

ISSN 2072-0297

# МОЛОДОЙ УЧЁНЫЙ

МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ



**27** 2020  
ЧАСТЬ III

16+

# Молодой ученый

## Международный научный журнал

### № 27 (317) / 2020

Издается с декабря 2008 г.

Выходит еженедельно

*Главный редактор:* Ахметов Ильдар Геннадьевич, кандидат технических наук

*Редакционная коллегия:*

Ахметова Мария Николаевна, доктор педагогических наук  
Абдрасилов Турганбай Курманбаевич, доктор философии (PhD) по философским наукам (Казахстан)  
Жураев Хусниддин Олтинбоевич, доктор педагогических наук (Узбекистан)  
Иванова Юлия Валентиновна, доктор философских наук  
Каленский Александр Васильевич, доктор физико-математических наук  
Куташов Вячеслав Анатольевич, доктор медицинских наук  
Лактионов Константин Станиславович, доктор биологических наук  
Сараева Надежда Михайловна, доктор психологических наук  
Авдеюк Оксана Алексеевна, кандидат технических наук  
Айдаров Оразхан Турсункожаевич, кандидат географических наук (Казахстан)  
Алиева Тарана Ибрагим кызы, кандидат химических наук (Азербайджан)  
Ахметова Валерия Валерьевна, кандидат медицинских наук  
Бердиев Эргаш Абдуллаевич, кандидат медицинских наук (Узбекистан)  
Брезгин Вячеслав Сергеевич, кандидат экономических наук  
Данилов Олег Евгеньевич, кандидат педагогических наук  
Дёмин Александр Викторович, кандидат биологических наук  
Дядюн Кристина Владимировна, кандидат юридических наук  
Желнова Кристина Владимировна, кандидат экономических наук  
Жуйкова Тамара Павловна, кандидат педагогических наук  
Игнатова Мария Александровна, кандидат искусствоведения  
Искаков Руслан Маратбекович, кандидат технических наук (Казахстан)  
Кайгородов Иван Борисович, кандидат физико-математических наук (Бразилия)  
Калдыбай Кайнар Калдыбайулы, доктор философии (PhD) по философским наукам (Казахстан)  
Кенесов Асхат Алмасович, кандидат политических наук  
Коварда Владимир Васильевич, кандидат физико-математических наук  
Комогорцев Максим Геннадьевич, кандидат технических наук  
Котляров Алексей Васильевич, кандидат геолого-минералогических наук  
Кошербаева Айгерим Нуралиевна, доктор педагогических наук, профессор (Казахстан)  
Кузьмина Виолетта Михайловна, кандидат исторических наук, кандидат психологических наук  
Курпаяниди Константин Иванович, доктор философии (PhD) по экономическим наукам (Узбекистан)  
Кучерявенко Светлана Алексеевна, кандидат экономических наук  
Лескова Екатерина Викторовна, кандидат физико-математических наук  
Макеева Ирина Александровна, кандидат педагогических наук  
Матвиенко Евгений Владимирович, кандидат биологических наук  
Матроскина Татьяна Викторовна, кандидат экономических наук  
Матусевич Марина Степановна, кандидат педагогических наук  
Мусаева Ума Алиевна, кандидат технических наук  
Насимов Мурат Орленбаевич, кандидат политических наук (Казахстан)  
Паридинова Ботагоз Жаппаровна, магистр философии (Казахстан)  
Прончев Геннадий Борисович, кандидат физико-математических наук  
Семахин Андрей Михайлович, кандидат технических наук  
Сенцов Аркадий Эдуардович, кандидат политических наук  
Сенюшкин Николай Сергеевич, кандидат технических наук  
Султанова Дилшода Намозовна, кандидат архитектурных наук (Узбекистан)  
Титова Елена Ивановна, кандидат педагогических наук  
Ткаченко Ирина Георгиевна, кандидат филологических наук  
Федорова Мария Сергеевна, кандидат архитектуры  
Фозиллов Садриддин Файзуллаевич, кандидат химических наук (Узбекистан)  
Яхина Асия Сергеевна, кандидат технических наук  
Ячинова Светлана Николаевна, кандидат педагогических наук

*Международный редакционный совет:*

Айрян Заруи Геворковна, кандидат филологических наук, доцент (Армения)  
Арошидзе Паата Леонидович, доктор экономических наук, ассоциированный профессор (Грузия)  
Атаев Загир Вагитович, кандидат географических наук, профессор (Россия)  
Ахмеденов Кажмурат Максutowич, кандидат географических наук, ассоциированный профессор (Казахстан)  
Бидова Бэла Бертовна, доктор юридических наук, доцент (Россия)  
Борисов Вячеслав Викторович, доктор педагогических наук, профессор (Украина)  
Буриев Хасан Чутбаевич, доктор биологических наук, профессор (Узбекистан)  
Велковска Гена Цветкова, доктор экономических наук, доцент (Болгария)  
Гайич Тамара, доктор экономических наук (Сербия)  
Данатаров Агахан, кандидат технических наук (Туркменистан)  
Данилов Александр Максимович, доктор технических наук, профессор (Россия)  
Демидов Алексей Александрович, доктор медицинских наук, профессор (Россия)  
Досманбетова Зейнегуль Рамазановна, доктор философии (PhD) по филологическим наукам (Казахстан)  
Ешиев Абдыракман Молдоалиевич, доктор медицинских наук, доцент, зав. отделением (Кыргызстан)  
Жолдошев Сапарбай Тезекбаевич, доктор медицинских наук, профессор (Кыргызстан)  
Игисинов Нурбек Сагинбекович, доктор медицинских наук, профессор (Казахстан)  
Кадыров Кутлуг-Бек Бекмурадович, кандидат педагогических наук, декан (Узбекистан)  
Кайгородов Иван Борисович, кандидат физико-математических наук (Бразилия)  
Каленский Александр Васильевич, доктор физико-математических наук, профессор (Россия)  
Козырева Ольга Анатольевна, кандидат педагогических наук, доцент (Россия)  
Колпак Евгений Петрович, доктор физико-математических наук, профессор (Россия)  
Кошербаева Айгерим Нуралиевна, доктор педагогических наук, профессор (Казахстан)  
Курпаяниди Константин Иванович, доктор философии (PhD) по экономическим наукам (Узбекистан)  
Куташов Вячеслав Анатольевич, доктор медицинских наук, профессор (Россия)  
Кыят Эмине Лейла, доктор экономических наук (Турция)  
Лю Цзюань, доктор филологических наук, профессор (Китай)  
Малес Людмила Владимировна, доктор социологических наук, доцент (Украина)  
Нагервадзе Марина Алиевна, доктор биологических наук, профессор (Грузия)  
Нурмамедли Фазиль Алигусейн оглы, кандидат геолого-минералогических наук (Азербайджан)  
Прокопьев Николай Яковлевич, доктор медицинских наук, профессор (Россия)  
Прокофьева Марина Анатольевна, кандидат педагогических наук, доцент (Казахстан)  
Рахматуллин Рафаэль Юсупович, доктор философских наук, профессор (Россия)  
Ребезов Максим Борисович, доктор сельскохозяйственных наук, профессор (Россия)  
Сорока Юлия Георгиевна, доктор социологических наук, доцент (Украина)  
Узаков Гулом Норбоевич, доктор технических наук, доцент (Узбекистан)  
Федорова Мария Сергеевна, кандидат архитектуры (Россия)  
Хоналиев Назарали Хоналиевич, доктор экономических наук, старший научный сотрудник (Таджикистан)  
Хоссейни Амир, доктор филологических наук (Иран)  
Шарипов Аскар Калиевич, доктор экономических наук, доцент (Казахстан)  
Шуклина Зинаида Николаевна, доктор экономических наук (Россия)

---

---

**Н**а обложке изображен *Василий Валентинович Асмус* (1952), директор ФГБУ «НИЦ «Планета», председатель правления Российского гидрометеорологического общества, член коллегии Росгидромета, доктор физико-математических наук, профессор, заслуженный деятель науки РФ, лауреат премий Правительства РФ и Правительства Москвы, академик Российской академии космонавтики им. К. Э. Циолковского.

Василий Валентинович родился в Москве, в семье известного русского философа и видного деятеля советской культуры Валентина Фердинандовича Асмуса. Он закончил Московский институт электронного машиностроения (факультет прикладной математики), а затем аспирантуру Вычислительного центра СО РАН. С 1976 года он начал свою деятельность в НИЦ «Планета», с 1997 года — в должности директора.

Асмус широко известен в нашей стране и за рубежом как специалист в области математического моделирования и информатики. Он активно участвует в разработке государственных программ и реализации планов создания космических комплексов наблюдения Земли, а также руководит работами по созданию космических информационных систем, выполняющих стратегические задачи в интересах народного хозяйства и обороны. Под руководством Асмуса спроектирована, разработана и сдана в эксплуатацию крупнейшая в России и одна из самых крупных в мире государственная территориально-распределенная система космического мониторинга окружающей среды. Василий Валентинович внес значительный вклад в разработку технологий дистанционного исследования атмосферы, суши, криосферы, акваторий Мирового океана. Созданные им программные системы обработки спутниковых данных внедрены и широко используются в России и за рубежом. Василий Валентинович принимал активное участие в испытаниях и эксплуатации космических систем серий «Ме-

теор», «Метеор-Природа», «Ресурс», «Океан», «Электро», «Канопус» и др.

Василий Асмус — автор более 150 научных работ, включая монографии и патенты, в отечественных и зарубежных изданиях. Он является членом оргкомитетов и программных комитетов международных и отечественных конференций, а также редколлегий ряда периодических научно-технических изданий, главным редактором журнала «Метеорология и гидрология».

Асмус — член государственных комиссий по летным испытаниям космических комплексов социально-экономического и оборонного назначения, а также средств выведения, член Межведомственной экспертной комиссии по космосу, заместитель председателя Совета главных конструкторов по космическим комплексам, член Совета по космосу РАН, член научно-технических советов Военно-промышленной комиссии Российской Федерации, Росгидромета и Роскосмоса, председатель ученого совета ФГБУ «НИЦ «Планета». В качестве эксперта по космическим технологиям он представляет Россию в международных организациях: WMO, CEOS, CGMS, GEOSS, EUMETSAT.

Василий Валентинович Асмус удостоен государственных (орден Дружбы, орден «За заслуги перед Отечеством» II степени, медаль «В память 850-летия Москвы», грамота Президента РФ) и ведомственных наград (Росгидромет, Роскосмос, Минприроды России, РАН, Минобороны России, МЧС России), наград WMO и ICSU, почетных званий «Заслуженный создатель космической техники», «Заслуженный испытатель космической техники», «Ветеран космонавтики России», «Почетный геодезист», «Почетный работник Гидрометеослужбы России», «Ветеран гидрометеослужбы Вооруженных сил России», «Лучший руководитель России».

*Екатерина Осянина, ответственный редактор*

---

---



## СОДЕРЖАНИЕ

### ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

#### **Бажанов В. В.**

Совершенствование планирования и организации инвестиционной деятельности фирмы ..... 161

#### **Гаврюшенко Л. В.**

Ценовая политика на НАО «Молочный комбинат Благовещенский» как инструмент стратегического развития ..... 164

#### **Голубцова В. В.**

Техническое перевооружение как одна из форм воспроизводства основных средств ..... 167

#### **Голубцова В. В.**

Анализ состояния основных средств российских предприятий ..... 169

#### **Данилова А. В.**

Стратегическое управление персоналом как комплекс мер по поддержке преподавателей в процессе реализации их профессиональной деятельности ..... 172

#### **Дедаева Е. Д., Кузнецова Л. Н.**

Формирование, распределение и использование прибыли на предприятии ..... 178

#### **Ерофеева А. В.**

Тенденции развития хлебопекарного производства в России ..... 181

#### **Иванкина Е. Н., Макарова Д. Д.**

Развитие гостиничной корпорации Marriott International на территории Российской Федерации с учетом целевой аудитории ..... 182

#### **Илюнькин А. В.**

Меры декриминализации бизнеса в Калининградской области ..... 189

#### **Илюнькина Д. А.**

Совершенствование системы экономической безопасности здравоохранения Калининградской области ..... 191

#### **Каражанова Р. Ж., Аллашева Н.**

О некоторых факторах инвестиционной привлекательности Республики Каракалпакстан ..... 194

#### **Лядова Ю. О.**

Пути повышения финансовой устойчивости предприятия ..... 199

#### **Молчанова А. В.**

Эффективность использования бюджетных средств Межрегиональным территориальным управлением Росимущества в Красноярском крае, Республике Хакасия и Республике Тыва ..... 201

#### **Мухомедьянова Е. В.**

Дистанционная работа по агентскому договору на организацию выполнения пусконаладочных работ «под нагрузкой» на объектах нефтегазовой отрасли ..... 203

#### **Назмутдинов Р. Ф., Батталова А. А.**

Анализ нефтесервисной отрасли ..... 205

#### **Оськин В. В.**

Влияние COVID-19 на мировую экономику ..... 206

#### **Пенкина О. В.**

Применение принципов «зеленой экономики» в нефтегазовом комплексе как фактора повышения конкурентоспособности ..... 208

#### **Резяпов Р. М.**

Электронные деньги как средство платежа в финансовых отношениях корпораций ..... 210

#### **Судьин С. А., Прокопович М. С.**

Кадровый менеджмент. Проблемы обучения торгового персонала ..... 213

#### **Уруджанова Д. Н.**

Изменения в бухгалтерском учете арендных отношений в соответствии с ФСБУ 25/2018 «Бухгалтерский учет аренды» ..... 216

#### **Цуркан М. Н., Сидоренко К. К.**

Оценка кадровых процессов в ООО «Морис» .. 218

## МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА И PR

**Нагиев И. Д.**

Особенности организации рекламной деятельности букмекерских компаний России в спортивных онлайн-медиа ..... 222

**Провоторов А. И.**

Анализ современного состояния, тенденций и проблем развития интернет-рекламы в РФ .. 223

## ПЕДАГОГИКА

**Бочко А. Е.**

Нестандартные задачи по алгебре как средство формирования исследовательских способностей учащихся основной школы ..... 226

**Васильченко Е. А., Капшукова К. К.,****Рудная М. Р.**

Школьное научно-исследовательское общество учащихся как средство развития одаренных детей..... 228

**Жирова М. В.**

Применение интерактивных игр для развития творческих способностей детей дошкольного возраста ..... 230

**Костецкая Г. В., Парандюк О. Л.**

Организация работы в группах на уроках иностранного языка..... 232

**Лукаш В. А.**

Формирование геометрических представлений детей младшего дошкольного возраста ..... 234

**Овчаренко М. С.**

Коучинг как метод обучения повышению мотивации к учебной деятельности курсантов высших военных учебных заведений ..... 236

**Свалова Е. В., Талужина О. Н.**

Игровая деятельность как средство развития социально-коммуникативных навыков у дошкольников ..... 239

**Темиршина Г. Р., Минахметова А. З.**

Проблемы детей с ОВЗ в условиях общеобразовательной школы..... 240

# ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

## Совершенствование планирования и организации инвестиционной деятельности фирмы

Бажанов Виктор Владимирович, студент магистратуры  
Московский государственный гуманитарно-экономический университет

*Статья посвящена актуальным вопросам совершенствования инвестиционной деятельности организаций.*

**Ключевые слова:** инвестиции, инвестиционная деятельность, элементы инвестиций, предприятие.

Для расширения и эффективной деятельности любого предприятия требуется периодические финансовые вложения, то есть осуществления инвестиции. Когда предприятие пользуется долгосрочными инвестициями, а именно долгосрочными кредитами и займами, предприятие отказывается от денежных средств сегодня в пользу получения в дальнейшем максимального объема прибыли.

Существует множество трактовок понятия инвестиции, в зависимости от точек зрения исследователей относительно данного явления. Важнейшими из них являются: юридическая, финансовая и экономическая. С точки зрения финансовых параметров, под инвестициями понимают вложения различных видов активов в производственную деятельность предприятия с целью получения дохода [3, с. 214].

Главным компонентом IV уклада экономики являются инвестиции. Рациональная деятельность и процветание фирмы (компании) в современной деятельности не представляется без инвестирования (финансовых вложений). Финансовые вложения (англ. investments) в обобщенном значении трактуются как вложение денежных средств в развитие предприятия с задачей приобретения выгод или получения другого нужного результата. Вложения в нынешней экономической интерпретации выступают в роли краткосрочных финансовых активов, акций, другой собственности, так же как и права на имущество, нематериальные активы, гудвилл, которые можно выразить через их стоимость, помещаемые хозяйственную деятельность для приобретения экономических выгод либо получения прочего дохода [4, с. 12].

Деятельность по вложению в инвестиции — являются самым главным принципом положительного процветания организации. В данном случае стоит принимать во внимание как капиталовложение собственных денежных ресурсов непосредственно в какой-либо перспективный план, в том числе мобилизация инвесторов к субсидированию плановых проектов. В свою очередь, особенно важно систематически проводить модернизацию и капиталовложения в имеющиеся долгосрочные активы для совершен-

ствования отдельных подходов функционирования и роста прибыльности.

Стоит предусмотреть, что капиталовложение — это способ увеличить эффективность функционирования организации на базе которой возможно предприняты способы достижения задач, поставленных перед фирмой.

Капиталовложение деятельность по привлечению финансов абсолютно или в некоторой степени играет роль во многих аспектах в различных видах деятельности, таких как НИОКР, техническую, технологическую, экологическую, административно-правовую, производственную, кадровую, а также в основной доле финансовую деятельность в части привлечения инвестиций в основной капитал, совмещении средств, гарантии действенных генеральных и вложений в основные средства организации [5, с. 87].

Деятельность по привлечению средств со стороны для капиталовложений целиком аффилировано с субсидированием и компилирует целостную систему производственно-финансовой работы. Денежная сторона капиталовложений — не что иное, как модель выражения независимой составляющей денежных активов любой компании.

Объектами деятельности по капиталовложениям считаются повторно построенные и восстанавливаемые здания и сооружения, краткосрочные активы, нематериальные активы, срочные и долгосрочные депозиты, НТП, прочие имущественные объекты, имущественные права и права на интеллектуальную собственность.

Обобщая всё вышеизложенное стоит сделать вывод о том, что, часть капиталовложений ориентированы на прирост акционерного капитала (приобретение ценных бумаг и вложение денежных средств для получения выгод, депозиты на счетах кредитных учреждений и приобретение ценных бумаг, облигаций для получения по ним дивидендов), а иные — для увеличения индустриальной основы через приобретение машин и станков, участков, и на возведений зданий «с нуля». Принцип деятельности по капиталовложениям многообразных форм собственности составляют

ПИИ, которые в большей части производятся в виде капитальных вложений [6, с. 117].

В текущих условиях такая форма капиталовложения для большинства организаций считается главным вектором работы по капиталовложениям, дающим возможность реализовывать в деятельность новые инновационные технологии, модернизировать производимую продукцию, внедряться на новые товарные рынки, что может гарантировать непрерывный рост прибыльности и гудвилл организации.

Если фирмы, по обыкновению, не имеют достаточного объема денежных средств и их эквивалентов для того, чтобы была возможность продолжения успешной хозяйственной деятельности на уровне требований достаточно быстро эволюционирующего рынка, перед организациями постоянно поднимается вопрос: во-первых, аргументировать потенциальным инвесторам, то что действительно это стоящее капиталовложение, что организация нуждается во введении в действие новых объектов основных средств, их перевооружение, а во-вторых — обосновать факт необходимости внедрения разработанного инвестиционного проекта по результатам расчетов его целесообразности и экономической эффективности [8, с. 52].

Удачность деятельности по капиталовложению инвесторов напрямую связано с воздействием многих условий, которые касаются непосредственно как микро-, так и макросреду компании (фирмы).

Определяющим фактором, обеспечивающим конкурентоспособности страны, является эффективное внедрение инноваций в реальный сектор экономики. Изучение отечественного рынка инноваций показывают, что переориентирование российской экономики на актуальные технологические режимы протекает с серьезным запозданием от развитых стран [3, с. 119].

Во всех индустриальных странах инновации предстают объектом стабильного участия правительств, так как они представляются основой экономической устойчивости и государственной безопасности. Вот почему государства масштабно используют налоговое стимулирование. Одна из основных форм содействия и стимулирования инновационной деятельности — это ответственная налоговая политика государства. В ведущих направлениях налоговой политики России продолжительное время выполняются меры по совершенствованию налогообложения и стимулирования инновационной работы [2].

На макроуровне под инвестициями понимают осуществление политики расширенного воспроизводства, ускорения научно — технического прогресса, улучшение качества и повышение конкурентоспособности продукции на мировой арене, а также структурное перепроектирование и сбалансирование развития всех сфер экономике, для решения социальных, экономических задач государства. В зарубежной литературе термин инвестиции трактуется в зависимости от различных школ.

В кейнсианской школе под инвестициями понимается текущий прирост ценности капитального имущества в результате производственной деятельности данного периода.

Подводя итог можно дать следующее определение инвестиции — эта сумма финансовых средств, векселей, облигаций, сертификатов и других ценных бумаг, авторские и интеллектуальные права, вкладываемых банками, бюджетными организациями, инвесторами в инвестиционные проекты разных уровней и отраслей экономике в целях получения прибыли или достижения социального, экономического, экологического эффекта [9, с. 112].

Инвестиции играют ключевую роль в развитии экономических показателей деятельности предприятия. Инвестиции способствуют росту финансовых результатов, эффективность производственной деятельности, улучшению качества реализуемых товаров и оказанных услуг, а также расширению производства [4, с. 35].

По объектам вложений выделяют капитал образующие (реальные), интеллектуальные (нематериальные) и финансовые.

Капиталообразующие инвестиции представляет собой капитала вложения в здания, сооружения, оборудование, транспортные средства. В группу интеллектуальных инвестиций входят финансовые вложения в нематериальные активы путем покупки патентов, лицензии, оплату осуществления НИОКР, ноу-хау [10, с. 43].

Финансовые инвестиции представляют собой вложение денежных средств в акции, векселя и других ценных бумаги. В зависимости от продолжительности инвестирования выделяют: долгосрочный, среднесрочные и краткосрочные инвестиции, их срок зависит от объекта инвестирования.

К долгосрочным инвестициям относят вложения, которых и отдача от них занимает длительный период времени. Долгосрочные инвестиции осуществляются в здания, машины и оборудование, производственно-хозяйственный инвентарь и в другие основные средства, а также вложения в нематериальные активы экономического субъекта.

Основу краткосрочных инвестиций формируют векселя, высоколиквидные ценные бумаги, а также банковские депозиты. По целям инвестирования выделяют прямые, портфельные и прочие инвестиции.

Прямые инвестиции формируются и направляются на расширение сферы влияния, обеспечения дальнейших финансовых интересов. Портфельные инвестиции представляют собой финансовые вложения в ценные бумаги, выпускаемые предприятием. К прочим инвестициям относят кредиты с целью получения ссудного производства [11, с. 32].

В зависимости от степени риска инвестиции классифицируют на безрисковые, с уровнем допустимого, критического и катастрофического риска. Уровнем допустимого риска характеризуется потерей части ожидаемой прибыли после осуществления инвестирования, инвестирования осуществляются в определенную отрасль экономики государства с налаженной системой рынка сбыта.



Критические риски характеризуются группой рисков, связанных с долгосрочными финансовыми вложениями в научно-исследовательские и в опытно-конструкторские работы, а также потерей части прибыли, но и выручки. Возмещение катастрофического риска вложенных инвестиций осуществляется в результате банкротства предприятия. Инвестиции, складывающиеся из средств частных, корпоративных предприятий, граждан, а также включающаяся сумма собственных и привлеченные средства называют частными инвестициями [12, с. 65].

Мировое распространение новой вирусной инфекции типа COVID-19 дало тяжелые последствия для экономики практически всех государств в мире. Все действия, которые предпринимаются правительствами стран на данный момент не принесли ощутимых результатов.

В Российской Федерации произошло резкое снижение цен на нефть, мало того, в апреле цены на добываемую нефть были «отрицательными». Поэтому инвесторы на данный момент в достаточно тяжелой ситуации, кроме

базовых рисков капиталовложений появилась опасность банкротства.

«Корона-кризис», вероятно, заставит скорректировать инвестиционные программы, заморозить или полностью отменить часть новых, особенно капиталоемких проектов. Подход финансового сектора к вложениям в газовую отрасль тоже может измениться — крупным проектам станет сложнее получить необходимое финансирование (если только они не имеют мощной государственной поддержки).

Изменения могут стать настолько фундаментальными, что затронут контрактную модель в отрасли — от пересмотра текущих соглашений до невозможности заключить новые долгосрочные контракты.

В Азии уже появились прецеденты, когда импортеры ссылаются на форс-мажор и отказываются исполнять контракты на закупку партий СПГ. Раньше такое случалось только в экстраординарных ситуациях, вроде военных действий.

#### Литература:

1. Конституция Российской Федерации от 15.07.2015 — URL: <http://constrf.ru> (дата обращения 30.06.2020).
2. Федеральный закон от 25.02.1999 № 369 — ФЗ «Об инвестиционной деятельности в РФ» (ред. от 03.07.2016) — URL: <http://constrf.ru> (дата обращения 30.06.2020).
3. Аверина, О. И. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учебник для бакалавров. — М.: КноРус, 2016. — 432 с.
4. Аскинадзи, В. В. Инвестиции: учебник для бакалавров. — М.: Юрайт, 2014. — 422 с.
5. Бердникова, Т. Б. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учебное пособие для вузов. — М.: ИНФРА-М, 2013. — 214 с.
6. Быстров, О. Ф. Управление инвестиционной деятельностью в регионах Российской Федерации: моногр. — М.: ИНФРА-М, 2010. — 358 с.
7. Касьянова, А. В. Финансовый менеджмент: учебное пособие для бакалавров. — М.: КноРус, 2016. — 384 с.
8. Ковалева, В. В. Иванова, В. В. Инвестиции: учебник. — М.: Проспект, 2014. — 284 с.
9. Кузнецов, Б. Т. Инвестиции: учебное пособие. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. — 623 с.
10. Межов, С. И. Инвестиционный анализ: учебное пособие для бакалавров. — М.: КноРус, 2016. — 315 с.
11. Михайлова, Э. А., Орлова, Л. Н. Экономическая оценка инвестиций: учебное пособие. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. — 176 с.
12. Рогова, Е. М., Ткаченко, Е. А. Финансовый менеджмент: учебник. — М.: Юрайт, 2012. — 340 с.
13. Савкина, Р. В. Мальцева, Е. Г. Организация предпринимательской деятельности: учебное пособие. — М.: КноРус, 2011. — 211 с.

## Ценовая политика на НАО «Молочный комбинат Благовещенский» как инструмент стратегического развития

Гаврюшенко Людмила Владимировна, студент магистратуры

Научный руководитель: Пашина Любовь Леонидовна, доктор экономических наук, профессор

Дальневосточный государственный аграрный университет (г. Благовещенск)

*В современных условиях цена является результатом измерения общественных условий производства и общественно необходимых затрат на производство товаров. Правильно выбранные метод и политика ценообразования существенно сказываются на финансовой устойчивости предприятия. От цен во многом зависят достигнутые коммерческие результаты, а верная или ошибочная ценовая политика оказывает долговременное (положительное или отрицательное) воздействие на всю деятельность предприятия. Ценовой политики в маркетинге заключается в том, чтобы устанавливать на товары фирмы такие цены и так варьировать ими в зависимости от положения на рынке, чтобы овладеть его определенной долей, обеспечить намеченный объем прибыли и решать другие стратегические и оперативные задачи.*

**Ключевые слова:** ценовая политика, цена, производство продукции, молочный комбинат, затраты, себестоимость, прибыль.

В жестких условиях развития конкуренции предприятию необходимо создавать такие товары и продукты, которые отвечают требованиям рынка и способны конкурировать с аналогичными товарами по приемлемым ценам, как для самого производителя или посредника, так и для покупателя [1]. Цены находятся в тесной зависимости со всеми составляющими маркетинга и деятельности фирмы в целом. От цен во многом зависят реальные коммерческие результаты, а верная или ошибочная ценовая политика оказывает долговременное воздействие на положение фирмы на рынке. Цена, ее уровень и динамика в значительной степени определяет конкурентоспособность того или иного предприятия на рынке [3].

Рассмотрим ценовую политику АО «Молочный комбинат Благовещенский».

АО «Молочный комбинат Благовещенский» имеет мощную производственную и сырьевую базы. Результат его использования выражается в произведенной продукции соответствующего качества в необходимых рыночных объемах за определенный период времени, что позволяет характеризовать комбинат как производителя, имеющего устойчивые позиции. Но рыночные условия ужесточаются и необходимо совершенствовать деятельность комбината. Это

позволит расширить возможности для эффективного функционирования комбината. Такой подход необходим в силу того, что производимые на комбинате молочные продукты являются скоропортящимся, и потому необходимо, чтобы рынок был насыщен только качественными объемами по принципу «точно в срок», при выдерживании востребованного ассортимента, что возможно осуществить в рамках системы учета результатов постоянно проводимого анализа потребительского спроса, а также пожеланий покупателей по поводу качества, упаковки и ассортиментного ряда изготавливаемой продукции.

На ценообразование продукции молочного комбината значительное влияние оказывают конкуренты, производящие аналогичную продукцию. Комбинат не может установить высокую цену по сравнению с конкурентами, т. к. в этом случае возникает риск потери потребителей. Предпочтения людей при выборе молочной продукции меняются по ряду определенных причин, основной из которых является изменение цен на молочную продукцию. Рассмотрим динамику изменения средней цены на молочную и кисломолочную продукцию АО «Молочный комбинат Благовещенский» за период 2016–2018 гг. (таблица 1, диаграмма 1).

Таблица 1. Динамика средней цены на молочную и кисломолочную продукцию АО «Молочный комбинат Благовещенский» за период 2016–2018 гг., руб.

Наименования продукции	2016 год	2017 год	2018 год	Изменения (+, –)	
				2017 г. к 2016 г.	2018 г. к 2017 г.
Молоко 1 л., 2,5%	49	52,5	55	3,5	2,5
Кефир 0,5 л., 1%	19	22	25	3	3
Сметана 0,5 л., 15%	32	36	40	4	4
Творог 0,2 кг	54	56	60	2	4

Показатели таблицы 1 свидетельствуют о том, что при производстве молока емкостью 1 литр жирностью 2,5% его цена увеличивается в 2017 году на 3,5 рублей, в 2018 году на 2,5 рублей. За анализируемый период цена молока увеличилась на 6 рублей. Стоимость кефира емко-

стью 0,5 литра жирностью 1% и сметаны емкостью 0,5 литра жирностью 15% увеличивается в 2017–2018 годах ежегодно на 3 и 4 рубля соответственно. Цена творога весом 200 грамм увеличивается в 2017 году на 2 рубля, в 2018 году на 4 рубля.

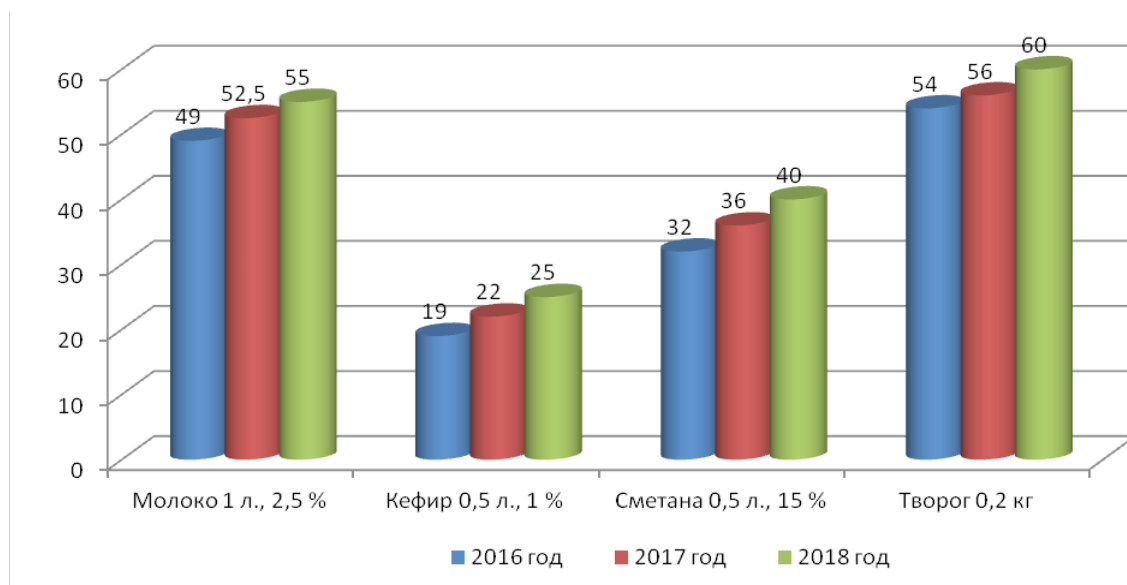


Рис. 1. Изменение средней цены на молочную и кисломолочную продукцию АО «Молочный комбинат Благовещенский» за период 2016–2018 гг., руб. (составлено автором)

Из диаграммы следует, что ежегодно за анализируемый период молочный комбинат увеличивал цену на производимую молочную и кисломолочную продукцию.

Цена выпускаемого товара зависит от цен на молочное сырье, что говорит о том, что используется метод затрат «издержки плюс прибыль», как метод ценообразования. Формированием себестоимости и цен на молочную продукцию, как и закупочных цен на сырое молоко комбинат занимается самостоятельно [2]. За основу принимается анализ рынка цельномолочной продукции, который молочный комбинат в силу своих возможностей осуществляет постоянно, изучая спрос и предложение, а также анализ закупочных цен на молоко, проводимый как самим перерабатывающим комбинатом, так и департаментом агропромышленного комплекса администрации Амурской области. Порядок формирования себестоимости состоит из следующих этапов:

- определение сырьевой себестоимости, а именно определение стоимости сырья;
- определение производственной себестоимости (отнесение прямых производственных затрат на сырьевую себестоимость продукции);
- определение полной себестоимости (отнесение косвенных затрат) [4].

Цены на продукцию АО «Молочный комбинат Благовещенский» устанавливает в соответствии со своими затратами, качеством своей продукции, ценами конкурентов. Если цена будет выше, чем у конкурентов, то продукцию не захотят покупать, поэтому на комбинате тщательно анализируются затраты на производство и реализацию продукции.

Формирование себестоимости на примере молока жирностью 2,5% объемом 1 литр АО «Молочный комбинат Благовещенский» в 2018 году представлено в таблице 2.

Таблица 2. Показатели себестоимости молока жирностью 2,5% объемом 1 литр АО «Молочный комбинат Благовещенский» в 2018 г.

Наименование	Затраты на производство на 1 т, руб.	Удельный вес, %
Сырое молоко	25367	57,61
Транспортно-заготовит. расходы	3338	7,58
Упаковочные материалы	4816	10,94
Топливо и энергия	551	1,25
Заработная плата	726	1,65
Страховые выплаты	221	0,50
Общепроизводственные расходы	3886	8,82
Общехозяйственные расходы	2429	5,52
Производственная себестоимость	41334	93,87
Расходы на продажу	2700	6,13
Полная себестоимость	44034	100

Анализируя показатели полной себестоимости 1 тонны молока, представленные в таблице 2 видим, что наибольший удельный вес затрат на его производство зависит от стоимости сырого молока, приобретаемого у крестьянско-фермерских хозяйств и физических лиц — 57,61%. На упаковочный материал приходится 10,94% или 4816 рублей, общепроизводственные расходы составляют

8,82% или 3886 руб. Незначительная часть расходов приходится на страховые выплаты — 0,5% или 221 руб., топливо и энергию — 1,25% или 551 руб., заработную плату — 1,65% или 726 руб.

Удельный вес затрат при производстве молока жирностью 2,5% объемом 1 литр, показан в диаграмме 2.

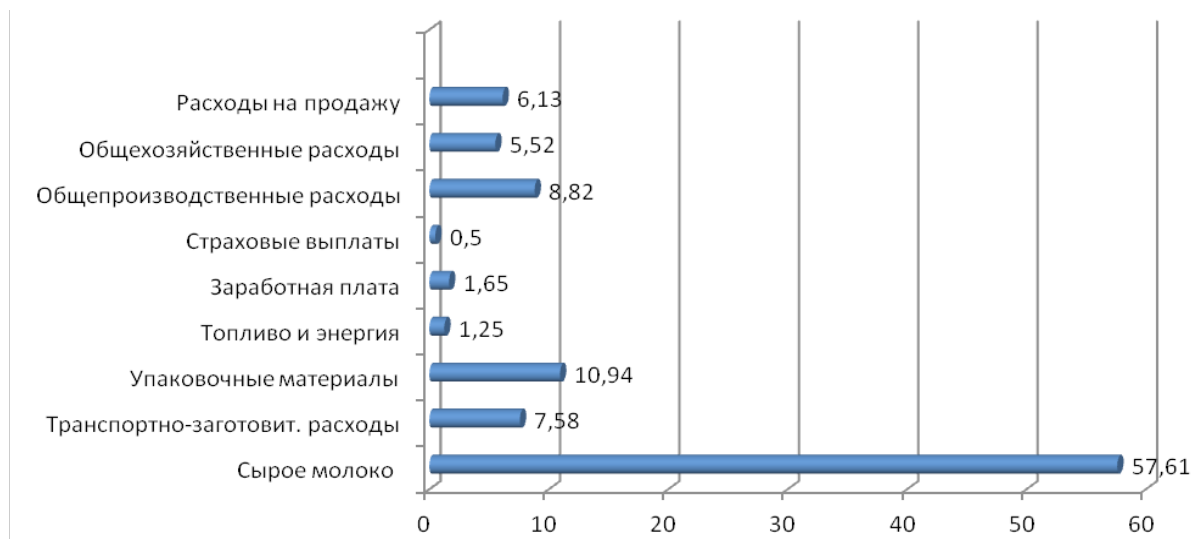


Рис. 2. Удельный вес затрат при производстве молока в 2018 году, % (составлено автором)

Согласно диаграммы 2 следует, что основные затраты при производстве молока приходятся на сырое молоко. Незначительные затраты, менее 2%, на страховые выплаты, топливо, энергию и заработную плату.

Таким образом, ценовая стратегия молочного комбината должна полностью соответствовать всей маркетинговой стратегии предприятия, а при ее разработке отделу маркетинга необходимо осуществлять следующие этапы:

- сбор исходной информации.
- стратегический анализ.
- формирование стратегии [5].

При осуществлении этих этапов разработки ценовой политики и стратегии молочным комбинатом выполняются следующие мероприятия:

- оценка затрат производства и сбыта продукции;
- уточнение финансовых целей предприятия;
- определение потенциальных покупателей;
- уточнение маркетинговой стратегии предприятия;
- определение потенциальных конкурентов продукции предприятия;
- финансовый анализ деятельности предприятия;
- сегментный анализ рынка;
- анализ конкуренции предприятия в условиях конкретного рынка;
- оценка влияния мер государственного регулирования на вопросы ценообразования;
- определение окончательной ценовой стратегии [6].

В результате, используемый молочным комбинатом метод ценообразования, расчет затрат и включение в цену то-

вара прибыли, ориентирован на интересы производителя. Кроме того, данный метод абстрагируется от учета в цене полезности товара. В условиях сильной конкуренции, которая, безусловно, присутствует на рынке молочных товаров Амурской области, на наш взгляд, более рациональным является метод стимулирования реализации продукции, относящийся к рыночным методам ценообразования, особенностью которого является прогнозирование конъюнктуры рынка и рыночной среды. Суть данного метода заключается в том, что конкурентная среда возникает как для производителя товара, так и для потребителя. Производитель заинтересован в повышении цены, руководствуясь желанием получить максимальную прибыль. Потребитель стремится к снижению своих расходов на единицу полезного эффекта, поэтому заинтересован в максимальной минимизации цены. Таким образом, для потребителя выгодна более жесткая конкуренция между производителями, которая способствует снижению издержек производства товара, а соответственно, и цены. Напротив, производитель заинтересован в усилении конкуренции между потребителями, приводящей к росту цены. Эти противоречия на конкурентном рынке разрешаются в споре, в столкновении интересов участников процесса купли-продажи.

Организация отдела маркетинга, как структурного подразделения молочного комбината, а также изменение метода ценообразования с затратного на рыночный, на наш взгляд, будет способствовать повышению эффективности маркетинговой деятельности молочного комбината, и как следствие — совершенствованию ценовой политики.

## Литература:

1. Баздникин, А. С. Цены и ценообразование: учебное пособие / А. С. Баздникин. — Москва: Юрайт, 2017. — 332 с. — ISBN 978-5-534-18059-5.
2. Беляева, И. Ю. Ценообразование: учебное пособие / И. Ю. Беляева, О. В. Панина. — Москва: КНОРУС, 2015. — 176 с. — ISBN 978-5-85971-152-2.
3. Есипова, В. Е. Цены и ценообразование: учебное пособие / В. Е. Есипова. — СПб: Питер, 2016. — 560 с. — ISBN 978-5-94728-209-4.
4. Салимжанов, И. К. Цены и ценообразование: учебник для вузов / И. К. Салимжанов. — Москва: ЗАО Финстатинформ, 2015. — 304 с. — ISBN 978-5-00811-408-1.
5. Уткин, Э. А. Цены. Ценообразование. Ценовая политика: учебное пособие для вузов / Э. А. Уткин — Москва: Ассоциация авторов и издателей «Тандем». Издательство ЭКМОС, 2015. — 312 с. — ISBN 5-89334-012-4.
6. Федько, В. П. Основы маркетинга: учебное пособие / В. П. Федько, Н. Г. Федько. — Ростов: Издательский центр «МарТ», 2016. — 448 с. — ISBN 978-5-22202-073-8.

## Техническое перевооружение как одна из форм воспроизводства основных средств

Голубцова Валерия Викторовна, студент магистратуры

Северный (Арктический) федеральный университет имени М. В. Ломоносова (г. Архангельск)

*В статье описаны причины необходимости воспроизводства основных фондов, факторы, оказывающие влияние на техническое перевооружение предприятий, отличительные особенности технического перевооружения.*

**Ключевые слова:** воспроизводство, основные фонды, техническое перевооружение, предприятие.

**П**од основными фондами предприятия имеется в виду комплекс материально-вещественных ценностей, показанных в средствах труда, которые не теряют свою натуральную форму в течение длительного времени. [8, с. 15].

