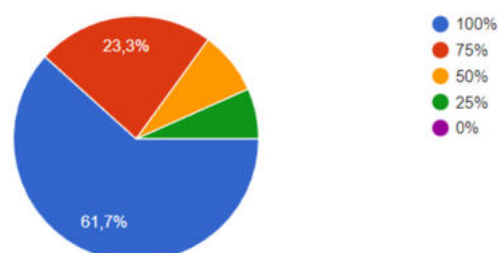


Рисунок 12 – Ответы на вопрос: «Устраивает ли Вас смешанный формат обучения?»

Следовательно, большинство (85 %) положительно относится к смешанному формату обучения. Это связано с тем, что в течение пандемии, учащиеся привыкли к дистанционной форме обучения, они практически адаптировались к условиям, когда лекционные занятия проходят в режиме онлайн-конференций, а практические занятия проходят в традиционной форме обучения.

На рисунке 13 отражены результаты опроса обучающихся относительно социально-бытовых условий, созданных в университете.

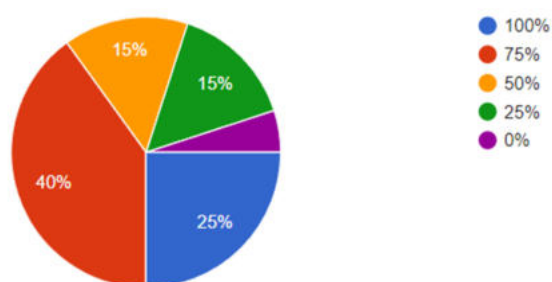


Рисунок 13 – Ответы на вопрос: «Оцените удовлетворенность социально-бытовыми условиями в вузе»

Как показал опрос, большинство студентов 80 % положительно оценивают социально-бытовые условия в ГГУ, что свидетельствует о их удовлетворенности, и лишь 5 % учащихся не удовлетворены социально бытовыми условиями в вузе.

При проведении исследования был вопрос о том, что, если бы пришлось выбирать снова вуз, выбрали бы респонденты снова ГГУ.

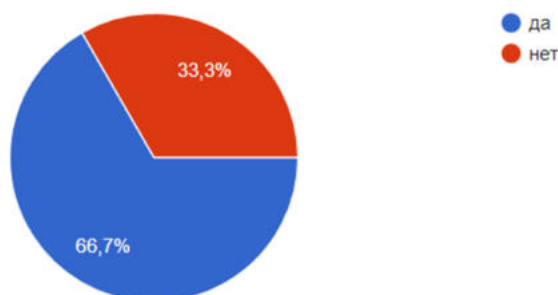


Рисунок 14 – Ответы на вопрос: «Если бы случилось так, что пришлось выбрать вуз, то выбрали бы Вы снова ГГУ?»

Большинство студентов (66,7 %) ответили положительно, и снова сделали бы свой выбор в пользу ГГУ, а 33,3 % студентов ответили отрицательно. Полученные результаты показывают, на наш взгляд, тесную связь с ответами на поставленные выше вопросы. Некоторые студенты, как потребители образовательных услуг, считают, что сделали неправильный выбор относительно направления обучения, некоторые недовольны взаимоотношениями с преподавателями и со студентами группы, некоторые не показали удовлетворенности самим учебным процессом или его организацией.

Заключительный вопрос дает возможность сделать вывод о лояльности студентов к университету. Индекс лояльности рассчитан по методу Ф. Райхельда, в соответствии с утверждением которого «истинно лояльный потребитель будет активно рекламировать и рекомендовать бренд среди своего окружения, тем самым создавая приток новых клиентов. Рекомендации – это своего рода ответственность, которую берет на себя лояльный потребитель перед своими друзьями и коллегами, т.к. в этом случае он лично готов поручиться за высокое качество товара или услуги» [4].