Для обеспечения конкурентоспособности предприятия все без исключения основные фонды, должны подлежать обязательному воспроизводству. Снабжение компании основными средствами в необходимом качестве и количестве и сохранение их в рабочем состоянии является главной целью их воспроизводства.

Техническое перевооружение основных средств компании является расширенной формой воспроизводства, при которой увеличиваются производственные мощности.

Стадии создания роста и зрелости жизненного цикла предприятия не вызывают опасности для его развития. А в конце фазы зрелости необходимо провести техническое перевооружение, что позволит избежать перехода к состоянию упадка предприятия, так как происходит увеличение затрат на эксплуатацию оборудования [9, с. 7].

В настоящее время в связи с политической и экономической ситуацией в мировой экономике предприятиям РФ необходимо предпринять действия для насыщения отечественного рынка товарами российского производства, для этого надлежит повысить количество и качество производимой продукции.

Определяющим показателем стратегического развития производств, является техническое перевооружение. Так как большая часть российских предприятий до на-

стоящего момента производят продукцию на оборудовании советского времени. Только маленький процент организаций может использовать современное оборудование, так как для его закупки требуются существенные затраты.

Техническое перевооружение может осуществляться как в целом на предприятии, так и на определенных участках.

Сложностью при осуществлении технического перевооружения является процесс подбора аналогичного оборудования на рынке для замены отдельных участков производства, так как оборудование морально устарело и необходимо осуществить полное техническое перевооружение компании. [3, с.18].

Жесткость производственных систем препятствует адаптации нового оборудования к технологическому процессу, кардинальные изменения связаны с большими экономическими и технологическими рисками.

Нужно отметить два состояния компании, при котором надлежит осуществить техническое перевооружение. Во-первых, когда состояние предприятия является устойчивым, но прослеживается сокращение производительности в отдельных цехах или увеличение затрат на производство. Во-вторых, если состояние является удовлетворительным, но в перспективе состояние компании может ухудшиться [4, с. 36].

В советский период определение «технического перевооружения» официально обозначалось в письме Министерства финансов СССР от 29 мая 1984 г. № 80, в настоящее



время оно определяется — в Налоговом кодексе РФ и Постановлении Госстроя РФ от 05.03.2004 № 15/1.

В соответствии с Налоговым кодексом РФ под техническим перевооружением понимается «комплекс мероприятий по повышению технико-экономических показателей основных средств или их отдельных частей на основе

внедрения передовой техники и технологии, механизации и автоматизации производства, модернизации и замены морально устаревшего и физически изношенного оборудования новым, более производительным» [6].

Факторы, оказывающие влияние на перевооружение предприятий, представлены на рисунке 1.

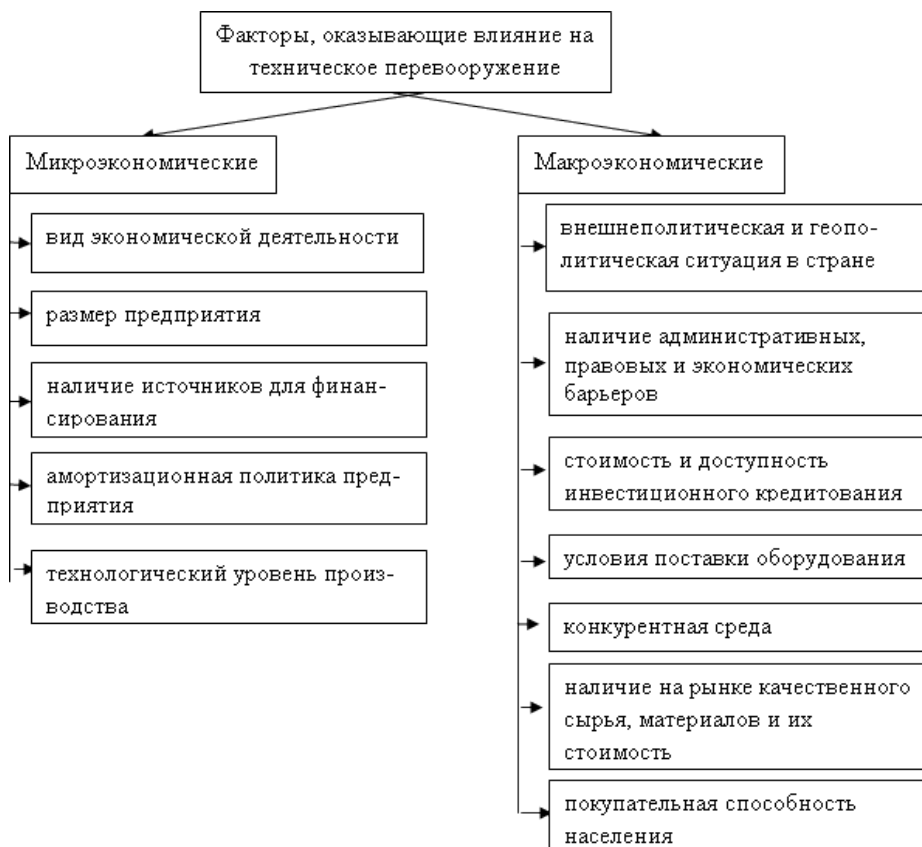


Рис. 1. Факторы, оказывающие влияние на техническое перевооружение предприятий [5, с. 14]

Определим признаки, которые отличают техническое перевооружение от других форм воспроизводства:

- обновление машин и оборудования происходит на уже имеющихся площадях;
- в результате происходит обновление только активной части основных фондов предприятия;
- за счет внедрения новых технологий, происходит повышение научно-технического уровня;
- при осуществлении возникает совокупность экономических и технологических отношений [2 с. 15].

Нужно отметить, что в странах с развитой рыночной экономикой несостоятельность проектов на 1/3 связана внешними факторами и на 2/3 — внутренними. А в странах с переходной экономикой внешние факторы оказывают большее влияние, чем внутренние [1 с. 10].

Одной из важнейших проблем при реализации любых инвестиционных проектов является организация их финансирования, которая должна обеспечивать:

- реализацию проектов в запланированном объеме и в запланированные сроки;

- оптимальную структуру инвестиций и необходимых платежей;
- снижение рисков, связанных с реализацией проектов;
- оптимальное соотношение между привлеченными и собственными средствами, используемыми для их реализации [7 с.35].

После завершения технического перевооружения необходимо сравнить показатели деятельности до покупки нового оборудования и после его внедрения. Необходимо рассчитать и сравнить финансовые показатели, показатели эффективности использования основных и оборотных средств, показатели качества, производительность труда, себестоимость производимой продукции.

Таким образом, для выбора формы воспроизводства необходимо провести комплексный анализ основных фондов предприятия. Их воспроизводство должно соответствовать темпам научно-технического прогресса и требованиям современного законодательства. В настоящее время в связи с высоким уровнем физического

и морального износа оборудования большинства отраслей, требуется срочное техническое перевооружение, чему способствуют меры государственного регулирования.

#### Литература:

1. Быстров О. Ф. Управление инвестиционной деятельностью в регионах Российской Федерации: монография / О. Ф. Быстров, В. Я. Поздняков, В. М. Прудников [и др.]. — Москва: ИНФРАМ, 2017. — 357 с.
2. Гринчар Н. Н. Комплексная оценка проектов технического перевооружения на транспорте с учетом экономических рисков Ученая степень: кандидат экономических наук Код специальности: 08.00.05 Специальность: 08.00.05 — Экономика и управление народным хозяйством Место защиты диссертации: Москва — 2017. С. 187.
3. Иванова М. И. Основные направления технического перевооружения промышленного предприятия / М. И. Иванова // В сборнике: Транспортное дело России. — 2012 С. 18–19. — Электронные, текстовые дан. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnye-napravleniya-tehnicheskogo-perevooruzheniya-promyshlennogo-predpriyatiya>
4. Медведева Н. Н. О проблемах модернизации промышленного производства РФ и опыте реализации проектов технического перевооружения предприятий ОПК / Н. Н. Медведева // В сборнике: Студенческий. Новосибирск 2018. — 8–1 (28) С. 36–88.
5. Панова Е. А. Устойчивое финансирование воспроизводства основных фондов промышленных предприятий. Автореферат. Ученая степень: кандидат экономических наук. Код специальности 08.00.10 Специальность — «Финансы, денежное обращение и кредит». Москва — 2016 С. 28
6. Российская Федерация. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) [Электронный ресурс]: федер. закон № 117 от 05.08.2000 N 117-ФЗ (ред. от 21.05.2020) Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_28165/a3f603ffd57b1431ed51e1693ba710093347235d](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28165/a3f603ffd57b1431ed51e1693ba710093347235d)
7. Слуцкий В. А. Техническое перевооружение — назревшая проблема российской промышленности / Слуцкий В. А., Д. Е. Тетерин / Часть II В сборнике: Вестник химической промышленности. — 2015 С. 35–40.
8. Сулова Ю. Ю. Экономика предприятия: организационно-практические аспекты: Учебное пособие / Сулова Ю. Ю., Петрученя И. В., Белоногова Е. В. — Красноярск.: СФУ, 2016. — 156 с.
9. Чуваева А. И. Техническое перевооружение как основной фактор эффективного развития предприятий лесопромышленного комплекса. Автореферат. Ученая степень: кандидат экономических наук Код специальности: 08.00.05 Специальность — «Экономика и управление народным хозяйством» Место защиты диссертации: Красноярск — 2009. С.21

## Анализ состояния основных средств российских предприятий

Голубцова Валерия Викторовна, студент магистратуры

Северный (Арктический) федеральный университет имени М. В. Ломоносова (г. Архангельск)

*Высокая степень физического и морального износа оборудования является главной причиной неконкурентоспособности российских предприятий. Ключевую роль в производительности труда российских предприятий играет его обеспеченность средствами производства, которые отвечают современным стандартам производственной эффективности. В статье характеризуется динамика уровня износа основных фондов, анализируется коэффициент выбытия и обновления основных фондов в РФ.*

**Ключевые слова:** основные фонды, основные средства, износ, коэффициент обновления, коэффициент выбытия.

**А**нализ основных средств важен для определения производственных возможностей предприятия и перспектив его развития. Величина основных средств определяет важнейший экономический показатель предприятия — производственную мощность.

Показатели эффективности использования основных средств определяются исходя из соотношения их активной и пассивной части. Так как пассивная часть не принимает прямого участия в производственном процессе, значит, уве-

личение удельной доли пассивной части отрицательно скажется на эффективности использования основных средств.

Анализируя состояние основных средств необходимо помнить, что инвестиционные процессы на предприятиях в определенные периоды активизируются, а затем происходит затишье в инвестиционной деятельности, поэтому по показателям, рассчитанным только за один год, не всегда можно правильно оценить состояние основных средств на предприятии.

При выполнении следующих условий можно сделать вывод об эффективной деятельности предприятия в отношении состояния основных фондов:

- уровень износа меньше 50% и снижается;
- выбытие основных средств больше величины начисленной за исследуемый период амортизации;
- ввод основных средств превышает величину выбытия и обеспечивает расширенное воспроизводство основных фондов;
- срок экономической жизни основных фондов не превышает бухгалтерский срок полезного использования;
- остаточный срок службы составляет более одного года.

Анализ состояния основных средств позволяет выявить потребность в инвестициях, которые необходимы

для проведения простого и расширенного воспроизводства. [4, с.87].

Главной целью управления основными фондами является недопущение состояния большого морального и физического износа, потому что это может повлечь за собой неблагоприятные экономические последствия для компании. Организация этого процесса производится при помощи политики воспроизводства основных фондов.

Время от времени наступает необходимость обновления основных фондов, преимущественно их активной части. При этом следует отметить, что ключевым фактором в современной экономике, который определяет необходимость обновления основных фондов, является моральный износ [3, с.65].

Степень износа основных фондов на конец года представлена на рис. 1.

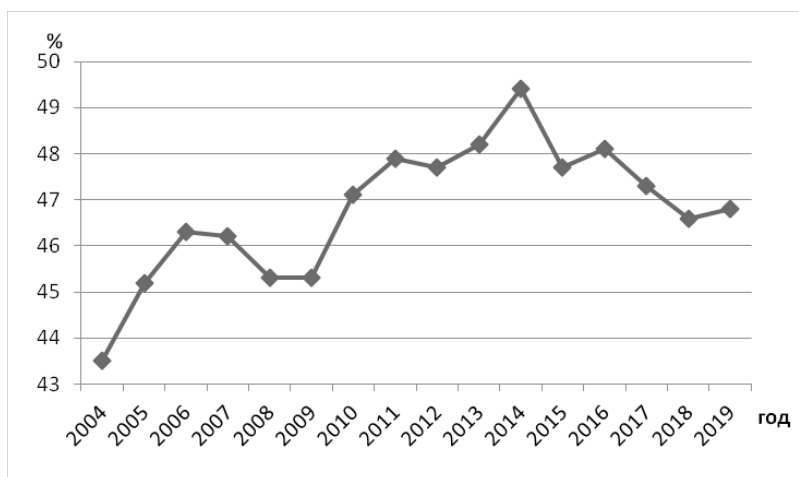


Рис. 2. Степень износа основных фондов на конец года [5]

В 2019 году износ основных средств составил 46,8%. Самая высокая степень износа на протяжении рассматриваемого периода была зафиксирована в 2014 году и составляла 49,4%.

Степень износа основных фондов в России на протяжении всего рассматриваемого периода остается в пределах 50%. Это является одной из основных причин неконкурентоспособности российских предприятий. Если построить линию тренда, то можно сделать вывод, что в ближайшие 10 лет износ превысит 50%. Из-за этого вырастет время простоя оборудования во время ремонта, вырастут затраты на его техническое обслуживание и снизится производительность труда.

В России по данным российского статистического ежегодника в 2018 году полностью изношенные основные средства составляли 18,7%, износ машин и оборудования 27,8%. Доля полностью изношенных основных средств имеет тенденцию к увеличению. Использование оборудования с полным физическим износом приводит к тому, что многократно увеличиваются расходы на его эксплуатацию, происходят внеплановые остановки производства, увеличиваются риски несчастных случаев.

Для подробного анализа использования основных средств необходимо выделить причины увеличения износа и низкого темпа обновления основных средств. В случае, когда износ основных средств связан с увеличением производства, то это является естественной тенденцией хозяйственной деятельности. Кроме того, повышение износа может быть связано с моральным устареванием техники, а также неправильной эксплуатацией основных средств [1, с. 78].

Главными причинами большой степени износа основных средств являются: нехватка высококвалифицированных кадров; отсутствие систематического контроля над использованием основных фондов; экономия на развитии предприятия [2].

Большинство собственников российских предприятий главной целью видят получение прибыли в краткосрочном периоде, не учитывая долгосрочные перспективы, и поэтому не вкладываются в обновление основных фондов. В результате оборудование приходит в состояние полного физического износа.

Динамика коэффициентов обновления и выбытия основных фондов представлены на рис. 2.

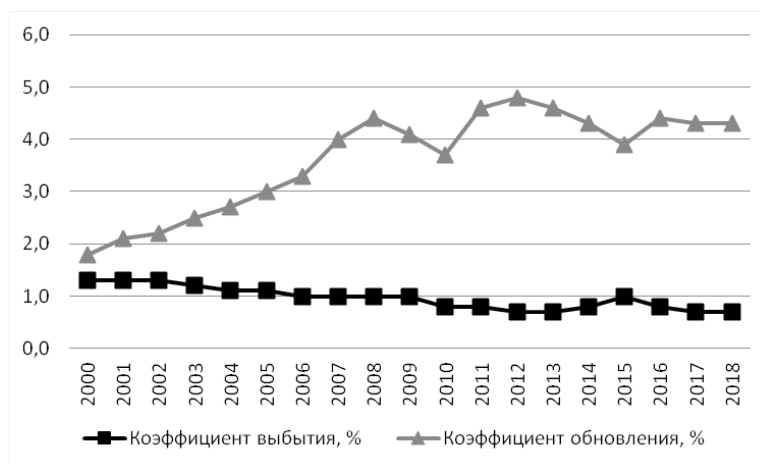


Рис. 2. Динамика коэффициентов обновления и выбытия основных фондов [5]

Низкий темп обновления основных фондов отражает неэффективность инновационной политики организации. Для увеличения эффективности использования основных фондов необходимо осуществлять их обновление, своевременную модернизацию, внедрение новых технологий и новой техники. В настоящее время большинство предприятий используют в своей работе морально и физически изношенное оборудование. Они или заменяют его аналогом, который морально устарел или закупают подержанное оборудование.

Коэффициент выбытия имеет тенденцию к снижению, на протяжении рассматриваемого периода он уменьшился почти в два раза с 1,3% до 0,7%, вследствие застоя экономики и снижение темпов внедрения инноваций.

В настоящее время уровень износа основных фондов имеет тенденцию к увеличению в тоже время коэффициент обновления с 2007 года остается примерно на одном уровне, а коэффициент выбытия уменьшается. В целом можно сделать вывод, что российские компании используют старые основные фонды, которые не заменяются новыми в полном необходимом объеме.

Литература:

1. Александров, О. А. Экономический анализ: учеб. пособие / О. А. Александров. — Москва: ИНФРА-М, 2018. — 179 с.
2. Вылегжанина Е. В., Росляков В. А. Проблема высокой степени износа основных средств на обрабатывающих предприятиях в России // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2018. № 12–2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problema-vysokoy-stepeni-iznosa-osnovnyh-sredstv-na-obrabatvayuschih-predpriyatiyah-v-rossii>
3. Грибов, В. Д. Экономика предприятия: учебник. Практикум / В. Д. Грибов, В. П. Грузинов. — 8-е изд., перераб. и доп. — Москва: КУРС: ИНФРА-М, 2018. — 448 с.
4. Когденко, В. Г. Методология и методика экономического анализа в системе управления коммерческой организацией: монография / В. Г. Когденко. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 543 с.
5. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]: [официальный сайт] / <https://www.gks.ru/> – Электрон. дан. — Режим доступа: <https://www.gks.ru/folder/14304>

## Стратегическое управление персоналом как комплекс мер по поддержке преподавателей в процессе реализации их профессиональной деятельности

Данилова Анна Викторовна, студент магистратуры  
Московский финансово-промышленный университет «Синергия»

*В статье рассматриваются методы стратегического управления персоналом в общеобразовательных учреждениях, высших учебных заведениях и центрах дополнительного образования детей. Рассматриваются основные проблемы, с которыми сталкиваются преподаватели в процессе реализации их профессиональной деятельности и даются практические рекомендации по профилактике и устранению этих проблем методами стратегического управления персоналом. Выявляются особенности реализации метапредметного подхода в различных образовательных организациях, приводятся рекомендации по выбору типов организационных культур и рассматриваются методы борьбы с профессиональным выгоранием учителей и педагогов. Статья может представлять интерес для специалистов, занимающихся разработкой стратегии управления персоналом в организациях, как пример практической реализации применения методик стратегического управления.*

**Ключевые слова:** стратегическое управление персоналом, управление образовательным учреждением, повышение квалификации, метапредметные компетенции, организационная культура, SWOT-анализ, профессиональное выгорание.

Современная система образования меняется и модернизируется. Это связано не столько с выходом Федерального государственного образовательного стандарта, регламентирующего требования к образовательным организациям и учебному процессу, сколько с самой концепцией жизни современного информационного общества. Каждый год появляются новые открытия в науке и технике, меняются ритм жизни, мировоззрения и увлечения людей. Всё это ведет к формированию новых отраслей, требующих новых специалистов.

Система образования как в высших учебных заведениях, так и в общеобразовательных заведениях должна подстраиваться под меняющийся мир, соответствовать его новым запросам и вызовам. Нельзя забывать и о учреждениях дополнительного образования детей (УДОД), формирующих профессиональные навыки в прикладных областях у детей дошкольного и школьного возраста, помогая сделать осознанный выбор будущей профессии и подготовиться к ней.

Модернизация системы образования в России сопровождается существенными изменениями не только в части образовательных программ и методики преподавания, но и в системе стратегического управления образовательными организациями. Качество образования и компетентность педагогического персонала школы тесно взаимосвязаны [7, С. 1]. Таким образом, стратегическое управление образовательной организацией, от которого напрямую зависит качество образования, должно учитывать стратегическое управление персоналом.

Стратегическое управление персоналом — это продуманное и разработанное руководством учреждения направление действий, являющихся приоритетными и необходимыми для достижения долгосрочных целей по формированию высокопрофессионального и компетентного человеческого капитала, ответственного и сплоченного коллектива, учитывающего стратегические задачи организации и ее ресурсные возможности. Стратегическое управление персоналом должно своевременно реагировать на внешние и внутренние вызовы, помогать добиваться

конкурентного преимущества, ориентируясь в своей деятельности на потребности потребителей.

Однако стратегическое управление персоналом может рассматриваться и как комплекс мер по предотвращению и профилактики проблем, с которыми сталкивается педагогический персонал (педагоги, учителя, тьюторы, воспитатели) во время своей профессиональной деятельности в рамках изменяющейся системы образования.

В рамках данной статьи предлагается рассмотреть наиболее частые проблемы, с которыми может столкнуться педагогический персонал как в школе или ВУЗе, так и в дополнительном образовании, и определить методы стратегического управления персоналом, которые будут наиболее эффективны в каждом конкретном случае. На рисунке 1 представлен список наиболее часто встречающихся проблем, встающих перед педагогами в ходе реализации профессиональной деятельности.

Стоит отметить, что определить, столкнулся ли преподаватель с подобными проблемами, достаточно легко, просто проведя личную беседу или организовав встречу преподавательского состава по направлениям реализуемых программ. С другой стороны, для решения каждой из вышеперечисленных проблем требуются различные комплексы мер по их решению.

В соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта основного общего образования (ФГОС) до 2022 года педагоги школы должны овладеть и реализовывать метапредметные компетенции [9]. Освоение метапредметной образовательной формы (в период её внедрения в образовательный процесс школами) влечет за собой увеличение нагрузки и необходимость получения новых знаний и навыков учителями.

В то же время в системе дополнительного образования и в ВУЗах на принципах метапредметности построен весь учебный процесс, направленный на получение обучающимися конкретных знаний и умений, закрепляемых в процессе создания индивидуальных и коллективных проектов в УДОД и в виде лабораторных работ и практик



в ВУЗах. Тем не менее, молодые сотрудники в системе дополнительного образования и в высших учебных заведениях без опыта работы столкнутся с теми же проблемами, что и школьные учителя.



Рис. 1. Проблемы профессиональной деятельности педагога

Для обеспечения высокого уровня образования, требуется развивать новые необходимые компетенции у педагогического состава. Это особенно актуально для преподавателей в нашей стране, где средний возраст учителей превышает 52 года, следовательно, большая часть работающих сегодня педагогов, проходила обучение по устаревшим программам без учета методов метапредметного образования.

Правильно выстроенное стратегическое управление персоналом поможет определить список сотрудни-

ков, нуждающихся в повышении квалификации, и разбить их на группы по направлению подготовки, возрасту и набору профессиональных навыков, обеспечить методическое сопровождение по внедрению ФГОС (для школ). Для учреждений начального, основного и полного (среднего) образования дополнительно необходимо провести SWOT-анализ факторов, показывающих готовность педагогического персонала к повышению квалификации на основе метапредметного подхода. Примерный план для проведения такого анализа показан в таблице 1.

Таблица 1. SWOT-анализ факторов, определяющих готовность педагогического персонала к обучению на основе метапредметного подхода

Фактор	Сильные стороны	Слабые стороны
SWOT-анализ внутренней среды школы		
Уровень квалификации педагогов	Доля педагогов, имеющих стаж более 10 лет ...% Доля педагогов с профильным высшим образованием ...% Доля педагогов уже прошедших курсы повышения квалификации ...%	Курсы повышения квалификации по внедрению ФГОС прошли только педагоги начального / основного / полного образования
Методические объединения	Работа методических объединений по предметным областям в количестве ... шт.	Отсутствие методического объединения по поддержке и реализации метапредметного подхода в начальном / основном / полном образовании
Методическое сопровождение	Количество учителей-тьюторов в начальном / основном / полном образовании ... чел.	Нехватка учителей-тьюторов в начальном / основном / полном образовании ... чел.
Оценка и аттестация педагогов	Наличие в начальном / основном / полном образовании системы оценивания компетенций для реализации метапредметного подхода	Отсутствие в начальном / основном / полном образовании системы оценивания компетенций для реализации метапредметного подхода

Фактор	Сильные стороны	Слабые стороны
Мотивация и стимулирование	Наличие в «Положении о стимулирующих выплатах» критериев для оценки внедрения ФГОС: — за внедрение / адаптацию ФГОС; — за разработку методических материалов ФГОС.	Отсутствие в «Положении о стимулирующих выплатах» критериев для оценки применения метапредметного подхода
SWOT-анализ внешней среды школы		
Государственное сопровождение ФГОС	Наличие государственных методических разработок по внедрению ФГОС. Наличие этой информации на сайте департамента образования	Отсутствие единого подхода Отсутствие нормативно-правовых актов и требований по минимальным срокам их исполнения
Система государственной оценки реализации ФГОС	Работающая система оценивания реализации ФГОС в образовательных организациях	Увеличение объема документооборота. Увеличение объема отчетности.

Помимо описанных факторов необходимо также учесть значительную разницу в уровне оплаты труда преподавателей по России в зависимости от региона (от 21 653 до 95 035 руб.) и в целом её невысокое среднее значение (40 377 руб.), что позволяет сделать вывод о серьезном затруднении у подавляющего большинства преподавателей в оплате курсов повышения квалификации. В этом случае есть два возможных пути решения проблемы со стороны руководящего состава образовательной организации:

- выделение организацией дополнительных стимулирующих выплат из резервного фонда оплаты труда или других фондов, либо оформление единоразовых премий, частично или полностью покрывающих оплату курсов после их успешного прохождения преподавателем;
- организация внутренних мастер-классов опытными сотрудниками, готовыми поделиться опытом и рабочим материалом.

Во втором случае, обучение внутри рабочего коллектива может проходить быстрее и эффективнее, поскольку учителя уже знакомы друг с другом, и им будет проще найти подход к коллегам и заинтересовать их в изучении новых областей и получении новых навыков. В этом случае нельзя забывать о награждении преподавателей, проводивших мастер-классы, премиями и/или стимулирующими выплатами.

Немаловажным фактором является правильный подбор нового преподавательского персонала. Предъявление четких требований к соискателю не только по знанию предмета, но и по наличию определенных навыков, в том числе в метапредметной области, позволит повысить общий уровень профессионализма трудового коллектива и даст новые стимулы для роста менее компетентных сотрудников. В этом вопросе рационально использовать знания уже имеющихся опытных и результативных учителей и педагогов для формулировки предъявляемых минимальных требований.

Для выявления, исследования и профилактики следующей проблемы в профессиональной деятельности педагога, которая носит социальный характер, нужно проводить тщательный анализ ситуации для каждого конкретного

случая. Как уже было сказано выше, с внедрением новых стандартов меняется методика преподавания, изучения материала, видоизменяется процесс общения учителя с обучающимся и всем классом. Всё это приводит к ситуациям, в которых возникают разногласия и недопонимание как со стороны обучающихся, так и со стороны родителей по отношению к учителям.

Наиболее часто встречающаяся проблема, — отношение к педагогу как к представителю сферы услуг, а не как к наставнику, возникающая по причине возросших требований к системе образования и осознанию законными представителями обучающихся своих прав. Возможность родителей, неудовлетворенных результатами обучения своих детей, прийти в школу и потребовать объяснения ситуации, создает дополнительную психологическую нагрузку на преподавателя. В такой ситуации родитель заранее настраивает себя против учителя, не задаваясь вопросом «кто прав, а кто виноват», что в свою очередь порождает его уверенность в своей правоте и отношении ко всей системе образования (и к педагогу в частности) как к сфере услуг.

Вышеописанная проблема, а также другие внешние и внутренние факторы могут приводить к накапливающемуся негативному отношению к педагогу, который больше не сможет в сложившейся обстановке обеспечивать высокое качество образования и будет терять стимулы к дальнейшей работе.

Для решения и профилактики описанных проблем с помощью методов стратегического управления персоналом необходимо проводить подробный анализ ситуации и организовывать следующие мероприятия:

- налаживать общение преподавателей с классом посредством проведения специализированных тренингов и культурно-массовых мероприятий, нацеленных на сплочение коллектива и неформальное общение между преподавательским составом и обучающимися;
- проводить родительские собрания (в школах и УДОД) с присутствием завучей и руководителей подразделений по направлениям с целью дополнительной поддержки и помощи преподавателям;

- проводить встречи со штатным психологом не только для детей, но и для преподавательского состава;
- отслеживать вовлеченность педагогического персонала в образовательный процесс, — чем выше заинтересованность самого педагога, тем выше вероятность, что он заинтересует детей и привьет интерес к своему предмету и создаст дружелюбную атмосферу в классе;
- в конфликтных и спорных ситуациях проводить проверку компетентности оценки выполненных обучающимся заданий педагогом, с целью выявления предвзятого отношения преподавателя к обучающемуся.

Для успешной реализации такой стратегии важно иметь налаженный канал обратной связи преподавательского состава со службой стратегического управления персоналом и руководством через завучей, руководителями подразделений по направлениям и заведующих кафедр в школах, центрах дополнительного образования и ВУЗах соответственно.

Следующая распространенная проблема социального характера — напряженность в общении с коллегами, конфликты внутри коллектива и его расслоение на группы. Напряженность в отношениях между преподавателями на рабочем месте не только отвлекает от творческой деятельности педагога, но и создает различные барьеры по реализации программ, например, в межпредметной области.

В некомфортной обстановке, вызывающей переживания и отвлекающей от рабочего процесса, существенно снижается качество образовательного процесса, ухудшается общение с обучающимися, теряется мотивация. Как правило, это происходит из-за отсутствия в организации общих ценностей, идеалов и норм, критериев формального общения. Наличие такого рода проблем является признаком слабо развитой организационной культуры в организации или её полного отсутствия.

Организационная культура является неотъемлемой частью стратегического управления персоналом, а её развитие должно быть учтено в стратегическом управлении организацией. Она позволяет сформировать ценности и поведенческие нормы, проявляется в философии и идеологии управления, верованиях и ожиданиях. Организационная культура играет важную роль в жизни организации и влияет на её успешность, устойчивость к внешним факторам и продолжительность жизни.

В рамках стратегического управления персоналом необходимо правильно определять и формировать тип организационной культуры, наилучшим образом подходящий для школ, дополнительного образования и высших учебных заведений.

При формировании и изменение типа организационной культуры в образовательных организациях лучше всего подходит конструкции конкурирующих ценностей Камерона-Куинна (рис. 2).

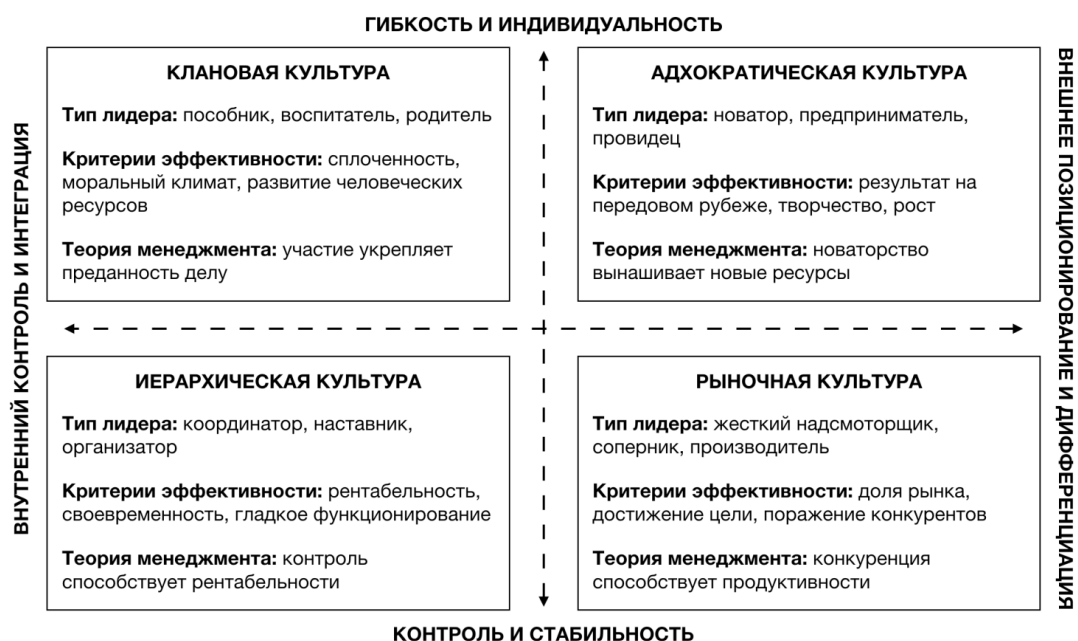


Рис. 2. Типология организационной культуры Камерона-Куинна

Клановая организационная культура характеризует организацию как дружественное место, где коллегам комфортно работать. Этот тип подходит школам и любым молодым (новым) образовательным учреждениям, где руководству необходимо создать благоприятные условия

для педагогического состава, привлечь новых и перспективных сотрудников, сплотить коллектив на ранних этапах его формирования.

Адхократическая организационная культура наилучшим образом подходит системе дополнительного образо-

вания, где приоритетом является постоянное привлечение новых обучающихся, расширение материально-технической базы и участие в конкурсах и соревнованиях с творческими проектами.

Иерархическая организационная культура подходит ВУЗам, имеющим большой педагогический состав, придерживающихся четких регламентов и норм в работе преподавателей и строго следующих учебным программам.

Рыночная организационная культура, как правило, не свойственна образовательным организациям.

Для анализа уже имеющейся организационной культуры в образовательной организации подходит метод ОСАИ, также основанный на модели Камерона-Куинна, включающий в себя анкетирование, интервьюирование, беседу и наблюдение. Анкетирование является самым распространённым и наиболее удобным методом сбора информации, не требуя большого количества времени на её обработку (современные технологии позволяют провести анкетирование дистанционно, например, с помощью Google-форм).

Таким образом, организационная культура, как совокупность основных убеждений и ценностей, которые оказались достаточно эффективными и сохраняются в коллективе, спланивают его и передаются новым членам в качестве правильного образа восприятия, мышления и отношения к конкретным проблемам [3, с. 28–33].

Еще одна серьезная проблема, с которой рано или поздно сталкиваются преподаватели — профессиональное выгорание. Деятельность педагога является стрессогенной и требует больших резервов самообладания и контроля.

В результате эмоционального напряжения, возникающего у педагога в процессе осуществления своей профессиональной деятельности, следует дальнейшее снижение устойчивости психических функций и понижение работоспособности учителя [6, с. 94].

Учителя, подверженные профессиональному выгоранию, выполняют свои обязанности чисто формально, без творческого подхода, проявляют равнодушие к рабочему процессу, замыкаются в себе и отстраняются от общения с коллегами, могут чувствовать глубокую вину при незначительных недочетах. Может появляться чувство хронической усталости.

Перечисленные факторы влияют на многочисленные аспекты работы педагога:

- качество образовательного процесса;
- результаты на олимпиадах, конкурсах и соревнованиях;
- общение с обучающимися и родителями;
- качество обратной связи преподавателя с администрацией и службой стратегического управления персоналом;
- своевременность выполнения дополнительных задач (заполнение журналов, предоставление отчетов и т. п.).

Профессиональное выгорание педагога можно разделить на два основных направления, в которых оно проявляется: творческий кризис и потеря интереса к профессиональной деятельности. Внутренние и внешние факторы из-за которых возникают данные проблемы описаны в таблице 2.

Таблица 2. Внутренние и внешние факторы возникновения профессионального выгорания преподавателя

Профессиональное выгорание	Внутренние факторы	Внешние факторы
Творческий кризис	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Низкая квалификация преподавателя для реализации желаемых результатов.</li> <li>— Недостаточное материально-техническое обеспечение.</li> <li>— Большой объем бумажной работы, мешающий творческому элементу работы</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Требования по ведению программ в рамочном формате.</li> <li>— Отсутствие или нехватка конкурсных мероприятий по направлению реализуемой учебной программы</li> </ul>
Потеря интереса к работе	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Недостаточная или слишком высокая загруженность.</li> <li>— Ненормированный график работы в учреждении</li> <li>— Слаборазвитая организационная культура.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Негативное отношение со стороны обучающихся и родителей.</li> <li>— Слабая социальная поддержка.</li> </ul>

Ряд приведенных факторов, таких как низкая квалификация и слаборазвитая организационная культура, уже разбирались в данной статье в контексте стратегического управления персоналом при реализации метапредметного подхода и решении социальных проблем.

Для предотвращения творческого кризиса у преподавателей необходимо в рамках стратегического управления персоналом следить за творческой составляющей в работе педагогов и учителей, организовывать их работу так, чтобы оставалось время на творчество.

Для снижения объема бумажной работы следует открыть вакансию педагога-организатора, который будет заниматься сбором необходимых документов от законных представителей обучающихся, подготавливать списки групп, следить за хранением документов и отслеживать этапы проведения конкурсных мероприятий. При таком подходе разделения обязанностей у преподавателей остается только ведение журналов и проверка домашних и самостоятельных работ, освобождается время для подготовки к олимпиадам и конкурсам.

Общая стратегия управления образовательного учреждения должна учитывать пополнение и своевременное обновление материально-технической базы, от которой напрямую зависит качество подготавливаемых работ и высокие результаты участия в конкурсных мероприятиях. Низкие же результаты снижают мотивацию и желание принимать участие в других конкурсах не только у обучающихся, но и у преподавателей. В то же время, стратегическое управление персоналом должно обеспечить доступ всем педагогам, которые принимают участие в олимпиадах и конкурсах, к необходимому оборудованию и материалам.

Существует и другая проблема. В зависимости от направления реализуемой программы и регионального расположения образовательной организации, может возникнуть нехватка конкурсов по соответствующей тематике. В этом случае стратегическое управление персоналом подразумевает разработку план участия в мероприятиях на будущий учебный год, включающий в себя:

- участие в конкурсных мероприятиях городского уровня;
- выездные мероприятия для участия в конкурсах областного, регионального, всероссийского и международного уровней;
- проведение собственных открытых и закрытых (внутренних) мероприятий.

Все вышеописанные подходы в части профилактики творческого кризиса и организации творческой деятельности преподавателя создают необходимое пространство для самореализации, повышения качества образовательного процесса и реализации метапредметного подхода, не отходя от требований в реализации образовательных программ.

Следующий аспект профессионального выгорания педагога — потеря интереса к преподавательской деятельности. Для профилактики этой проблемы нужно в первую очередь правильно организовать рабочее время педагога. Слишком маленькая (не полная) нагрузка, то есть работа не на полную ставку не позволяет быть полностью вовлеченным в образовательный процесс, стать частью рабочего коллектива и перенять его ценности и стремления. Слишком высокая же нагрузка выматывает, не позволяет полноценно общаться с коллективом и со временем ведет к хронической усталости и значительному падению результативности.

Стратегическое управление персоналом должно учитывать данные факты и выстраивать рабочий график преподавателей таким образом, чтобы обеспечить приблизительно одинаковую нагрузку на всех учителей. В этой части, относительно дополнительного образования, нужно отметить, что кружки и секции работают не только в будние,

но и в выходные дни. Это приводит к тому, что педагоги работают в разное время и могут не пересекаться, что в свою очередь не позволит выстроить сильную организационную культуру. В таком случае рекомендуется пересмотреть график всех педагогов на следующий учебный год и обеспечить их полную взаимосвязь друг с другом на рабочем месте.

Вопрос социальной поддержки тоже важен для педагога. Уже отмечался высокий уровень стресса при работе с детьми, необходимость педагогу иметь большой резерв самообладания и контроля. Помочь справиться со сложной ситуацией может как школьный психолог, так и приглашенный со стороны специалист. Однако, для повышения стрессоустойчивости у педагогического состава эффективнее всего будет проводить тренинги по психологии, на которых рассматриваются конкретные ситуации.

Еще один хороший способ обеспечить социальную поддержку преподавателя — вступление им в профсоюзную организацию. Профсоюз обеспечивает дополнительную защиту и поддержку преподавательскому составу (в том числе юридическую), и организывает различные мероприятия как по повышению квалификации, так и досуговые, помогающие наладить отношения между сотрудниками, поднять уровень организационной культуры и справиться с профессиональным выгоранием. Стратегическое управление персоналом обязано предусматривать присутствие в штате сотрудников образовательной организации представителя местной профсоюзной организации и следить за информированием преподавателей о всех мероприятиях, проводимых профсоюзом и предоставляемых льготах.

Таким образом, стратегическое управление персоналом в образовательной организации играет важную роль не только при реализации стратегического управления организацией, но и при поддержке преподавательского состава, помогает выявить профессиональные проблемы на их ранних стадиях и предотвратить последствия. Возможность повышения квалификации преподавателей позволяет поднять качество образовательного процесса, развить новые компетенции, увеличить стимул к дальнейшей работе. Профилактика и решение социальных проблем в коллективе с помощью правильного стратегического подхода и развития организационной культуры создают благоприятный климат в организации, прививают общие ценности и стремления. Своевременное предотвращение профессионального выгорания и правильное выстраивание рабочего времени преподавателей помогают снять лишнюю нагрузку, сохранить на высоком уровне качество образовательного процесса и стимулы к продолжению профессиональной деятельности.

#### Литература:

1. Иванцевич Дж. М. Человеческие ресурсы управления: основы управления персоналом / Дж. М. Иванцевич, А. А. Лобанов. — М.: Дело, 2006. — 453 с.
2. Мескон М. Основы менеджмента / М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. — Пер. с англ. под ред. Л. И. Евенко. — М.: Дело, 1997. — 493 с.