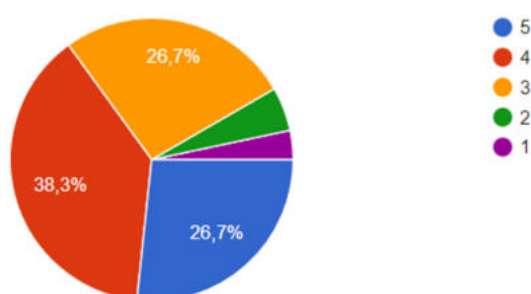


Рисунок 15 – Ответы на вопрос: «Готовы ли вы рекомендовать вуз своим знакомым, друзьям и родственникам?»

Результаты ответов на вопрос: «готовы ли вы рекомендовать вуз своим знакомым, друзьям и родственникам?» является ключевым для определения лояльности потребителя образовательных услуг. На рисунке 15 отражено, что большинство респондентов (38,3 %) и (26,7 %) удовлетворены услугами образовательной организации и могут ее рекомендовать своим знакомым, друзьям и родственникам (соответствие 3-4 баллам – «удовлетворенные потребители»), они являются нейтралами, и при расчете не учитываются. 26,7 % респондентов полностью удовлетворены услугами и будут рекомендовать ГГУ в качестве образовательной организации (соответствие 5 баллам «лояльные потребители»), меньшинство (5 %) и (3,3 %) респондентов не удовлетворены

услугами данной образовательной организации, следовательно, они не будут рекомендовать ее услуги своим близким (1-2 балла «критики»). Расчет индекса лояльности представлен в таблице 1.

Таблица 1 – Расчет индекса лояльности студентов ГГУ

Всего респондентов, чел.	Группы потребителей (%)			Индекс лояльности («Л» - «К»)
	«Лояльные»	«Нейтралы»	«Критики»	
60	26,7	65	8,3	18,4

Индекс лояльности рассчитывается по формуле $NPS = \% \text{ «сторонников»} - \% \text{ «критиков»}$, где среди респондентов 26,7 % лояльных потребителей, 65 % – «нейтралы», 8,3 % опрошенных относятся к группе «критики». Следовательно, 18,4 % студентов являются лояльными образовательной организации, в которой получают образование. Показатель NPS в различных сферах экономики различный, главное, что он является положительным и охватывает почти четверть респондентов, что можно интерпретировать как позитивный результат. Рекомендуется этот показатель постоянно отслеживать в динамике, тогда можно будет оценить качество работы над формированием лояльности.

Таким образом, можно сделать заключение, что большинство студентов удовлетворены предоставляемыми услугами и 18,4% лояльны к данной образовательной организации. Проведенное исследование уровня удовлетворенности и лояльности студентов, способствует раскрытию проблем, снижающих качество обучения, поиску путей совершенствования учебного процесса, а также разработке специальных программ, направленных на повышение потребительской лояльности.

Для решения вопросов повышения качества собственно учебного процесса и аспектов его организации в Гжелском государственном университете, важных для реализации целей, поставленных в Стратегии развития на 2019–2023 гг. [5], можно предложить следующие мероприятия.

1. Повышение информированности студентов о корпоративных целях и мероприятиях, направленных на поддержание организационной культуры и положительного имиджа университета.

2. Разработка и внедрение актуальной системы стимулирования студентов для формирования их устойчивой лояльности на основе повышения удовлетворенности учебным процессом и социально-психологической атмосферой.

3. Развитие внутренней и внешней коммуникационной политики для построения тесных взаимовыгодных отношений между всеми участниками образовательного процесса с учетом их ожиданий и интересов (студентов, администрации, преподавателей, работодателей и др. заинтересованных сторон).

4. Формирование действенной программы выявления, поддержки и развития талантов среди студенчества. Вовлечение обучающихся в межвузовские мероприятия, создание условий для прохождения стажировок на предприятиях работодателей, сотрудничающих с университетом на основах стратегического партнерства. Построение тесных коммуникаций с различными стейкхолдерами, в первую очередь, с промышленными партнерами и муниципальными органами власти Московской области для обеспечения циклического процесса профессионального обучения и развития персональных компетенций.

5. Совершенствование системы мотивации и стимулирования преподавательского состава к более эффективной работе с обучающимися на основе персонифицированного подхода, к применению интерактивных форм обучения, интенсивному внедрению информационных технологий, к вовлечению студентов в научно-исследовательскую деятельность.