3. Шейн Э. Организационная культура и лидерство: Пер. с англ. под ред. В. А. Спивака. — СПб.: Питер, 2002. — 336 с.
4. Томпсон А. А., Стрикленд А. Дж. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии: Учебник для вузов/ Пер. с англ. под ред. Л. Г. Зайцева, М. И. Соколовой. — М: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998. — 576 с.
5. Аллавердиева Л. М., Султанова М. К. Организационная культура в системе управления персоналом // Человек. Общество. Инклюзия. — 2016. — № 2 (26). — С. 163–168
6. Харланова Ю. В. Профессиональное выгорание педагогов: выявление и профилактика // Психологическое сопровождение безопасности образовательной среды школы в условиях внедрения новых образовательных и профессиональных стандартов: Сборник научных статей / Под ред. И. А. Баевой, Л. А. Гаязовой, О. В. Вихристюк, В. В. Коврова — М., МГППУ, 2015. С. 94–98.
7. Коваленко А. В., Хайбуллина В. А., Кузнецова Н. В. Стратегия управления персоналом средней образовательной школы в условиях реализации требований ФГОС // Human progress. — 2018. — Том 4, № 5 [Электронный ресурс] URL: [http://progress-human.com/images/2018/Tom4\\_5/Kovalenko.pdf](http://progress-human.com/images/2018/Tom4_5/Kovalenko.pdf), свободный.
8. Скрипка Л. П. Теоретические аспекты стратегического управления персоналом в учреждении дополнительного образования детей // Современные проблемы науки и образования. — 2015. — № 2 (1). [Электронный ресурс] URL: <http://www.science-education.ru/pdf/2015/2/48.pdf>, свободный.
9. Об утверждении Федерального государственного образовательного стандарта основного общего образования [Электронный ресурс]: приказ Минобрнауки Рос-сии от 17 дек. 2010 г. № 1897// СПС «Консультант Плюс».

## Формирование, распределение и использование прибыли на предприятии

Дедаева Екатерина Дмитриевна, студент магистратуры;

Кузнецова Людмила Николаевна, кандидат экономических наук, доцент

Поволжский институт управления имени П. А. Столыпина — филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (г. Саратов)

*Прибыль, как и любой показатель работы предприятия может иметь свои источники формирования. Приобретение прибыли, возможно, с помощью монопольного положения продукции на рынке. Определить монополию можно за счет устранения конкурентов, с помощью более качественного и менее затратного обслуживания клиентов. Привлечение прибыли в основном связано с производственной и предпринимательской деятельностью. В данной статье обосновывается формирование, распределение и использование прибыли на предприятии.*

**Ключевые слова:** прибыль, формирование, распределение, использование.

## Formation, distribution and use of profit in the enterprise

Dedaeva Ekaterina Dmitrievna, student;

Kuznetcova Liudmila Nikolaevna, candidate of economic sciences, associate professor

Povolzhsky Institute of Management named after PA Stolypin of the Russian Academy of National Economy and Public Service under the President of the Russian Federation (Saratov)

*Profit, like any indicator of an organization's performance, has its own sources of formation. The acquisition of profit is possible with the help of a monopoly position of the product on the market. You can define a monopoly by eliminating competitors through better and less costly customer service. Attracting profit is primarily associated with production and business activities. The article substantiates the formation, distribution and use of profit in the organization.*

**Keywords:** profit, formation, distribution, use.

**П**рибыль — это главный показатель, который определяет финансовую эффективность предприятия и помогаем спрогнозировать его развитие в дальнейшем. При оценке эффективности работы организации каждый опытный бизнесмен сначала обращает внимание на его прибыльность. Получить прибыль можно только в том случае, если организация производит (продает) продук-

цию или услуги, которые пользуются большим спросом у потребителей.

Прибыль является объективной экономической сферой товарно-денежных отношений. Организация регулируемого рынка товаров сопровождается увеличением прибыли в системе показателей экономической характеристики деятельности организации. А также прибыль яв-

ляется реальной базой налогообложения и источником уплаты налогов.

Основным и одним из самых важных факторов увеличения прибыли является увеличения роста производства товарной продукции, которое может снижать издержки на единицу продукции, исходя из этого, станет понижаться себестоимость продукции, что в конечном итоге может привести к увеличению прибыли от продажи товара. Необходимо также учитывать расширение новых рынков сбыта, где товарную продукцию можно продавать по более высоким ценам. Для этого предприятию необходимо улучшать рекламную кампанию, повышать эффективность некоторых рекламных мероприятий.

Вся прибыль, которая остается в распоряжении организации разделяется на две части. Первая часть прибыли уве-

личивает имущество предприятия и участвует в процессе накопления. Вторая часть характеризует долю прибыли, которая используется на потребление. Остаток прибыли, которая не использована на увеличение имущества, имеет главное резервное значение и может быть в следующие годы направлен для покрытия убытков, финансирования разных затрат.

Распределение и использование прибыли товариществ и акционерных обществ имеют свои некоторые особенности, которые обусловлены организационно-правовой формой этих предприятий.

Прибыль на предприятии может зависеть, как от реализации товара, так же и от других видов деятельности, которые могут её либо увеличивать, либо наоборот уменьшать.

Порядок формирования показателей прибыли изображен на рисунке 1.

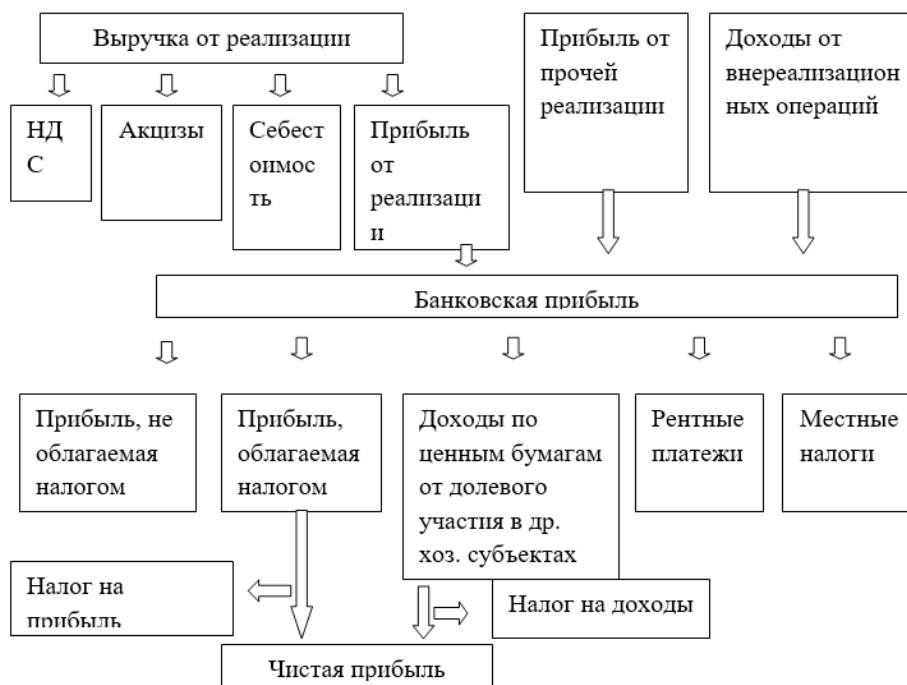


Рис. 1. Формирование прибыли на предприятии

Формирование чистой прибыли предприятия во взаимосвязи с основными видами его деятельности можно изобразить в виде такой последовательности:

1. Доход от реализации продукции — налог на добавленную стоимость — акцизный сбор — другие вычеты из дохода Чистый доход от реализации продукции, работ, услуг.
2. Чистый доход от реализации продукции, работ, услуг — себестоимость реализованной продукции = Валовая прибыль или убыток.
3. Валовая прибыль или убыток + другие операционные доходы — административные расходы — расходы на сбыт — прочие операционные расходы = Финансовый результат от операционной деятельности.
4. Финансовый результат от операционной деятельности + доход от участия в капитале + другие финансовые доходы (дивиденды, проценты) — финансовые расходы — потери

от участия в капитале = Финансовый результат от обычной деятельности до налогообложения.

5. Финансовый результат от обычной деятельности до налогообложения — налог на прибыль от обычной деятельности = Финансовый результат от обычной деятельности.
6. Финансовый результат от обычной деятельности + прибыль от чрезвычайных событий — налог на прибыль от чрезвычайных событий = Чистый доход или убыток предприятия. Распределение прибыли предприятия осуществляют самостоятельно путем образования фондов специального назначения.

За счет чистой прибыли образуются следующие фонды и резервы:

- фонд накопления, то есть средства расходуются на создание, внедрение и освоение новой техники,

совершенствование технологий, модернизацию оборудования, реконструкцию действующего производства, пополнение норматива оборотных средств. Кроме того, часть прибыли направляется на уплату процентов по просроченным банковским ссудам;

- фонд потребления, то есть производится выплата единовременных поощрений, пособий, уходящим на пенсию, надбавки к пенсиям, материальная помощь всем или большей части работников, премии по итогам работы за год;
- фонд развития социальной сферы. Средства расходуются на строительство жилья, детских учреждений и других объектов социальной сферы. Это накопительный фонд;

За счет чистой прибыли уплачиваются штрафы за несвоевременную и неполную уплату налогов в бюджет.

- резервный капитал — используется при неблагоприятной конъюнктуре рынка — это страховой капитал, предназначенный для возмещения убытков от хозяйственной деятельности, для выплаты доходов инвесторам и кредиторам, если на эти цели не хватает прибыли, при задержке платежей за поставленную продукцию, а также для покрытия непредвиденных расходов без риска потери финансовой устойчивости.

Главное место занимает использование прибыли как основного источника финансирования инвестиционных потребностей и удовлетворения экономических интересов собственников. Схема использования прибыли предприятия приведена на рисунке 2.

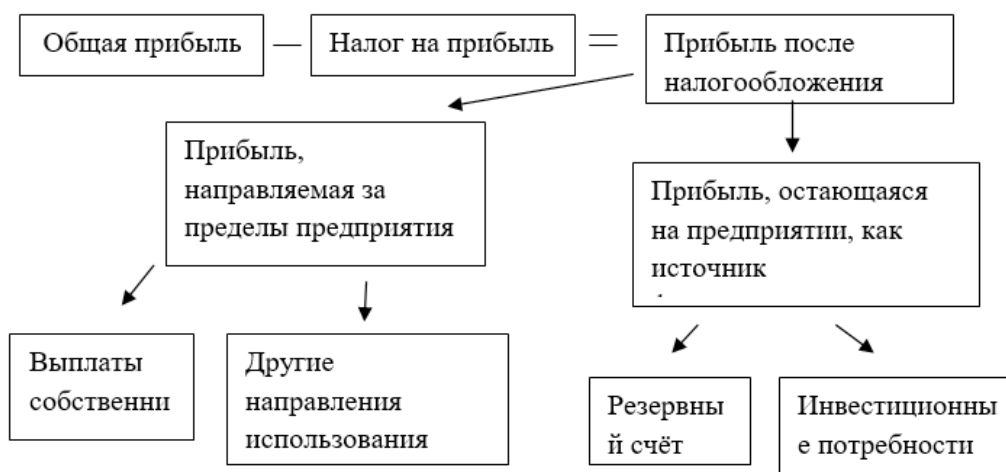


Рис. 2. Схема использования прибыли предприятия

Из общей прибыли уплачивается налог в соответствии с условиями, предусмотренными законодательством о налогообложении прибыли предприятия. Прибыль, оставшаяся

после налогообложения, поступает в полное распоряжение предприятия и используется в порядке, предусмотренном его уставом и решениями его собственников.

#### Литература:

1. Боговиз А. В., Бурмистрова И. К., Кублин И. М., Санинский С. А., Тинякова В. И. Мотивация отечественных производителей сельскохозяйственной техники в условиях импортозамещения // Экономика сельского хозяйства России. 2016. № 10. С.10–17.
2. Ключников С. В. Теоретические аспекты анализа инвестиционной привлекательности объектов инвестирования // Финансы и кредит. 2016. № 22 (406). С.20–24.
3. Балдин, К. В. Антикризисное управление: макро — и микроуровень: учебное пособие [текст] / К. В. Балдин, И. И. Передеряев, А. В. Рукосуев. — 4-е изд., испр. — М. «Дашков и К», 2017. — 268 с.
4. Банк, В. Р. Финансовый анализ: Учеб. Пособие [текст] / В. Р. Банк, А. В. Тарскина. — М. Проспект, 2016. — 352 с.

## Тенденции развития хлебопекарного производства в России

Ерофеева Анна Викторовна, студент

Пермский государственный аграрно-технологический университет имени академика Д. Н. Прянишникова

В данной статье раскрываются тенденции развития хлебопекарного производства России. Проведена оценка объемов производства хлеба и хлебобулочных изделий. Выявлены основные проблемы хлебного рынка. Предложены принципиально новые условия функционирования хлебопекарной промышленности. Определены главные задачи развития хлебной индустрии.

**Ключевые слова:** хлебопекарное производство России, объем производства, тенденции развития, технологии производства.

## Trends in the development of Russian bakery production

Erofeeva Anna Viktorovna, student

Perm State Agrarian and Technological University named after academician DN Pryanishnikov

This article reveals the trends in the development of bakery production in Russia. The volume of production of bread and bakery products was estimated. The main problems of the bread market are identified. Fundamentally new conditions for the functioning of the baking industry are proposed. The main tasks of the bread industry development are defined.

**Keywords:** bakery production in Russia, production volume, development trends, production technologies.

Хлебопекарная промышленность является одной из ведущих отраслей пищевой промышленности России и обеспечивает около 10% выручки всей пищевой промышленности. Современный хлебопекарный рынок диктует жесткие требования к производителю. Чтобы быть успешным и выжить, необходимо вырабатывать широкий ассортимент изделий. По мнению экспертов, представителям хлебопекарной и кондитерской отраслей следует обращать особое внимание на качество своей продукции, учитывать привычки потребителей [1, с. 122].

Трансформация российской экономики привела к значительному снижению объемов производства хлеба и хлебобулочных изделий. Так, в 1990 году в России произвели 18,2 млн.тонн, тогда как в 2018 году производство хлеба снизилось до 6,5 млн.тонн.

В настоящее время обостряется конкуренция между торговыми сетями, мини-пекарнями и хлебокомбинатами.

Объемы производства хлеба и хлебобулочных изделий, согласно данным ФСГС, за период 2014–2018 гг. представлены на рис. 1.

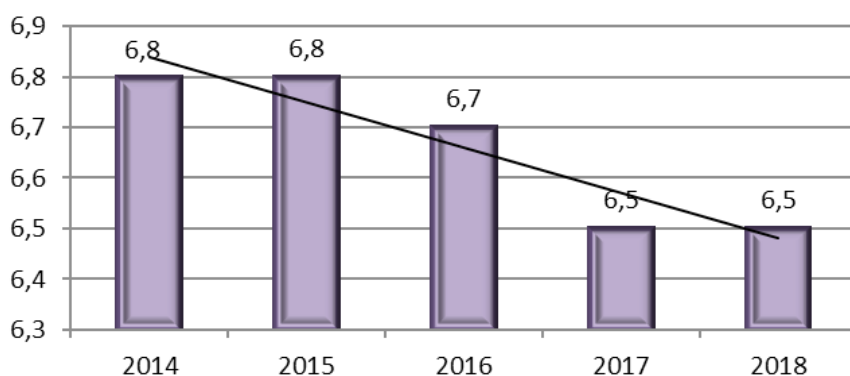


Рис. 1. Объем производства хлеба и хлебобулочных изделий в России, млн тонн [2; с.332]

Тенденция снижения хлебного производства связана с растущим с каждым годом потребительским интересом к здоровому образу жизни и, соответственно, здоровому питанию. Поэтому потребление хлеба не только в России, но и в мире в целом снижается.

Хлебопекарное производство, как и всякий бизнес, имеет тенденцию к обновлению и развитию. Меняется ас-

сортимент хлебобулочных изделий, формат их производства.

Основными проблемами производства хлеба и хлебобулочных изделий как в России в целом, так и на региональном уровне является:

- ежегодное снижение объемов производства продукции промышленными хлебозаводами;

- низкая рентабельность производства;
- низкая конкурентоспособность продукции на внутреннем и внешнем рынках;
- необоснованно высокая калорийность продукции, сниженная пищевая ценность, дефицит микронутриентов и пищевых волокон.

Решение обозначенных проблем требует создания принципиально новых условий функционирования хлебопекарной промышленности:

- увеличение объёмов производства хлебобулочных и мучных кондитерских изделий длительного хранения и пониженной влажности до характеристик массового типа производства;
- разделение массового производства на социально значимую и коммерческую продукцию;

- создание изделий со сложной уникальной рецептурой (к примеру, безглютеновая, витаминизированная продукция);
- производство изделий «здорового» питания, а также с растительными добавками [3; с.52].

Стратегия повышения качества пищевой продукции в Российской Федерации до 2030 года № 1364-р от 29 июня 2016 г. будет способствовать внедрению на промышленных хлебозаводах новой техники и технологии.

Так, на сегодняшний день, главными задачами развития являются:

- улучшение качества хлеба;
- изготовление новых, «здоровых» сортов;
- разработка и применение новых технологий контроля, производства и упаковки.

#### Литература:

1. Гаранина, В. В. Основные тенденции развития хлебопекарной отрасли в современных условиях / В. В. Гаранина // Молодой ученый. — 2018. — № 50 (236). — С. 122–123.
2. Кирюхина, А. Н. Современное состояние и перспективы развития производства хлеба и хлебобулочных изделий в России / А. Н. Кирюхина, Р. З. Григорьева, А. Ю. Кожевникова // Техника и технология пищевых производств. — 2019. — Т. 49, № 2. — С. 330–337.
3. Современное хлебопекарное производство: перспективы развития: материалы XVII Всерос. заоч. науч.-практ. конф. (Екатеринбург, 18 ноября 2016 г.) / [отв. за вып.: Ю. С. Рыбаков, С. В. Шихалев]; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. гос. экон. ун-т. — Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2016. — 198 с.

## Развитие гостиничной корпорации Marriott International на территории Российской Федерации с учетом целевой аудитории

Иванкина Екатерина Николаевна, студент;

Макарова Дарья Дмитриевна, кандидат экономических наук, доцент

Российский новый университет (г. Москва)

*На сегодняшний день зарубежные гостиничные корпорации активно открывают отели под разными брендами в различных городах мира, расширяя «свои портфели». Это необходимо для того, чтобы выдерживать конкуренцию в гостиничном бизнесе. Согласно статистическим данным в 2019 году наиболее успешными гостиничными корпорациями были Accor Hotel, Radisson Hotel Group и Marriott International. Российский гостиничный рынок можно считать достаточно перспективным для открытия отелей под новыми зарубежными брендами. Авторами статьи были рассмотрены основы теории поколений и их сопоставление с зарубежными гостиничными брендами, а также выявлены новые бренды, которые могут быть интересны для поколения Z.*

**Ключевые слова:** сегментация, гостиничный бизнес, поколение X, поколение Y, поколение Z.

**Б**ыстрое развитие гостиничного бизнеса в России на современном этапе формирует конкурентную среду. Правильно определенная целевая аудитория (потребителя) гостиничного предприятия позволяет создавать продукт с учетом их потребностей и корректно использовать способы продвижения. В таблице 1 авторами статьи было предложено сопоставление способов продвижения услуг по отношению к целевой аудитории.

Из таблицы 1 видно, что наиболее популярным видом рекламы одновременно у туристов и бизнес-туристов является интернет-реклама как инструмент интернет-маркетинга.

На гостиничном рынке России функционируют отели зарубежных брендов: Marriott International, Radisson Hotel Group, Accor Hotels, Hilton Worldwide, Hyatt, Intercontinental Hotel Group, Best Western, Wyndham, Kempinski, Lotte, Four



Seasons. Из перечисленных зарубежных гостиничных сетей пять операторов формируют 80% рыночного номерного фонда и 78% гостиниц брендов корпораций Accor Hotels,

Radisson Hotel Group, Marriott International, Intercontinental Hotel Group, Hilton Worldwide. Данные представлены на рисунке 1.

Таблица 1. Зависимость способа продвижения от целевой аудитории

Способ продвижения	Целевая аудитория
Реклама в СМИ (радио, телевидение)	Туристы
Наружная реклама	Туристы
Организация различных мероприятий	Бизнес-туристы
Раздаточные материалы	Туристы
Контекстная реклама	Туристы, бизнес-туристы
Поисковая оптимизация	Туристы, бизнес-туристы
Таргетированная реклама	Туристы, бизнес-туристы
Ведение блогов	Туристы
Социальные сети	Туристы, бизнес-туристы



Рис. 1. Распределение долей международных гостиничных операторов в РФ, 2019 г., в процентах

На начало 2019 г. лидером по количеству гостиниц в России была гостиничная корпорация Accor Hotels. В активе оператора около 47 отелей на 8274 номеров. Второе место по количеству гостиниц занял лидер предыдущих лет

гостиничный оператор — Radisson Hotel Group. Под его управлением — 36 гостиниц на 9 896 номеров. Замыкает тройку лидеров среди зарубежных гостиничных корпораций Marriott International с 27 отелями на 6072 номера [1].

Наибольшее количество отелей функционирует под брендами корпорации Accor, но лидером на российском рынке в 2018 году стала гостиничная сеть «Marriott International», которая продала гостиничные услуги на 15,4 млрд рублей. Компания имеет долю в 2,46% от российского рынка гостиничных услуг. Второе место по выручке заняла корпорация «Radisson Hotel Group» с 15,35 млрд рублей с долей рынка в 2,44%, а выручка гостиничной сети «Accor Hotels» составила 11,26 млрд рублей или 1,79% российского рынка гостиничных услуг [2]. Проанализировав статистику, можно сделать вывод, что не все отели Accor Hotels приносят необходимый доход для своей компании. Можно сделать предположения, что бренды Accor Hotels не полностью соответствуют целевой аудитории в городах Российской Федерации. Marriott International, имея меньший охват городов Российской Федерации, достигает существенно большей прибыли. В таблице 2 приведена характеристика зарубежных гостиничных брендов.

Таблица 2. Характеристика зарубежных брендов

Название отеля	Accor Hotels [3]	Radisson Hotel Group [4]	Marriott International [5]	Intercontinental Hotel Group [6]	Hilton Worldwide [7]
Кол-во отелей/ номерной фонд	4586/ 660599	1400	7300/ 1,9 млн.	5300/ 800 тыс.	3900/ 650тыс.
Бренды	Люкс; Высший; Средний; Апартаменты; Экономкласс; бюджетный	Элитные бренды; Премиум бренды; Комфорт	Роскошные; Премиальные; Комфортные; Длительное пребывание	Элитные Роскошные	Люксовые; Элитные; Премиум-бренды; «комфорт»
Название отеля	Accor Hotels [3]	Radisson Hotel Group [4]	Marriott International [5]	Intercontinental Hotel Group [6]	Hilton Worldwide [7]

Название отеля	Accor Hotels [3]	Radisson Hotel Group [4]	Marriott International [5]	Intercontinental Hotel Group [6]	Hilton Worldwide [7]
Города РФ в которых присутствуют отели	Москва, Санкт-Петербург, Архангельск, Воронеж, Екатеринбург, Иркутск, Казань, Калининград, Краснодар, Красноярск, Липецк, Нижний Новгород, Омск, Ростов-на-Дону, Самара, Саранск, Сочи, Тюмень, Ульяновск, Чебоксары, Ярославль	Москва, Санкт-Петербург, Сочи, Калининград, Челябинск, Ростов-на-Дону, Волгоград, Великий Новгород, Ярославль, Астрахань, Ижевск, Казань, Мурманск, Новокузнецк, Новосибирск, Екатеринбург, Нижний Тагил	Москва, Санкт-Петербург, Иркутск, Калуга, Казань, Краснодар, Нижний Новгород, Новосибирск, Самара, Сочи, Воронеж	Москва, Санкт-Петербург, Воронеж, Самара, Челябинск, Уфа, Калининград	Москва, Санкт-Петербург, Тюмень, Красноярск, Нижний Новгород, Новоросийск, Волгоград, Краснодар, Оренбург, Воронеж, Казань, Новосибирск, Уфа, Самара, Калуга

Из таблицы 2 видно, что каждая гостиничная корпорация представляет на территории Российской Федерации свои основные бренды среднего и люксового сегмента, что означает одинаковую целевую аудиторию и «борьбу за каждого гостя». Как ранее было отмечено, гостиничная корпорация Marriott International располагается в меньших городах России, но оборот денежных средств больше. Под управлением данной корпорации находится 30 брендов, которые в совокупности составляют более 7300 гостиниц общей вместимостью 1,9 миллионов номеров. Бренды этой гостиничной корпорации находятся в 134 странах, а одним из основных конкурентных преимуществ является то, что открываются новые отели там, где другие сети

еще не работают, например, в Республике Колумбия и Республике Перу.

В России под корпорацией Marriott International работает около 30 отелей в разных городах страны и представлены следующие брендами: Courtyard, Four Points, Marriott Hotel, Design Hotels, The Luxury Collection Hotel, Renaissance Hotels, Sheraton, St. Regis, The Ritz-Carlton. Перечисленные бренды функционируют только в 11 городах, существует перспектива для развития гостиничной корпорации Marriott International. В таблице 3 представлена характеристика брендов сегмента «роскошные», предлагая гостям «индивидуальные услуги и исключительные удобства».

Таблица 3. Сегмент «роскошные»

Название бренда	Категория/описание
«The Ritz-Carlton»	Классический роскошный отель. у истоков этого бренда стоял легендарный «король отельеров и отельер королей» Цезарь Ритц. Отели этого бренда расположены в лучших городах мира Имеет 98 отелей на 28 тыс номеров.
«St. Regis»	Классический роскошный отель. Этот бренд ведет свою историю от легендарного Нью-Йоркского отеля St. Regis. Ключевые элементы сервиса отелей этого бренда — безупречность, изысканность и утонченность. Имеет 38 отелей на 8 тысяч номеров.
«JW Marriott»	Классический роскошный отель. Гостиницы этого бренда привлекают как путешественников, так и бизнесменов, ищущих роскоши. Имеет 80 отелей на 35 тыс номеров.
«Bulgari Hotels & Resorts»	Бренд особо роскошных отелей. Бренд уникальных и утонченных отелей класса люкс. Имеет 3 отеля на 202 номера.
«The Luxury Collection»	Бренд особо роскошных отелей. Данная коллекция уникальных отелей с локальной спецификой досталась Marriott International от Starwood Hotels. При этом многие из них благодаря нестандартному облику претендуют на звание не просто отелей, а местных достопримечательностей. Имеет 97 отелей на 19 тысяч номеров.
«W Hotels»	Бренд особо роскошных отелей. Отели этого бренда являются бутик-отелями. Имеет 51 отель на 14 тысяч номеров.
«EDITION»	Бренд особо роскошных отелей. Отели этого бренда сочетают в себе великолепный дизайн и настоящие инновации, но и современный сервис. Имеет 4 отеля на 1300 номеров (США Европа, Азия).

В таблице 4 представлена характеристика брендов сегмента «премиальные», предлагая гостям «безупречные услуги и продуманные удобства».

Таблица 4. Сегмент «премиальные»

Название бренда	Категория/описание
«Marriott Hotels»	Классический премиальный. Бренд предназначен для деловых людей и гостей, любящих комфорт и услуги высшего качества. Имеет 546 отелей на 194 тысячи номеров.
«Sheraton»	Классический премиальный. Бренд предназначен для бизнесменов и путешественников с достатком выше среднего. Имеет 449 отелей на 159 тысяч номеров.
«Marriott Vacation Club»	Классический премиальный. Отели расположены в курортных местах, предназначены для любителей роскошного отдыха. Имеет 58 отелей на 12 807 номеров.
Название бренда	Категория/описание
«Delta Hotels»	Классический премиальный. Бренд нацелен на предоставление условий необходимых для деловых людей и бизнесменов путем создания особого прагматичного дизайна и полностью оборудованных под рабочий процесс номеров. Имеет 37 отелей на 10 тыс. номеров (Канада и США).
«Le MERIDIEN»	Особо премиальный. Бренд, ориентирован на творческих и любопытных туристов, которые горят желанием открыть для себя что-то новое. Уникальная концепция отельного лобби создает идеальные условия для социализации гостей. Имеет 106 отелей на 28 тыс. номеров.
«Westin»	Особо премиальный. Отели этого бренда серьезно подходят к оздоровлению своих гостей, начиная от специальных блюд SuperFoodsRx и спортивных студий Westin WORKOUT до специальных удобных кроватей Heavenly Beds и счастливых часов для пробежки. Имеет 217 отелей на 81 тысячу номеров.
«Renaissance Hotels»	Особо премиальный. Отели с полным спектром услуг, преимущественно ориентированные на бизнес-путешественников. Для гостей разработаны специальные рекомендации, позволяющие окунуться в атмосферу городов, а также проводятся вечерние приемы с живой музыкой и выставками. Имеет 163 отеля на 52 тысячи номеров.
«Gaylord Hotels»	Особо премиальный. Все отели данного бренда имеют 1400–2900 номеров, различные площадки для переговоров и проведения мероприятий площадью 37,5–55,7 тыс кв.м. Имеет 5 отелей на 8 тысяч номеров.

В таблице 5 представлена характеристика брендов сегмента «комфортные», которые предлагают гостям «умные услуги и современные удобства».

Таблица 5. Сегмент «комфортные»

Название бренда	Категория/описание
«Courtyard»	Классические комфортные отели. Отели этого бренда созданы для сегмента высококлассного уровня и ориентированы на короткие бизнес-поездки. Имеет 1098 отелей на 163 тысячи номеров.
«Four Points»	Классические комфортные отели. Один из самых удобных брендов для бизнесменов. Имеет 227 отелей на 41 тысячу номеров.
«SpringHill Suites»	Классические комфортные отели. Бренд для любителей путешествий. Имеет 359 отелей на 43 тысячи номеров.
«AC Hotels by Marriott»	Особо комфортные отели. Бренд создан для привлечения бизнес путешественников, ценящих изящный дизайн с нотками европейского сервиса. Обычно располагаются в центральных районах города. Имеет 95 отелей на 13 тысяч номеров.
«Protea Hotels»	Классические комфортные отели. Является крупнейшим гостиничным брендом Африки. Имеет 97 отелей на 9 тысяч номеров.
«Aloft»	Особо комфортные отели. Отели этого бренда предназначены для путешественников. Имеет 116 отелей на 20 тысяч номеров.
«Moxy Hotels»	Особо комфортные отели. Отели этого бренда предлагают стильное общественное пространство, которое создает идеальные условия для активной и живой социализации гостей. Имеет 7 отелей на 1300 номеров.

В таблице 6 представлена характеристика брендов сегмента «длительное пребывание», которые предлагают «услуги и удобства, сравнимые по комфорту с домашними».

Таблица 6. Сегмент «длительное пребывание»

Название бренда	Категория/описание
«Marriott Executive Apartments»	Классические длительного пребывания. Бренд, который предоставляет апартаменты с 5-звездочным сервисом, создан для представителей деловых кругов, которым необходима домашняя обстановка в путешествиях на месяц и дольше. Имеет 28 отелей на 4 тысячи номеров)
«Residence Inn»	Классические длительного пребывания. Бренд ориентируется на бизнес-путешественников и отдыхающих туристов, которые приезжают часто и надолго. Отели с большими номерами, в которых есть отельные зоны для проживания, сна и работы, а также полноценная кухня. Имеет 734 отеля на 90 тысяч номеров.
«TownePlace Suites»	Классические длительного пребывания. Бренд ориентирован на бизнес туристов. Номера в отелях этого бренда имеют полноценную кухню и домашний офис. Имеет 301 отель на 30 тысяч номеров.
Homes & Villas by Marriott International	Особые длительного пребывания. Коллекция квартир и домов, которые можно снять целиком. Все они отобраны специалистами Marriott и соответствуют требованиям сети в плане дизайна, расположения и комфорта. Имеет 8 отелей.
«Element Hotels»	Особые длительного пребывания. Данный бренд представляет своим гостям проживание в отелях высококлассного сегмента (upscale) с уникальным дизайном. Имеет 23 отеля на 3 тысячи номеров.

Гостиничная сеть Marriott International предлагает гостям коллекции отелей, характеристика брендов представлена в таблице 7.

Таблица 7. Сегмент «Коллекция»

Название бренда	Категория/описание
«Autograph Collection»	Коллекции отелей. Данный бренд предлагает совершенно уникальный опыт увлеченным путешественникам от изысканных охотничьих домов до величественных дворцов. Имеет 111 отелей на 25 тысяч номеров.
«Design Hotels»	Каждый из отелей этого бренда имеет свое дизайнерское решение. Имеет 317 отелей.
«Tribute Portfolio»	Бренд предлагает эксклюзивные отели высшего класса. Имеет 22 отеля на 5 тысяч номеров.

В результате анализа гостиничных брендов Marriott International можно сделать вывод, что в России представлены не все бренды данной корпорации и присутствует перспектива развития, повышая конкурентоспособность по отношению к другим зарубежным гостиничным брендам и корпорациям.

Можно отметить, что на гостиничном рынке наблюдается трансформация потребностей со стороны гостей. Зарубежные гостиничные корпорации формируют новые продукты с учетом специфики запросов, современных тенденций и цифровых технологий [8], поэтому авторы статьи предлагают использовать теорию поколений для определения сегмента гостей (таблица 8).

Таблица 8. Теория поколений в Российской Федерации

Поколение	Годы рождения	События	Характеристика
Поколение X	1964–1984	Эпоха пробуждения или стабильности; Продолжение холодной войны; Перестройка; война в Афганистане.	Готовность к изменениям, возможность выбирать, неформальность взглядов, информативно-техническая грамотность.
Поколение Y	1985–2003	Эпоха спада; Распад СССР; теракты и военные конфликты; развитие цифровых технологий.	Гражданский долг, ответственность, неумение подчиняться.
Поколение Z	2004–2024	Эпоха кризиса; Развитие интернета; мировой экономической кризис.	Многозадачность, практичность, техническая и информативная грамотность.

Для гостиничного бизнеса выявление сегментации через теорию поколения является инновационным и обладает рядом преимуществ:

— Теория поколений ориентирована на стратегическое и долгосрочное взаимодействие с гостями.

— Поколение как группа гостей имеет постоянный состав индивидов, в отличие от возрастной группы, состав которой постоянно меняется.

— Ценности, относящиеся к данному поколению, соответствуют современным маркетинговым подходам и концепциям.

Поколение X (годы рождения 1963–1983), для которого крайне значима возможность выбора, им свойственны глобальная информированность, техническая грамотность, стремление учиться в течение всей жизни, неформальность взглядов, поиск эмоций, прагматизм, равноправие полов.

В выборе досуговых предпочтений представитель поколения X обычно точно знает, что ему нужно, для него время часто ценится дороже, чем деньги, но готов переплачивать за услугу, если она соответствует его представлениям о доступности, удобстве и комфорте. Сегмент гостей данной группы любит удивляться, их индивидуальность требует приобретать и потреблять уникальные продукты и услуги в сфере досуга, те, которые наименее доступны другим. При этом продукты и услуги могут не обладать громким брендом или высоким качеством, их уникальность будет перекрывать все возможные недостатки.

Ценности поколения Y (годы рождения 1983–2003) сформировались с распадом СССР, военными конфликтами, развитием информационных, коммуникационных и биотехнологий, Интернета и мобильной связи. При выборе досуга гости данной группы руководствуются модой, в которой они очень хорошо разбираются. Получение удовольствия в максимальных размерах — один из важнейших приоритетов поколения Y. Представители поколения Y также с удовольствием ходят в дорогие кафе и рестораны. При выборе досуговой услуги существенное значение имеет бренд, они всегда знают, какой из брендов сейчас «в тренде».

Поколение Z (годы рождения 2003–2023) — становление молодого поколения в стране, которое постепенно выбирается из глубокого экономического кризиса и хочет обрести стабильность и свободу. Поиск подходящих предложений, умная трата денег — это характерно для представителей поколения Z, которые только начинают быть финансово независимыми [9].

Краткая характеристика трех поколений помогает разобраться, на какие бренды будут обращать внимание представители каждого поколения с учетом их потребностей. По мнению авторов, поколение X будет больше ориентироваться на отели эконом-класса, предлагающие как можно

больше интересных и новых услуг. В свою очередь представители поколения Y чаще путешествуют и больше тратят на путешествие, им нравится тратить деньги на отдых, приключения, экскурсии. Они исследуют новые направления, стремятся получить новую информацию и аутентичный опыт, в процессе путешествия, стремятся интегрироваться в местную культуру, предпочитают путешествовать в компании с друзьями. Данные гости будут готовы размещаться в отелях класса люкс, чтобы получить больше впечатлений от проживания в отелях.

Представители поколения Z больше ориентируются на отдых в одиночку с небольшим бюджетом. Для них важно соотношение цена/качество и элемент Wow-эффекта. Поколению Z очень важно, что находится рядом с отелем и какие проводятся мероприятия, это поколение активно использует сеть интернет для выбора отелей и услуг [10].

Таким образом, можно сделать вывод, что теория поколений является результативным методом разделения гостей на сегменты. Такой метод ранжирования гостей на группы по их потребностям и ценностям помогает определиться с конкретной целевой аудиторией, так как образ жизни одного конкретного поколения не изменится со временем.

На протяжении последних лет гостиничная корпорация Marriott International является одной из лидирующих сетей на рынке гостиничных услуг в России. Для продолжения удерживания лидирующих позиций корпорации необходимо учитывать изменения, которые наступят в ближайшее время из-за смены поколений. Вместо поколения Y, в ближайшие 5–10 лет активными путешественниками станут гости, относящиеся к поколению Z. Для определения перспективных брендов Marriott International на территории России был сделан краткий анализ по соотношению представленных брендов в России с поколениями X, Y, Z (таблица 9) [11].

Таблица 9. Соотношение гостиничных брендов к поколениям (сегментации)

Бренд	Описание гостиничного бренда	Города	Поколение
Courtyard	Классические комфортные отели. Отели этого бренда созданы для сегмента высококлассного уровня и ориентированы на короткие бизнес-поездки.	Москва, Иркутск, Казань, Нижний Новгород, Сочи, Санкт-Петербург,	Поколение X, Z
Marriott Hotel	Классический премиальный. Бренд предназначен для деловых людей и гостей, любящих комфорт и услуги высшего качества.	Москва, Краснодар, Новосибирск, Сочи, Воронеж,	Поколения X, Y
Бренд	Описание гостиничного бренда	Города	Поколение
Design Hotels	Принадлежит коллекции отелей. Каждый из отелей этого бренда имеет свое дизайнерское решение.	Москва	Поколение Y
Renaissance Hotels	Особо премиальный. Отели с полным спектром услуг, преимущественно ориентированные на бизнес-путешественников. Для гостей разработаны специальные рекомендации, позволяющие окунуться в атмосферу городов, а также проводятся вечерние приемы с живой музыкой и выставками.	Москва, Самара, Санкт-Петербург	Поколения X, Y
Sheraton	Классический премиальный. Бренд предназначен для бизнесменов и путешественников с достатком выше среднего.	Москва, Нижний Новгород,	Поколения X, Y



Бренд	Описание гостиничного бренда	Города	Поколение
St. Regis	Классический роскошный отель. Этот бренд ведет свою историю от легендарного Нью-Йоркского отеля St. Regis. Ключевые элементы сервиса отелей этого бренда — безупречность, изысканность и утонченность.	Москва	Поколение Y
The Ritz-Carlton	Классический роскошный отель. у истоков этого бренда стоял легендарный «король отельеров и отельер королей» Цезарь Ритц. Отели этого бренда расположены в лучших городах мира.	Москва	Поколение Y
Four Points	Классические комфортные отели. Один из самых удобных брендов для бизнесменов.	Москва, Калуга, Краснодар	Поколения X, Z

Из таблицы 9 видно, что для поколения X — 26 отелей, для поколения Y — 19 отелей и для поколения Z — 11 отелей. Можно сделать вывод, что основная часть брендов, присутствующих на гостиничном рынке России, ориентирована в основном на гостей, относящихся к поколениям X и Y. Все эти бренды давно существуют на рынке и уже хорошо себя зарекомендовали.

Для поколения Z на российском рынке выбор отелей достаточно узок. По данным опроса поколения Z компанией Booking.com 74% опрошенных из России с нетерпением ждут будущих поездок. 47% гостей хотят, чтобы путешествия были насыщены приключениями (например, полетом на парашюте или прыжком с тарзанки), а 56% планируют отправиться в поход по труднодоступным местам.

Также согласно статистике, 53% российских респондентов отметили, что путешествие по своей стране позволяет им больше узнать о себе. Чаще всего они отправляются в Центральный федеральный округ (51%), Южный федеральный округ (49%) и Дальневосточный федеральный округ (39%) [12]. Все статистические данные свидетельствуют о том, что в ближайшее время перспективным направлением для развития сети Marriott International в России будет увеличение количества отелей, сегмент которых ориентирован на поколения Z. Помимо таких брендов, как Courtyard и Four Points, которые уже присутствуют на рынке России, для сегмента поколения Z подходят гостиничные бренды Aloft и Moxy Hotels, характеристика которых представлена в таблице 10 [5].

Таблица 10. Характеристика брендов

Бренд	Характеристика
«Aloft»	Особо комфортные отели. Отели этого бренда предназначены для путешественников. Имеет 116 отелей на 20 тысяч номеров.
«Moxy Hotels»	Особо комфортные отели. Отели этого бренда предлагают стильное общественное пространство, которое создает идеальные условия для активной и живой социализации гостей. Имеет 7 отелей на 1300 номеров.

Данные концептуальные гостиничные бренды еще не представлены на территории Российской Федерации и можно говорить о конкурентном преимуществе по отношению к другим зарубежным корпорациям.

Таким образом, для повышения конкурентоспособности гостиничной корпорации Marriott International в России рекомендуется продолжать изучать поколение Z и их по-

требности, открывая отели под брендами Courtyard, Four Points, Aloft и Moxy Hotels, благодаря чему данная гостиничная сеть сможет удерживать лидирующие позиции в конкурентной борьбе на рынке гостиничных услуг, охватывая при этом не только бренды, относящиеся к классу Люкс и Элитные, но Эконом.

## Литература:

1. PWC. Кто лидирует на рынке гостиничных операторов России. — Режим доступа: <https://www.pwc.ru/ru/materials/pwc-kto-lidiruyet-na-rynke-gostinichnykh-operatorov.pdf>.
2. Крупнейшие отельные сети России. Рейтинг Forbes. — Режим доступа: <https://www.forbes.ru/biznes-photogallery/371501-krupneyshie-otelnye-seti-rossii-reyting-forbes?photo=1>.
3. Официальный сайт гостиницы Accor Hotels. — Режим доступа: <https://all.accor.com/russia/index.ru.shtml>.
4. Официальный сайт гостиницы Radisson Hotel Group. — Режим доступа: <https://www.radissonhotels.com/ru-ru/>.
5. Официальный сайт гостиницы Marriott International. — Режим доступа: <https://www.marriott.com/ru/marriott/aboutmarriott.mi>.
6. Официальный сайт гостиницы Intercontinental Hotel Group. — Режим доступа: <https://www.ihg.com/hotels/ru/ru/reservation>.
7. Официальный сайт гостиницы Hilton Worldwide. — Режим доступа: <https://www.hilton.ru>.

8. Макарова Д.Д. Современные тенденции инновационной деятельности в гостиничном бизнесе/ Д.Д. Макарова/ «Вестник Российского нового университета», серия «Человек и общество». — 02/2020. — С. 106–114.
9. Долженкова М. И. Особенности ценностных приоритетов в сфере досуга в контексте теории поколений // Текст научной статьи по специальности «СМИ (медиа) и массовые коммуникации» Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-tsennostnyh-prioritetov-v-sfere-dosuga-v-kontekste-teorii-pokoleniy>.
10. ProHotel. Туристы поколения Z: что им нужно. — Режим доступа: <http://prohotel.ru/article-222201/0/>.
11. 30 брендов Большого Marriott. — Режим доступа: <https://hotelier.pro/management/item/1875-marwood/>.
12. ProHotelia. Как поколение Z исследует мир. [Электронный ресурс] /. — Режим доступа: <http://prohotelia.com/2019/07/z-travellers/>.

## Меры декриминализации бизнеса в Калининградской области

Илюнькин Артем Валерьевич, студент

Калининградский филиал Московского финансово-юридического университета МФЮА

*В данной статье представлены основные методы для оценки криминализации бизнеса. А также, прописаны меры контроля поступления денежных средств.*

**Ключевые слова:** методы, оценка, криминализация бизнеса, меры контроля.

Для анализа мер декриминализации бизнеса в Калининградской области надо исследовать методы для измерения данного явления. Конечно, давно учеными выработаны многочисленные методы измерения теневой экономики, которые объединяются в две большие группы: прямые и косвенные. Прямой метод дает ясный, четкий и односложный результат. Косвенные применяются при разных уровнях развития той или иной сферы (бюджетной, финансовой, социальной). Но они также характеризуют явление в целом. Конечно, оценка криминализации экономики во многих случаях носит приблизительный характер, с той или иной долей вероятности. Идеального метода невозможно придумать. И все они имеют свои преимущества и недостатки.

Из косвенных методов можно выделить балансовый метод, ресурсный метод, экспертный. Все они в отдельности носят разрозненный характер. Нам представляется, что применение того или иного метода необходимо применять в совокупности, это и даст возможность подтвердить или опровергнуть выдвинутые предположения. Отличие прямых от косвенных методов в показателях только в одном направлении — прямые методы занижают, а косвенные методы завышают оценку криминализации бизнеса.

Для оценки криминализации бизнеса на уровне региона учитывается и его географическое местоположение, исторические особенности развития, демографическая ситуация, политическое устройство, уровень жизни населения, степень расслоения. И конечно, такое явление, как экономическое руководство региона (прямое и скрытое).

Прямые методы — это, например, опрос, бухгалтерский анализ, сопоставление, расчет денежного оборота, метод учета движения средств. Российская статистика из всех методов использует, прежде всего, метод изучения данных о занятости населения. Росстат работу органи-

зует в соответствии с методологией международной статистики (СНС-93).

Конечно, декриминализацию бизнеса в Калининградской области невозможно проанализировать, не соприкоснувшись с антикоррупционной политикой, которая поставила перед собой следующие задачи:

- организация борьбы с коррупцией на всех ее уровнях;
- сужение поля условий и обстоятельств, благоприятствующих коррупции; уменьшение выгод для обеих сторон, участвующих в коррупционной сделке, от заключения последней;
- увеличение вероятности выявления коррупционных действий и наказания за причиненный ими вред;
- влияние на мотивы коррупционного поведения;
- создание атмосферы общественного неприятия коррупции во всех ее проявлениях.

Общая мысль антикоррупционной программы заключается в том, что она должна быть направлена не только на борьбу правоохранительных органов с непосредственными уже совершенными преступлениями. Но должна быть сосредоточена и на сужении масштабов сфер, на которые распространяется коррупция. Если взять сферу финансирования проектов, то положительный переход к реальным данным ликвидирует дефицит бюджета. В настоящее время в этой сфере присутствует личное усмотрение при принятии решений. Обеспечение прав субъектов операций, прозрачность системы финансирования бизнеса дают возможность для выполнения всех действий на основе законодательства, уменьшают шансы коррупционных действий.

Кроме того, уменьшение криминализации бизнеса способствует и совершенствование налогового законодательства. Но в данном случае должно быть сокращение наличного оборота денежных средств, внедрении усовершенствованных форм отчетности, усиление контроля

за движением безналичных расчетов предупреждают коррупционность и тем самым блокируют криминализацию экономики. Нельзя забывать, что в коррупционной системе есть верхняя и нижняя составляющая, так называемая иерархия. Эти меры предотвращают, в первую очередь, низовую коррупцию. И тем самым разрывается связь с верхним коррупционным элементом.

Социальная сфера также может быть очищена от коррумпированности следующими методами. Рынок бизнеса при внедрении конкуренции превратится в открытую сферу экономики. Конкуренция выступает в данном случае как фильтр для коррумпированности. Поэтому коммерциализация части услуг в социальной сфере позволит исключить криминализацию.

Далее возможно расширить применение интерактивных технологий при выдаче и осуществлении социальных услуг. Данный метод позволит исключить злоупотребление субъектами государственной службы и минимизировать их личное усмотрение.

Эффективным средством представляется и передача определенной части социальных задач институтам гражданского оборота, например, контроль за расходованием ресурсов. Общественные объединения менее подвержены криминализации, т. к. действует в большей мере общественный контроль. Они могут решать в совокупности сразу несколько задач. Во-первых, ограничение коррупции на местах. Во-вторых, повышение доверия и совершенствование механизма государственных социальных функций. И как следствие, в-третьих, возрастание уважения и доверия к действующим законам.

Конечно, без усиления судебной системы вряд ли возможно блокировать криминализацию бизнеса в полном объеме. Для этого необходимо реализовать государственную программу по реформированию судебной системы в арбитражном судопроизводстве и развить административную юстицию. И нам представляется, не бесполезным будет возврат надзорных функций за деятельностью государственных судебных и правоохранительных органов органам прокуратуры.

Производство товаров в домашних условиях, так называемом элементе теневой экономике, влияет на объем скрытой, неформальной деятельности, которую ведут юридические лица. Однако для государства и определения данных объемов применяются выборочные методы статистических подсчетов. Данные, полученные такими методами, имеют вероятностный характер. И даже при анализе статистики раскрываемости преступлений в данной сфере невозможно получить достоверные данные. Большая часть остается скрытой. Даже при наличии оперативной информации могут пройти или завышение или занижение численных показателей.

Надо отметить, что приказ МВД № 1156 утвердил положения, согласно которым подразделение полиции «в установленном порядке осуществляет взаимодействие по вопросам своей деятельности с иными подразделениями

территориального органа МВД России, подразделениями иных правоохранительных органов, государственных органов и органов местного самоуправления, общественными объединениями, организациями и гражданами» исключительно в рамках компетенции полиции». Этот документ имеет перечень контрольных мер (проверок), основная часть которых должна осуществляться в плановом режиме. А ежегодные планы утверждаются органами прокуратуры. Также как и проведение внеплановых проверок идет с утверждением органов прокуратуры.

В УПК РФ в 2011 году были внесены изменения в главу возбуждение уголовного дела в отношении налоговых преступлений. Законодатель посчитал, что это полномочия исключительно Федеральной налоговой службы РФ, тем самым нарушил систему полномочий правоохранительных органов. Конечно, в тот период существовала рациональное объяснение данным изменениям. Это и сфабрикованность некоторых налоговых правонарушений. Это и более мягкое распределение нагрузки по раскрываемости преступлений. Это и блокирование перекрестных поводов к возбуждению уголовного дела. Все это являлось обоснованным и справедливым. Однако нарушение системы правоохранительных органов не позволило до настоящего времени иметь такой институт в действующем законодательстве. Поэтому с 2018 года возбуждением уголовных дел по налоговым основаниям нарушений относится к полномочиям ОВД.

Исходя из этого, нам представляются необходимыми следующие меры контроля за источниками поступлений средств в бюджет:

- меры исходящие от правоохранительных органов по собираемости налогов, через раскрываемость налоговых преступлений (усиление штрафных санкций, типа конфискация денежных средств);
- повышение качества проводимых контрольных проверок (исключение взаимовыгодных условий субъектов проверок и их объектов);
- рокировка ресурсов контрольных органов и объектов контроля;
- контроль за процессом обращения товаров теневой экономики;
- усиление контроля за наличным обращением денежных расчетов;
- контроль за разницей доходов и расходов лиц, особенно из органов государственной власти и правоохранительной структуры.

Конечно, надо отметить, что декриминализация бизнеса не поддается эффективному расчету. Но предложенные меры смогут дать положительный эффект при условии наличия затрат на обеспечительную деятельность органов внутренних дел. Декриминализация будет отчетливо видна, как только повысится количество «малых» предпринимателей и уменьшится показатель совершения налоговых преступлений. И безусловно, в основном показателе результатов декриминализации бизнеса должен быть рост поступлений в бюджет за счет штрафов и пошлин.

Литература:

1. «Конституция Российской Федерации» (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 N 6-ФКЗ, от 30.12.2008 N 7-ФКЗ, от 05.02.2014 N 2-ФКЗ, от 21.07.2014 N 11-ФКЗ) // [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_28399/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399/)
2. Федеральный закон «О противодействии коррупции» от 25.12.2008 N 273-ФЗ (последняя редакция) // [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_82959/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_82959/)
3. Указ Президента РФ от 19.05.2008 N 815 (ред. от 13.05.2019) «О мерах по противодействию коррупции» // [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_77066/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_77066/) Учебники, монографии, брошюры
4. Верин В. П. Преступления в сфере экономики. — М.: Дело, 2014.
5. Герасин А. Н. Теневые экономические отношения и их воспроизводство в рыночной системе хозяйства. — М.: Бизнес-Пресс. 2018.
6. Канцеров Р. А., Глушков В. В. Условия, механизмы, направления и динамика распространения теневой экономики в современной России // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. — 2014. — № 9.
7. Ларичев В. Д. Как уберечься от мошенничества в сфере бизнеса. — М.: Юрист, 2014.

## Совершенствование системы экономической безопасности здравоохранения Калининградской области

Илюнькина Дарья Альбертовна, студент

Калининградский филиал Московского финансово-юридического университета МФЮА

*В данной статье выявлены угрозы экономической безопасности. А также, установлены задачи и направления модернизации экономической безопасности в сфере здравоохранения.*

**Ключевые слова:** экономическая безопасность, угрозы и проблемы, задачи здравоохранения, направления развития.

Экономическая безопасность региона является основополагающим фактором дальнейшего развития субъекта Российской Федерации, именно поэтому необходимо серьезно относиться к оценке важнейших показателей, которые в свою очередь составляют систему безопасности региона в сфере экономики. Ее общими чертами является устойчивость в целом. Это означает возможность любого субъекта развиваться, а также исключать или устранять угрозы, которые могут возникнуть при данном развитии.

При достижении экономической безопасности Калининградской области, тем не менее, возникают проблемы, которые могут относиться к угрозам безопасности экономики. Это такие проблемы, как

- несовершенство правового и законодательного регулирования экономической безопасности;
- недостаточный уровень взаимных действий региона и органов исполнительной власти центра;
- существование теневой экономики;
- проявляющиеся элементы коррупции;
- недостаточная степень защиты природных ресурсов, которые влияют на чистоту окружающей среды;
- недостаточный уровень кадрового аппарата (в системе здравоохранения также существует эта проблема на высоком уровне угрозы);
- и надо отметить отсутствие единого перспективного плана развития экономической безопасности во всех направлениях и отраслях региона.

Доминирующими элементами системы обеспечения экономической безопасности региона являются объекты и субъекты экономической безопасности. Если первый элемент является всеобщим для большинства регионов (реальный), то региональные субъекты имеют собственные различия. Рассмотрим основные направления дальнейшего развития региона, а также угрозы, препятствующие ему, указанные в проекте стратегии социально-экономического развития Калининградской области до 2030 года.

Основными направлениями, выбранными как базовые для дальнейшего развития региона определены следующие:

- развитие бюджетных отраслей. Именно они обеспечивают максимум вклада в экономику региона;
- развитию инноваций и производство региональной продукции с высокой добавленной стоимостью;
- обеспечение занятости населения в области здравоохранения в том числе, в сельских местностях и их стимулирование для дальнейшего развития.

Для достижения социально-экономического развития Калининградской области необходимо брать во внимание сильные и слабые стороны региона.

Так, к слабым сторонам относятся: высокая монополизация в специальных отраслях; удаленность от рынков сбыта услуг; недостаточный уровень инновационного развития; уход квалифицированных специалистов из здравоохранения. К сильным сторонам мы относим: территориальный резерв; реализация инвестиционных проектов



в области здравоохранения; высокое качество трудовых ресурсов; собственная система высшего образования в области здравоохранения; региональный потребительский рынок; стабильная экономико-политическая ситуация региона в целом.

По экономическому потенциалу в области здравоохранения Калининградская область имеет ряд существенных преимуществ, которые позволяют вступать с другими субъектами страны в конкуренцию. Это географическое положение области, которое открывает возможности международного сотрудничества в области здравоохранения. Ресурсный потенциал кадров, т.к. регион имеет самостоятельную базу подготовки медицинских работников. Благоприятный климат, который обеспечивает бесперебойную работу и выполнение медицинских и технических нормативов. Высокий уровень инвестиций, которые позволяют в дальнейшем развивать самые определяющие направления медицинских услуг.

Проведенный анализ социально — экономических показателей показал, что здравоохранение в Калининградской области не лишено как положительных, так и отрицательных элементов. Небесспорно, что в настоящее время остаются нерешенными некоторые проблемы, оказывающие влияние на уровень развития экономической безопасности здравоохранения, в частности. Среди них выделяются:

- несвоевременную замену устаревшего оборудования;
- уход квалифицированных кадров в другие регионы РФ;
- низкая заработная плата и другие.

Здравоохранение Калининградской области пережило и периоды высокой нестабильности, как в экономическом, так и в социальном плане.

Но необходимо отметить, что в последнее время общие показатели экономики области подтверждают продолжение стабильного роста для дальнейшей перспективы. Но создание механизмов защиты экономической безопасности в области здравоохранения нельзя останавливать. Должна быть создана перспективная (продолжительная) концепция развития здравоохранения в Калининградской области, которая сможет обеспечить достойные условия получения медицинских услуг. Нам представляется, что такая концепция может войти в создание социально-экономической политики региона. Приоритетная задача данной политики — это высокий уровень предоставляемых услуг населению и повышение реальных условий труда работников отрасли здравоохранения.

Рассмотрим стратегию развития здравоохранения Калининградской области. Данная стратегия определила важнейшие направления социально-экономического развития Калининградской области и послужила базисом для разработки конкретных государственных программ в разных направлениях развития Калининградской области, а также совершенствования деятельности органов исполнительной власти Калининградской области, повышению эф-

фективности бюджетов и среднесрочных финансовых планов, а также законодательных инициатив. Здравоохранение и предоставление социальных услуг характеризуется следующими параметрами:

- темп роста — 83,1%;
- доля в ВРП — 5,7%;
- доля в общей численности занятых — 7,6%;
- производительность — 305,0 тыс. руб.

Основной целью государственной политики в области здравоохранения Калининградской области на период до 2031 года явилось формирование системы, которая обеспечивала бы общую доступность медицинской помощи для всей категории населения Калининградской области. Здесь нельзя забывать и о высокотехнологичной помощи, и об объемах и видах медицинских услуг, которые соответствуют болезням населения нашего региона.

В Калининградской области продолжается модернизация системы здравоохранения для увеличения уровня состояния здоровья населения.

В данном направлении необходимо:

1. Укрепить материально-техническую базу медицинских учреждений (в настоящее время она соответствует общему уровню развития в РФ. Однако останавливаться на этом нельзя).
2. Внедрить информационную систему обеспечения экономической безопасности через новые (современные) элементы ее механизма.
3. Усилить условия уровня оказания медицинской помощи (например, повысить доступность амбулаторной медицинской помощи).

В связи с этим, нами выделены перспективные направления работы по улучшению сферы здравоохранения в Калининградской области. Так,

- необходимо усилить контроль за санитарно-эпидемиологическим благополучием Калининградской области;
- реализовывать национальный проект в сфере здравоохранения;
- пропагандировать здоровый образ жизни граждан;
- расширять спортивно-оздоровительную систему программ;
- проводить профилактические работы по предотвращению алкоголизма и наркомании, противодействию потреблению табака;
- совершенствовать существующие программы снижения тяжести заболеваний у инвалидов и их реабилитации;
- развивать новые виды медико-санитарной помощи и методики профилактики заболеваний.

Однако надо отметить, что для дальнейшего развития сферы медицины Калининградской области необходимо реконструировать здания и помещения, и конечно, строить новые современные здания. Существует недостаточность площадей помещений, а это в свою очередь, влечет за собой невозможность проведения реконструкций. Кроме того,



многие здания являются объектами культурного наследия Российской Федерации, что не позволяет тем более, проводить расширение или переконструирование.

Исследуя проблемы экономической безопасности здравоохранения Калининградской области, мы выявили задачи, которые стоят перед Министерством здравоохранения Калининградской области. Это:

- завершение программы медицинских организаций первичного звена здравоохранения; (предполагается обустройство фельдшерских и акушерских пунктов на территории от 100 человек до 2 тыс. человек);
- использование мобильных передвижных медицинских комплексов;
- создание механизмов единой государственной информационной системы в сфере здравоохранения;
- внедрение инновационных медицинских технологий; (одним из приоритетных направлений является система ранней диагностики и дистанционный мониторинг);
- обеспечение квалифицированными кадрами; (возможность получения квалификации или переквалификации без отрыва от производства);
- реализация программ борьбы с онкологическими заболеваниями, сердечно-сосудистыми заболеваниями, развития детского здравоохранения.

В настоящее время уже невозможно говорить об отсутствии автоматизационных механизмов взаимодействия населения и учреждений здравоохранения. Но создание такой единой системы информатизации отрасли ставит перед специалистами еще более глобальные задачи. Это и внедрение телемедицинских систем, систем электронного документооборота. Существование полисов обязательного медицинского страхования помогает выполнить данную задачу в кратчайшие сроки. Кроме того, для развития конкурентоспособности здравоохранения Калининградской области необходимо повсеместно внедрять современные информационные системы и компьютерные программы. Это позволит усовершенствовать программу профилактики и пропаганды здорового образа жизни среди молодежи и лиц, временно проживающих на территории Калининградской области.

В завершении выделим направления развития экономической безопасности в сфере здравоохранения Калининградской области.

Направление «развития системы организации медицинской помощи». Модернизация объектов медицинской инфраструктуры должна происходить в направлении снижения объема коечного фонда и создания на высвободившихся площадях палат повышенной комфортности и дневных стационаров, обновления технической базы,

реализации рациональных подходов к процессам профилактики заболеваний, внедрения эффективных механизмов экономического стимулирования организаций здравоохранения и их сотрудников. Реконструкция или строительство новых зданий взамен зданий с высокой степенью износа должны соответствовать современным требованиям, в том числе по противопожарной безопасности и сейсмостойкости.

Направление «лекарственное обеспечение населения». Одним из существенных направлений повышения доступности медицинской помощи является возможность удовлетворить потребности всех пациентов (включая социально незащищенных) в качественных лекарственных средствах в соответствии с утвержденными стандартами лечения. Доступность лекарственных средств определяется наличием препаратов на фармацевтическом рынке и их экономической доступностью, то есть ценовым регулированием и компенсацией затрат населения на лекарственные средства через систему обязательного медицинского страхования.

Направление «строительство и реконструкция объектов здравоохранения».

Направление «сохранение кадрового потенциала отрасли». Основная цель кадровой политики в здравоохранении на период до 2020 года состоит в развитии системы управления кадровым потенциалом здравоохранения, основанной на рациональном планировании подготовки и трудоустройства кадров, использовании современных образовательных технологий и эффективных управленческих и мотивационных механизмов, позволяющих обеспечить здравоохранение кадрами, обладающими современными знаниями и способными обеспечить экономическую и клиническую эффективность применяемых высоких медицинских технологий и новых методов профилактики, диагностики и лечения. А также, достижение оптимального соотношения численности врачей и среднего медицинского персонала, устранение диспропорций в кадровом обеспечении всех уровней системы здравоохранения.

Направление «информатизация здравоохранения». Целью формирования и развития информатизации здравоохранения области является повышение доступности и качества медицинской помощи населению, развитие отрасли здравоохранения, совершенствование системы управления на основе автоматизации процесса информационного взаимодействия между учреждениями и организациями системы здравоохранения и обязательного медицинского страхования, министерством здравоохранения, а также федеральными органами исполнительной власти, обеспечивающими реализацию государственной политики в области здравоохранения.

#### Литература:

1. Постановление Правительства Калининградской области от 30 апреля 2013 года N 273 «О государственной программе Калининградской области «Развитие здравоохранения»// <http://docs.cntd.ru/document/424081697>

2. Каранина Е. В. Экономическая безопасность: на уровне государства, региона, предприятия: учебник / Е. В. Каранина. — Киров: Старая Вятка, 2015, 320 с.,
3. Криворотов В. В., Калина А. В., Эриашвили Н. Д. Экономическая безопасность государства и регионов: учеб. пособие / В. В. Криворотов, А. В. Калина, Н. Д. Эриашвили. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. — 314 с.,
4. Экономическая безопасность Российской Федерации: учебник для вузов. В 2ч./под ред. С. В. Степашина. М., 2016.
5. Прогноз Калининградской области на 2018–2020 годы. Баланс трудовых ресурсов, [https://gov39.ru/biznesu/zanyatost/prognoz\\_balansa.php](https://gov39.ru/biznesu/zanyatost/prognoz_balansa.php),
6. Сайт Правительства Калининградской области <http://gov.39.ru>
7. Сайт Областной Думы Калининградской области <http://duma39.ru>

## О некоторых факторах инвестиционной привлекательности Республики Каракалпакстан

Каражанова Роза Жумабаевна, старший преподаватель;

Аллашева Наргиза

Каракалпакский государственный университет имени Бердаха (г. Нукус, Узбекистан)

*В данной статье рассмотрены факторы инвестиционной привлекательности Республики Каракалпакстан. Дана оценка основных факторов инвестиционной привлекательности для обоснования направления действий региональных органов власти. Выделены экономические, социальные и правовые преимущества региона.*

**Ключевые слова:** инвестиционная привлекательность, инвестиционный климат, экономическое развитие.

*This article discusses the factors of investment attractiveness of the Republic of Karakalpakstan. An assessment of the main factors of investment attractiveness is given to justify the direction of actions of regional authorities. The economic, social and legal advantages of the region are highlighted.*

**Keywords:** investment attractiveness, investment climate, economic development.

Одной из важнейших стратегий Республики Узбекистан является достижение стабильного экономического роста. Как показывает практика, для достижения экономического роста необходимо формирование благоприятного инвестиционного климата и инвестиционной привлекательности региона. Под инвестиционным климатом понимается совокупность экономических, политических, социальных и других условий, способствующих созданию положительного имиджа и обеспечивающих привлекательность финансовых вложений. Инвестиционный климат понятие более широкое, чем инвестиционная привлекательность. Инвестиционный климат — это условия, в которых происходят инвестиционные процессы, он формируется под влиянием политических, экономических, правовых, социальных и других факторов, определяющих уровень инвестиционной активности и инвестиционного риска в регионе [4].

Зайналов Ж. Р. определяет инвестиционную привлекательность как оценку страны, отрасли или отдельного предприятия с точки зрения доходности инвестиции, перспектив развития и уровня инвестиционного риска [3].

По Джиоеву В. А. инвестиционная привлекательность региона — это состояние экономики региона, которое состоит из действующего инвестиционного климата и определенных рисков, а также из базовых условий, которые

не поддаются изменению и оказывают значительное влияние на решение потенциальных инвесторов [2].

Ахтариева Л. Г. трактует инвестиционную привлекательность региона как совокупность различных показателей, таких как уровень экономического, социального и финансового развития [1].

По нашему мнению, инвестиционная привлекательность региона — это совокупность условий (ограничений) сложившихся в регионе, способных вызывать интерес у инвесторов и способствующих притоку капитала в регион. Инвестиционная привлекательность не носит объективный характер, она скорее субъективна, каждый инвестор оценивает ее исходя из каких-либо собственных критериев и ограничений. Оценкой инвестиционной привлекательности занимаются различные рейтинговые агентства, среди которых наибольшим авторитетом пользуются такие как Moody's, Fitch, Standard & Poor's, Euromoney, HIS Global Insight, Business Environment Risk Intelligence, A. T. Keareney, The Economist Group, Political Risk Services Group. В Республике Узбекистан существуют такие рейтинговые агентства как SAIPRO, Ahbor-Reyting, STANDARD AND SENSITIVE RATINGS, оказывающие рейтинговые услуги финансово-кредитным учреждениям республики. Однако их рейтинги не котируются на международном уровне. В Республике Узбекистан для формирования целостной и независимой си-

стемы оценки осуществляемых в стране реформ, а также обеспечения улучшения позиции страны в международных рейтингах, было принято Постановление Президента Узбекистана «О мерах по повышению позиций Республики Узбекистан в международных рейтингах и индексах». В республике будет создана собственная национальная система мониторинга и оценки позиции Республики Узбекистан в международных рейтингах. Создаваемая система позволит улучшить не только рейтинги республики, но и создать дополнительные условия для дальнейших реформ во всех областях.

Оценка инвестиционной привлекательности может быть проведена как на уровне предприятия, отрасли, так и на уровне региона и всей страны в целом. В данном исследовании, мы поставили цель рассмотреть некоторые факторы инвестиционной привлекательности Республики Каракалпакстан. Существуют различные подходы к оценке инвестиционной привлекательности региона: оценка макроэкономических показателей, оценка инвестиционного риска и многофакторная оценка социальных, экономических и правовых показателей.

К методам оценки инвестиционного климата относятся:

1. Экономико-математические методы.
2. Методы факторного анализа.
3. Методы экспертных оценок [9].

Республика Каракалпакстан входит в состав Республики Узбекистан, ее площадь составляет 166,6 тыс. кв. км или по-

рядка 37% территории Узбекистана, и имеет особое геополитическое и экономическое положение, а также привлекательный инвестиционный потенциал.

Все нормативно-правовые акты принимаемы в Республике Узбекистан полностью действуют и в Республике Каракалпакстан. В целях стимулирования притока инвестиций существует ряд гарантий, льгот и преференций. К примеру, иностранные компании, ведущие поиск и разведку нефти и газа, освобождаются от всех видов налогов и обязательных отчислений в государственные целевые фонды на период проведения геологоразведочных работ, а также от таможенных платежей (кроме сборов за таможенное оформление) при импорте оборудования и расходных материалов.

Инвестиционная активность в регионе в последние годы начала расти, и дальнейший рост инвестиций будет зависеть от политики государства, направленной на развитие важнейших отраслей экономики республики: химической, нефтехимической, газовой, агропромышленного комплекса, электроэнергетики, строительных материалов. Требуется создать условия для развития в республике туризма, фармацевтики, логистики. Структура ВРП Республики Каракалпакстан представлена в таблице 1. С 2013 по 2018 гг. объемы ВРП в республике увеличились в 4,2 раза, сельское, лесное и рыбное хозяйство в 6,4 раза, промышленно производство в 5,5 раза, услуги в 2,4 раза.

Таблица 1. Производство ВРП Республики Каракалпакстан по видам экономической деятельности (в процентах к итогу)

	Годы					
	2013	2014	2015	2016	2017	2018
<b>1. ВРП, всего</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
в том числе:						
Валовая добавленная стоимость	95,7	95,6	94,5	92,7	92,4	91,3
Чистые налоги на продукты	4,3	4,4	5,5	7,3	7,6	8,7
<b>2. Валовая добавленная стоимость отраслей</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<b>Сельское, лесное и рыбное хозяйство</b>	<b>17,8</b>	<b>17,2</b>	<b>18,9</b>	<b>14,8</b>	<b>15,2</b>	<b>28,8</b>
<b>Промышленность (включая строительство)</b>	<b>27,5</b>	<b>28,0</b>	<b>31,0</b>	<b>35,0</b>	<b>40,2</b>	<b>37,6</b>
промышленность	15,2	16,0	17,7	25,7	32,7	31,3
строительство	12,3	12,0	13,3	9,3	7,5	6,3
<b>Услуги</b>	<b>54,7</b>	<b>54,8</b>	<b>50,1</b>	<b>50,2</b>	<b>44,6</b>	<b>33,6</b>
торговля, услуги по проживанию и питанию	8,3	9,0	10,5	8,3	8,0	5,8
перевозка и хранение, информация и связь	10,4	10,0	10,6	8,4	7,6	6,9
прочие услуги	36,0	35,8	29,0	33,5	29,0	20,9

*Источник:* составлено на основе данных Государственного комитета Республики Узбекистан по статистике.

Однако, несмотря на рост экономики, показатели республики во многом отстают от среднереспубликанских показателей. В 2017 году в рейтинге по темпам роста ВРП Республика Каракалпакстан занимала второе место после города Ташкента, в 2018 году шестое место, а по объему ВРП в 2017 году и в 2018 году двенадцатое место. Показатель ВРП на душу населения составил в 2018 г. 7642,9 тыс. сум.

Население Республики Каракалпакстан на 1 января 2018 года составляло 1869,8 тыс. человек, из которых 917,7 тыс. человек составляют городские жители и 952,1 тыс. человек сельские жители. Плотность населения составляет 11,2 человека на 1 кв. км. Положительной динамикой характеризуются показатели естественного роста населения Каракалпакстана (рис. 1).

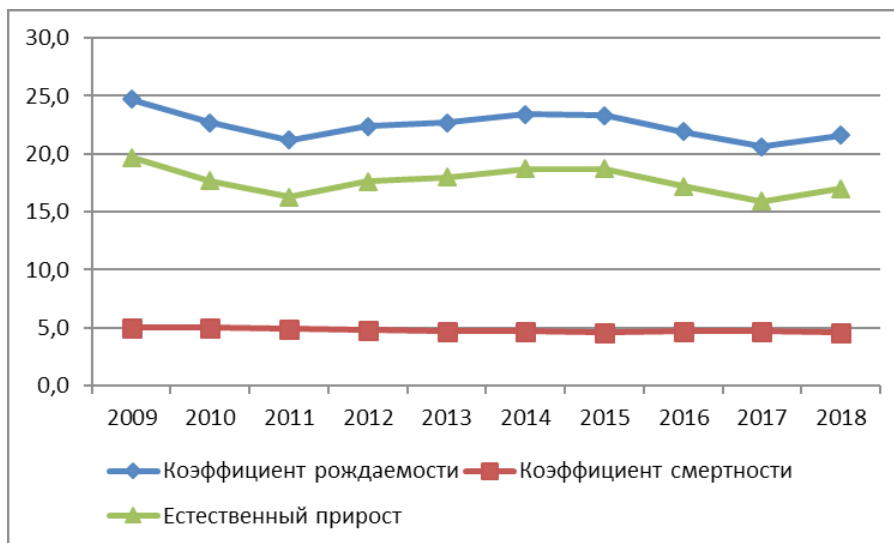


Рис. 1. Динамика коэффициентов рождаемости, смертности и естественного прироста населения Республики Каракалпакстан (за год; на 1000 населения, промилле). Источник: Статистический ежегодник Республики Узбекистан, Ташкент, 2019

Группа трудовые ресурсы республики, в которую включаются мужчины в возрасте от 16 до 60 лет и женщины от 16 до 55 (54) лет, в 2018 году состояла из 1064,8 тыс. человек. Доля экономически активного населения по всей республике — 73,2%, на долю сельской местности приходится 48,8%. По уровню образования работающие по найму распределяется следующим образом: с высшим образованием 40%, со средне специальным образованием 48%, со средним и неполным средним образованием 12%. Уровень безработицы по Республике Каракалпакстан в 2018 году составлял 9,5%. Приведенные показатели несколько снижают привлекательность региона, однако стоит обратить внимание на то, что 1) трудовые ресурсы преимущественно состоят из молодых, креативных, целеустремленных людей, которые хотят и стремятся учиться, овладевать новыми знаниями, навыками и возможностями;

2) психология людей такова, они не сидят в надежде, что государство протянет им руку помощи, а стараются найти источники дохода, образуя категорию неформально занятых и самозанятых;

3) выезжая за рубеж на заработки, население приобретает опыт и навыки, которые впоследствии реализуются в республике;

4) относительно низкая заработная плата по сравнению с соседними республиками, создает стимулы для вложения инвестиций.

Совокупные доходы на душу населения Республики Каракалпакстан ежегодно увеличиваются, если в 2013 г. данный показатель составлял 2440,7 тыс. сум, то к 2018 г. он увеличился в 2,64 раза и составил 6451,8 тыс. сум. Реальный рост доходов на душу населения опережает среднереспубликанский уровень (Рис. 2.)



Рис. 2. Реальный рост совокупного дохода на душу населения (в %-х). Источник: Статистический ежегодник Республики Узбекистан, Ташкент, 2019

Как известно, наличие промышленного производства создает дополнительный стимул для инвесторов. Из отраслей промышленности в республике развиты такие отрасли как электроэнергетика, химическая, нефтехимическая, текстильная, пищевая. К наиболее крупным предприятиям относятся Устьюртский газохимический комплекс, Кунградский содовый завод, Ходжейлийский стекольный завод, цементный завод и другие производства строительных материалов, текстильные предприятия. По Каракалпакстану в 2018 г. произведено 6,1 млрд куб. м газа, 175,7 тыс. тонн нефти, 12,7 тыс.т растительного масла, 102,4 тыс.т муки, 8,3 тыс.т хлопчатобумажной пряжи, 352,6 тыс. т полиэтилена, 3,9 млрд кВт.м электроэнергии и прочей продукции промышленного производства. В отраслях промышленности занято 60,6 тыс.человек. По объемам промышленного производства Республика Каракалпакстан занимает восьмое место в общереспубликанских показателях.

Рост промышленности Каракалпакстана в ближайшие годы будет связан с освоением месторождений углеводородного сырья на плато Устьюрт в Муйнакском и Кунградском районах. В республике имеются сырьевые возможности для развития металлургии и промыш-

ленности строительных материалов. На территории горного хребта Султан-Уайс имеются залежи железа, золото, меди, цементного сырья, мрамора, гранита, гипса строительного камня, талька, вермикулита и других полезных ископаемых [6]. И по оценкам экспертов перспективными являются проекты металлургических предприятий на базе Тебинбулакского и Зинелбулакского месторождений [8]. Помимо этого в республике имеются большие залежи природной соли. Открыты месторождения Барсакельмес, Караумбет, Кошканатау, Тюмрюк, Аккала. Общая площадь самого крупного Барсакельсесского месторождения составляет 100 кв.км.

Республика Каракалпакстан обладает неиспользованным потенциалом для развития мясо-молочной, рыбной, фармацевтической, пищевой промышленности, а также в углубленной переработке хлопка и шерсти, в том числе путем создания специальных кластеров и малых промышленных зон.

Эти и другие факторы привлекают инвесторов и в республике наблюдается положительная динамика инвестиций, темпы роста в 2019 г ниже республиканского уровня (Таблица 2)

Таблица 2. Инвестиции в основной капитал

	2012		2014		2016		2018		2019	
	Млрд сум	темпа роста, %	Млрд сум	темпа роста, %	Млрд сум	темпа роста, %	Млрд сум	темпа роста, %	Млрд сум	темпа роста, %
Республика Узбекистан	24455,3	125,4	37646,2	123,5	51232	114,3	124231,3	172,2	189924,3	152,9
Республика Каракалпакстан	1242,1	130,7	3990,6	165,2	3778,3	62,7	6757,8	239,5	8434,6	124,8

Источник: Статистический ежегодник Республики Узбекистан, Ташкент, 2019

По структуре инвестирования в основной капитал наибольший вес в 2019 году в Республике Каракалпакстан приходится на строительно-монтажные работы — 56,4%, инвестиции в машины. Оборудование и инвентарь составляют 40,4% и прочие инвестиции — 3,2%.

В структуре инвестиций по видам экономической деятельности в Республике Узбекистан инвестиции распределены следующим образом обрабатывающая промышленность — 27,1%, горнодобывающая промышленность — 11,7%, электроснабжение и подача газа — 10,8%, жилищное строительство 10,2%, сельское хозяйство — 8%, перевозка и хранение — 6,0%, оптовая и розничная торговля — 3,1%, строительство — 2,8%, здравоохранение и образование по 2,6%, информация и связь 1,7%, водоснабжение и канализация — 2,2% и прочие отрасли 11,2%.

В 2019–2021 гг. в Республике Каракалпакстан будут реализованы 793 проекта на общую сумму 11283,0 млрд сумм, из них 1052,0 млрд долларов уже освоено. В настоящее время проводится активная работа по привлечению ин-

вестиций с представителями компаний из Китая, Кореи и Японии. К примеру с представителями Китая организуется производство алюминиевой фольги в городе Нукусе на сумму 60 миллионов долларов, совместно с инвесторами из Кореи планируется организовать производство ДСП из камыша на сумму 5800 тыс. долларов. а также организация лакокрасочного завода. В тот же период 1,5 трлн долларов будет направленно на создание и реконструкцию транспортной, инженерно-коммуникационной и социальной инфраструктуры.

На сегодняшний день в Каракалпакстане ведут свою деятельность 121 предприятие с иностранным капиталом, из которых 74 совместных предприятия, 47 иностранных предприятий. Основная часть приходится на представителей Китая (30%), России (12,4%).

Анализируя социально-экономическое положение и ресурсы Каракалпакстана можно с помощью SWOT-анализа оценить конкурентные преимущества и слабые стороны республики (таблица 3).



Таблица 3. SWOT-анализ

Внутренние факторы	Внешние факторы
<b>Сильные стороны</b>	<b>Возможности</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>— Благоприятное экономико-географическое положение</li> <li>— Сравнительно низкая по отношению к другим республикам стоимость трудовых ресурсов</li> <li>— Высокий уровень развития химической промышленности</li> <li>— Крупнейший в стране содовый завод и нефтехимический комплекс</li> <li>— Наличие нормативно-правовой базы, обеспечивающей режим наибольшего благоприятствования для бизнеса</li> <li>— Наличие и воспроизводство трудовых ресурсов, сравнительно молодое население</li> <li>— Культурно-историческое наследие, позволяющее развивать туризм</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Политическая стабильность</li> <li>— Благоприятные демографические тенденции в республике</li> <li>— Финансирование на государственном уровне программ развития жилищного строительства</li> <li>— Появление новых ресурсо- и энергосберегающих технологий</li> <li>— Тенденция роста числа крупных, малых и средних предприятий</li> <li>— Относительная доступность банковских кредитов</li> <li>— Интерес иностранных резидентов к историко-культурному наследию и природе Каракалпакстана</li> <li>— Интерес иностранных инвесторов к ресурсному потенциалу Каракалпакстана</li> <li>— Принятие курса на развитие цифровой экономики и электронного правительства</li> <li>— Борьба с коррупцией и бюрократией чиновников</li> </ul>
<b>Слабые стороны</b>	<b>Угрозы</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>— Слабый опыт реализации крупных инвестиционных проектов</li> <li>— Риск недостатка квалифицированных специалистов при реализации в дальнейшем инвестиционных проектов</li> <li>— Технологическая отсталость</li> <li>— Недостаточный уровень использования научно-образовательного и инновационного потенциала</li> <li>— Недостаточность собственных источников финансирования в части прибыли и амортизационных отчислений</li> <li>— Износ объектов инженерно-коммуникационной инфраструктуры</li> <li>— Ограниченность транспортно-логистической инфраструктуры</li> <li>— Проблемы с водообеспеченностью</li> <li>— Низкий уровень управленческой квалификации в органах местного самоуправления</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Высокий износ в целом по стране объектов инженерной и коммунальной инфраструктуры</li> <li>— Технологическое отставание от других стран,</li> <li>— Частые изменения в налоговой политике</li> <li>— Острая нехватка водных ресурсов для обеспечения сельского хозяйства и промышленного производства</li> <li>— Вмешательства региональных органов власти в инвестиционные процессы в виде формирования искусственных барьеров входа в регион</li> <li>— Экологическая катастрофа</li> </ul>

Таким образом можем сказать инвестиционная привлекательность региона определяет степень его конкурентоспособности. Приток инвестиций в регион создает пред-

посылки для роста производительности труда и качества жизни его населения.

#### Литература:

1. Ахтариева Л. Г. Современные подходы к оценке инвестиционной привлекательности регионов // Вестник УГНТУ. Наука, образование. Экономика. Серия: Экономика. — 2014. — № 1 (7). — Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-podhody-k-otsenke-nvestitsionnoy-privlekatelnosti-regionov>
2. Джигоев В. А. Сущность и взаимосвязь понятий инвестиционной привлекательности и инвестиционного климата регионов // Вестник университета. 2020. № 3. С. 118–122.
3. Зайналов Ж. Р., Усмонов С. 3 Ўзбекистонда инвестицион мухитни таъминлаш механизмини такомиллаштириш йўллари. Услубий қўлланма. — Самарканд, 2011. Литвинова В. В. Инвестиционная привлекательность и инвестиционный климат региона: монография. М.: Финансовый университет, 2013. 116 с.
4. Мустафакулов Ш. И. Узбекистонда инвестицион мухит жозибадорлигини оширишнинг илмий-услубий масалалари, диссертация на соискание степени доктора экономических наук. — город Ташкент, 2017 год.
5. Статистический ежегодник Республики Узбекистан, Ташкент, 2019
6. Худайбергенова Р. Т. перспективы промышленного развития региона Нижняя Амударья Республики Узбекистан «Вестник Приамурского государственного университета имени Шолом-Алейхема», № 2 (11), 2012–59 с.

7. Чаусова Л. А, Чаусов Н. Ю., Чуйкина Ю. А., Назарова Е. С. Факторы инвестиционной привлекательности Калужской области// Региональная экономика и управление: электронный научный журнал. ISSN 1999–2645. — № 4(60).
8. <https://rg.ru/2019/08/29/chto-otlichaet-karakalpakstan-ot-drugih-regionov-uzbekistana.html>
9. Литвинова В. В. Инвестиционная привлекательность и инвестиционный климат региона: монография. М.: Финансовый университет, 2013. 116 с. — 34 с.