6. Повышение уровня квалификации профессорско-преподавательского состава в части приобретения навыков ведения актуальных интерактивных форм обучения.

7. Внедрение адаптационной программы для первокурсников для снижения коммуникационных барьеров и повышения уровня комфортности и психологического благополучия в университете [7].

8. Оказание всемерного содействия в трудоустройстве выпускникам, особенно тем, которые отличились в период обучения хорошими показателями учебы, активным участием в корпоративных и внешних мероприятиях, общественных движениях, имеющих достижения в научно-исследовательской деятельности.

Список литературы

1. *Блэкуэлл Р., Миниард П., Энджел Дж.* Поведение потребителей / Пер. с англ. СПб.: Питер, 2010. 943 с.

2. *Елисеева Е. Н.* Методы оценки лояльности потребителей образовательных услуг // Общество, экономика, управление. № 2. 2017. С. 149–153. [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metody-otsenki-loyalnosti-potrebiteley-obrazovatelnyh-uslug> (дата обращения 16.04.2022)

3. *Елисеева Е. Н.* От удовлетворенности к лояльности потребителей образовательных услуг // Вестник факультета управления Челябинского государственного университета. 2017. № 1. С. 59–61. [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ot-udovletvorennosti-k-loyalnosti-potrebiteley-obrazovatelnyh-uslug> (дата обращения 20.04.2022).

4. *Папазян Ж. В.* Современные методы исследования лояльности клиентов // Современные проблемы науки и образования. 2013. № 3. [Электронный ресурс]. URL: <https://science-education.ru/ru/article/view?id=9393> (дата обращения: 27.04.2022).

5. Программа развития Гжельского государственного университета на 2019–2023 гг. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.art-gzhel.ru> (дата обращения: 27.04.2022).

6. Результаты опроса студентов Гжельского государственного университета на платформе Гугл формы. [Электронный ресурс]. URL: https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScUR-Nicrh9pt6W_QEStWIoOfOy1Q3wzbs4YhupAHCqhXBFA/viewform?usp=sf_link

7. *Широкова Л. В., Селезнева А. А., Марковская И. Ю.* К вопросу об адаптации студентов-первокурсников в российских высших и средних специальных образовательных организациях. // Вестник ГГУ. 2021. № 3. С. 96–106. [Электронный ресурс]. URL: <http://vestnik-ggu.ru/> (дата обращения: 29.04.2022).

Д. В. Шудель

Полоцкий государственный университет, Республика Беларусь, г. Новополоцк

Научный руководитель: М. Ж. Банзекуливахо

УПРАВЛЕНИЕ ЦЕПЯМИ ПОСТАВОК В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА

Многие факторы влияют на способность и возможность производственного предприятия постоянно выполнять заказы, удовлетворять постоянно растущие нужды и запросы клиентов. Рыночные условия, цены на товары, отношения между субъектами рынка, а также эффективность производства, – вот лишь некоторые из факторов, за которыми внимательно следит руководство предприятия. Одним из основных факторов, влияющих на способность производственного предприятия реализовать производимую продукцию, является своевременное и рентабельное приобретение материально-сырьевых ресурсов и отгрузка готовой продукции. Взаимосвязанная сеть поставщиков, производственных мощностей и систем, используемых для достижения поставленной цели, во всем мире называется цепью поставок.

Управление цепями поставок – это активная организация и текущая мобилизация цепи поставок в экономике с целью повышения успеха в задействованных предприятиях [1].

Экономический кризис – серьезные нарушения в обычной экономической деятельности. Одной из форм проявления кризиса является систематическое, массовое накопление долгов и невозможность их погашения в разумные сроки. Причину экономических кризисов часто усматривают в нарушении равновесия между спросом и предложением на товары и услуги [2].

Когда речь идет об управлении цепями поставок, кризисом будет ситуация, когда одно или несколько действий субъекта хозяйствования прерываются, что приводит к серьезному нарушению нормального потока товаров или услуг.