## Пути повышения финансовой устойчивости предприятия

Лядова Юлия Олеговна, аспирант

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

*В статье рассматриваются практические рекомендации по повышению финансовой устойчивости предприятия в современных условиях.*

**Ключевые слова:** финансовый анализ, финансовая устойчивость, рекомендации по повышению, оценка финансовой устойчивости.

Развитие рыночной экономики способствует тому, что главным условием финансовой стабильности предприятия становится его финансовая устойчивость, которая представляет собой гарантию выживаемости и основу прочности занимаемого положения. В связи с этим обеспечение финансовой устойчивости в современных условиях является одной из наиболее важных задач. Кроме того, необходимо не только обеспечить стабильный уровень финансовой устойчивости, но и стремиться найти пути ее повышения.

Под финансовой устойчивостью понимается способность предприятия осуществлять свою деятельность,

сохраняя равновесие активов и пассивов, при условии воздействия со стороны внешней и внутренней среды, что гарантирует его постоянную платежеспособность и инвестиционную привлекательность в границах допустимого риска. [2]

Необходимым условием для обеспечения финансовой устойчивости является рациональное сочетание собственных и заемных средств. Поэтому работа в области повышения финансовой устойчивости может осуществляться в двух направлениях: на основе управления пассивами и на основе управления активами (рис. 1)



Рис. 1. Пути повышения финансовой устойчивости предприятия

Рассмотрим более подробно каждую из групп.

1. Рекомендации, направленные на повышение финансовой устойчивости предприятия.

#### **На основе управления пассивами**

1) Увеличение собственного капитала:

- эмиссия будет способствовать быстрому привлечению денежных средств, что будет влиять на увеличение уставного капитала. Размещение новых акций среди существующих акционеров является одним из решений проблемы по выходу из кризиса, а также одной из возможностей повышения финансовой устойчивости;
- использование нераспределенной прибыли, которая представляет собой достаточно гибкий источник финансирования за отсутствия регламента по использованию средств. В связи с этим, данные финансовые ресурсы могут быть направлены на осуществление высоко рискованных проектов, а также на реализацию мероприятий, направленных на улучшение финансового состояния предприятия [3];
- получение финансовой помощи — представляет собой получение средств от органов федеральной, региональной или местной власти, а также собственниками предприятия без соответствующего увеличения доли обязательств;
- рост прибыли — один из самых распространенных механизмов увеличения собственного капитала. Прибыль представляет собой источник финансирования предприятия и может быть направлена на развитие хозяйственной деятельности, что благоприятно скажется на укреплении позиций хозяйствующего субъекта и, как следствие, его финансовой устойчивости.

2) Снижение обязательств:

- реструктуризация обязательств подразумевает пересмотр условий обслуживания долга, а также изменение ранее согласованных условий кредитного договора. В качестве конкретных примеров могут служить: замена денежных выплат на акции; пролонгация заемного капитала; замена одного обязательства другим; в отдельных случаях прощение долга;
- мобилизация денежного потока на покрытие обязательств — высвобождение денежных средств для погашения обязательств за счет ускорения сбора дебиторской задолженности;
- управление кредиторской задолженностью — кредиторская задолженность является одним из наиболее часто используемых источников финансирования деятельности. С одной стороны кредиторская задолженность может рассматриваться в качестве временного беспроцентного кредита, но с другой стороны значительная доля кредиторской задолженности в пассиве баланса может негативно сказаться на финансовой устойчивости предприятия. В связи

с этим грамотное управление кредиторской задолженностью позволит предприятию получить гибкое финансирование своей деятельности [1, 4].

- рефинансирование долга — представляет собой заимствование денежных средств у банка для погашения кредита, взятого у другой кредитной организации. Рефинансирование осуществляется с целью получения более оптимальной процентной ставки по кредиту, увеличения срока кредитования, возможное изменение при необходимости валюты кредита, а также с целью изменения в сторону уменьшения ежемесячной суммы платежа.

#### **На основе управления активами**

1) Управление дебиторской задолженностью.

Рост дебиторской задолженности отрицательно сказывается на финансовом положении предприятия, поскольку денежные средства, которые должны будут получены от покупателей в будущем, не могут принимать участия в обороте и, как следствие, не приносят дохода. Поэтому перед руководством стоит задача сокращения оборачиваемости дебиторской задолженности [5]. Мероприятия по управлению дебиторской задолженности могут быть реализованы как при работе с клиентами (стимулирование к осуществлению досрочной оплаты; использование бартерных сделок; взаимозачеты; использование аккредитивной формы расчетов и т. д.).

Другим направлением при работе с дебиторской задолженностью является рефинансирование, то есть перевод дебиторской задолженности в высоколиквидные формы активов, преимущественно — деньги. В качестве основных форм рефинансирования выступают факторинг, форфейтинг, цессии, использование векселей, полученных от покупателей.

2) Управление запасами.

Значительный объем запасов в общем объеме активов предприятия негативно сказывается на прибыльности, поскольку требуются значительные средства на содержание и хранение, а также негативно влияет на оборачиваемость всех фондов. Основными мероприятиями по управлению запасами с целью минимизации их влияния на финансовую устойчивость предприятия могут быть: нормирование и планирование запасов; грамотная организация снабжения, формирования и хранения запасов; контроль уровня и состояния запасов и т. д.

3) Управление основными средствами.

- продажа — представляет собой один из способов расчета с кредиторами и снижению налоговой нагрузки за счет сокращения суммы имущественного налога;
- аренда — сдача в аренду неиспользуемых основных средств предприятия может способствовать увеличению его доходов и, как следствие, прибыли;
- переоценка — осуществляется не чаще одного раза в год, в результате чего происходит дооценка объектов основных средств, которая приводит к увели-

чению добавочного капитала, являющегося частью собственных средств предприятия.

4) Управление денежными средствами.

Управление денежными потоками напрямую влияет на финансовое состояние предприятия, поскольку от наличия необходимого количества денежных средств зависит возможность принятия эффективных решений, направленных на реализацию проектов, на оплату кредиторской задолженности, приобретение оборудования, сырья, материалов. Кроме того, денежные средства могут быть трансформированы в другие активы или направлены на погашение обязательств [7]. Управление денежными средствами

заключается в синхронности притоков и оттоков во времени их поступления и объемов [6].

Таким образом, финансовая устойчивость отражает то, насколько грамотно предприятие распоряжается имеющимися в наличии денежными средствами, поскольку это дает возможность свободно маневрировать финансовыми ресурсами, обеспечивать бесперебойный производственный процесс. Поэтому эффективная работа в области управления активами и пассивами предприятия будет способствовать повышению финансовой устойчивости, что позволит противостоять негативному внешнему влиянию и преумножению своих активов.

Литература:

1. Базилевич А. Р., Сирченко А. Е. Проблемы и пути повышения финансовой устойчивости организации // Молодой ученый. — 2019. — № 37. — С. 116–118.
2. Савицкая, Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учеб. пособие / Г. В. Савицкая. — М.: ИНФРА-М, 2010. — 352 с.
3. Хасанов Т. Ю., Пономарева Л. Н., Проблема использования нераспределенной прибыли, как источника финансирования бизнеса/Т. Ю. Хасанов, Л. Н. Пономарева// Сборник трудов конференции «Механизм обеспечения конкурентоспособности качества экономического роста в условиях модернизации экономики». — 2019. — С.133–135
4. Экономика предприятия: учеб. пособие / А. И. Ильин [и др.]; под общ. ред. А. И. Ильина. — 4-е изд., стер. — М.: Новое знание, 2014. — 698 с.
5. Жулина Е. Г., Управление задолженностью в системе методов управления конкурентоспособностью предприятия/ Е. Г. Жулина/ Актуальные проблемы Управления: Теория и практика. — 2016. — С. 77–83.
6. Кадеева Е. Н., Иванова Л. Р., Сорокина А. В., Совершенствование системы управления денежными потоками как фактор повышения финансовой устойчивости предприятия/Управление устойчивым развитием. — 2019 — № 1 (20) — С. 29–34.
7. Шулико Е. В. К вопросу эффективного управления денежными потоками организации в современных условиях // Инновационная наука. — 2015. — № 11. — С. 211–217.

## Эффективность использования бюджетных средств Межрегиональным территориальным управлением Росимущества в Красноярском крае, Республике Хакасия и Республике Тыва

Молчанова Анна Владимировна, студент магистратуры

Хакасский государственный университет имени Н. Ф. Катанова (г. Абакан)

*В статье представлен анализ использования бюджетных средств в Красноярском крае, Республике Хакасия и Республике Тыва за период 2015–2017 гг. Сделан вывод об эффективности использования ежегодно выделяемых бюджетных средств Межрегиональным территориальным управлением Росимущества.*

**Ключевые слова:** МТУ Росимущества, бюджетные средства, эффективность использования.

**М**ТУ Росимущества в Красноярском крае, Республике Хакасия и Республике Тыва осуществляет функции по управлению федеральным имуществом, по организации продажи приватизируемого федерального имущества, по реализации имущества, арестованного во исполнение судебных решений или актов органов, которым предоставлено право принимать решения об обращении взыскания на имущество, а также по реализации конфискованного, движимого бесхозяйного, изъятого и иного имущества,

обращенного в собственность государства в соответствии с законодательством Российской Федерации, по оказанию государственных услуг и правоприменительные функции в сфере имущественных и земельных отношений на территории Красноярского края, Республики Хакасия и Республики Тыва.

МТУ Росимущества в Красноярском крае, Республике Хакасия и Республике Тыва в соответствии с установленными полномочиями на территории трех субъектов РФ

выполняет функции главного распорядителя, получателя бюджетных средств, главного администратора, администратора источников финансирования дефицита бюджета, а также главного администратора, администратора доходов бюджета.

Анализ использования ежегодно выделяемых бюджетных средств проведем на основании отчетности МТУ Росимущества.

Таблица 1. Сведения об использовании ТУ Росимущества в Красноярском крае выделяемых бюджетных средств

Код по бюджетной классификации					Утвержденные бюджетные назначения, на 2015 г., руб.	Исполнено, руб.	Показатели исполнения, %
Расходы бюджета, всего					60 039 071,39	60 039 038,18	100,00
из них:							
167	0113	381	0012	000	32 357 339,00	32 357 333,77	100,00
167	0113	381	0019	000	12 481 682,40	12 481 682,40	100,00
167	0113	381	9999	000	15 200 049,99	15 200 022,01	100,00

Данные таблицы 1 свидетельствуют о том, что все утвержденные бюджетные назначения в 2015 г. были выполнены в полном объеме.

Имеющиеся отклонения между утвержденными и исполненными бюджетными назначениями не превышают

суммы в 1 000 руб., что является допустимой погрешностью, поскольку не превышает 1%.

Проанализируем аналогичные показатели за 2016 г.

Таблица 2. Сведения об использовании ТУ Росимущества в Красноярском крае выделяемых бюджетных средств

Код по бюджетной классификации					Утвержденные бюджетные назначения, на 2016 г., руб.	Исполнено, руб.	Показатели исполнения, %
Расходы бюджета, всего					59 335 749,59	58 417 520,84	98,45
из них:							
167	0113	38103	99999	000	5 562 725,65	5 562 725,65	100,00
167	0113	38106	90012	000	34 881 005,00	34 759 581,54	99,65
167	0113	38106	90019	000	10 837 962,47	10 041 157,18	92,65
167	0113	38106	99999	000	8 054 056,47	8 054 056,47	100,00

Данные таблицы 2 свидетельствуют о том, что не все утвержденные бюджетные назначения в 2016 г. были выполнены в полном объеме.

В целом, утвержденные бюджетные назначения были исполнены на 98,45%, таким образом недовыполнение составило 1,55%. В наибольшей степени недовыполнение за-

тронувало расходы бюджета коду «167 0113 38106 90019 000» — 7,35%. По коду «167 0113 38106 90012 000» бюджетные назначения были не выполнены на 0,35%, что является не существенным.

Проанализируем показатели использования выделяемых бюджетных средств за 2017 г.

Таблица 3. Сведения об использовании МТУ Росимущества в Красноярском крае, Республике Хакасия и Республике Тыва выделяемых бюджетных средств

Код по бюджетной классификации					Утвержденные бюджетные назначения, на 2017 г., руб.	Исполнено, руб.	Показатели исполнения, %
Расходы бюджета, всего					85 450 835,47	84 562 470,96	98,96
из них:							
167	0113	38103	99999	000	10 815 240,85	10 168 676,35	94,02
167	0113	38106	90012	000	54 710 119,28	54 537 700,22	99,68
167	0113	38106	90019	000	13 152 476,05	13 085 510,72	99,49
167	0113	38106	99999	000	5 448 923,99	5 446 900,18	99,96
167	0113	38106	93969	000	10 100,00	9 708,19	96,12
167	0113	38106	93987	000	1 313 975,30	1 313 975,30	100,00



Данные таблицы 3 свидетельствуют о том, что не все утвержденные бюджетные назначения в 2017 г. были выполнены в полном объеме.

В целом, утвержденные бюджетные назначения были исполнены на 98,96%, таким образом недовыполнение составило 1,04%. В наибольшей степени недовыполнение затронуло расходы бюджета коду «167 0113 38106 99999 000» — 5,98% и по коду «167 0113 93969 90012 000» — 3,88%. По остальным статьям расходов бюджетные назначения были не выполнены менее чем на 1%, что является не существенным.

Обобщая анализ использования ежегодно выделяемых бюджетных средств, следует сформулировать ряд выводов:

1. Деятельность МТУ Росимущества в Красноярском крае, Республике Хакасия и Республике Тыва в качестве главного распорядителя, распорядителя, получателя бюджетных средств, главного администратора, администратора источников финансирования дефицита бюджета, а также главного администратора, администратора доходов бюджета за период 2015–2017 гг. следует признать эффективной, поскольку показатели невыполнения не превышают 2% в течение всего анализируемого периода.

2. В 2017 г. существенно выросли объемы выделяемых бюджетных средств (с 60 039 071,39 руб. в 2015 г. до 85 450 835,47 руб. в 2017 г.), что объясняется произошедшей реорганизацией в территориальных управлениях Росимущества в Красноярском крае, Республике Хакасия и Республике Тыва.

#### Литература:

1. Бюджетный кодекс РФ от 31 июля 1998 г. № 145-ФЗ // Собрание законодательства РФ. — 1998. — № 31. — Ст. 3823.
2. Приказ Министерства экономического развития РФ от 29 августа 2016 г. № 548 «Об утверждении схемы размещения территориальных органов Федерального агентства по управлению государственным имуществом» // <http://base.garant.ru/71495082/>. — дата обращения: 03.07.2020.
3. Приказ Федерального агентства по управлению государственным имуществом от 16 декабря 2016 г. № 455 «О реорганизации территориальных управлений Федерального агентства по управлению государственным имуществом» // <https://ppt.ru/docs/prikaz/minekonomrazvitiya/n-455-140844> — дата обращения: 03.07.2020.
4. Коблова, Г. И., Золотарева, Е. В. Бюджетный учет и контроль: учебное пособие. — Саратов: ССЭИ РЭУ им. Г.В. Плеханова, 2020. — 144 с.
5. Финансы бюджетных организаций: Учебник / Под ред. Поляка Г.Б. — М.: Юнити, 2018. — 384 с.

## Дистанционная работа по агентскому договору на организацию выполнения пусконаладочных работ «под нагрузкой» на объектах нефтегазовой отрасли

Мухомедьянова Елена Викторовна, студент магистратуры  
Национальный исследовательский Томский политехнический университет

**П**ризнаки, предусмотренные новым стандартом, аналогичны признакам, предусмотренным существующими рекомендациями, но представлены в новом контексте. Эти признаки должны помочь компаниям определить, получают ли они контроль над товарами или услугами до передачи контроля над этими товарами или услугами покупателю. Сложность определения исполняемой компанией роли (агента или принципала), по всей видимости, только возрастает в нефтегазовой отрасли, особенно в отношении компаний, предоставляющих дополнительные услуги нефтегазодобывающим компаниям, например услуги по транспортировке и сбыту. [1]

### Сравнительный анализ функций принципала и агента

Чтобы определить, исполняет ли предприятие роль принципала или агента, необходимо иметь в виду следующее:

- компания должна сначала идентифицировать предусмотренный договором товар или услугу, которые предоставляются клиенту;
- единицей учета для целей оценки роли принципала в сравнении с ролью агента является каждая обязанность к исполнению по договору;
- признаки (индикаторы), описанные в стандарте, помогают компании оценить, является ли она принципалом (т. е. есть ли у нее контроль над товаром или услугой до его/ее передачи/предоставления покупателю);
- компания должна оценить, имеет ли она контроль над услугами, предоставляемыми другой стороной (например, подрядчиком).

Компания является принципалом по соглашению, если она получает контроль над товарами или услугами другой

стороны, прежде чем передает контроль над этими товарами или услугами покупателю.

Если компания получает право собственности непосредственно перед передачей товара или услуги покупателю, то это не всегда означает наличие контроля. [1]

Компания является агентом, если ее обязанностью к исполнению по договору является организация за другую сторону предоставления товаров или услуг. Признаки, указывающие на то, что компания является агентом:

- другая сторона несет основную ответственность за поставку товаров или оказание услуг;
- у компании нет рисков, связанных с запасами;
- компания не может свободно устанавливать цены.

Агент признает выручку в размере вознаграждения, полученного за организацию передачи товаров или организацию оказания услуг. Вознаграждение агента представляет собой чистую сумму, оставшуюся после оплаты принципалу товаров или услуг, предоставленных/ оказанных покупателю. [1]

В соответствии с условиями агентских договоров, Агент обязуется по поручениям Принципала за вознаграждение, от своего имени и за счет Принципала в течение срока действия договора заключать договоры с подрядчиками, связанные с организацией выполнения работ на объектах, а также совершать юридические и/или иные действия, связанные с заключением и исполнением договоров с подрядчиками.

Расходы Агента, понесенные при выполнении соответствующего поручения Принципала, уплаченные Агентом и/или предъявленные Агенту, подлежат возмещению Принципалом. [2]

Возмещение расходов, понесенных Агентом по исполнению поручения Принципала, производится после приня-

тия Принципалом отчета Агента и подписания сторонами Акта сдачи-приемки оказанных услуг Агента.

Все эти ключевые задачи на сегодняшний день требуют непосредственного присутствия функционального куратора на этапе доставки документов и во время согласования их во внутренней структуре Заказчика. [2]

Бывают моменты, когда вознаграждение Агента превышает командировочные затраты, а также бывает, что при сдаче отчета Агента на 85 000 рублей мы получаем Агентское вознаграждение 212 рублей, а на командировочные расходы (проживание, перелёт и суточные) тратим 40 000 рублей.

Также стоит отметить, что в согласовании и принятии поручений Принципала и отчетов Агента участвуют разные специалисты по направлениям деятельности, и Агент сталкивается с разными требованиями к оформлению отчетных документов. В результате чего возникает необходимость в повторных командировках или в переподписании руководством отчетных документов.

Актуальность данной темы связана с тем, что все работы, относящиеся к пусконаладочным работам «под нагрузкой», выполняются в рамках Агентского договора, для чего для каждой новой стройки необходимо заключать с заказчиком поручения Принципала или дополнительные соглашения с последующим предоставлением отчетов Агента.

Новизной является создание схемы дистанционного согласования поручений Принципала и дополнительных соглашений к ним, отчетов Агента. С целью оптимизации рабочего времени и финансовых затрат на командировки специалистов, связанные с подписанием и сдачей документов по Агентскому договору.

#### Литература:

1. Международные стандарты финансовой отчетности «Финансовая отчетность компаний нефтегазовой отрасли», 2 выпуск — 115 с.
2. Положение о порядке организации выполнения пусконаладочных работ «под нагрузкой» на объектах ОАО «Газпром», вводимых в эксплуатацию по договорам на реализацию инвестиционных проектов, а также других работ, необходимых для выполнения пусконаладочных работ «под нагрузкой» (утв. заместителем Председателя Правления ОАО «Газпром» 31.12.2009) — 27 с.
3. <https://www.law.ru/article/21771-chto-takoe-agentskiy-dogovor>

## Анализ нефтесервисной отрасли

Назмутдинов Руслан Фидусович, студент магистратуры;

Батталова Алена Александровна, кандидат экономических наук, доцент

Уфимский государственный нефтяной технический университет

В статье представлен анализ нефтесервисной отрасли. Рассмотрены внешние и внутренние факторы, оказывающие влияние на рынок нефтесервисных услуг. Рассмотрена также структура рынка и проанализированы показатели отрасли.

**Ключевые слова:** нефтесервисные услуги, нефтесервисный рынок, нефтяные компании, окружающая среда нефтесервиса, технико-экономические показатели.

Нефтесервисная отрасль сама по себе является сложной отраслью. В данной отрасли есть несколько основных направлений: бурение, геофизические работы, повышение нефтеотдачи пластов (а также ГПП), сейсмические исследования, ремонт (текущий и капитальный) скважин. Сейчас на территории России действует более 300 нефтесервисных предприятий, которые подразделяются на несколько категорий, а именно аффилированные с нефтегазовыми компаниями, крупные, средние и малые сервисные компании. Российский нефтесервис является прогрессирующим, но есть и слабая сторона, которая является причиной отставания от зарубежных компаний — это разработка новых технологий и их при-

менение, а также благоприятное финансирование. Одними из крупнейших компаний страны являются такие компании как «Роснефть», «Газпром», «Сургутнефтегаз», «Лукойл», «Буровая компания «Евразия» и др. Многие компании из данного списка также являются клиентами зарубежной компании Schlumberger. Schlumberger с каждым годом укрепляет свои позиции на территории страны, поглощая свободные фирмы. Причиной этому, как было сказано ранее, является наличие передовых технологий.

На отрасль нефтесервиса оказывают влияние внутренние и внешние факторы, каждые из которых имеют важную роль (рис. 1).

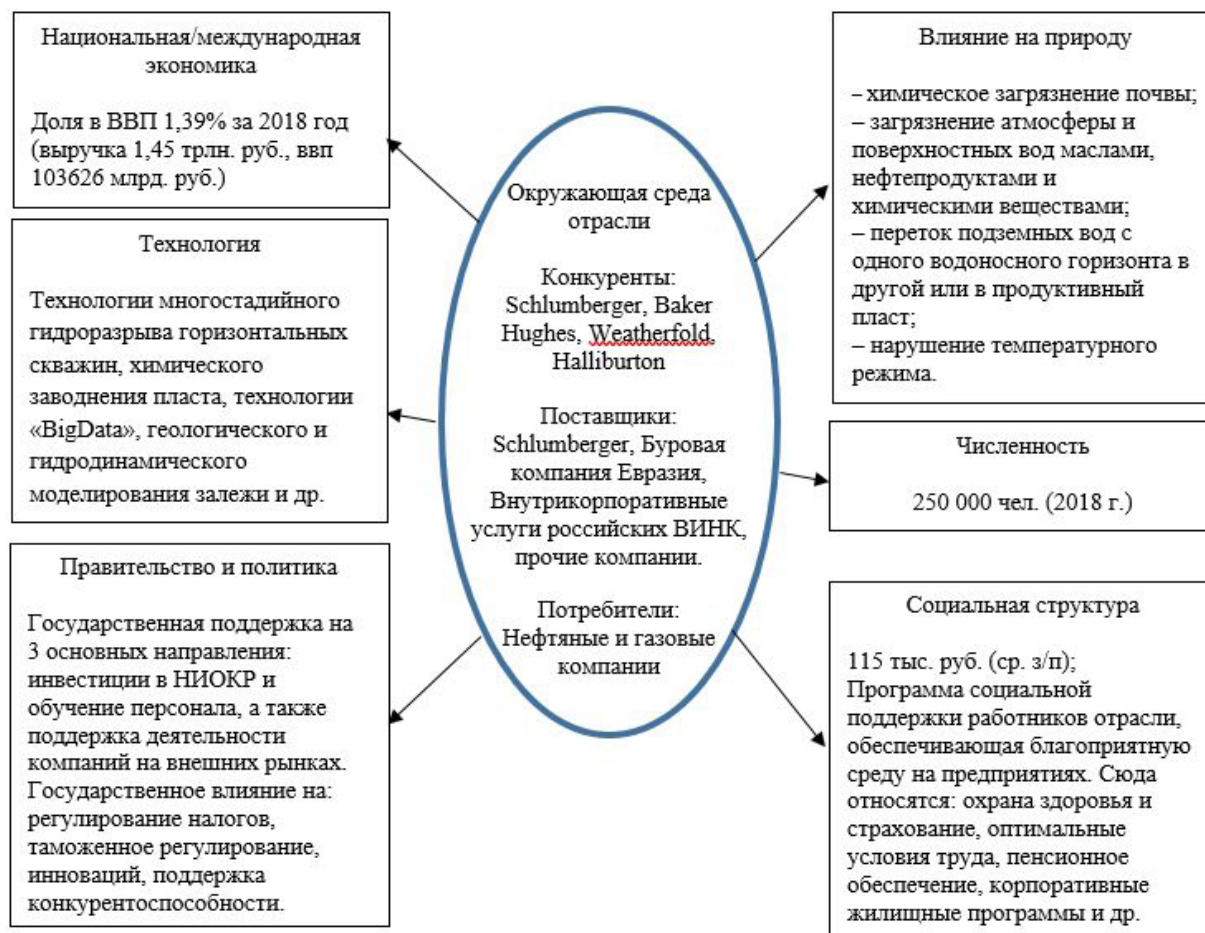


Рис. 1. Окружение нефтесервисной отрасли

Таблица 1. Техничко-экономические показатели отрасли

Показатели	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.
Добыча, млн т.	526,7	534,0	547,5	546,8	555,9
Выручка, трлн руб.	0,97	1,06	1,22	1,41	1,45
Себестоимость, трлн руб.	0,89	0,99	1,15	1,30	1,31
Проходка в эксплуатационном бурении, млн м.	19,8	22,1	24,7	27,7	27,6
Количество работ по направлению бурение, шт.	83	124	89	96	128
Эффективность бурения, т/м	26,6	24,2	22,2	19,8	20,1
Проходка в поисково-разведочном бурении, млн м.	0,99	0,82	0,91	0,99	1,07
Проходка в вертикальном бурении млн м.	14,0	14,7	15,9	16,4	14,3
Проходка в горизонтальном бурении, млн м.	5,8	7,4	8,8	11,2	13,4
Расходы на подземный ремонт скважин, млрд руб.	45,6	39,4	43,2	42,8	48,2
Расходы на капитальный ремонт скважин, млрд м.	115,9	109,1	203,5	138,5	206,5
Проведение ГРП, тыс.	6,9	6,6	6,1	6,2	5,9
Эффективность проведения ГРП, млн т.	8,2	8,3	7,2	6,9	6,7
Сейсморазведка 2D, погонных км.	67198	79794	89961	94380	63532
Сейсморазведка 3D, погонных км.	49668	44173	49903	51991	45503
Общ. кол-во работ, ед.:					
3D	38	73	78	70	25
2D	35	67	51	50	20

Для того, чтобы понять структуру и перспективы отрасли, проанализируем технико-экономические показатели в период с 2014–2018 гг. в таблице 1.

В настоящее время нефтесервисная отрасль находится в устойчивом состоянии, на 2018 год выручка составила 1,45 трлн руб. Увеличение выручки произошло в основном благодаря ремонту скважин. Себестоимость остается на том же уровне, что и в 2017 году (1,31 трлн руб.). Добыча нефти на 2018 год составила 555,9 млн тонн — это рекорд-

ные показатели России. Также моментом за анализируемый период можно назвать рост горизонтального бурения, что оказывает большое влияние на объемы отрасли и ее структуру. Эффективность проведения ГРП в России за анализируемый период снижается.

В целом, по прогнозам экспертов, рынок нефтесервиса будет расти. Это будет происходить благодаря потребности в бурении устаревших участков для повышения нефтеотдачи и сложных участках с трудноизвлекаемыми запасами.

#### Литература:

1. Обзор нефтесервисного рынка России от Deloitte / [Электронный ресурс] — URL: <https://www2.deloitte.com/ru/ru/pages/energy-and-resources/articles/2019/oil-gas-survey-russia-2019.html>.
2. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики Российской Федерации [Электронный ресурс]. — <http://www.gks.ru>
3. Уланов В. Л., Симонов К. А. О формировании российской нефтесервисной отрасли / Статья в журнале — научная статья, 2019. — 34–37 с.

## Влияние COVID-19 на мировую экономику

Оськин Владимир Владимирович, студент магистратуры

Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова (г. Москва)

COVID-19 — это гуманитарный кризис в глобальном масштабе. Вирус продолжает распространяться по всему миру, подвергая системы здравоохранения беспрецедентному стрессу в битве за спасение жизней. Масштабы этой трагедии будут ухудшаться по мере распространения вируса в страны с низким уровнем дохода и слабыми системами здравоохранения.

В промежуточном экономическом прогнозе ОЭСР в марте 2020 года мировой рост должен был сократиться вдвое, до 1,5%, что было слишком оптимистично. Согласно последним оценкам экономического прогноза ОЭСР от 10 июня, в первой половине 2020 года предполагается беспрецедентный обвал — снижение мирового ВВП почти на 13%. Тем не большинство крупных экономик сейчас настроены



на сильную рецессию, и более серьезные сценарии нельзя сбрасывать со счетов [1].

Еще одной проблемой является неопределенность в отношении COVID-19, в том числе в отношении масштабов и темпов заражения; как долго меры по остановке окажутся необходимыми; перспективы лечения, позволяющего лучше справляться с симптомами, позволяя службам здравоохранения сосредоточиться только на самых серьезных случаях; и риск заражения «второй волной» при распространении вируса по всему земному шару. Вирус развивается волнообразно, страны становятся жертвами вируса и восстанавливаются в разное время. Что ясно, так это то, что вирус и его последствия, вероятно, будут с нами в течение некоторого времени.

На этом фоне существует явная необходимость поддерживать торговлю как для обеспечения поставок основных продуктов, так и для подачи сигнала доверия мировой экономике. Торговля необходима для спасения как жизни, так и средств к существованию. Но поддержание потока торговли требует сотрудничества и доверия — например, то, что рынок будет в состоянии снабжать предметами первой необходимости, что страны не будут вводить экспортные ограничения и что импорт не будет представлять опасности для здоровья. Это является особой проблемой во время торговой напряженности, когда международная торговая система уже подверглась растущему числу новых ограничений и искажений, от повышения тарифов среди крупных трейдеров до значительной государственной поддержки в ключевых секторах. Усилия по диалогу по управлению и предотвращению напряженности путем продолжающихся переговоров в настоящее время осложняются ограничениями мобильности. Но в контексте серьезного экономического напряжения, связанного с COVID-19, важно как никогда избежать эскалации текущей торговой напряженности.

Согласно прогнозу Всемирной торговой организации (ВТО) от 8 апреля 2020 года, объемы мировой торговли, согласно прогнозам, сократятся между 13% и 32% в 2020 г. в результате экономического воздействия COVID-19. ВТО утверждает, что широкий диапазон в прогнозе отражает высокую степень неопределенности относительно продолжительности и экономических последствий пандемии и что фактический экономический результат может быть вне этого диапазона, либо выше, либо ниже.

Более оптимистичный сценарий ВТО предполагает, что объемы торговли быстро восстановятся во второй половине 2020 г. до предпандемического тренда, и что мировая экономика переживет V-образное восстановление. Более пессимистичный сценарий предполагает, что произойдет частичное восстановление, которое будет продолжаться в 2021 году, и что глобальная экономика пойдет по U-образному пути восстановления. Однако, ВТО приходит к выводу, что влияние на объемы мировой торговли может превысить падение в разгар финансового кризиса 2008–2009 гг.

Оценки показывают, что во всех географических регионах будет наблюдаться двузначное сокращение объемов торговли, за исключением «других регионов», в которые входят Африка, Ближний Восток и Содружество Независимых Государств. В Северной Америке и Азии могут наблюдаться самые резкие спады в объемах экспорта. В прогнозе также демонстрируется, что в секторах с обширными производственно-сбытовыми цепочками, таких как автомобильная продукция и электроника, может произойти резкое снижение.

Хотя услуги не включены в прогноз ВТО, этот сегмент экономики может испытать наибольшие сбои вследствие ограничений на поездки и перевозки и закрытия торговых и гостиничных предприятий. Однако такие услуги, как информационные технологии, растут, чтобы удовлетворить спрос сотрудников, работающих на дому.

Пандемия также вызывает вопросы о плюсах и минусах глобальных цепочек поставок, появившихся за последние три десятилетия. Факты свидетельствуют о том, что рост в цепочках поставок замедлился до пандемии, но нет единого мнения относительно долгосрочного воздействия кризиса. В некоторых случаях предприятия переоценивают свою подверженность рискам, вызываемыми слишком сильной завязанностью на цепочках поставок, которые являются потенциально уязвимыми к возможным разрывам.

Кроме того, некоторые правительства оценивают риски, которые цепочки поставок представляют для национальных поставок товаров, которые считаются важными для национальной безопасности в результате переноса производства за рубеж. Для многонациональных предприятий смена поставщиков и смена мест производства могут быть особенно дорогостоящими и могут создавать дополнительные риски. Предприятия могут неохотно переезжать с производственных площадок, таких как Китай, которые не только служат производственными площадками, но и являются важными рынками для их продукции [2].

Поскольку политики сталкиваются с серьезной проблемой COVID-19, многие спрашивают, есть ли уроки из опыта глобального экономического кризиса, и в какой степени кризисы могут быть похожими. Некоторые примеры сходства и различия приведены ниже.

Различия:

- Потеря уверенности и доверия, экономическая активность останавливается;
- Распространяется во многих секторах одновременно, а иногда и мгновенно;
- Требуется крупных государственных инвестиций — особенно в сектор здравоохранения, а также в социальную защиту, учитывая повсеместную потерю рабочих мест;
- Проблемы с мобильностью ограничивают некоторые из автоматических стабилизаторов, компенсирующих действий и накладывают дополнительные расходы;
- Особые проблемы с медицинским оборудованием и биобезопасностью для продуктов питания;



— Эпидемия больше бьет по сектору услуг, учитывая ограничения на физический контакт и повсеместное закрытие ключевых секторов услуг (туризм, путешествия и развлечения);

— Более серьезное нарушение производства, приводящее к давлению на цепочки поставок.

Сходства:

— Этот кризис идет волнообразно, поскольку побочные эффекты от проблем в одном секторе или стране отскакивают и создают новые проблемы в других секторах (например, между финансовым сектором и реальной экономикой) или странами. Последствия политических дей-

ствий второго и третьего порядка могут быть непредсказуемыми, но важными.

— Это также будет кризисом занятости, который будет иметь серьезные последствия для поддержки работников в условиях массовой безработицы.

— Кризис имеет ошеломляющие последствия во всем мире, и Африка, вероятно, снова окажется последней (но также наименее готовой).

— Перед правительствами стоит задача действовать быстро и в широких масштабах в широком диапазоне областей политики.

— Правительства должны думать о ближайшей перспективе и о более долгосрочной перспективе одновременно.

Литература:

1. COVID-19 and international trade: Issues and actions. — Текст: электронный // OECD: [сайт]. — URL: <http://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/covid-19-and-international-trade-issues-and-actions-494da2fa/> (дата обращения: 06.07.2020).
2. Global Economic Effects of COVID-19. — Текст: электронный // Congressional Research Service: [сайт]. — URL: <https://fas.org/sgp/crs/row/R46270.pdf> (дата обращения: 06.07.2020).

## Применение принципов «зеленой экономики» в нефтегазовом комплексе как фактора повышения конкурентоспособности

Пенкина Ольга Викторовна, студент магистратуры

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

*The article discusses the development of the concept of a green economy in modern conditions. The issues of the influence of the green economy on the development of oil and gas complexes are investigated. The application of the principles of the green economy as a tool to increase competitiveness in the oil and gas sector is considered.*

**Т**ема «зеленой экономики» в России одинаково актуальна для политиков, бизнеса и общества в целом. На сегодняшний день все больше промышленных предприятий и компаний, а также различных организаций разрабатывают «зеленые» проекты для дальнейшего применения их на практике.

«Внедрение новых технологий требует значительных вложений денег, однако их использование приводит и к экономическим выгодам. 25 января 2017 года Путин поручил разработать предложения о применении российскими компаниями «зеленых финансовых инструментов» Что такое «зеленая» экономика и как развивается в мире «зеленое» финансирование — в материале ТАСС» [1].

Для того, чтобы быстрее устранить барьеры на пути внедрения принципов зеленой экономики, руководство предприятий должно уметь профессионально увидеть проблемы и возможности на своем предприятии. И кроме этого, грамотно подсчитать все расходы и затраты, а также научиться нести ответственность за развитие своего предприятия и экономию финансовых и других ресурсов и т. д. [2].

Многие страны мира прошли эволюцию в экологических вопросах от устойчивого развития до «зеленой экономики».

Нужно отметить, что спрос на экологичные товары и услуги постепенно растет, хотя и не является таким массовым, как в Европе.

Нефтегазовая промышленность является «лидером» среди других секторов российской экономики с точки зрения ее негативного воздействия на окружающую среду. Однако этот сектор является основой российской экономики сегодня и в среднесрочной перспективе. «Энергетическая стратегия России на период до 2030 года», одобренная российским правительством, предусматривает значительный рост добычи и экспорта нефти и других невозобновляемых природных ресурсов. Это подразумевает, что новые экологические проблемы и риски неизбежно возникнут из-за аварий, выбросов и сбросов загрязняющих веществ, фрагментации ландшафтов и т. д. [4].

Одной из наиболее острых в нефтегазовом секторе сегодня является проблема сжигания попутного нефтяного газа ПНГ. Она не только влечет за собой экономические,

экологические, социальные потери и риски для государства, но становится еще более актуальной при нарастании мировой тенденции по переводу экономики к низкоуглеродному и энергоэффективному способу развития.

Предлагаемая компанией ГЕА система позволяет отделить пригодный газ от тяжелых углеводородов, что обеспечивает получение дополнительной прибыли.

Компания ГЕА предлагает целый комплекс технологий, позволяющих не только хранить, очищать попутный газ, но и использовать его в качестве сырья для производства электроэнергии. Технические решения, разработанные компанией ГЕА, позволяют, обеспечивать доступность и ремонтпригодность, а также соответствие высоким стандартам директив в области охраны здоровья и безопасности и международным стандартам контроль уровня шума и пожаробезопасность [5].

На сегодняшний день на Российском рынке имеются крупные нефтегазовые компании, которые уже используют на практике «зеленые» проекты. Одной из таких компаний является ПАО «Газпром».

ПАО «Газпром» работает как в густонаселенных регионах России, так и на нетронутых цивилизацией территориях в Восточной Сибири и на Дальнем Востоке, на Крайнем Севере и арктическом шельфе. И повсюду «Газпром» ставит перед собой цель минимизировать воздействие на окружающую среду. Для этого компания реализует многочисленные природоохранные мероприятия.

За счет внедрения принципов «зеленой» экономики, прошедшем году ПАО «Газпром» достигнуты все целевые показатели, установленные Корпоративными экологическими целями. Сэкономлено 3,3 млрд куб. м газа, 330,3 млн кВт/ч электроэнергии и 252,7 тыс. Гкал тепловой энергии. Результат был достигнут на фоне роста добычи газа на 0,5% — до 500,1 млрд куб. м [1]. В Группе «Газпром» выбросы в атмосферу по сравнению с 2018 годом снижены на 31,3 тыс. тонн, потребление воды — на 358,8 млн куб. м, объем образовавшихся отходов — на 218 тыс. тонн.

Природный газ за счет экологических преимуществ играет важную роль в достижении Целей ООН в области

устойчивого развития и Парижского соглашения по климату, обеспечивая вклад в низкоуглеродное развитие экономики России и стран — импортеров российского газа.

«Газпром» внедряет лучшие доступные технологии, уделяет пристальное внимание повышению энергоэффективности, работает над сокращением углеродного следа продукции. Так, выбросы парниковых газов при поставках российского газа по газопроводам «Северный поток» и «Турецкий поток» более чем в три раза ниже по сравнению с поставками СПГ из США в Европу.

Выбросы метана по всей производственной цепочке «Газпрома» близки к нулю [6].

Мотивация международного взаимодействия, является одной из приоритетных для становления «зеленой» экономики в России. Российские геополитические интересы взаимосвязаны с современными векторами международной политики, и в силу этого в целом могли бы соответствовать позитивной международной повестке, тем более что «зеленая» экономика — повестка не только западных стран, но и других партнеров России, таких как Китай и Казахстан. У нашей страны есть национальные задачи и целевые показатели, достижение которых в совокупности может являться, по сути, переходом к «зеленой» экономике — энергоэффективность, развитие возобновляемой энергетики, снижение выбросов парниковых газов, все большую актуальность получают вопросы переработки отходов.

Проводя анализ изученного материала можно сделать следующие выводы, что применение принципов зеленой экономики в нефтегазовых компаниях можно использовать как инструмент для повышения конкурентоспособности на мировом и внутреннем рынках.

С точки зрения повышения конкурентоспособности, «зеленая экономика» дает больше возможностей для конкурирующих нефтегазовых компаний на зарубежном рынке, т. к. в Европейских странах уделяют особое внимание при выборе поставщика, которые не наносят и минимизируют вред окружающей и соответствуют экологическим стандартам. Экопотребление в странах Европы в каком-то смысле, даже «модно» и является признаком некоторого образа жизни, достатка.

#### Литература:

1. Год экологии в России «Зелены свет» «зеленой» экономике: Россия на пути к устойчивому развитию; 31 янв. 2017 // [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://tass.ru/obschestvo/3977766>
2. Как мотивировать предприятия, чтобы они пошли по пути зеленой экономики? [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://udf.by/news/economic/190182-kak-motivirovat-predpriyatija-chtoby-oni-poshli-po-puti-zelenoj-jekonomiki.html>
3. Петр Киришин «Зеленая экономика»: возможности и ограничения для российского бизнеса // *Russie.Nei.Visions* № 79 август 2017. — С. 8–9.
4. Всемирный фонд защиты природы (WWF), 2020. Зеленая экономика// [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://wwf.ru/what-we-do/green-economy/read-more-about-the-oil-and-gas-sector/>
5. Решение проблемы сжигания попутного нефтяного газа // [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://neftegaz.ru/science/ecology/331519-reshenie-problemy-szhiganiya-poputnogo-nefyanogo-gaza/>
6. ПАО «Газпром» Воздействие на окружающую среду // [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.gazprom.ru/nature/environmental-impact/>

## Электронные деньги как средство платежа в финансовых отношениях корпораций

Резяпов Расул Марсович, студент

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

Современный этап развития экономических отношений приводит к тесному процессу интеграции крупных компаний экономики Российской Федерации с «четвертой промышленной революции». Современные условия функционирования мировой и отечественной экономики тесно связаны с развитием научно-исследовательской среды, результатом деятельности которой является разработка новых технологий и патентов.

Основное направление научно-исследовательской работы многих предприятий международного и национального уровня — автоматизация производственной деятельности и применение интеллектуальных технологий для совершенствования системы управления бизнес-процессами организации.

На этом фоне развитие цифровых технологий — становится неотъемлемым инструментом формирования конкурентоспособности любого бизнеса, в том числе предприятий, функционирующих в экономике России. Отказ от разработки и внедрения цифровых технологий грозит потерей доли рынка, снижением экономической эффективности производственной деятельности, и в конечном итоге, вероятным банкротством компании, ведь потеря экономической эффективности становится причиной ухудшения финансовой устойчивости бизнес-субъекта.

Аналогичные процессы происходят и при совершенствовании финансовой деятельности, где помимо управления финансами и денежными потоками, важным вопросом выступает улучшение системы качества и повышения экономической эффективности платежей между контрагентами, что возможно благодаря использованию электронных платежных систем (ЭПС).

В связи с развитием электронных платежных систем на территории Российской Федерации, все актуальнее становятся научные исследования на вопрос «влияния и роли электронных денег при развитии крупного бизнеса в стране».

Если для начинающих предпринимателей, фрилансеров (самозанятых граждан) и для малого и среднего бизнеса — электронные платежные системы иногда панацея решения многих платежных вопросов, то для представителей корпоративных структур бизнеса их развитие все еще неоднозначное. Существует точка зрения, что роль электронных платежных систем преувеличена и их развитие несколько не значит для крупных предприятий российской экономики.

По этой причине, целью научной статьи является анализ роли влияния электронных денег как средства платежа в рамках финансовых отношений корпораций.

Электронная платежная система — это финансовый сервис, который обеспечивает оплату электронными деньгами за какую-либо услугу или товар между пользователями Ин-

тернета или между пользователем Интернета и сайтом, организацией. На сегодняшний день в Интернете существует около десяти таких платежных систем, каждая из которых отличается своими преимуществами [1].

С экономической точки зрения электронные деньги рассматривались в трех аспектах:

- 1) как материализованная или электронная форма банковского билета, эмиссия которого осуществляется путем преобразования в электронную форму денежной стоимости;
- 2) как средство обмена, выпускаемое частным лицом и представляющее обещание эмитента;
- 3) как финансовый продукт с предоплаченной стоимостью.

В российском законодательстве нормативно-правовой базой положения электронных денег в системе денежного оборота явился Федеральный закон от 27.06.2011 № 161-ФЗ «О национальной платежной системе», тем самым сделав возможным регулирование процесса проведения платежей с использованием электронных денег [6].

В данный момент, электронные деньги, как средство платежа в финансовых отношениях корпораций, обладают следующей характеристикой [7]:

- хранятся на электронных носителях;
- выпускаются эмитентами на сумму, которая не больше, чем денежные средства, полученные от других лиц;
- принимаются в виде средств платежа другими организациями помимо самих эмитентов.

На рисунке 1 изображена классификация электронных денег.

По нашему мнению, на данный момент наиболее популярным видом электронных денег являются анонимные цифровые токены, построенные на базе сетей, которые именуются криптовалютой.

В целом же, развитие электронных денег, как средства платежа в финансовых операциях и транзакциях корпораций демонстрирует стремительный темп.

Аналитики компании Worldpay ожидают, что в 2019 году объем платежей через электронные платежные системы и их электронные кошельки составил 647 млрд долларов США или 27% от общего объема всего рынка платежей, в то время как кредитные и дебетовые карты станут вторым и третьим соответственно по популярности способом оплаты.

По прогнозам Worldpay электронные платежные системы займут лидирующее положение на рынке электронной коммерции, увеличив долю с 21,7% в 2014 году до 27,6% в 2020-м [2], однако, одним из ключевых факторов развития такой тенденции будет не рост анонимных электронных платежных систем, построенных на криптовалютах и технологии блокчейн, и не благодаря отдельным ЭПС,

а благодаря платежным системам, которые выстраивают коммерческие банки.

Резвых Ю. Н. в рамках научного исследования провела социологическое исследование на следующий вопрос:

«Пользуются ли граждане России платежными системами для оплаты товаров/услуг в Интернете». Результат продемонстрирован на рисунке 2.



Рис. 1. Классификация электронных денег [7]

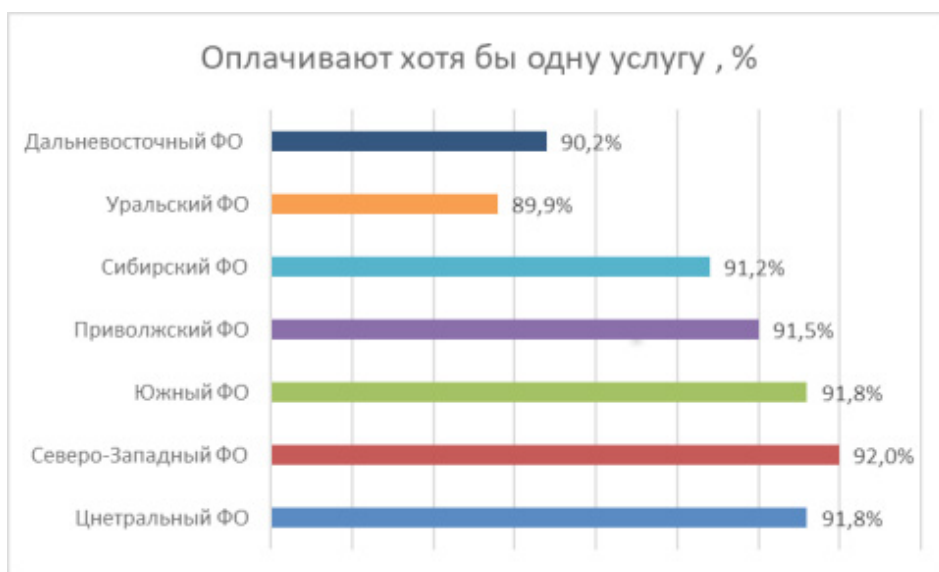


Рис. 2. Результаты социологического исследования на вопрос пользования электронными платежными системами при оплате покупок в Интернете [3]

Исходя из данных по рисунку 2, можно заключить следующее: для россиян покупки и совершение транзакций благодаря электронным платежным системам стало естественным процессом. Если ранее многие онлайн-покупки и электронная коммерция вызывали вопросы, то сегодня — это тренд, который влияет на изменение стратегий развития компаний крупного бизнеса в России.

Как минимум, необходимо обратить внимание на восходящую тенденцию объема рынка электронной коммерции (рисунок 3).

Учитывая текущие тенденции, необходимо отметить большую рыночную капитализацию сферы интернет-продаж, где объемы исчисляются в триллионы американских

долларов. Данный процесс логичен, поскольку все большее число предприятия выходя на сегменты рынка «B2C» и «B2B» используют различные маркетплейсы и торговые платформы, где выставляют на продажу свою готовую продукцию.

Все они поддерживаются благодаря функционированию электронных платежных систем, которые позволяют клиентам и компаниям приобретать следующие преимущества [3]:

- доступность;
- мобильность;
- безопасность;
- простота использования;
- оперативность.

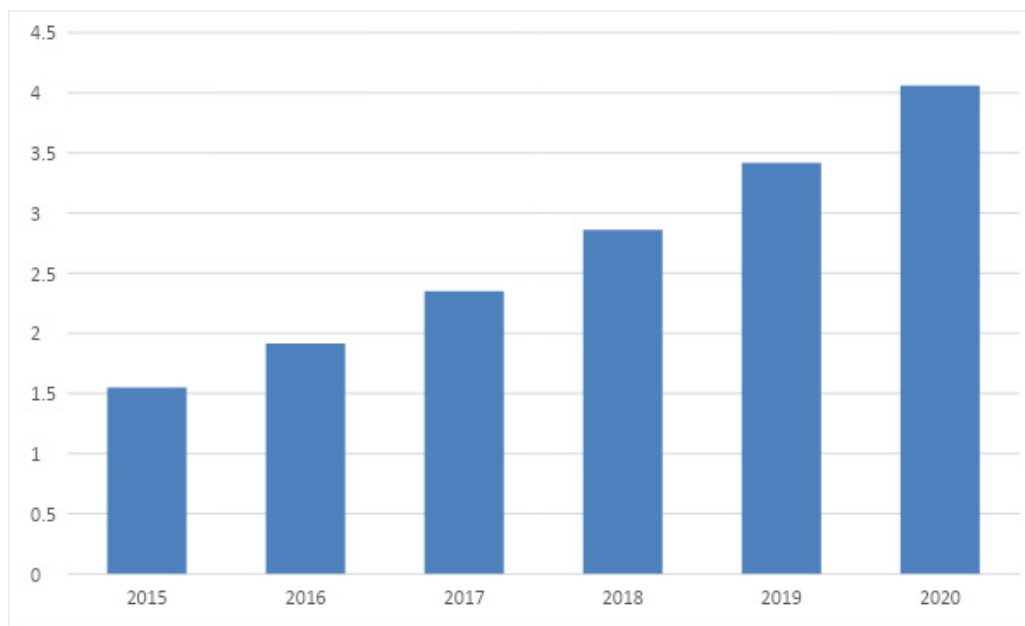


Рис. 3. Динамика объема мирового рынка онлайн продаж / электронной коммерции (E-commerce), трлн долларов США [4]

По данным и исследованиям консалтинговой компании «Boston Consulting Group» с 2010 по 2018 год число безналичных карточных транзакций в России выросло в 30 раз. При этом наша страна стала мировым лидером по числу защищенных токенизированных транзакций [5].

Однако, несмотря на столь положительные стороны применения электронных денег, они обладают рядом недостатков, создающих актуальные проблемы для корпораций [8]:

- отсутствуют устоявшие нормы правового государственного регулирования;
- отсутствие узнаваемости;
- высокий уровень риска хищения электронных денег при помощи новых методов и компьютерных технологий;
- необходимость в специальном оборудовании для хранения электронных денег и кошельков.

Также, необходимо выделить отдельную категорию проблем, с которыми сталкивается крупный бизнес в рамках возможностей использования криптовалюты, как популярной формы электронных денег [9]:

- вероятность снижения эмиссионного дохода и налогооблагаемой базы бюджета государства;
- вероятность использования криптовалюты в операциях теневого сектора экономики, включая отмывание незаконного дохода;
- угроза монополизации прав собственности отдельной группы криптовалют в руках определенных заинтересованных лиц (эта угроза выступает, по нашему мнению, ключевой проблемой выпуска криптовалюты, как цифрового актива и финансового инструмента);

- изменение роли резервных валют и пересмотр традиционной структуры международной платежной системы, что может привести к экономической нестабильности и финансовому кризису;
- частые случаи проявления технических угроз, возникающих в рамках вирусных атак и несанкционированного доступа к электронным кошелькам (данная угроза касается не только обращения криптовалюты, но и ее хранения, как средства накопления финансового капитала и ресурсов).

Таким образом, исходя из проведенного научного исследования можно сделать следующие выводы:

- роль электронных денег и платежных сетей в развитии крупного бизнеса крайне высокая, поскольку именно последние компании являются законодателями моды электронной коммерции, объемы которой растут. Для крупных предприятий электронные платежные системы становятся основным инструментом при проведении финансовых транзакций со своими покупателями;
- объем платежей при помощи электронных платежных систем будет возрастать, и в первую очередь, благодаря их совершенствованию со стороны финансового и банковского секторов, которые осознают, что платежи при помощи дебетовых и кредитных карт будут уходить на задний план;
- преимуществами электронных денег как средства платежа в финансовых отношениях корпораций являются доступность, мобильность, безопасность, простота использования и оперативность;
- недостатками электронных денег как средства платежа в финансовых отношениях корпораций высту-



пают отсутствие устоявшихся норм правового государственного регулирования, отсутствие узнаваемости, высокий уровень риска хищения электронных денег

при помощи новых методов и компьютерных технологий, необходимость в специальном оборудовании для хранения электронных денег.

Литература:

1. Бабаева О. Б. Электронные деньги и платежные системы // Economics. 2015. №3 (4).
2. Electronic money institutions and Non-MFIs issuing electronic money // European Central Bank. URL: <https://sdw.ecb.europa.eu/browseChart.do?dc> (дата обращения: 01.07.2020).
3. Резвых Ю. Н. Проблемы развития электронных платежных систем в Российской Федерации // Молодой ученый. — 2018. — № 21.
4. Интересные факты об Интернет-торговле в мире в 2018 году. URL: <https://lemarbet.com/razvitie-internet-magazina/interesnye-fakty-ob-internet-torgovle/> (дата обращения: 01.07.2020).
5. Электронные платежные системы в России. URL: [http://www.tadviser.ru/index.php/Статья: Электронные\\_платежные\\_системы\\_в\\_России](http://www.tadviser.ru/index.php/Статья: Электронные_платежные_системы_в_России) (дата обращения: 01.07.2020).
6. Белоусова М. Ю. Электронные деньги: секрет популярности и перспективы развития // Экономическая наука сегодня: теория и практика: материалы VIII Междунар. науч. — практ. конф., 2017. — С. 10–12.
7. Гаврилова Э. Н. Электронные деньги: сущность, функции и роль в экономике // УЭПС. 2016. № 3.
8. Парасоцкая Н. Н., Архипова М. А. Электронные деньги: проблемы и перспективы // Бухгалтерский учет в бюджетных и некоммерческих организациях. 2014. № 14.
9. Красильников О. Ю. Преимущества и недостатки развития криптовалют // Изв. Саратов. ун-та Нов. сер. Сер. Экономика. Управление. Право. 2018. № 3.

## Кадровый менеджмент. Проблемы обучения торгового персонала

Судьин Сергей Александрович, доктор социологических наук, профессор;

Прокопович Максим Станиславович, студент

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (г. Москва)

*В статье авторы рассматривают такой сложный социальный процесс как обучение персонала, выделяя основные проблемы, возникающие в ходе него. Особое внимание уделяется проблемам обучения торгового персонала крупной сети продовольственных магазинов в России.*

**Ключевые слова:** обучение персонала, проблемы обучения персонала, кадровый менеджмент, обучение торгового персонала.

Концепция современного менеджмента подразумевает под собой не просто удовлетворение ключевых потребностей клиентов, потребителей и покупателей, а более качественное, лучшее удовлетворение этих же потребностей по сравнению с организациями — конкурентами. Качественное производство товара или продукта, предоставление услуги зависит не только от эффективной маркетинговой, производственной, рекламной, учетной деятельности самой организации, но и от процесса управления персоналом. Суть эффективной управленческой деятельности заключается в обеспечении рационального использования человеческого капитала организации, с его постоянным наращиванием. Таким образом, в настоящий момент времени обучение персонала представляет собой один из факторов повышения конкурентоспособности организации, подразумевающий под собой зависимость производства от качества рабочей силы, формы ее преимущественного использования.

Актуальность обучения и развития персонала заключается в том, что с развитием новых рынков сбыта продуктов, товаров и услуг каждые пять лет удваивается количество имеющейся информации. Следовательно, организация, которая в начале своего пути определила раз и навсегда политику своих действий, не в силах достичь успеха, эффективно развиваться и быть конкурентоспособной на рынке. Тоже самое происходит и с сотрудником организации: невозможно на протяжении всего своего рабочего пути, на протяжении всей своей карьерной лестнице пользоваться лишь одним набором знаний, умений и компетенций, полученных в университете или другом образовательном учреждении. Информация устаревает, устаревают ежесекундно, и если организация желает быть эффективной и увеличивать доходность от положения на рынке, ей необходимо обучать персонал организации.

Итак, обучение персонала представляет собой целенаправленный процесс, заключающийся в организованном,

планомерном и систематическом овладении знаний, умений и компетенций [1].

Как и в ходе любого другого социально — экономического процесса, в ходе обучения персонала организации могут возникнуть проблемы [5]. Обучение персоналом представляет собой сложный процесс, включающий множество элементов, при неправильно «подобранном» хоть одном элементе рушится вся система [3]. Для этого необходимо быть осведомленным в области проблем в процессе образования с целью минимизации их возникновения в своей практике.

К наиболее часто встречающимся проблемам в области кадрового менеджмента в рамках обучения персонала следует отнести:

Проблема № 1 — Недостаточная мотивация сотрудников к процессу обучения [3].

Обучение персонала — процесс важный, но неэффективный в случае незаинтересованности самим обучаемым в нем. Чаще всего, мотивация к обучению отсутствует у работников, имеющих низкую заработную плату. И это неудивительно, ведь даже вспомнив пирамиду Маслоу, можно сказать, что пока не будут удовлетворены базовые потребности работника, он не сможет и даже не захочет удовлетворять потребности высшего ранга [3].

Проблема № 2 — Обучение не тех, не тому и не так [5].

С давних времен известна базовая формула успеха процесса обучения: нужные знания у нужных людей в нужный момент времени. Если обучаются не те сотрудники, например, незаинтересованные или те, которые вовсе не имеют отношение к поставленной задаче/цели/проблеме — обучение напрасно, а все ресурсы потрачены неэффективно.

Проблема № 3 — Неправильная организация процесса обучения [5].

Персонал организации — не роботы, это, прежде всего, люди со своими потребностями, желаниями и возможностями. Выбрав обучение в вечернее время в другом конце города от их дома или от офиса, можно натолкнуться на возмущение сотрудника, на его негативный настрой к обучению, на отсутствие мотивации. Это не значит, что весь процесс обучения должен быть построен в связи с пожеланиями обучаемого, но это говорит о том, что нужно находить компромисс с работником, слышать его. Обучение эффективно только тогда, когда заинтересован работник в получении именно тех данных, именно в то время, именно в том месте.

Иногда в HR — практике встречается обучение сотрудников в выходные дни, что не просто не дает обучающемуся вникнуть в процесс обучения, овладения новыми знаниями и так далее, но еще больше «загоняет» работника в рутину, что не просто снижает эффект обучения, а полностью его ликвидирует.

Проблема № 4 — Предоставление возможности прохождения обучения сотрудникам, имеющим значительный опыт работы [5].

Многие молодые сотрудники сталкиваются с тем, что их не отправляют на обучение, хотя они представляют собой категорию работников, особо нуждающихся в обучении. Как правило, молодые специалисты — это вчерашние выпускники университетов, академий, колледжей и других учебных заведений, имеющих только теоретическую базу для выполнения возложенного на них функционала. Молодым сотрудникам крайне не хватает практики и практического обучения.

Отсутствие возможности прохождения обучения молодыми специалистами может повлечь за собой потерю уверенности в себе у сотрудника, мысли о том, что он не справится с текущими трудовыми обязанностями, возможно, появятся мысли о поиске новой работы. Однако стоит упомянуть тот факт, что молодые сотрудники — это наиболее гибкая категория сотрудников, которые впитывают все «как губки» [5]. Зачастую именно молодые сотрудники являются генераторами новых креативных идей, поэтому крайне важно предоставить им возможность развиваться.

Проблема № 5 — Неправильное проведение оценки результатов обучения [5].

При субъективном подходе к оценке результатов обучения сотрудника организации искажается вся картина: никакие чувства, мысли и эмоции оценивающего не должны влиять на сам процесс. Так же ошибкой при оценке результатов является отсутствие критериев оценивания результатов обучения: велика вероятность получения несправедливой оценки.

Проблема № 6 — Обучение устаревшим знаниям, умениям и навыкам [5].

В современном мире крайне важно уметь смотреть в будущее: знания, которые были актуальны вчера, уже могут и не быть актуальными завтра. Именно поэтому, чтобы быть конкурентоспособными, руководству организации нужно постоянно анализировать потребности рынка, строить прогнозы его развития, в соответствии с этим уже обучать сотрудников.

Проблема № 8 — Неподготовленность сотрудников к обучению [5].

Иногда сотрудников начинают обучать таким новинкам или техникам, которые ему непонятны, у обучаемого не хватает базы и опыта для его применения. Следовательно, руководству компании важно не просто анализировать рынок и следить за актуальными новинками в сфере деятельности компании, но и анализировать способности сотрудника, степень развития его человеческого капитала в настоящий момент. Например, если в компании документооборот все время осуществляется рукописным образом, то обучения сотрудника наиболее сложным системам электронного документооборота представляет собой весьма большую проблему. У сотрудника нет базы для ведения электронного документооборота вообще, а обучение самым сложным программам окажется просто бессмысленным.

Обратим внимание на акционерное общество «Тандер», образованное в 1997 году и представляющее собой сеть продовольственных магазинов «Магнит» по всей России.

Система обучения сотрудников исследуемого предприятия направлена на получение и усвоение сотрудниками необходимых профессиональных знаний и умений с целью предоставления клиентам магазина качественных продовольственных услуг. Обучение в каждом, отдельно взятом продовольственном магазине происходит в соответствии с системой обучения всей сети АО «Магнит», поэтому мероприятия по овладению профессиональными компетенциями одинаковые по всей России.

Обучение персонала в АО «Магнит» происходит по нескольким направлениям. Рассмотрим их более подробно:

1. Развитие лидерских навыков членов кадрового резерва [6]. Обучение в рамках подготовки членов кадрового резерва происходит с целью обучения и подготовки управляющего состава необходимым знаниям, умениям и компетенциям. В 2018 году начала свою реализацию программа обучения руководителей и специалистов «Магнит Бизнес Академия».

Каждая из программ обучения носит краткосрочный характер и длится не более трех месяцев, а также включает в себя предтренинговую подготовку, индивидуальный очный интенсив и послетренинговую поддержку.

За 2018 год в рамках данной программы обучение прошли 35 190 сотрудников всей сети, вследствие чего в 2019 году готовым к назначению на руководящие позиции кадровый резерв составил 2 179 сотрудников [6].

При этом, рассматривая вопрос обучения сотрудников, принадлежащих к кадровому резерву АО «Магнит», стоит отметить тот факт, что обучение происходит исключительно по направлению овладения управленческими компетенциями, не затрагивая другие направления.

2. Программа наставничества в магазинах «Магнит». Наставничество применяется ко всем должностям, кроме высшего руководства.

Наставничество является добровольным методом обучения, то есть наставники сами изъявляют желание участвовать в адаптации новых сотрудников, следовательно, можно сделать вывод о том, что о материальном стимулировании самих наставников речи и не идет.

3. Профильное обучение сотрудников, повышение квалификации. Данное направление обучения сотрудников исследуемой организации проходит в учебных центрах, высших учебных заведениях и колледжах по желанию и потребности самой организации, соответственно, все расходы

берет на себя именно компания [6]. По окончании обучения сотрудники проходят оценку полученных и усвоенных знаний, умений и получают подтверждающий документ.

4. Подготовка будущих сотрудников магазина в рамках прохождения практик и стажировок. Руководство сети магазинов крайне заинтересовано в привлечении молодых сотрудников.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что в исследуемой сети магазинов существует достаточно широкая система обучения персонала, которая как не лишена своих преимуществ, так и недостатков.

Для проведения оценки системы обучения сотрудников был проведен SWOT — анализ системы обучения, в ходе которого были выявлены следующие слабые стороны системы обучения персонала исследуемой сети магазинов:

1. Наставничество не стимулируется компанией,
2. Оценка результатов процедуры наставничества никак не регламентируется, а критерии — не определены.
3. Программа развития членов кадрового резерва направлена лишь на развитие лидерских качеств и умений.

В свою очередь, слабые стороны системы могут минимизировать эффективность управления рисками компании, к которым следует отнести:

1. Снижение или вовсе потеря мотивации к качественной и эффективной передаче знаний, опыта и умений во время наставничества.
2. Нацеленность обучения членов кадрового резерва только лидерским компетенциям грозит компании потери других важных навыков и умений руководящего персонала.

Исходя из данных проведенного SWOT — анализа, можно сделать вывод о том, что ключевыми проблемами системы обучения исследуемой организации является:

Проблема № 1 — Отсутствие системы мотивации наставников компании.

Проблема № 2 — Направленность обучения и развития в рамках кадрового резерва лишь лидерским компетенциям.

Проблема № 3 — Отсутствие четких критериев оценки результатов обучения персонала с помощью метода наставничества, ведущего к невозможности понимания эффективности данного метода в компании.

Существующие проблемы в области обучения персонала компании АО «Тандер» могут негативным образом сказываться не только на человеческом капитале компании, но и на финансовых итогах деятельности компании. Следовательно, необходимо решить существующие проблемы с целью оптимизации не только системы обучения персонала, но и оптимизации деятельности всей сети магазинов.

#### Литература:

1. Джуэлл Л. Индустриально-организационная психология. — СПб.: Питер, 2015. — 720 с.
2. Смагина М. В. Методы активного социально-психологического обучения. — Ставрополь: СГПИ, 2015. — 92 с.
3. Обзор ошибок корпоративного обучения URL: <https://hr-portal.ru/article/obzor-oshibok-korporativnogo-obucheniya> (дата обращения: 02.07.2020).

4. Обучение сотрудников компании: примеры и типичные ошибки URL: <https://practicum-group.com/blogs/obuchenie-sotrudnikov-kompanii/> (дата обращения: 02.07.2020).
5. Ошибки при обучении персонала URL: <https://profil.ru/info/article.php?arhive=696> (дата обращения: 02.07.2020).
6. Корпоративный отчет АО «Магнит» за 2018 год. URL: <https://ar2018.magnit.com/ru> (дата обращения: 02.07.2020).

## Изменения в бухгалтерском учете арендных отношений в соответствии с ФСБУ 25/2018 «Бухгалтерский учет аренды»

Уруджанова Данара Нарановна, студент магистратуры  
Санкт-Петербургский государственный экономический университет

*Научная статья посвящена исследованию основных изменений, которые произошли в бухгалтерском учете арендных отношений предприятий в соответствии с принятием ФСБУ 25/2018 «Бухгалтерский учет аренды». Актуальность проблематики обусловлена недавними изменениями, произведенными в рамках бухгалтерского учета аренды и тем, что арендные отношения становятся одним из главных направлений деятельности отечественных организаций, поскольку последние все чаще обновляют свои основные фонды. В рамках статьи рассмотрена задача принятия ФСБУ 25/2018 «Бухгалтерский учет аренды», перечислены основные изменения в бухгалтерском учете арендных отношений, связанных с его принятием. Проанализированы различия ФСБУ 25/2018 в сравнении с международными стандартами финансовой отчетности.*

**Ключевые слова:** бухгалтерский учет, арендные отношения, ФСБУ 25/2018, бухгалтерский учет аренды, аренда, лизинг, МСФО.

## Changes in accounting for rent relations in accordance with FSBU 25/2018 “Accounting for rent”

*A scientific article is devoted to the study of the main changes that have occurred in the accounting of lease relations of enterprises in accordance with the adoption of the Federal Accounting Standards 25/2018 “Lease Accounting”. The relevance of the problem is due to recent changes made in the framework of lease accounting and the fact that lease relations are becoming one of the main activities of domestic organizations, as the latter are increasingly updating their fixed assets. As part of the article, the task of adopting FSBU 25/2018 “Lease Accounting” was considered. The main changes in the accounting of rental relations related to its adoption are listed. The differences of FSBU 25/2018 in comparison with international financial reporting standards are analyzed.*

**Key words:** accounting, rental relationships, FSBU 25/2018, lease accounting, rent, leasing, IFRS.

С 2019 года на территории Российской Федерации действует Приказ Минфина России от 16.10.2018 № 208 «Об утверждении Федерального стандарта бухгалтерского учета ФСБУ 25/2018 «Бухгалтерский учет аренды». Стандарт разработан на основе МСФО (IFRS) 16 «Аренда». Именно к нему следует обращаться как к вспомогательному при определении учетной политики по учету аренды [2].

Целью научной статьи выступает исследование основных изменений, которые произошли в бухгалтерском учете арендных отношений предприятий в соответствии с принятием ФСБУ 25/2018 «Бухгалтерский учет аренды».

Актуальность исследования на проблематику «изменения в бухгалтерском учете арендных отношений в соответствии с ФСБУ 25/2018» обусловлена следующими факторами:

— изменения, произведенные в рамках бухгалтерского учета аренды, вступили в силу не так давно и имеют воз-

действие на хозяйственную деятельность всех предприятий;

— арендные отношения становятся одним из главных направлений деятельности отечественных организаций, поскольку последние все чаще обновляют свои основные фонды благодаря приобретению техники, оборудования и транспорта через лизинг.

Если анализировать развитие рынка лизинга на территории России, то стоит отметить, что еще в 2015 году объем нового бизнеса за счет лизинговых операций составлял 545 млрд рублей, а в 2019 году — 1,5 трлн рублей. Это на 15% больше, чем по итогам 2018 года [1].

Принятие ФСБУ 25/2018 «Бухгалтерский учет аренды» преследует задачу создать единые стандарты, которые помогут максимальным образом решить актуальные проблемы бухгалтерского учета аренды. В частности, это позволит более четко отражать арендные отношения пред-



приятый в их бухгалтерской отчетности. Будут отображены средства, которые не используются организацией и предоставляются на арендной основе другим лицам. Это позволит объективно оценивать реальное состояние имущества предприятия.

Благодаря принятию ФСБУ 25/2018 «Бухгалтерский учет аренды» были произведены следующие изменения [5; 6]:

- классификация договоров происходит не по юридическому названию или форме, а по их содержанию, из-за чего договора без названия «аренда» или «лизинг» также могут быть учтены в бухгалтерском учете арендных отношений;
- исключено понятие «имущество», вместо которого введено новое понятие «объект учета аренды»;
- введено понятие «право пользования активом», которое оценивается исходя из всех фактических затрат и амортизируется.
- арендатор ведет единый бухгалтерский учет аренды, не разделяя ее на финансовую и операционную;
- отсутствуют послабления для арендатора, если арендный договор содержит аренду или право с последующим выкупом;
- арендатор при краткосрочной аренде или аренде малозначительных объектов может применять упрощенный порядок учета;
- арендодатель должен разделять бухгалтерский учет аренды на финансовую и операционную;
- для учета финансовой аренды вводится новый вид активов — «инвестиции в аренду».

Также, помимо вышеперечисленных изменений, ФСБУ 25/2018 имеет следующие различия в сравнении с между-

народными стандартами финансовой отчетности, который, по нашему мнению, характеризуют его уникальность [3; 4]:

- учет объекта аренды не зависит от других лиц, поскольку каждая сторона арендных отношений введет свою отдельную учетную политику;
- уделено внимание вопросу лизинга, когда он имеет различия в сравнении с договором финансовой аренды; в рамках МСФО (IFRS) 16 вопрос лизинга не упоминается;
- согласно ФСБУ 25/2018 не указана информация о том, что стороны арендных отношений освобождены от раскрытия информации о справедливой стоимости объектов аренды;
- отсутствует отражение важных вопросов, среди которых модификация арендного договора, переоценка обязательств по аренде и прекращение признания объектов в учете аренды.

Также, стоит заметить то, что данный стандарт ведения бухгалтерского учета арендных отношений обязательный для применения предприятиями с 2022 года. На данный момент переход к нему добровольный, однако уже значительное число арендаторов и арендодателей перешли на ФСБУ 25/2018.

Таким образом, подводя итоги научного исследования, можно прийти к заключению о том, что задачей принятия ФСБУ 25/2018 является совершенствование бухгалтерского учета арендных отношений российскими предприятиями. В частности, приняты изменения, благодаря которым единая учетная политика обязана стать более упрощенной и эффективной, как для арендаторов, так и для арендодателей.

#### Литература:

1. Прогноз лизингового рынка на 2020 года: обнуление роста // Сайт агентства «Эксперт РА». URL: <https://raexpert.ru/researches/leasing/2019> (дата обращения: 01.07.2020).
2. Приказ Минфина России от 16.10.2018 N 208н «Об утверждении Федерального стандарта бухгалтерского учета ФСБУ 25/2018 «Бухгалтерский учет аренды». URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_314504/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_314504/) (дата обращения: 27.06.2020).
3. Пышкова Т. К., Нефедова С. В. Новый ФСБУ 25/2018 «Бухгалтерский учет аренды» // Студенческий: электрон. научн. журн. 2019. № 23 (67). URL: <https://sibac.info/journal/student/67/147922> (дата обращения: 27.06.2020).
4. Плотников В. С., Плотникова О. В. ФСБУ 25/2018 «Бухгалтерский учет аренды» и МСФО (IFRS) 16 «Аренда»: сравнительный анализ основных положений // Учет. Анализ. Аудит. 2019. № 6. С. 42–51.
5. Падагова С. Ю. Новый федеральный стандарт «учет аренды» и его влияния на бухгалтерский учет арендных отношений // Международный научно-исследовательский журнал. 2018. № 3 (69). С. 149–152.
6. Алексеева Г. И. Новые правила бухгалтерского учета арендных отношений // Бухгалтерский учет в бюджетных и некоммерческих организациях. 2020. № 7 (487). С. 9–27.



## Оценка кадровых процессов в ООО «Морис»

Цуркан Мария Николаевна, студент;

Сидоренко Кристина Константиновна, студент

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса

В данной статье говорится об оценке кадровых процессов в ООО «Морис». Проблема данной темы заключается в нехватке кадров. В результате было выявлена степень эффективности системы управления персоналом.

**Ключевые слова:** кадровый потенциал, персонал, кадровый процесс, коэффициент текучести кадров.

Актуальность проведения оценки кадровых процессов в коммерческой организации обусловлена желанием повысить эффективность в сфере управления персоналом. На данный момент — это процесс является одним из фундаментальных факторов, влияющих на конкурентоспособность любой современной компании. По этой причине следует не только осуществлять систематический контроль деятельности в управлении персоналом, но и совершенствовать ее. Оценка кадровых процессов можно определить, как комплекс процедур, направленных на выявление степени эффективности существующей системы управления персоналом, а также соотношение кадрового потенциала целям и стратегии компании [1], [2]. Благодаря кадровому аудиту у организации появляется значительная возможность развивать свои конкурентные преимущества и организационную культуру, а также поддерживать высокую мотивацию персонала [3], [4].

Цель написания работы состоит в том, чтобы повысить эффективность в сфере управления персоналом.

В работе были использованы теоретические и эмпирические методы исследования такие как, наблюдение, анализ структуры и динамики предприятия.

Объектом исследования является ООО «Морис». Компания была основана в 2006 году генеральным директором — Лысыковым Михаилом Максимовичем, и уже на протяжении 13 лет успешно развивается на рынке труда.

Компания ООО «Морис» занимается прямой розничной и оптовой торговлей мебели, осветительными приборами и прочими бытовыми изделиями в специализированных магазинах по Дальнему Востоку России: Приморскому краю, Хабаровскому краю, Еврейской Автономной области.

Для того, чтобы проанализировать кадровый состав ООО «Морис» и оценить кадровую ситуацию в целом необходимо ознакомиться с документами и материалами, среди которых особенно информативными стали личные дела работников и статистика компании. Говоря о коллективе, работающем в магазине, можно сказать, что на данный момент состоит он из 67 человек, включая руководителя. Характеристика персонала по полу представлена в таблице 1.

Таблица 1. Структура персонала ООО «Морис» по полу

Пол	СЧ			Удельный вес, %			Темп роста, %	
	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.	19/17	19/18
Женщины	35	37	39	61,4	60,7	58,2	105,7	105,4
Мужчины	22	24	28	38,6	39,3	41,8	109,0	116,6
Всего	57	61	67	100	100	100	107,0	109,8

Таким образом, проведя анализ структуры персонала по полу, можно заметить, что, независимо от специфики деятельности предприятия, в структуре персонала пре-

обладают женщины. На протяжении анализируемого периода увеличилось количество как мужчин, так и женщин.

Рассмотрим данную структуру на рисунке 1.

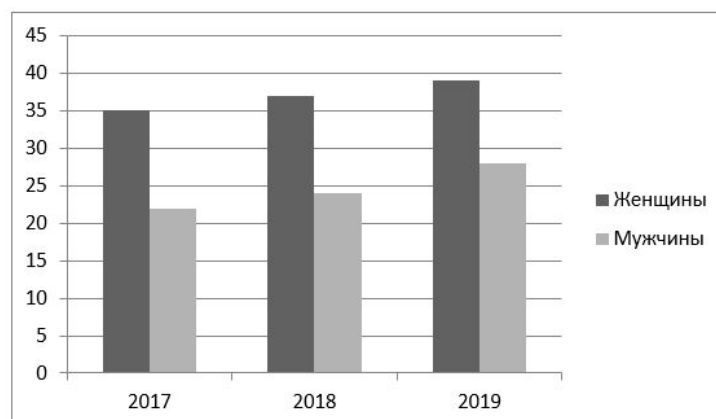


Рис. 1. Динамика состава персонала ООО «Морис» по полу

Далее представлена структура персонала в ООО «Морис» (Таблица 2).

Таблица 2. Структура персонала ООО «Морис»

Категории персонала	Год			Отклонения	
	2017	2018	2019	2019/2017 (+, -)	2019/2017 (%)
Персонал, всего в том числе:	57	61	67	+10	17,5
1. Руководители	10	10	11	+1	10,0
2. Специалисты	19	20	22	+3	15,8
3. Рабочие	28	31	34	+6	21,4

В данной таблице рабочими являются сотрудники, специализирующиеся на выпуске товара или на обслуживании производства (продавцы, грузчики, сборщики), а специалистами — работники, разрабатывающие на основе имеющейся у них информации варианты решения отдельных конкретных, как правило функциональных, вопросов производственного или управленческого характера [5], [6].

Представим данные результаты в виде рисунка 2.

Из расчетов, представленных в таблице 2, можно заметить, что численность руководителей за весь исследуемый период увеличилась на 1 человека. Численность специалистов в 2018 году увеличилась на 1 человека, а в 2019 на 2 сотрудника, численность рабочих за 2018 год выросла на 3 человека и в таком же соотношении в 2019 году. Увеличение доли персонала объясняется ростом объемов продаж и открытием новых филиалов.

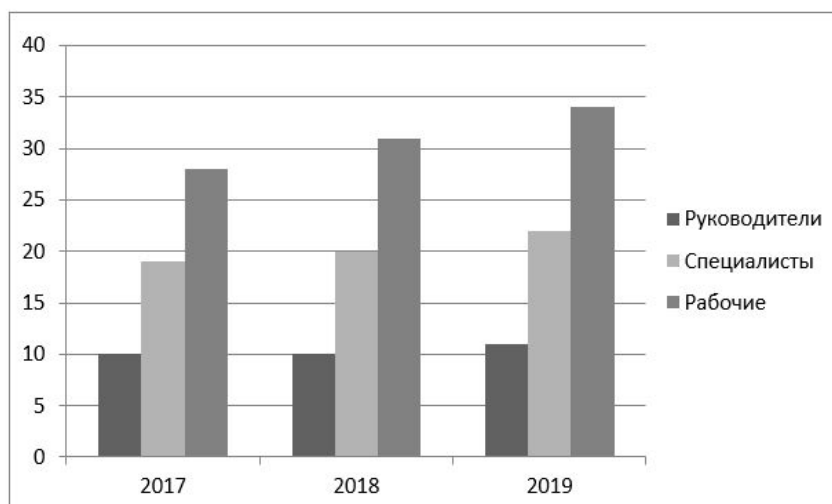


Рис. 2. Структура персонала ООО «Морис»

Далее в таблице 3 будут рассмотрен состав персонала ООО «Морис» по образованию.

Таблица 3. Состав персонала ООО «Морис» по образованию

Показатель	ССЧ			Удельный вес, %			Темп роста, %	
	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.	18/17	19/18
По образованию:								
общее образование	2	2	1	3,5	3,3	1,5	100,0	50,0
высшее	38	41	44	66,7	67,2	65,7	107,9	107,3
незаконченное высшее	11	13	13	19,3	21,3	19,4	118,2	100,0
среднее профессиональное	6	5	9	10,5	8,2	13,4	83,3	180

Данные таблицы 3 показывают, что большинство рабочих имеют высшее образование, что хорошо отражается на репутации компании. Также за исследуемый период увеличилось число работников средним про-

фессиональным образованием. Это объясняется тем, что за последние годы выросла численность производственных работников.

Выразим данную динамику в виде рисунка 3.

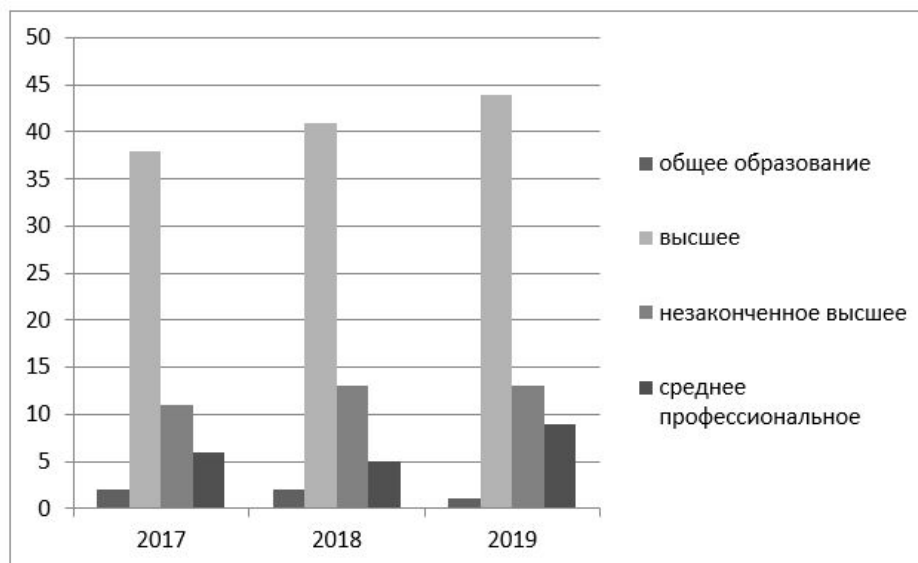


Рис. 3. Динамика состава персонала ООО «Морис» по образованию

Проводя анализ кадрового потенциала, следует также учитывать показатели по трудовому стажу работы (таблица 4).

Таблица 4. Состав персонала ООО «Морис» по трудовому стажу за 2017–2019 годы

Показатель	ССЧ			Удельный вес, %			Темп роста, %	
	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.	18/17	19/18
По трудовому стажу, лет:								
до 5 лет	16	19	20	28,1	31,2	29,8	118,7	105,3
6–10 лет	29	32	35	50,9	52,4	52,3	110,3	109,4
11–15 лет	12	10	12	21,0	16,4	17,9	83,3	120
Всего:	57	61	67	100,0	100,0	100,0	107,0	109,8

Образовательный уровень 2019 года выше 2018 и 2017 годов. Все это положительно характеризует как престиж предприятия, так и его работу по подбору кадров.