Вспышка коронавирусной пандемии COVID-19 изменила глобальные цепи поставок. На протяжении многих лет субъекта хозяйствования искали перспективных наиболее рентабельных поставщиков, не обращая внимания на перебои с поставками. Теперь многие страны, предприятия и потребители обнаружили, насколько они зависят от глобальных цепей поставок и насколько неуместны согласованные стимулы и штрафы, когда глобальные рынки вынуждены сначала обслуживать их потребности.

В логистике и управлении цепями поставок выделяют три основных типа кризиса: стихийное бедствие; несчастный случай; нехватка рабочей силы.

В практике осуществления производственно-хозяйственной деятельности существует несколько способов, которые помогут субъекту хозяйствования преодолеть эти кризисы и сделать цепь поставок более устойчивой, гибкой, надежной и эффективной.

Основными из таких способов являются:

- наличие нескольких поставщиков или сети поставщиков;
- создание системы раннего предупреждения;
- анализ ситуации в отрасли;
- анализ клиентов;
- анализ продукта;
- анализ поставщиков;
- анализ бизнес-процессов.

Охарактеризуем данные способы преодоления указанных кризисов.

Наличие нескольких поставщиков или сети поставщиков. Высокая зависимость от одного поставщика материально-сырьевых ресурсов для обеспечения производства, потеря контроля над качеством и количеством из-за расширения цепи поставок до поставщиков второго или третьего уровня, несоблюдение стандартов охраны труда и техники безопасности, найма работников и многое другое, – это только некоторые риски, которыми предприятие должно эффективно управлять для минимизации ущерба от их возникновения. Воздействие кризиса можно уменьшить, если у субъектов внешнего рынка будут надежные цепи поставок в разных странах для успешного продвижения и реализации своей продукции.

Создание системы раннего предупреждения. Здесь должны быть предусмотрены индикаторы риска, такие как внезапные изменения в руководстве на уровне поставщиков, запросы на значительное повышение цен, судебные разбирательства, нестабильность бизнес-процессов и др. Они идеально подходят для определения уровня терпимости предприятия к риску, оценки внутреннего контроля и установления стандартов эффективности. Еще одним важным элементом для создания системы раннего предупреждения является своевременное выявление проблемных поставщиков и быстрое устранение проблемы. После того, как предприятие уменьшит влияние кризиса и сможет сделать цепь поставок более устойчивой, следует разработать план восстановления, который должен охватывать всю цепь поставок, от потребителей готовой продукции до поставщиков материально-сырьевых ресурсов.

Анализ ситуации в отрасли. Предприятия должны обратить внимание на отрасль, которой они принадлежат, и понять эффективность своих цепей поставок, поскольку каждое из них может вести себя по-разному. Они также должны проанализировать, как общий спрос может переключаться между цепями поставок. Комбинированная стратегия может помочь предприятиям определить сроки, необходимые для восстановления естественного процесса управления цепями поставок. Для других отраслей, предприятиям необходимо определить, произошел ли временной сдвиг с упущенными продажами или без упущенных продаж, или же произошел полный сдвиг рынка с изменением объемов реализации.

Анализ клиентов. Предприятия должны анализировать поведение своих клиентов на основе потребления представленных категорий продукции, выбора цепей поставок и предпочтений бренда.

Анализ продукта. Предприятиям следует изучить свои портфели продуктов с целью проведения анализа по увеличению и уменьшению объемов реализации на основе времени и изменений на рынке и, используя эту информацию, определить, как поступать с продуктами в будущем, поскольку история реализации может быть недостаточной для прогнозов.

Анализ поставщиков. Предприятия должны постоянно проводить анализ своих поставщиков. Они должны анализировать, могут ли материально-сырьевые ресурсы быть получены от другого поставщика, а также необходимость их доставки, чтобы определить, нужно ли резервировать будущие транспортные мощности на случай увеличения спроса.

Анализ бизнес-процессов. Предприятия должны анализировать свои внутренние бизнес-процессы, обращая внимание на сокращение, при необходимости, мощностей. Необходимо также определить, когда стандартные бизнес-процессы могут восстановиться в зависимости от спроса на производимую продукцию, величины запасов и производственных мощностей.