Доля сотрудников со стажем более 10 лет осталась на неизменном уровне.

Представим данные результаты в виде рисунка 4.

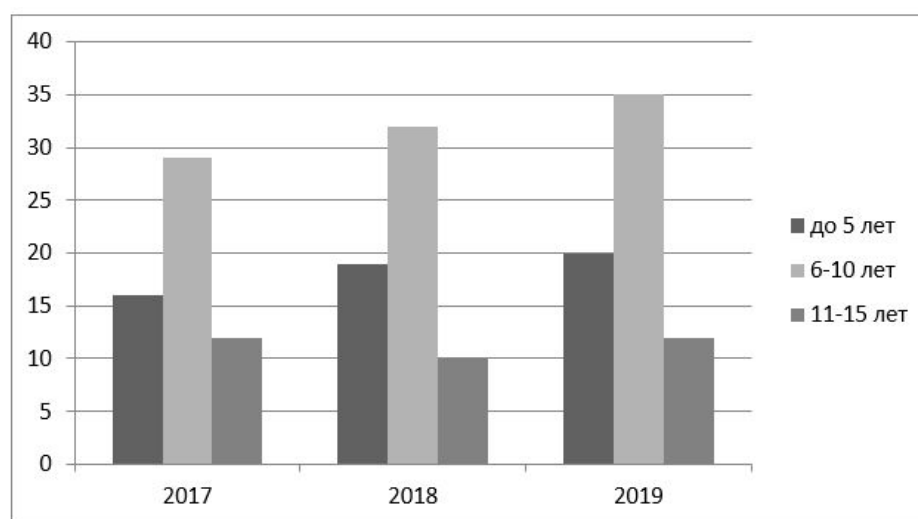


Рис. 4. Динамика состава персонала ООО «Морис» по трудовому стажу

Далее проанализируем показатели движения персонала ООО «Морис». Результаты сведены в таблицу 5.

Таблица 5. Показатели движения персонала ООО «Морис» за 2017–2019 годы

Показатель	2017 год	2018 год	2019 год
Численность на начало года	54	59	66
Приняты на работу	8	10	12
Выбыли	5	8	8
В том числе: по собственному желанию	4	4	5
уволены за нарушение трудовой дисциплины	1	4	3
численность персонала на конец года	57	61	67
среднесписочная численность персонала	55	60	65
Коэффициент оборота по приему работников	0,145	0,166	0,184
Коэффициент оборота по выбытию работников	0,090	0,133	0,123
Коэффициент текучести кадров	0,090	0,133	0,123
Коэффициент постоянства кадров	0,854	0,750	0,753

Таким образом, наблюдается рост коэффициента оборота по приему персонала. Коэффициент выбытия 2019 г. сократился на 0,010 по сравнению с 2018 г., что свидетельствует об уменьшении оттока персонала из ООО «Морис». Коэффициент постоянства несколько увеличился в 2019 г., что свидетельствует о росте постоянства персонала ООО «Морис». Коэффициент текучести кадров в 2019 г. по сравнению с 2018 г. уменьшился на 0,010, что положительно сказывается на качестве услуг ООО «Морис».

На сегодняшний день одной из актуальных проблем является проведение оценки кадровых процессов в коммерческой организации обусловленная желанием повысить эффективность в сфере управления персоналом. На данный момент — это процесс является одним из фундаментальных факторов, влияющих на конкурентоспособность любой современной компании. По этой причине следует не только осуществлять систематический контроль деятельности в управлении персоналом, но и совершенствовать ее. Исследование, проведенное в ООО «Морис», показало, что наличие высшего образования у большинства рабочих положительно отражается на репутации

компании. Так же за исследуемый период рост численности работников со средним профессиональным образованием это объясняется тем, что в компании ООО «Морис» произошел рост численности производственных работников. Оценку кадровых процессов можно определить, как комплекс процедур, направленных на выявление степени эффективности существующей системы управления персоналом, а также соотношение кадрового потенциала целям и стратегии компании [3]. Благодаря кадровому аудиту у организации появляется значительная возможность развивать свои конкурентные преимущества и организационную культуру, а также поддерживать высокую мотивацию персонала. Изучив показатели движения персонала ООО «Морис» наблюдается рост коэффициента оборота по приему персонала, коэффициент текучести кадров уменьшился, что положительно сказывается на качестве услуг.

Таким образом, можно констатировать, что ООО «Морис» в целом обеспечен квалифицированным персоналом, и в маловероятной степени в ближайшее время будет испытывать нехватку кадров.

Литература:

1. Кравченко А. Е. Значение анализа кадровых показателей и процессов в коммерческой организации/ А. Е. Кравченко, Е. Р. Старков.// Молодой ученый. — 2017. — №4 (138). — С. 479–481.
2. На какие категории делится персонал. — Текст: электронный // Ассистенус: [сайт]. — URL: <https://assistentus.ru/sotrudniki/kategorii/> (дата обращения: 25.06.2020).
3. Духонина Л. С., Лысенко Е. Н., Назаренко М. О. Основные принципы социального партнерства в сфере труда и доведение к нему со стороны работающей молодежи // Международный журнал экспериментального образования. 2013. № 4. С. 174–175.
4. Кадры управления. Направления кадровой политики, подготовка, аттестация, оценка. — Текст: электронный [сайт]. — URL: // <https://lektsii.org/6-10025.html>.
5. Управление персоналом. — Текст: электронный // [сайт]. — URL: <https://pandia.ru/text/78/175/15315.php>.
6. Эффективность системы оценки персонала. — Текст: электронный [сайт]. — URL: <https://hr-portal.ru/article/effektivnost-sistemy-ocenki-personala>.

## МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА И PR

### Особенности организации рекламной деятельности букмекерских компаний России в спортивных онлайн-медиа

Нагиев Игорь Джавидович, студент магистратуры

Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова (г. Москва)

*В статье рассматриваются особенности рекламного взаимодействия между букмекерской компанией и спортивным онлайн-изданием. Приводятся примеры распространенных на рынке рекламных активностей, анализируются функции спортивных СМИ при активации рекламных кампаний. Актуальность данной тематики обусловлена ростом букмекерского рынка России и предстоящими спортивными событиями на территории РФ, в частности футбольного Чемпионата Европы 2020 года в Санкт-Петербурге.*

**Ключевые слова:** букмекерская компания, спортивные онлайн-медиа, рекламная кампания, спонсорство.

Экономическая деятельность букмекерских компаний на территории Российской Федерации разрешена, однако строго регламентирована законодательством. Для организации букмекерской деятельности компания должна пройти обязательную процедуру лицензирования. Согласно реестру лицензий Федеральной Налоговой Службы, всего в России лицензию получили 32 букмекерских организаций [5].

Маркетинговые активности букмекеров также имеет значительные ограничения. В Федеральном законе «О рекламе» существует отдельная статья, регулирующая рекламную деятельность игр, основанных на риске и пари. Так, согласно пункту 2.2 Статьи 27 ФЗ «О рекламе», реклама букмекерских компаний допускается лишь на сайтах, «зарегистрированных в качестве сетевых изданий, специализирующихся на материалах и сообщениях физкультурно-спортивного характера» [1].

В среднем, на сегмент интернет-рекламы российской букмекерской компании выделяется около 40%–50% от общего маркетингового плана. Согласно исследованию сайта «Рейтинг Букмекеров», больше половины от этого бюджета приходятся на спортивные сайты.

Возможности digital позволяют применять креативный подход в бренд-коммуникациях сразу в нескольких направлениях, решая маркетинговые, а не только коммуникационные задачи брендов. Наиболее успешные бренды именно так и поступают, формируя собственные digital-системы и активируя сторонние площадки в зависимости от маркетинговых целей и задач бренда.

Одним из преимуществ рекламы в интернете для букмекеров – возможность оперировать реальными показателями цены за привлечение одного клиента. Именно поэтому, при заключении договора на осуществление рекламных активностей между спортивным онлайн-медиа и букмекером,

а также при подготовке отчетных документов, обязательными являются подсчеты таких показателей, как показы рекламного объявления, клики по объявлению, количество регистраций, идентификаций и депозитов.

Ключевым же показателем, от которого зависит оценка эффективности рекламных кампаний букмекера на площадке, является стоимость одного депозитора (пользователя, который внес деньги на свой личный счет в конторе). При этом спортивные медиа стараются не заключать договорные обязательства по этому показателю, так как зачастую полностью обеспечить его не могут (во-многом, этот показатель зависит от предложения, которое продвигает букмекер в рекламе).

Рекламный инвентарь крупных российских спортивных онлайн-изданий («Чемпионат.ком», «Спортс.ру», «Спорт-Экспресс» и «Советский Спорт») практически идентичен и ни один из них не представляет собой исключительности. В такой инвентарь, как правило, входят:

— Классическая медийная реклама. Представляет собой баннерное размещение на сайте. Самые популярные виды медийной рекламы у букмекеров — брендинг сайта, нативный баннер в мобильной версии сайта, «баннер-фуллскрин».

— Интеграция коэффициентов букмекера. Как правило, интегрирование коэффициентов происходит на отдельном «матч-центре» сайта — странице, на которой размещается список предстоящих спортивных событий, обновляемой в течение реального времени.

— Рекламные публикации. Контентный формат, который предполагает интеграцию рекламного предложения в новости и материалы сайта. Это может быть, как отдельный материал, так и интеграция в уже существующий.

— Спецпроекты. Самый дорогой, но при этом наиболее эффективный формат, предполагающий усложненную



механику интеграции. Среди распространенных механик — игры, конкурсы, спортивные викторины.

Спортивные онлайн-издания стараются заключать договора оказания рекламных услуг на длительный срок. Такой подход позволяет стратегически спланировать собственную финансовую деятельность. Самыми распространенным вариантом на рынке является заключение договора на шесть месяцев. При этом, нередко, букмекеры и спортивные медиа заключают соглашения на срок в три месяца, один год, или на один спортивный сезон.

Процесс обеспечения рекламных обязательств включает в себя мониторинг результатов и эффективности рекламной кампании, оптимизацию форматов и перераспределение рекламных позиций, регулярное обновление рекламных материалов, проведение различных экспериментов.

Реклама букмекерских услуг имеет ситуативный характер и неразрывно связана со спортивными событиями.

Поэтому активность не прекращается и даже усиливается в выходные и праздничные дни, что накладывает определенные трудности на трудовые ресурсы спортивных медиа.

Помимо прямого канала продаж, реклама на спортивном сайте обеспечивает для букмекера дополнительный PR и подразумевает активацию спонсорства.

Спортивные медиа оказывают благоприятное воздействие на имидж букмекера. Пользователи и читатели доверяют изданию и не критично относятся к рекламе.

Активация спонсорства предполагает дополнительный охват на спортивном сайте с помощью упоминания спонсорских активностей букмекера. Как правило, букмекеры, в рамках партнерских отношений добавляют к названию объекта спонсорства (соревнование, команда) название букмекерской компании и тем самым обязывают зарегистрированное онлайн СМИ в новостных материалах использовать именно такое наименование.

#### Литература:

1. Федеральный закон «О рекламе» [Электронный ресурс]: федер. закон от 13. 03.2006 N38-ФЗ. — Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/901971356> (дата обращения: 04.12.2019).
2. Букмекерский рынок России: состояние и перспективы роста. — [Электронный ресурс] — Режим доступа: <https://bookmaker-ratings.ru/wp-content/uploads/2018/07/report2017.pdf> (дата обращения: 04.12.2019).
3. Самойленко И. А. Особенности креативного стратегирования Digital-коммуникаций брендов // Материалы V Международной научно-практической конференции «Брендинг как коммуникативная технология XXI века». — СПбГЭУ — 2019.
4. Соколов Д. А., Рзакулиев Ш. Н. Тенденции развития букмекерских контор в России // Журнал «Аллея Науки». — 2017. — № 5.
5. Деятельность по организации и проведению азартных игр в букмекерских конторах и тотализаторах [Электронный ресурс] — Режим доступа: [https://www.nalog.ru/rn77/related\\_activities/adjustable/activities\\_organization/](https://www.nalog.ru/rn77/related_activities/adjustable/activities_organization/) (дата обращения: 21.07.2020).

## Анализ современного состояния, тенденций и проблем развития интернет-рекламы в РФ

Провоторов Александр Игоревич, студент магистратуры  
Санкт-Петербургский государственный экономический университет

*Цель данной работы — анализ рынка интернет-рекламы, которая является одним из инструментов цифрового маркетинга. Цифровой маркетинг — это совокупность цифровых технологий и инструментов, направленных на продвижение товаров и услуг. Эффективное продвижение продуктов и услуг с использованием диджитал каналов позволяет охватить большее число потребителей.*

**Ключевые слова:** интернет-реклама, медийность, маркетинговые мероприятия, потребители, цифровые технологии.

Интернет является уникальной площадкой для проведения маркетинговых мероприятий, обусловивший радикальные отличия от традиционных инструментов маркетинга. В этой связи важно упомянуть гипермедийный характер Интернета. Это означает, что Интернет позволяет более эффективно предоставлять информацию для потребителя и создает более тесные контакты между компаниями и потребителями. Стоит отдельно отметить

широкие возможности, предоставляемые интернет-рекламой. Так, становятся возможными не только эффективные коммуникации с потребителем, но и совершение покупок, заключение договорных отношений и проведение финансовых транзакций. [1]

Еще одним ярким отличием традиционных и цифровых маркетинговых каналов коммуникаций является их содержание и потенциальное воздействие на потребителей.

Об этом также говорит интерактивность интернет-рекламы. При этом стоит понимать, что они имеют единую направленность. Так, решаются следующие задачи для предприятия и потенциального клиента — повышение осведомленности потребителей о продуктах и услугах компании, поддержание взаимовыгодных отношений, что в свою очередь приводит к удовлетворению потребностей покупателя и повышению прибыли компании.

Как правило, выделяют следующие преимущества интернет-рекламы:

- расширенные возможности для информирования и других взаимодействий с клиентом (смс-реклама, возможность оплаты онлайн и форм для обратной связи);
- ориентация на потребности целевой аудитории;
- ускоренные процессы продажи продукции и услуг;
- возможность предоставления персонализированного сервиса клиентам.

Согласно статистике за 2019 г. рынок медийных коммуникаций в России достиг своего максимума, составляя порядка 400 млрд руб. Занимая лидирующие позиции на европейском рейтинге, размер рынка приблизился к показателям Итальянской Республики. Соответственно, это говорит о восстановлении позиций российской рекламной индустрии. [2]

Также 2019 г. примечателен тем, что расходы рекламодателей в интернете за первое полугодие практически сравнялись с расходами на ТВ-рекламу. Темпы бурного роста не перестают удивлять: итоги третьего квартала продемонстрировали увеличение расходов на digital по сравнению к ТВ. Как показала статистика того времени, в течение девяти месяцев затраты на эти два канала коммуникаций практически сравнялись друг с другом. Как сообщается АКАР в одном из интервью для журналов, расходы на цифровую рекламу составил 41 млрд руб. или 36 млрд руб. для рекламы на ТВ. Согласно прогнозам, наиболее интенсивный рост ожидается среди компаний, занимающихся предоставлением услуг. 70% из опрошенных руководителей компаний подтвердили, что их бюджет на интерактивную рекламу в 2020 г. будет только расти. Эксперты-аналитики отмечают, что компании планируют увеличивать свои бюджеты на интернет-рекламу. При этом более 60% компаний-респондентов ожидают, что их бюджет на диджитал маркетинг будет планомерно увеличиваться более чем на 20%. [2]

Ключевой задачей современного интерактивного взаимодействия с клиентами является создание мобильных платформ для эффективного ведения бизнеса. При этом многие компании взяли курс на планомерную адаптацию данных платформ для мобильных и других электронных устройств.

Интернет-маркетинг, являясь западным продуктом, претерпевал определенные изменения в России: произошла адаптация для российского рынка, под российские реалии. И если на Западе Интернет перестал считаться чем-то специфическим, то в России пока не все предприя-

тия готовы рассматривать данный инструмент. Проблема также состоит в том, что руководители предприятий готовы пойти на риск, нанимая дешевых специалистов ради мнимой экономии. Многие авторы работ и эксперты отмечают данный фактор как объяснение низкого уровня развития и медленного внедрения интернет-маркетинга в России. Другой важной проблемой, как отмечали эксперты, является разрозненность между отделами. Наглядным примером может послужить ситуация, при которой один отдел занимается продвижением через Интернет, а в другом задействованы классические инструменты маркетинга. Отсутствие единства и интегрированности приводит к тому, что эффективность падает вместе с возвратом от вложений в рекламу. [3]

Обсуждая специфику интернет-маркетинга в российских реалиях, стоит упомянуть фактор доверия населения к различным СМИ, в том числе к Интернету. В этом плане важную роль играет доступность интернета для российских пользователей. В ходе опроса, проведенного фондом «Общественное мнение» 22 мая 2020 г., было выявлено, что более 20% россиян никогда не пользовались интернетом. При этом месячная аудитория российских пользователей составляет от 74% населения. [4]

Как на зарубежном, так и на российском рынке отмечаются следующие тренды на рынке интернет-рекламы:

Big Data (Большие Данные). Персонализация и интерактивность в рекламе подразумевают ее адресность, обращение к определенной целевой аудитории. Это подразумевает обработку, хранение и использование больших массивов данных, которые делают возможными направление маркетинговых усилий на конкретного потребителя. Отмечается влияние Больших Данных на автоматизацию и повышение эффективности контекстной рекламы, рекламы на социальных платформах, на сайтах организаций и различных сообществах.

Как отмечалось выше, работа с Big Data создает персонализированные предложения, что в конечном итоге приводит к лояльности аудитории и положительно отражается на bottom line. Данный факт привел к увеличению масштабов контекстной рекламы. По данным недавно проведенного маркетингового исследования, в 2016 г. объем заказов на контекстную рекламу составила более 20%, по сравнению с общим объемом проведенных рекламных мероприятий. Наиболее успешными организаторами на российском рынке были признаны Яндекс и Google: фактически, они поделили рынок контекстной рекламы к 2016 г.

Без интересного и правильного контента привлечение внимания пользователей затруднено, «сторителлинг» также помогает подавить информационный шум. В связи с этим возросла роль нативной рекламы — своеобразного микса редакционного контента и классической рекламы. Хотя и некоторые интернет-пользователи и отмечали, что находят такой контент раздражающим — данный вид обращения набирает обороты на российском информационном пространстве. [5]

Создание полезного контента — задача современных специалистов в области маркетинговых коммуникаций. Отмечается возрастающая роль Email-маркетинга. Как это происходит? Современные бренды рассылают спам, который маскируется под контент. Для повышения эффективности таргетинга используется гиперсегментация и микротаргетинг, представляющие собой технологии для работы с данными о потребителях, в том числе, для создания рассылок.

Расширение и эффективное внедрение диджитал-инструментов в России является ключевым фактором для повышения конкурентоспособности и подавления информационных шумов на рынке. Доступ к информации и статистике на западном рынке, а также применяемым новшествам позволяют в полной мере отследить тенденции и на основе успешных примеров эффективно адаптировать под российские реалии.

#### Литература:

1. Дедов А. В. Обзор рынка интернет-рекламы: 2019 г. // Экономика и предпринимательство — 2019. № 6. С. 406–411.
2. Интернет в России / К. Р. Казарян, С. А. Плуготаренко, Е. Н. Воробьева [и др.]. М.: Перо, 2016. 90 с.
3. Контекстная реклама — путеводитель для новичков. Сайтостроение от А до Я. URL: <http://www.internet-technologies.ru/>.
4. Калининская Д. Тренды контекстной рекламы на 2010 год. URL: <http://www.advertology.ru/>.
5. Пескова О. С., Сучков В. В. Интернет-проект как инновация развития индустриального общества // Методология устойчивого экономического развития в условиях новой индустриализации: сб. тр. междунар. науч. конф. / Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского. Симферополь, 2016. С. 289290. URL: <http://elibrary.ru/download/18813455.pdf>.

## ПЕДАГОГИКА

### Нестандартные задачи по алгебре как средство формирования исследовательских способностей учащихся основной школы

Бочко Анастасия Евгеньевна, студент

Южный федеральный университет (г. Ростов-на-Дону)

На сегодняшний день жизнь требует от современного человека принятия быстрых и нестандартных решений, умения адаптироваться к новым ситуациям. При этом возникает необходимость модернизации системы образования, которая способствовала бы «... ориентации не только на усвоение обучающимися определенной суммы знаний, но и на развитие его личности, его познавательных и исследовательских способностей»

Сказанное выше послужило основанием для дальнейшего исследования.

Цель исследования: раскрыть влияние нестандартных задач на формирование исследовательских способностей учащихся в курсе алгебры основной школы.

Задачи в обучении математике занимают важное место: это и цель, и средство обучения. Умение решать задачи это показатель обученности и развития учащихся. Что же такое задача?

Цель, заданная при определенных условиях (А. Н. Леонтьев);

Задача характеризуется наличием цели, стремлением получить ответ, учетом имеющихся условий и требований (педагогическая энциклопедия);

Задача — всякая знаковая модель проблемной ситуации (Л. М. Фридман). [1, с. 32–33].

Мы попытались обобщить материал по исследуемой проблеме, поэтому мы приводим различные классификации математических и нестандартных задач. Классификации математических задач по В. А. Далингеру [2]:

- По количеству неизвестных в структуре задачи
- По характеру объектов задачи
- По отношению к теории
- По отношению к теории
- По математическому содержанию
- По соотношению задач с каждым компонентом учебно-познавательной деятельности
- По преобладанию того или иного типа мышления в процессе решения задач
- Задачи типа «объект»; задачи типа «процедура»
- По типам и видам задач
- По характеру требований

Классификация нестандартных задач по Б. А. Кордемскому: [3]

1) задачи, объединенные сюжетными темами и группами однородных операций — действий, применяемых для решения задач (операционно-тематический принцип классификации)

2) задачи, связанные с тем или иным предметом школьного курса математики (предметный принцип классификации).

Характерные признаки нестандартных задач:

- составлены на основе знаний законов мышления и имеют развивающую направленность.
- способ решения нестандартных задач не известен.
- способствуют поддержанию интереса к предмету и играют роль мотива к деятельности учащихся.

Функциях таких задач: [4]

- формирование и дальнейшее развитие мыслительных операций: анализа и синтеза, сравнения, аналогий, обобщения, классификации
- развитие и тренинг мышления вообще и творческого в частности
- развитие и поддержание интереса к предмету, к деятельности учащихся вообще, считая, что уникальность нестандартной задачи служит мотивом к учебной деятельности
- воспитание качеств творческой личности, таких, как познавательная активность, усидчивость, упорство в достижении цели, самостоятельность
- подготовка учащихся к творческой деятельности.

Приведенные классификации носят формальный характер, т. к. общепринятой классификации нестандартных задач нет.

Нестандартная задача представляет собой математическую задачу, для решения которой нет четкого алгоритма. Но в тоже время, решение нестандартных задач основывается на знании учащимися основных математических понятий и фактов, алгоритмов и законов, что является одним из показателей их математической подготовки.

Особое внимание уделено непосредственно понятию способности, т. к. поддержание и стимулирование любо-

знательности учащихся вырабатывает устойчивые познавательные интересы через исследовательскую деятельность.

Понятие «исследовательская деятельность обучающихся» зачастую определяется, как использование определенных форм и методов работы, направленных на развитие исследовательских способностей учащихся. [5, с. 14].

Б. М. Теплов понятие «способности» рассматривает с трех сторон. [5, с. 101].

1) способности есть индивидуально-психологические особенности, отличающие одного человека от другого;

2) способности есть не всякие индивидуальные особенности, а только лишь такие, которые имеют отношение к успешности выполнения той или иной деятельности;

3) способности не есть те знания, навыки или умения, которые есть у конкретного человека.

Между знаниями, умениями и способностями их усваивать существует зависимость: способности облегчают усвоение знаний и умений, но развиваются они намного медленнее, чем приобретаются знания, умения и навыки. Обратное влияние имеется, т. к. сформированные знания и умения содействуют развитию способностей.

В различной литературе имеются попытки классификаций способностей, но единой и общепринятой классификации не разработано. Приведем следующую классификацию способностей, которая не является исчерпывающей и может быть расширена.

№ п/п	Основание классификации	Вид способностей, краткая характеристика
1.	В соответствии с происхождением	— природные способности имеют биологическую структуру, — социальные способности — те, которые были приобретены в процессе воспитания и обучения, обеспечивающие жизнь и развитие в социальной среде
2.	В соответствии с направлением	— общие способности, — специальные способности — это те, которые определяют успехи человека в отдельных конкретных видах деятельности и общения, где необходимы особого рода задатки и их развитие.
3.	В соответствии с условиями развития	— потенциальные способности — актуальные способности
4.	В соответствии с уровнем развития	— одаренность — талант — гениальность
5.	В соответствии с составом, строением	— элементарные (ощущения, глазомер, музыкальный слух); — сложные (учебные, трудовые, коммуникативные).

В соответствии с этой классификацией исследовательские способности можно отнести к специальным, т. к. они являются индивидуально-психологическими особенностями личности, обеспечивающими успешность и качественное своеобразие процесса поиска, приобретения и осмысления новой информации. В фундаменте исследовательских способностей лежит поисковая активность.

В соответствии с теоретической моделью Савенкова А. В., исследовательские способности следует рассматривать как результат взаимодействия комплекса 3 составляющих: [6, с. 154–157]

- поисковой активности (характеризует мотивационную составляющую исследовательских способностей);
- дивергентного мышления (многовариантного мышления, умения находить несколько путей решения творческой задачи);
- конвергентного мышления (основывается на стратегии точного использования предварительно усвоенных алгоритмов решения определенной задачи).

Таким образом, исследовательские способности являются сложным динамическим образованием и не всегда относительная развитость отдельных параметров является залогом успешного выполнения исследования.

Можно сказать, что использование нестандартных задач очень важно в процессе обучения алгебре в школе, так как для развития этих способностей, а также, творческой и прикладной сторон мышления, в математике применяются задачи. И среди математических задач особое место занимает линия уравнений с параметрами. Мы анализируем только тему «Квадратные уравнения», которая изучается в 8 классе.

Исходя из проведенного анализа учебных пособий для 8 класса можно сказать, что в теме «Квадратные уравнения» нет параграфа, затрагивающего уравнения с параметрами. Только в учебнике Мордковича в § 25 приводятся 2 примера и дается понятие параметра и уравнения с параметром.

При проведении анализа практического материала учебных пособий для 8 класса нас интересовал вопрос о наличии в них нестандартных задач, которые бы формировали исследовательские способности учащихся, а именно квадратные уравнения с параметром. [7].

Из тех немногих упражнений на квадратные уравнения с параметром в учебниках 8 класса условно можно выделить следующие типы задач, представленные на следующих слайдах

- 1) квадратные уравнения стандартного вида;
- 2) неполные квадратные уравнения;



3) нахождение значения параметра, при выполнении условий;

4) квадратные уравнения, решаемые с помощью прямой и обратной теоремы Виета;

5) нахождение количества корней квадратного уравнения.

Следует обратить внимание, что в основной школе на изучение темы «Квадратные уравнения» отводится в зависимости от учебника всего от 21 до 26 часов. И при этом не рассматриваются многочисленные условия для расположения корней трёхчлена, для сохранения знака трёхчлена на некотором промежутке и другие, так необходимые для решения задач при подготовке к ОГЭ в 9 классе.

Причиной является отсутствие базы, так как существующие учебные программы по математике для общеобразовательной школы явно не предусматривают обучение решению квадратных уравнений с параметрами.

Поэтому, с целью углубленного изучения данной темы можно ввести элективный курс по математике для обучающихся 7–9 классов по теме: «Решение нестандартных задач по алгебре», т. к. многообразие нестандартных задач охватывает весь курс школьной математики.

Таким образом, решение квадратных уравнений с параметром будет способствовать не только развитию исследовательских способностей, но и повышению качества математической подготовки школьников.

#### Литература:

1. Введение в психологию. Под ред. Петровского А. В. — М.: Академия, 1996.
2. Далингер В. А. Совершенствование процесса обучения математике на основе реализации внутрипредметных связей. / Омск. гос. пед. ин-т им. А. М. Горького. — Омск, 1993.
3. Кордемский Б. А. Внеучебные задачи на смекалку как одна из форм развития математической инициативы у подростков и взрослых: Автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. пед. наук. — М., 1956.
4. Епишева О. Б. Общая методика преподавания математики в средней школе: Курс лекций: Учеб. пособие для студ. физ.-мат. спец. пед. ин-тов. — Тобольск: Изд. ТГПИ им. Д. И. Менделеева, 1997.
5. Теплов Б. М. Психология и психофизиология индивидуальных различий. — М.: Институт практической психологии, Воронеж: НПО «МОДЭК», 2008.
6. Потапова М. В. Преимущество в развитии исследовательских способностей в процессе выполнения экспериментальных заданий учащимися средней школы // Мир науки, культуры, образования. № 5, 2012, с. 154–157.
7. Федеральный перечень учебников на 2019–2020 учебный год. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [https://4ege.ru/materials\\_podgotovka/58282-federalnyy-perechen-uchebnikov-na-2019-2020-uchebnyy-god.html](https://4ege.ru/materials_podgotovka/58282-federalnyy-perechen-uchebnikov-na-2019-2020-uchebnyy-god.html) — Последнее обновление 05.12.2019

## Школьное научно-исследовательское общество учащихся как средство развития одаренных детей

Васильченко Екатерина Александровна, методист, учитель информатики

ОГБОУ «Борисовская СОШ» (Белгородская обл.)

Капшукова Кристина Константиновна, учитель русского языка и литературы

МБОУ «СОШ № 21» г. Белгорода

Рудная Марина Рудольфовна, учитель МХК, ОДНКНР

МБОУ «Стригуновская СОШ» (Белгородская обл.)

**Ключевые слова:** школьное научно-исследовательское общество учащихся (НИОУ), исследовательская деятельность, учащийся.

Каждый педагог хочет, чтобы на его уроках ученики не просто заучивали правила и определения, а с интересом открывали для себя мир новых знаний. Для этого необходимо организовать и объединить школьников, как-то общим делом, ставя при этом цели и задачи. Такой объединяющей организацией может стать школьное научное общество учащихся. В каждой школе есть обучающиеся, которые активно участвуют в конкурсах различного уровня, олимпиадах, а так же занимаются творческой

и научной деятельностью. Рвение и желание таких детей стремиться вперед, нужно активно поддерживать педагогам. Таким детям необходим личностный рост, конкурентоспособная борьба и самосовершенствование. Мы живем в стремительно развивающемся времени, и от человека требуется точно такое же развитие. Привлекая педагогов и обучающихся в деятельность научного сообщества, можно отметить интеллектуальный рост с обеих сторон. Применение новых методик и развитие потенциала самого педа-

гого, поможет в успешной работе школьного научно-исследовательского общества учащихся.

В работе с одаренными детьми постоянно возникают педагогические и психологические трудности. Можно обратить внимание на множество противоречивых подходов и методов. Таким образом, возникают следующие противоречия:

- между природными способностями и потребностями ребенка в исследовательской деятельности недоступностью научного руководства, основанного не только на личных спонтанных и кратковременных контактах с учеными, но и на взаимной заинтересованности и обязанности;
- между потребностью обучающегося в индивидуальном маршруте обучения и коллективными формами обучения в общеобразовательной школе. [2; с. 159]

Отсюда возникает идея создания целостной системы работы с одаренными детьми, сущность которой заключается в создании школьного научно-исследовательского общества учащихся (далее — НИОУ). НИОУ — это добровольное объединение школьников с намерениями глубокого познания достижений в различных областях науки, техники, культуры, формирования научного мировоззрения, развития исследовательского типа мышления, интеллектуальной инициативы, самостоятельности, аналитического подхода к собственной деятельности, совершенствованию навыков познавательного-исследовательской, изобретательской, проектной работы.

В свою очередь НИОУ включает студии, направленность которых определяется исходя из потребностей учащихся и возможностей школы. Студии объединяют учащихся разного возраста, педагогов из различных предметных областей.

В студиях научно-исследовательского общества учащиеся:

- совершенствуют свои знания в определенной области науки, искусства и техники, приобретают навыки экспериментальной и научно-исследовательской работы под руководством педагогов и других специалистов;
- младшие школьники приобретают опыт исследовательской деятельности в процессе тесного общения и сотрудничества со старшеклассниками — наставничество на уровне «ученик — ученик».

Таким образом, ведущей педагогической идеей НИОУ является развитие природных способностей обучающихся через активное вовлечение их в деятельность школьного научно-исследовательского общества.

Целью научно-исследовательского общества учащихся является воспитание и развитие учащихся, повышение эффективности их научно-исследовательской деятельности, создание благоприятной интеллектуальной атмосферы для самоопределения, самореализации школьников.

Для достижения цели НИОУ поставлены следующие задачи:

- включение школьников в совместную с педагогами научно-исследовательскую и проектную деятельность в соответствии с их научными интересами;
- развитие интереса к познанию мира, углубленному изучению дисциплин;
- развитие навыков научно-исследовательской работы, умение самостоятельно и творчески мыслить, использовать полученные знания на практике;
- овладение правилами обращения с необходимыми для исследовательской работы приборами и оборудованием;
- развитие навыков самостоятельной работы с научной литературой, обучение методике обработки полученных данных и анализу результатов, составлению и оформлению отчета и доклада о результатах научно-исследовательских работ;
- подготовка к выбору будущей профессии, развитие интереса к избранной специальности, приобретение дополнительных знаний, умений и навыков в интересующей области;
- пропаганда достижений отечественной и мировой науки, техники, литературы, искусства;
- формирование единого школьного научного сообщества со своими традициями;
- развитие навыков и умений публичного выступления, ораторского искусства;
- содействие профессиональному самоопределению учащихся.

В процессе работы школьного научно-исследовательского общества учащихся применяются разнообразные формы развития творческих способностей одаренных детей по нескольким направлениям:

- 1) организация индивидуальной работы наставников с учащимися, предусматривающая деятельность в двух аспектах:
  - 2) работа с учащимися по отдельной программе, предусматривающая помощь в разработке тем научных исследований, школьных проектов, оказание консультационной помощи;
  - 3) подготовка докладов для выступлений, подбор и анализ литературы, индивидуальная подготовка к олимпиадам и конкурсам;
  - 4) групповая деятельность, которая включает в себя работу над совместными исследовательскими проектами, подготовку к командным соревнованиям интеллектуальной направленности;
  - 5) массовая работа, в ходе которой организуются встречи с выдающимися людьми, в том числе деятелями науки и искусства; осуществляется подготовка и проведение литературных гостиных, круглых столов, конференций; посещение музеев, театров, научных площадок.

Основной формой работы являются заседания, не реже 1 раз в месяц, где планируются приоритетные направления работы, утверждается план работы НИОУ на год, вносятся коррективы в перспективный план работы.

Формой отчета детальности НИОУ за год являются: результаты участия в конкурсах, проектах, фестивалях различных уровней; школьные вечера, конференции, проекты; издательство сборников творческих работ, проектов, рефератов, исследований в разных областях наук и проектной деятельности.

Участие в работе секций школьного научно-исследовательского общества учащихся помогает школьнику в развитии и становлении своей личности. Дети стремятся развиваться, им интересно наблюдать над результатом не только своей работы, но и над работой своего товарища. Они обща-

ются, занимаются общим делом, открыты к экспериментам. Работа в секциях НИОУ способна повысить успеваемость, развивать кругозор, эрудицию. Многим обучающимся деятельность НИОУ помогает определиться с выбором будущей профессии, а так же с выбором дополнительных экзаменов, что усиливает подготовку. Занимаясь в секциях НИОУ обучающийся может реализовать не только свой творческий потенциал, но и развить в себе качества личного плана, которые окажут только помощь в будущем — это умение говорить, дискутировать, презентовать проект, не бояться публички, умение отвечать на вопросы, быть уверенным в себе.

#### Литература:

1. Рикунова, Н. Е. Школьное ученическое научное общество как форма организации учебно-исследовательской деятельности школьников / Н. Е. Рикунова. — Текст: непосредственный // Инновационные педагогические технологии: материалы VI Междунар. науч. конф. (г. Казань, май 2017 г.). — Казань: Бук, 2017. — С. 80–83.
2. Савина, Т. В. Развитие творческого потенциала одаренных детей через организацию научного общества в условиях сельской школы / Т. В. Савина. — Текст: непосредственный // Педагогическое мастерство: материалы VII Междунар. науч. конф. (г. Москва, ноябрь 2015 г.). — Москва: Буки-Веди, 2015. — С. 158–161.

## Применение интерактивных игр для развития творческих способностей детей дошкольного возраста

Жирова Марина Владимировна, воспитатель

МДОУ «ЦРР — детский сад № 4 п. Майский» Белгородской области

Использование только традиционных методов обучения, как известно, неэффективно, поэтому необходимы современные образовательные технологии. На современном этапе вопрос о применении в работе с дошкольниками новых интерактивных игр всегда считался актуальным.

Интерактивные игры — это такое понятие, как интерактивный в переводе с английского языка (interactive: inter между, меж; active от act действовать, действие). Оно означает возможность активно взаимодействовать, вести беседу, диалог с кем-либо. Иными словами, интерактивная игра — это активный метод обучения. То есть, это такой метод, который организует процесс социального взаимодействия, на основании которого у дошкольников возникает некое новое знание и опыт, родившиеся непосредственно в ходе игрового процесса, либо явившиеся результатом этой игры. Интерактивная игра — это активная дидактическая, обучающая игра. Чаще всего, такие игры используют для обучения детей. [8]

Основным видом деятельности в дошкольном возрасте является игра. Игра может быть любой. В любое время года дети любят играть на улице. Однако в случае дождливых, снеговых и морозных погодных условий дети, конечно, находятся продолжительное время в помещении: дома или в детском саду. Не только для занимательного времяпрепровождения, но и для развития и обучения до-

школьников допустимо дозированно, с учетом определенного времени применять интерактивные игры.

Варианты интерактивных игр большое количество. Самое главное — выбрать нужную дидактического характера интерактивную игру.

Например, использование музыкальных интерактивных игр позволит развить у дошкольников художественно-эстетический вкус. Совместная систематическая работа музыкального руководителя и воспитателя успешно этому способствует.

В настоящее время остро стоит вопрос всестороннего полноценного развития дошкольников, поэтому в каждом детском саду созданы самые благоприятные условия для развития детей. В ДОУ имеется музыкальный зал с современным интерактивным оборудованием, подобраны музыкальные инструменты, составлены картотеки музыкальных интерактивных игр по развитию музыкально-ритмических способностей и основных ритмических движений, создана предметно-развивающая среда, наличие средств ИКТ (интерактивная доска, ноутбук, проектор, звуковые колонки).

В группах детского сада музыкальные центры оборудованы дидактическими играми, музыкальными инструментами, центры танцевального творчества в группах оборудованы атрибутами к танцевальным композициям: ленточки,

платочки, флажки, цветы для танцевальной деятельности, весенние веночки.

Интерактивные игры по музыкальному направлению самые разнообразные: «Угадай мелодию», «Умники и умницы», «Что лишнее?», «Музыкальные инструменты», «Три кита», «В гостях у.....», «Дождик», «Лейся песня!», «Громко-тихо», «Следопыты (по мотивам мультфильма «Маша и Медведь»)», «Веселые подружки (ноты и нотный стан)».

Разучив с музыкальным руководителем, например, игру «Дождик», потом уже детей под руководством воспитателя дети воспроизводят ее в самостоятельной деятельности. Педагог вносит в музыкальный уголок группы набор карточек «Капельки» (большого и малого размера); музыкальные инструменты: колокольчики, металлофон. Дети самостоятельно играют в игру «Дождик», поют попевку, выкладывают ритмический рисунок, прохлопывают, проигрывают на музыкальных инструментах, придумывают свою музыку дождя.

Интерактивные музыкально-дидактические игры разработаны на основе принципов преемственности и взаимосвязи, ведет детей от простейших заданий к достаточно сложным импровизационным и творческим. Применение этих игр в музыкально-игровой деятельности дошкольников дает возможность самостоятельно составить ритмические, динамические, звуковысотные рисунки к знакомым детским песням. Красочные мультимедийные картинки, анимация увлекают детей, поддерживают эмоциональный интерес к игре и желание участвовать в ней. Такие интерактивные игры дают возможность в ненавязчивой форме проверять знания детей в области эстетического развития, выявлять уровень музыкальных способностей дошкольников.

Очень нравится детям интерактивная игра «Цветик-семицветик».

В игре детям предлагается по очереди выбирать лепесток любого цвета. Педагог, управляя презентацией, включает музыку выбранного лепестка, дети слушают и угадывают название песни, игры или танца. Если произведение правильно угадано, на выбранном лепестке появляется картинка, соответствующая названию и содержанию произведения. В конце игры детям предлагается исполнить музыкальный номер.

Используя в работе с дошкольниками интерактивные игры на развитие познавательной активности, наблюда-

ется тенденция к быстрому усвоению обучающего материала. Например, «Солнце, воздух и вода», «Наураша идет на помощь — «лаборатория Наураша», «Планеты солнечной системы», «Почему вода льется?», «Узнай, кто спрятался?», «Буквы и цифры», «Гласные — согласные», «Звонкие — глухие», «Твёрдые — мягкие», «Что колется?», «Назови предмет», «Волшебный компьютер», «Дикие — домашние», «Кто в домике живет?». В такой игре ребенок использует и свой жизненный опыт и учится размышлять, сопоставлять, делать выводы, производит собственные действия при выполнении интерактивных заданий.

В процессе любой деятельности ребенок осваивает определенные действия, которые ведут к определенному внешнему результату, и внутренние, психические действия, которые составляют основу содержания психического развития (восприятие, мышление, воображение, память). Так же и любая деятельность дошкольников состоит из многочисленных действий [2].

Использование интерактивных игр в воспитании детей дошкольного возраста позволяет в простой, доступной детям игровой форме дать представление об окружающем мире; научить различать разнообразную гамму чувств, настроений. Применение интерактивных игр на развитие творческих способностей детей дошкольного возраста всегда дают положительную динамику в развитии детей.