Таким образом, в отличие от различных эволюций бизнеса и технологий, производственно-хозяйственная деятельность предприятий и управление их цепями поставок в условиях кризиса могут привести к изменениям, способствующим грамотному управлению цепями поставок. Ключевыми здесь требованиями будут оптимизация бизнес-процессов предприятий и адаптация их к изменениям внешней среды, обеспечение сквозной прозрачности и непрерывности планирования в режиме реального времени. Также предприятия должны принимать решения, исходя из положения в отрасли, происходящих изменений в управлении цепями поставок и портфелей продуктов, чтобы подготовиться и адаптироваться к новым нормам во время кризиса и после него.

Список литературы

1. Логистический менеджмент. Термины и определения. / Под ред. П. Клауса, В. Кригера. Германия, Висбаден: Габлер, 2000. 449 с.
2. Словари и энциклопедии на Академике [Электронный ресурс]. URL: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/202949> (дата обращения: 15.05.2022).

А. Яушева

Гжельский государственный университет, Московская обл., пос. Электроизолятор

Научный руководитель: В. Д. Кузьменкова

РАЗВИТИЕ ИНФРАСТРУКТУРЫ В РОССИИ

Инфраструктура представляет собой совокупность предприятий, учреждений, объектов, необходимых для эффективного развития экономики и повседневного проживания людей на любой территории.

Развитие инфраструктуры является одним из ключевых факторов экономического роста и требует значительных инвестиций для удовлетворения постоянно растущего спроса населения на высококачественную инфраструктуру. Однако для привлечения финансирования из внешних источников сегодня необходимы новые подходы к строительству и эксплуатации объектов инфраструктуры, учитывающие, наряду с экономической эффективностью, также расширенный спектр социальных факторов и экологических проблем [3].

Инфраструктура в России сталкивается с такими проблемами, как нехватка инвестиций в инфраструктуру, устаревание объектов и их несоответствие меняющимся потребностям общества и глобальным тенденциям в области устойчивой инфраструктуры.

На инфраструктуру влияют многочисленные изменения и тенденции: политические, рыночные и технологические. Однако проблемы устойчивости, такие как рост численности населения, рост стихийных бедствий, увеличение числа техногенных катастроф, нехватка ресурсов и изменение климата, все больше влияют на его развитие и ставят под сомнение способность традиционной инфраструктуры справляться с новыми вызовами.

Инфраструктура, с одной стороны, является источником негативного воздействия на окружающую среду и общество, с другой – двигателем экономического прогресса и способом достижения устойчивого развития.

Однако мир нуждается во все большем количестве инфраструктуры, и объекты, которые будут построены сейчас, будут определять условия жизни будущих поколений. Именно поэтому необходимо пересмотреть подходы к созданию более устойчивой инфраструктуры, способной адаптироваться к меняющимся условиям и способствовать решению глобальных проблем.

Устойчивая инфраструктура – это инфраструктура, которая планируется, проектируется, строится, эксплуатируется или выводится из эксплуатации таким образом, чтобы обеспечить экономическую, социальную, экологическую и институциональную устойчивость на протяжении всего жизненного цикла.

С экономической точки зрения устойчивая инфраструктура обеспечивает положительную экономическую отдачу с учетом всех выгод и затрат, создает рабочие места, стимулирует рост ВВП, повышает производительность и предоставляет высококачественные и доступные услуги.

Социально ориентированная инфраструктура подразумевает инклюзивность (доступность для людей, независимо от каких-либо признаков) и уважение прав человека. Это способствует сокращению масштабов нищеты и позволяет людям получать доступ к необходимым услугам.

Экологически ориентированная инфраструктура направлена на сохранение и восстановление окружающей среды, сокращение загрязнения воздуха, минимизацию отходов и надлежащее управление ими, учитывает особенности развития территории и сохраняет биоразнообразие. Он устойчив к последствиям изменения климата, например, к чрезвычайным ситуациям (пожары, наводнения и т.д.).

Развитие транспортной инфраструктуры позволяет развивающимся странам участвовать в международной торговле, а рост доли железнодорожного транспорта позволяет повысить энергоэффективность транспорта и сократить количество выбросов в атмосферу.

Городская среда не удовлетворяет растущему спросу на инфраструктуру, в частности, системы общественного транспорта часто расположены на расстоянии от жилых кварталов. Более 40 тыс. населенных пунктов с общей численностью населения около 15 млн. человек не имеют подключения к сети дорог общего пользования по дорогам с твердым покрытием.

Социальная инфраструктура включает отрасли хозяйства, обслуживающее население, удовлетворяющие разнообразные потребности.

Именно от этой сферы зависит материальное положение человека, образование, отдых, повышение производительности труда и квалификации работников, – увеличение количества свободного времени. Значение социальной сферы заключается в том, что он экономит затраты рабочего времени на удовлетворение собственных потребностей и увеличивает продолжительность свободного времени.

Без отраслей социальной инфраструктуры становится невозможным процесс производства. Уровень развития социальной сферы определяет качество жизни и является одним из главных показателей уровня человеческого развития вообще.

Особое внимание уделяется развитию инфраструктуры в рамках национальной цели развития – «Комфортная и безопасная среда для жизни». Планируется повысить качество и безопасность дорожной сети на уровне не менее 85 % (ФП «Дорожная сеть»). На 2021 год этот показатель составляет всего 52 %.

Влияние пандемии на устойчивую инфраструктуру.

Пандемия показала неспособность существующей инфраструктуры быстро и эффективно реагировать на возникающие глобальные кризисы. COVID-19 поразил многие сферы жизни и обострил проблемы устойчивого развития.[2]

Наибольший объем потерь в 2020 г. – 1,27 трлн. руб., или почти 66 % от их общей суммы – понесла транспортная инфраструктура. Компании, эксплуатирующие такие объекты, потеряли в среднем 18,4 % выручки. Однако с точки зрения соотношения ущерба и доходов больше всего пострадала социальная инфраструктура, чьи компании в среднем получили менее 35 %. Наиболее критичная ситуация сложилась на объектах культуры и спорта, где ежегодные потери составляют около 59–64 %.

Компании, эксплуатирующие и обслуживающие инфраструктуру воздушного транспорта, потеряли в 2020 году около 713 млрд. руб. выручки, из которых 600 млрд. руб. приходится на авиакомпании, а остальное – на аэропорты. Компании остались в среднем без 42–43 % годовой выручки.

Энергетический и коммунальный секторы пострадали в меньшей степени, чем транспорт и социальная сфера. Выручка первых двух снизилась почти на 3 % и примерно на 10 % соответственно. Однако, учитывая низкую рентабельность предприятий жилищно-коммунального хозяйства, такое падение является угрожающим для многих из них. Это особенно актуально для компаний, работающих с инфраструктурой переработки и утилизации ТКО, финансовое состояние которых еще не улучшилось в результате мусорной реформы, проведенной за последние два года [1].

Таким образом, инфраструктура позволяет нам достичь многих задач, поставленных перед мировым сообществом и бизнесом до 2030 года. Это способствует не только экономическому развитию, но и повышению уровня жизни людей, а также снижению негативного воздействия на окружающую среду – загрязнения территорий отходами и выбросами и нарушения естественных экосистем.

Список литература

1. Инфраструктура и пандемия: потери отрасли в 2020 году. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://infraone.ru/sites/default/files/analitika/2021/infrastruktura_i_pandemiya_poteri_otrasli_v_2020_infraone_research.pdf (дата обращения 10.04.2022).
2. Устойчивое развитие и инфраструктура. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://вэб.пф/downloads/spief_sd_short_final_02.05.2021_1.pdf (дата обращения 10.04.2022).
3. Развитие инфраструктуры России: адаптация к современным вызовам. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://roscongress.org/materials/razvitie-infrastruktury-rossii-adaptatsiya-k-sovremennym-vyzovam/?ysclid=11un3kveai> (дата обращения 10.04.2022).