Благодаря применению наглядных пособий у детей активнее развиваются сенсорные способности, а также общие способности. Например, музыкальные задания, выполняемые с помощью интерактивного стола, значительно активизируют умственную деятельность ребенка, развивают его самостоятельную музыкальную деятельность, которая приобретает творческий характер. Совершенствуются память и музыкальный вкус.

Ценность этих интерактивных игр в том, что они доступны детскому пониманию, вызывают интерес и желание участвовать в них. В результате дети получают необходимые знания той или иной области познания.

Интерактивные игры должны быть разнообразны по содержанию и красочно оформлены, иметь простую систему навигации, только тогда они будут привлекать внимание детей, вызывать желание играть, побуждать детей к творчеству, развивать их.

#### Литература:

1. Галянт, И. Г. Музыкальное развитие детей 2–8 лет: метод. пособие для специалистов ДОО / И. Г. Галянт. — М.: Просвещение, 2015. — 120 с.
2. Игра и дошкольник. Развитие детей старшего дошкольного возраста в игровой деятельности / Под ред. Т. И. Бабаевой, З. А. Михайловой. — СПб.: Детство-пресс, 2016.
3. Кличук А. П. Влияние музыкально-ритмических навыков на физическое и психологическое развитие детей дошкольного возраста / А. П. Кличук // Молодой ученый. — 2016. — №6. — С. 777–779.
4. Колодницкий, Г. А. Музыкальные игры, ритмические упражнения и танцы для детей: Учебно-методическое пособие для педагогов / Г. А. Колодницкий. — М., 2010. — 187 с.



5. Работягова Т. «Игра — средство обучения и воспитания. Для детей старшего дошкольного возраста», «Дошкольное воспитание» 2012 год № 10, стр. 84–93.
6. Развитие игры детей 5–7 лет/Под ред. Е. В. Трифоновой. — М.: ТЦ Сфера, 2015. — 3с. (Истоки).
7. Федеральный государственный образовательный стандарт дошкольного образования: Приказ Министерства образования и науки РФ № 1155 от 17.10.2013 г. [Электронный ресурс] // Официальный сайт Министерства образования и науки РФ Федеральное государственное автономное учреждение «Федеральный институт развития образования»
8. Энциклопедический словарь Википедия [https://ru.wikipedia.org/wiki/Большой\\_энциклопедический\\_словарь](https://ru.wikipedia.org/wiki/Большой_энциклопедический_словарь)

## Организация работы в группах на уроках иностранного языка

Костецкая Галина Валентиновна, учитель английского языка;

Парандюк Ольга Леонидовна, учитель английского языка, учитель русского языка и литературы

МОУ «Колбаснянская русская средняя общеобразовательная школа — детский сад» (г. Рыбница, Молдова)

*Вопрос о необходимости широкого применения массовых форм работы предполагающих одновременное участие в устно-речевой тренировке всех учащихся на уроке иностранного языка, имеет непосредственное отношение к успешному решению практических задач обучения этому предмету в школе.*

**Ключевые слова:** обучение, работа в парах, упражнения.

Не случайно он был и остается объектом пристального внимания методистов и учителей. Напомним, что именно решению этого вопроса подчинено повсеместное внедрение лингафонных систем, основное предназначение которых — обеспечить участие всех учеников в «беседе с диктором» или в общении друг с другом. Этой же идее подчинены попытки использовать и раздаточные дидактические материалы.

Попытки широко использовать массовые формы работы не достигли пока успеха. Учитель полностью берет на себя речевую инициативу в классе, отводя учащимся роль слушающих и отвечающих, а порой и вовсе наблюдателей.

Говоря о внедрении массовых форм работы, следует также обратить внимание на то, что они относятся к **внутренним резервам** методики и в сложившейся в связи с введением нового учебного плана ситуации являются одним из **реальных резервов**, обещающих улучшение процесса обучения за счет усовершенствования самой методической технологии.

В настоящей статье делается попытка осветить некоторые практические аспекты построения и использования устно-речевых упражнений для работы в парах.

1. Каждое упражнение для работы в парах должно быть абсолютно доступным **всем** учащимся в классе. Необходимость соблюдения этого требования объясняется тем, что ученик, неспособный справиться с заданием, в процессе массовой тренировки, незаметно для учителя выключается из работы или продолжает работать, но допускает большое количество неконтролируемых ошибок. Для того чтобы выполнить это требование, необходимо отказаться от ориентации на так называемого среднего ученика и, принимая во внимание тот факт, что лишь учитель достаточно глубоко знает возможности каждого, ученика и группы в це-

лом, дать ему (учителю) возможность принять самое непосредственное участие в построении упражнений. Получив такие методические материалы, учитель приспособливает их к конкретным условиям обучения.

2. Упражнения для работы в парах должны отвечать общим требованиям методической концепции, на которой строится обучение.

В данном конкретном случае они должны быть как минимум условно-коммуникативными, т. е. предполагать ситуативную основу и практически исключать простое манипулирование языковым материалом. При этом желательным является выход на коммуникативный уровень.

3. Упражнения для работы в парах должны иметь бинарную структуру, т. е. включать два задания — для учеников ряда **А** и для учеников ряда **Б**. При этом оба задания должны быть сбалансированы таким образом, чтобы соответствующие высказывания двух учеников составляли логическое единство. В этом смысле реакция ученика **Б** всегда должна соответствовать стимулу со стороны ученика **А** и наоборот.

4. Упражнения для работы в парах должны быть связаны с учебно-методическими комплексами, которыми пользуется учитель. Это значит, во-первых, что в языковом отношении такие упражнения должны полностью состоять из материала, которым ученики уже до некоторой степени овладели, а во-вторых, каждое упражнение должно отвечать конкретной цели обозначенного в календарном плане урока, т. е. иметь четкую связь с учебным процессом.

**Обеспечение ситуативности в упражнениях для работы в парах**

Построение ситуативных упражнений, в частности упражнений для работы в парах, предполагает достаточно



чёткое видение структуры. Согласно нашей точки зрения, данную структуру составляют четыре компонента: 1) субъект; 2) объект (предмет разговора); 3) отношение субъекта к предмету разговора; 4) условия речевого акта.

Первый компонент предполагает ученика (или учеников), которого предстоит включить в речевую ситуацию и о котором необходимо иметь следующие исходные данные: заинтересованность ученика в предмете разговора, его уровень владения речевыми навыками и умениями, желательный для него партнер.

Второй компонент может быть представлен одним из возможных, в учебных условиях способов: ссылкой на реальный факт, зрительной наглядностью, словесным описанием типа «Представьте себе, что»..., текстом, звуковым фоном события.

Третий компонент воспринимается как потребность ученика в речевом действии, которая может быть естественной или условной (в последнем случае она формулируется учителем в виде коммуникативного задания).

Четвертый компонент предусматривает использование в учебном процессе **речевой поддержки**, в качестве которой могут выступать полный текст ожидаемого высказывания (задание «Посмотри и скажи»), текст из незаконченных (неполных) предложений, ключевые слова, разговорный образец.

И **проводится работа с упражнениями, предназначенными для формирования** навыков. Как известно, **навык обычно определяется** как автоматизм, образовавшийся в результате того, что соответствующая операция с учебным материалом в прошлом повторялась многократно. А это значит, что подобные упражнения состоят из однотипных фраз, между которыми нет логической связи. Рассмотрим в качестве примера следующее подстановочное упражнение:

The pencil is green.

The pen is blue.

The pencil-box is **brown**.

**Исходным** в этом упражнении является **речевой образец** The pencil is green. Это **самостоятельное**, законченное высказывание, **за которым** просматриваются следующие **компоненты** речевой ситуации:

**1. ученик**, которого предстоит включить в **ситуацию** и **побудить** к соответствующему **высказыванию**;

2. предмет разговора — «орудие для письма или рисования зеленого цвета»;

3. коммуникативное задание — «Назовите предмет и скажите, какого он цвета»;

4. речевая поддержка (возможно) — **green**.

Такая бинарная ситуативная схема является вполне достаточной для организации учебного диалога или монолога в форме общения двоих. Для упражнений, связанных с формированием навыков, она станет пригодной, лишь обнаружив свойства пошаговой динамики. Этого можно добиться, как указывалось выше, меняя предмет **высказывания**. Например: **Коммуникативное задание и речевая поддержка, предназначенные для ученика А**. «Представь себе, что твой брат выполнял вчера **названные** ниже действия. Сообщи об этом ученику **Б**. (Образец: My brother went to work by bus.) Пользуйся **списком** возможных действий; went to work **by** bus; wrote **a** letter to our grandmother; bought **an** interesting book».

**Коммуникативное задание и речевая поддержка, предназначенные для ученика В**. «Вырази сомнение по поводу того, что брат ученика **А** выполнял вчера названные действия. (Образец: **Did** he really go to work by bus?) Пользуйся **списком** глаголов: went — go; wrote — write; **bought** — buy, *etc*».

Разумеется, такое упражнение не носит коммуникативный характер, хотя в этом плане его можно несколько улучшить, например, **дать** ученику **А** расширенный список возможных действий и предложить отобрать из них лишь те, которые отвечают действительности; кроме того, если у него нет **брата**, ему можно предложить выбрать для высказываний какое-нибудь лицо, а возможно, и несколько лиц; ученик **Б**, в свою очередь, мог бы соглашаться с отдельными высказываниями ученика **А** (которые кажутся ему правдоподобными) и выражать сомнение по поводу только тех высказываний, которые он действительно считает маловероятными.

Таково возможное решение проблемы обеспечения ситуативности в упражнениях для работы в парах. К этому следует добавить, что компоненты ситуации могут предъявляться фронтально или индивидуально — в виде раздаточных материалов. Возможно и такое сочетание: предмет разговора и коммуникативное задание предъявляются фронтально, а речевая поддержка — в виде раздаточных материалов.

#### Литература:

1. Будниченко Е. П. Обучение диалогической речи на уроках английского языка// Иностранные языки в школе. — 1991. — № 3. — С. 58–60.
2. Калимулина О. В. Роль игры в обучении диалогической речи// Иностранные языки в школе. — 2003. — № 3. — С. 17–2027.
3. Ляховицкий М. В., Вишневский Е. И. Структура речевой ситуации и ее реализация в учебно-воспитательном процессе. — Иностр. языки в школе, 1984, № 2, с. 20.
4. Травкина Л. И. Использование тематического опорного диалога при обучении английскому языку// Иностранные языки в школе. — 1999. — № 4. — С. 21–23

## Формирование геометрических представлений детей младшего дошкольного возраста

Лукаш Виктория Александровна, воспитатель  
МАДОУ Детский сад № 21 «Алёнка» (г. Гурьевск)

*В статье автор рассматривает способы и возможности формирования геометрических представлений у дошкольников младшего возраста.*

**Ключевые слова:** фигура, наждачная бумага, продуктивная деятельность, геометрическое представление детей, форма предметов, окружающий мир, предмет.

Во многих источниках по педагогике и психологии описаны методики, с помощью которых родители, педагоги могут помочь ребенку сформировать знания и о цвете, и о величине. Такие методики помогают освоить и сформировать знания по геометрическим представлениям. Наиболее сензитивным периодом освоения цветовой гаммы и первых представлениях о геометрических объектах является период раннего развития. Уже к 2 годам ребенок получает знание о том, что яичко овальное, коробка от подарка — квадратная, солнышко — круглое. Под обучающим контролем взрослого, спектр знаний увеличивается.

В детских дошкольных учреждениях дети проводят в среднем по 10 часов. Находясь в окружении сверстников, в окружении педагогов-воспитателей, дети учатся играть, общаться. И вот в момент игры (а занятия в младших группах проходят по 15 минут), кругозор наших ребят расширяется. Конечно, во время проведения занятий по окружающему миру, по основам безопасного поведения, во время физической активности, педагог дает такие знания, как сравнительные аллегории. Солнышко, как мячик, машина — прямоугольник, окна в доме квадратные и т. д. Но в процессе игры, собирая несложные пазлы, строя здание из конструктора, ребенок несомненно овладевает знаниями об объемных конструкциях. Также не нужно забывать, что во время режимных моментов, дети получают знания, которые тоже формируют их представления об окружающем мире: тарелка круглая, она белая, салфетка квадратная, она голубая, одеяло прямоугольное, подушка квадратная, мыло имеет прямоугольную форму и т. д.

В моей практике, для формирования сенсорных ощущений помогли фигурки на магнитах различной текстуры. Солнышко было из мягкого плюша, машинка из фоамирана, светофор из наждачной бумаги, фигурка девочки из вельвета. Дети, беря фигурки разной текстуры, сначала эти фигуры ощупывают, т. е. получают тактильные ощущения. Наощупь они знакомятся с предметами, этот предмет гладкий, он пластиковый, а этот мягкий и пушистый — он из меха. Проводя пальчиком по контуру изделия, запоминают, что круг и овал — по краю мягкие, без четких линий и углов, а вот машинка — с углами и твердая. Использование фланелеграфов помогает сформировать и закрепить знания детей о цвете и форме. Фланелеграф представляет собой учебное наглядное пособие: доску или картон, кото-

рые обтянуты фланелью, куда затем крепятся вырезанные фигурки, например, геометрические объекты.



Рис. 1. Пример использования фланелеграфа

На фото показан фланелеграф, на котором изображены бусы. Контур бусин обозначен разным цветом — подсказка для малышей, какого цвета искать бусину: красную или желтую. При выполнении данного задания ребенок «включает» логическое мышление, сначала путем подбора, постепенно его действия являются более осознанными: бусина треугольной формы не войдет в круг, значит формы у них разные, несмотря на то, что они одного цвета.

Такие же приемы можно использовать и в разные временные периоды. Так ребята наряжали елочку к Новому году. Фоамиран использовался с блестящим покрытием — наощупь оно шершавое, как наждачная бумага.

Именно на этом примере ребята познакомились с формой звезды. Далее, в продуктивной деятельности, ребятам было дано задание — нарисовать украшения для елочки, бусы для мамы, часы для папы. Здесь можно использовать и рисунок, и лепку из пластилина, и работу с соленым те-

стом, фигурки из которого после высыхания можно раскрасить, и не всегда кистью. Творчество очень качественно помогает прочувствовать формы предметов. Они объемные, и они могут быть разных цветов.



Рис. 2.

В дальнейшем, работая с целью формирования геометрических представлений у ребят, мною были использованы объемные люстры, на ветвях которых могут находиться различные объемные геометрические фигуры. Их можно сделать из гофрированного картона. Здесь применяется тот же прием: сенсорное восприятие предметов. Запоминания ощущения при касании граней различных геометрических фигур, детские пальчики «запоминают» и формы предметов.

Чтобы лучше познакомиться с предметом, дети тянутся его потрогать, взять в руки, повертеть, изучая таким образом новые объекты, фигуры. Ощупывания различны в зависимости от формы и конструкции познаваемого объекта, поэтому основную роль в восприятии предмета и опреде-

лении его формы имеет обследование, осуществляемое одновременно зрительным и двигательнo-осозательным анализаторами с последующим обозначением словом.



Рис. 3.

В более старшем возрасте у ребят уже приходит осознание того, что фигуры, имеющие на первый взгляд одну и ту же форму, могут отличаться. У фигур могут быть разные стороны, разные углы, количество углов также может отличаться. Первые представления о предметах, об их нахождении в пространстве формируют геометрические представления детей. Детский познавательный опыт накапливается, давая возможность в дальнейшем ребятам впитывать и приобретать еще больший опыт, большие знания.

Именно поэтому первоочередной задачей первого этапа обучения (детей 3–4 лет) сенсорное восприятие формы предметов и геометрических фигур. Второй этап обучения детей 5–6 лет должен быть посвящен формированию системных знаний о геометрических фигурах и развитию у них начальных приемов и способов «геометрического мышления».

#### Литература:

1. Герасимова А. С., Жукова О. С., Кузнецова В. Г. Программа развития и обучения дошкольника. Учимся считать. От 3 до 6 лет Художники Е. Базанова, О. Воронова, Д. Непомнящий, О. Попугаева. Серия: Золотая коллекция детского сада. СПб: Нева, М.: Олма-пресс 2001 г. 80 с.
2. Касицына М. А. Дошкольная математика. 2-й год обучения. Пособие для педагогов Демонстрационный материал к занятиям с детьми 4–5 лет М. Гном и Д 2001 г.



## Коучинг как метод обучения повышению мотивации к учебной деятельности курсантов высших военных учебных заведений

Овчаренко Марина Сергеевна, кандидат технических наук, доцент

Военная академия материально-технического обеспечения имени генерала армии А. В. Хрулева (г. Санкт-Петербург)

*В статье проанализирована проблема мотивации учебной деятельности курсантов высших военных учебных заведений, представлены результаты социологических исследований, предложен современный инструмент (технология) — коучинг, способствующий решению различных проблем, возникающих в учебной деятельности курсантов, формированию положительного мотива к обучению, а также достижению высокой результативности и эффективности, как в учебной, так и в будущей профессиональной деятельности.*

**Ключевые слова:** военное образование, методы обучения, мотивация учебной деятельности, коучинг

Динамичные изменения во всех сферах жизнедеятельности, происходящие в мире за последние десятилетия, резко повысили требования к подготовке специалистов. Это в равной степени относится и к системе подготовки специалистов в высших военных учебных заведениях.

Не секрет, что современный выпускник военного вуза должен обладать не только традиционными, заложенными во ФГОС ВО, профессиональными компетенциями, но и совершенно новыми, ориентированными на непрерывное самосовершенствование и самоорганизацию в соответствии с постоянно меняющимися условиями и тенденциями [1]. Для этого крайне важна личная высокая мотивация к учебной деятельности, отличающаяся от традиционных подходов, а именно к раскрытию личных способностей и возможностей и повышению личного результата [2, 3].

Однако, в результате настоящих исследований выявлено, что уровень развития мотивации учебной деятельности курсантов достаточно низок [4, 6]. Традиционное (одностороннее) развитие курсантов (около 90% теоретических занятий, сводится к небольшому числу действий, среди которых слушание, запись под диктовку — воспроизведение изученного материала и т. п.), отрицательно сказывается на формировании мотивационной, эмоциональной, волевой сфер личности курсанта.

Глубокое изучение инновационного опыта обучения в высшей школе показывает наличие положительного эффекта в формировании мотивации учебной деятельности обучающихся в тех случаях, когда используются активные формы учебных занятий [3].

В настоящее время существует множество методов для достижения поставленной перед собой цели. Одним из таких методов является коучинг.

Коучинг — с английского «coach», переводится как «тренировать», «наставлять», «воодушевлять» [7]. В целом, коучинг — это система взаимодействия, направленная на быстрое достижение позитивных результатов, как личностных, так и организации в целом, а также это среда (или условия), которая облегчает движение человека к желаемым целям, принося высокие личные результаты или вдохновляя людей на обучение, или профессиональный или личностный рост [7, 8]. Коучинг можно применить к любому виду деятельности и это обязательно повлечет за собой улучшение

результатов и создаст культуру личной высокой эффективности [7, 8].

Коучинг зародился в Америке в 80-х годах XX века. В 2001 году на законодательном уровне была признана сама профессия коуча. В России основными поставщиками услуг по коучингу являются Москва, Санкт-Петербург, существует Уральская школа тренинга в Екатеринбурге.

По мнениям большого количества экспертов для коучинга перспективными нишами являются творчество, обучение и воспитание. В целом, творчеству нельзя научиться, однако можно научить творчески учиться, добиваться успеха через инновационный метод в образовании — педагогический коучинг, который не учит, а помогает учиться.

Сегодня коучинговый подход в обучении вызывает большой интерес, так как позволяет развивать самостоятельность, инициативу, навыки целеполагания и планирования в жизни обучающегося. Следовательно, применение принципов коучинга при подготовке курсантов будет способствовать формированию высокой мотивации учебной деятельности, а также динамичному развитию познавательного интереса, позитивного мышления, ответственности и уверенности в своих личностных силах и возможностях. В целом, обобщая вышеописанное, коучинг — это не обучение, а создание условий, в которых курсанты будут учиться и расти сами.

Таким образом, используя коучинг в военных вузах, как инновационную эффективную педагогическую технологию, дающую гарантированный результат — мотивацию к учебной деятельности, можно решить актуальную проблему управления учебным процессом при подготовке офицерских кадров.

В рамках настоящего исследования проведено анкетирование курсантов о необходимости формирования мотивации к учебной деятельности с помощью коучинг-подхода. Фотофрагменты проведения опроса представлены на рис. 1.

В опросе приняли участие 30 курсантов Военного института (инженерно-технического), с 1 по 4 курс по разным специальностям. Промежуточные результаты исследований представлены на рисунках 2–4.

В целом, по результатам опроса на вопрос: «Можете ли Вы самостоятельно поставить (сформулировать) цель своей учебной деятельности?» от 50% до 65% курсантов ответили,

что самостоятельно справляются с постановкой цели учебной деятельности, от 9% до 24% не могут самостоятельно

ставить цели, и от 25% до 31% курсантов затруднились ответить на вопрос (рис. 2).



Рис. 1. Фотофрагмент проведения опроса по вопросу формирования мотивации учебной деятельности курсантов при применении коучинг-подхода

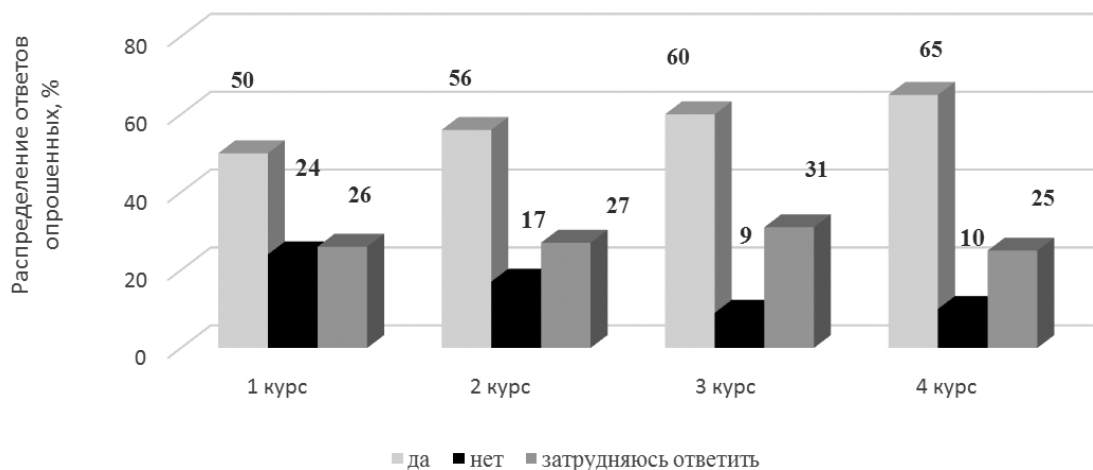


Рис. 2. Результаты опроса курсантов 1–4 курсов на вопрос: «Можете ли Вы самостоятельно поставить цель своей учебной деятельности?»

На вопрос: «Всегда ли Вы добиваетесь своей цели в учебной деятельности?» (рис. 3), от 11% до 20% курсантов ответили, что всегда добиваются поставленной цели в учебной деятельности, от 77% до 87% иногда добиваются поставленной цели и от 2 до 9% курсантов никогда не добиваются цели и их этот особым образом не волнует.

Из рисунка 4 видно, что около 65% курсантов для достижения поставленной учебной цели нуждаются в наставнике, преподавателе, кураторе.

Таким образом, промежуточные результаты опроса показали, что большинство курсантов умеют ставить цель и разрабатывать план по ее достижению, но зачастую результатом не довольны и поэтому нуждаются в помощи наставника (педагога, куратора).

Поэтому, инновационным инструментом позволяющим решить актуальную проблему при подготовке высококвалифицированных офицерских кадров по повышению мотивации к их учебной деятельности — сегодня может стать коучинг.

В рамках частично проведенных исследований установлено, что коучинг можно использовать в образовательной деятельности курсантов военных вузов, повышая результативность в обучении, развивая навыки целеполагания и планирования, а также самостоятельность, ответственность и инициативность.

Поэтому, намечена цель и задачи нового научного исследования по разработке современной эффективной педагогической модели, способствующей формированию культуры самоорганизации учебной деятельности курсантов военных вузов.



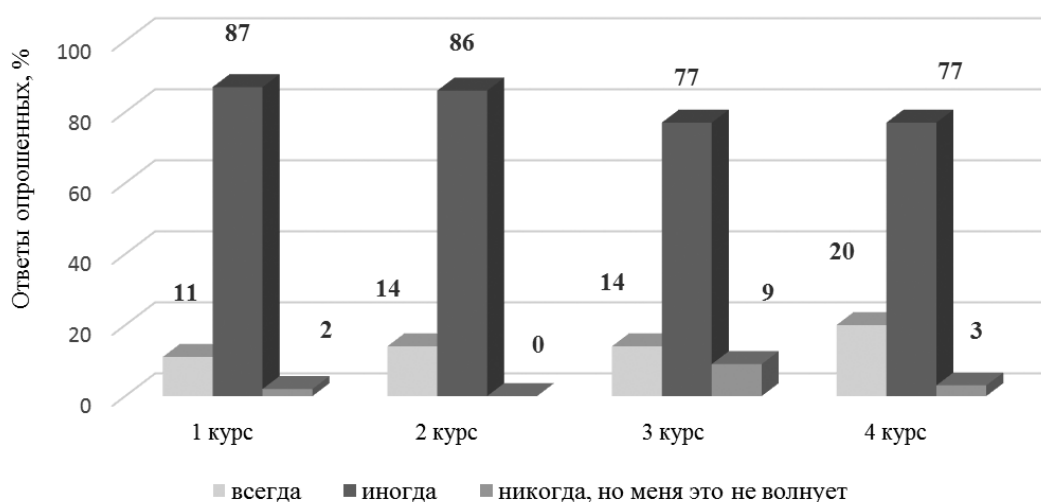


Рис. 3. Результаты опроса курсантов 1–4 курсов на вопрос: «Всегда ли Вы добиваетесь своей цели в учебной деятельности?»

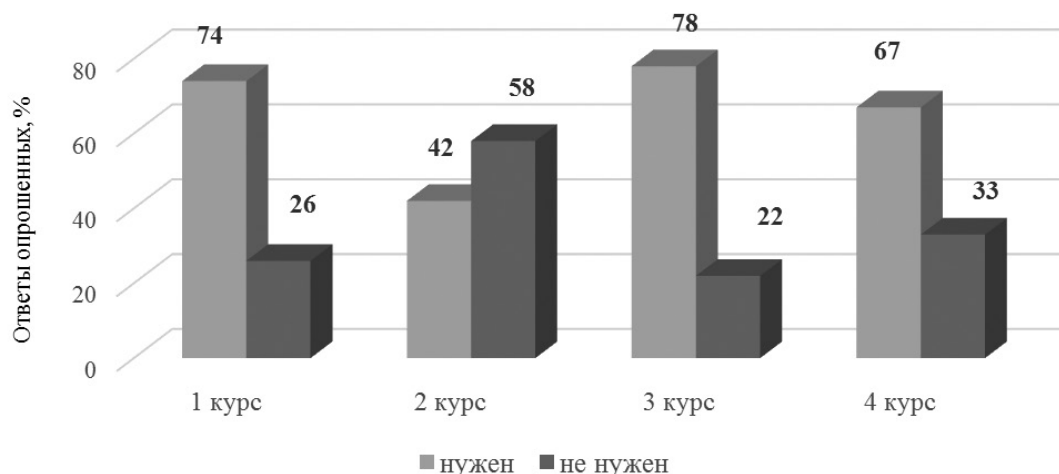


Рис. 4. Результаты опроса курсантов 1–4 курсов на вопрос: Нужен ли вам наставник (педагог, лидер, куратор) для достижения поставленной цели

Литература:

1. Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012 N 273-ФЗ [Электронный ресурс] [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_140174/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_140174/) (дата обращения: 25.12.2019).
2. Стратегия социального развития Вооруженных сил Российской Федерации до 2020 года, утвержденная Министром обороны Российской Федерации, Приказ от 28 апреля 2008 г. № 241.
3. Овчаренко М. С. О подходах к решению проблемы подготовки военных специалистов // TRENDS IN THE WORLD OF SCIENCE: Сборник научных трудов по материалам III Международной научно-практической конференции (г. Смоленск, МНИЦ «Наукофера». Смоленск, 2019. — С. 7–11.
4. Михалев А. В. Проблемы мотивации курсантов высших учебных заведений системы Министерства внутренних дел Российской Федерации // Педагогика высшей школы: педагогический опыт: теория, методика, практика// Изд-во: ООО «ЦНС «Интерактив плюс», г. Чебоксары. — С. 192–195.
5. Тенькова А. В. Особенности учебной мотивации студентов / А. В. Тенькова // Вестник ВГУ, серия: проблемы высшего образования, 2015 г., № 4. — С. 87–90.
6. Доломанюк Л. В. Мотивация учебной деятельности курсантов // Л. В. Доломанюк // Казанский педагогический журнал: Педагогика и психология профессионального образования, 2009 г., № 9–10. — С. 14–19.
7. Уитмор Д. Коучинг высокой эффективности / Джон Уитмор; пер. с англ. — М.: Альпина Паблишер, 2005. — 218 с.
8. Уитмор Д. Коучинг: Основные принципы и практики коучинга и лидерства / Джон Уитмор; Пер. с англ. — М.: Альпина Паблишер, 2019. — 316 с.

## Игровая деятельность как средство развития социально-коммуникативных навыков у дошкольников

Свалова Елена Викторовна, воспитатель

МБДОУ детский сад «Малыш» г. Саяногорска (Республика Хакасия)

Талужина Ольга Николаевна, воспитатель

МБДОУ пгт Черемушки детский сад № 10 «Щелкунчик» (г. Саяногорск, Республика Хакасия)

Дошкольное детство — самое благоприятное время для развития социально-коммуникативных навыков. В этом возрасте зарождаются и быстро развиваются отношения с другими людьми. Эти отношения будут являться фундаментом, на котором будет развиваться личность ребенка.

Ребенок может стать нормальным социальным существом, если он растет в нормальном и чутком окружении. Он будет честным и правдивым, если в его окружении царят честность и правдивость. То, чего мы хотим добиться в воспитании ребенка, мы должны постоянно переносить из области мыслей в область поступков. По своей природе и в кругу своих интересов ребенок добр. Непослушным, недобрый и сложным он становится тогда, когда его вырывают из этого круга, подталкивают к ранней интеллектуализации.

Родители торопятся научить малыша читать, писать, изучить иностранный язык, музыку, танцы, рисование. Но не могут или не хотят понять, что в первую очередь он должен научиться социализироваться в обществе. К сожалению, сейчас развитие социально-коммуникативных навыков у дошкольников является приоритетной проблемой педагогики. Актуальность проблемы растет в современных условиях в связи с особенностями социального окружения детей, в котором наблюдаются недоброжелательность, невоспитанность, дефицит культуры речи, отсутствие патриотизма.

В своей работе мы направили свои силы не только на развитие эмоций, речи и чувств, но и на решение вопросов социализации: развитие коммуникативности, умение выходить из сложных ситуаций, развивать у детей способности продуктивно решать социальные проблемы. Для этого выбрали игровую деятельность, как эффективную форму взаимодействия с детьми.

Игра у детей — ведущий вид деятельности. Ребенок играет без принуждения взрослого. Дошкольник играет не только с игрушками, но и со словами, ситуациями, событиями. В нашем компьютерном веке у детей наблюдается отсутствие навыка развития игры и потребность играть со сверстниками. Появляется ранняя зависимость от компьютеров, планшетов и телефонов. И это большая проблема!

При распределении времени на занятия мы стремимся к равновесию между свободной игрой детей, во время которой они могут проявить свою инициативу, и занятиями с целой группой под нашим творческим руководством. Считаем, если на свободную игру отвести слишком мало вре-

мени, дети лишатся самого ценного в своей деятельности, и для развития фантазии, умения общаться со сверстниками, переработки впечатлений останется слишком мало места. Игра в детском саду организовывается, как совместная игра взрослого с детьми, где воспитатель выступает как играющий партнер и в то же время он носитель специфического «языка» игры. Обычное, эмоциональное поведение воспитателя, который принимает любые детские фантазии и замыслы, гарантирует самостоятельность, свободу действия и непринужденность, способствует возникновению у дошкольников желания самим овладеть игровыми способами.

Для дальнейшей работы с детьми определили для себя цель — формирование социально-коммуникативных навыков у детей дошкольного возраста посредством игровой деятельности.

Для достижения этой цели сформулировали следующие задачи:

1. Развитие общения и взаимодействия ребенка со сверстниками и взрослыми;
2. Формирование готовности поддерживать и завершать общение, развивать культуру речи;
3. Стимулировать социально-коммуникативную деятельность посредством игровых действий;
4. Побуждать дошкольников к выражению своих чувств, мыслей, эмоций при помощи мимики, жестов, слов.

Для достижения результатов и осуществления цели и задач, используем в своей работе следующую классификацию игр:

- Игры, возникающие по инициативе детей:
  - (экспериментирование «Тонет — не тонет», «Что тяжелее?», игры с игрушками, игры с природным материалом «Рябиновые бусы», «Человечки из шишек»).
  - сюжетные игры (сюжетно — ролевые «На приеме у врача»; режиссерские «Снимаем кино», театрализованные «Старые сказки на новый лад»).
- Игры, возникающие по инициативе воспитателя:
  - обучающие игры (сюжетно-дидактические «Путешествие по реке времени»; подвижные «Хали — хало — стоп!»; музыкально-дидактические «Купим мы бабушке...»; развивающие «Разгадай ребус»).
  - досуговые игры (интеллектуальные «Шахматные задачи»; театрализованные «В гостях у Репки»; игры — забавы «Неподвижное пугало»; празднично — карнавальные «Новый год у ворот»; компьютерные «Помоги Буратино собрать азбуку»).

Возникает вопрос, как же игра влияет на развитие социально-коммуникативных навыков?

Богатый материал для диалогической речи дают словесные игры. Воспитывают внимательность к сказанному партнером по игре.

В подвижных играх происходит игровое перевоплощение в животных, подражание трудовым действиям людей. Правила игры обязывают соблюдать очередность, слушать друг друга.

В сюжетно-ролевых играх идет закрепление навыков межличностного общения, совершенствование разговорной речи, закрепление знаний и норм поведения в обществе. Дети приобретают новый социальный опыт взаимодействия с другими людьми. Они на собственном опыте убеждаются, как важно умело налаживать контакты с окружающими. В процессе работы изгото-

вили картотеку сюжетно-ролевых игр и центры для игр «Доктор Пилюлькин», «Супермаркет Земляничка», «Салон красоты «Ветерок», «Компьютерный центр «Клавиша», которые пополняются и расширяются с учетом возраста детей, развития и становления этапов формирования игры.

Для развития диалогического общения детей используем настольно-печатные игры: лото, домино, шашки, игры с правилами. Они развивают навыки работы в команде, логическое мышление, уважение к сопернику, умение соблюдать правила игры.

Таким образом, игровая деятельность как средство социально-коммуникативного развития дошкольников способствует формированию разносторонней, яркой, полноценной личности, способной жить и работать в современном мире.

#### Литература:

1. Бондаренко А. К., Матусик А. И. воспитание детей в игре. М.: Просвещение, 1983. — 192 с.
2. Тверитина Е. Н. Руководство играми детей в дошкольных учреждениях. — М.: Просвещение. 2006. — 112 с.
3. Юзбекова Е. А. Ступеньки творчества (Место игры в интеллектуальном развитии дошкольника). — М.: ЛИНКА-ПРЕСС, 2011. — 128 с.
4. Грюнелиус Э. М. Вальдорфский детский сад. — М.: издательство «Мир книги». 1992. — 17с.
5. Фопель К. Как научить детей сотрудничать. — М.: Генезис, 2001–202с.
6. Смирнова Е. О. Формирование коммуникативной компетентности у детей дошкольного возраста. — М., 2008. — 58–62 с.
7. Кон И. С. Социология личности. — М.: Искра, 1967–345с.

## Проблемы детей с ОВЗ в условиях общеобразовательной школы

Темиршина Гульназ Радиковна, студент;

Минахметова Альбина Зульфатовна, кандидат психологических наук, доцент  
Елабужский институт Казанского (Приволжского) федерального университета (Республика Татарстан)

**Ключевые слова:** инклюзивное образование, учащиеся, дети с ОВЗ, школа.

Одной из важных социально-экономических и демографических проблем нынешнего российского поколения считается включение детей с ОВЗ и инвалидностью в социум. Развитие, а так же формирование социальных возможностей детей с ОВЗ, их активное участие в жизни социума могли бы способствовать последующему развитию страны и стабильному функционированию.

На сегодняшний день учреждения образования могут стать той образовательной средой, где дети с ОВЗ имеют возможность и средства для самовыражения, а, следовательно, приобретения социального опыта. Многие исследователи отмечают, что возможности образования не только по обучению детей с ОВЗ, но и по их социальной интеграции и адаптации достаточно велики.

Проблемы, которые ждут детей с ограниченными возможностями за школьной скамьей — обширны, они

не редко испытывают трудности в социальных контактах и адаптации. Причинами этих проблем могут быть разные источники: родители, педагоги, сверстники.

Дети с ограниченными возможностями — это дети с различными психическими или физическими нарушениями общего развития, которые не позволяют им вести нормальную жизнь.

С точки зрения современного общества наличие того или иного недостатка не считается поводом для неправильного развития.

Нарушения у данных детей вызваны проблемами при развитии физиологических и (или) психологических функций организма (умственные, сенсорные, речевые) и его структур (нервная, пищеварительная, эндокринная, сердечно-сосудистая, иммунная, дыхательная системы), их существенные отклонения и утрата [1].

Получение детьми с ограниченными возможностями здоровья и детьми-инвалидами адекватного их возможностям и потребностям образования является одним из основных и неотъемлемых условий их успешной социализации, обеспечения их полноценного участия в жизни общества, эффективной самореализации в различных видах профессиональной и социальной деятельности.

Согласно основной классификации дети с ограниченными возможностями здоровья подразделяются на следующие категории:

- 1) дети с нарушениями слуха;
- 2) дети с нарушениями зрения;
- 3) дети с нарушениями речи;
- 4) дети с нарушением интеллекта (умственно отсталые дети);
- 5) дети со смешанными специфическими расстройствами психомоторного развития (ранее — ЗПР);
- 6) дети с нарушениями опорно-двигательного аппарата (ДЦП);
- 7) дети с нарушениями эмоционально-волевой сферы;
- 8) дети с сочетанными, множественными нарушениями (сочетание 2-х, 3-х и более нарушений) [4].

В настоящее время одним из главных направлений деятельности образовательных и социальных организаций являются проблемы воспитания, обучения, социализации детей с отклонением в развитии. Главная проблема ребенка с ограниченными возможностями здоровья заключается в отсутствии понимания со стороны взрослого сообщества. Несмотря на наличие специфических особенностей, у детей с ОВЗ есть возможность личностного развития. Целесообразно говорить о психологических резервах процесса социализации относительно детей с ОВЗ и о том, что сущность развития социального потенциала детей с ограниченными возможностями здоровья напрямую зависит от педагогической поддержки детей, раскрытия их потенциала в различных формах жизнедеятельности.

В исследовании было 2 выборки: дети без ОВЗ (21 человек) и дети с ОВЗ (16 человек) (по зрению, слуху, опорно-двигательному аппарату, ЗПР), учащиеся 9–11 классов.

В качестве эмпирических методов исследования были использованы следующие методы и методики: многофакторный личностный опросник FPI [2], анкета для выявления уровня развития коммуникативных навыков учащихся [3].

В ходе анализа результатов анкеты для выявления уровня коммуникативных навыков учащихся можно сделать следующие выводы:

На вопросы определения степени ответственности за качество выполнения общего задания (вопросы № 8, 11, 13, 14) 73% опрошенных детей с ограниченными возможностями здоровья (11 человек) ответили «является всегда» или «является часто», а среди остальных детей этот показатель ниже (18 человек, 56%).

На вопросы определения взаимодействия участников группы (вопросы № 3, 4, 5, 15, 16) положительно ответили 60% опрошенных детей с ограниченными возможностями здоровья (9 человек), а у обычных детей 19 человек (59%).

Испытывают психологический комфорт (вопрос № 1а, 1б, 6) 66% детей с ограниченными возможностями здоровья (10 человек), среди обычных детей 78% (25 человек) отметили позитивное самочувствие.

Включенность в совместную работу группы (вопрос № 2, 9, 10, 12) среди учащихся составило 62% (20 человек), а среди детей с ограниченными возможностями здоровья 53% (8 человек).

Таким образом, мы можем отметить, что дети с ОВЗ имеют высокую степень ответственности, чуть выше, чем у обычных детей. Чувствуют комфорт и включенность в совместную деятельность чуть больше половины детей с ОВЗ, в отличие от обычных детей, у которых показатели выше.

По результатам тестирования по опроснику FPI можно выявить следующие отличия психического состояния и свойств детей.

Первое отличие по шкале *невротичность* обычные дети набрали 6 баллов (средний уровень), а дети с ОВЗ набрали 7 баллов (высокий уровень). Это означает что обычные дети спокойные, непринужденные, активные. А детям с ОВЗ с высокими оценками по шкале «невротичность» характерна высокая тревожность, возбудимость в сочетании с быстрой истощаемостью.

Второе отличие по шкале *общительность* обычные дети набрали 8 баллов, а дети с ОВЗ 7 баллов и то, и другое относится к высокому уровню. Что же характерно для этого уровня? Высокие оценки позволяют говорить, что такие лица общительны, имеют много близких друзей. Прекрасно себя чувствуют на людях, ищут общества, с удовольствием принимают участие в групповых мероприятиях, любят отдыхать и работать в коллективе.

Следующее отличие по шкале *уравновешенность*. Дети с ОВЗ набрали 6 баллов (средний уровень), обычные дети 8 (высокий уровень) баллов. Это свидетельствует о том, что высокие оценки по показателю «уравновешенность» (обычные дети) показывает об отсутствии внутренней напряженности, готовности следовать нормам и требованиям, свободе от конфликтов, удовлетворенности собой и своими успехами. Низкие оценки по показателю «уравновешенность» (дети с ОВЗ) указывают на состояние дезадаптации, тревожности.

По шкале *застенчивость* баллы тоже отличаются. Обычные дети набрали 5 баллов (средний уровень), дети с ОВЗ- 7 баллов (высокий уровень). Высокий уровень выражает присутствие неуверенности, скованности, тревожности, результатом чего являются трудности в социальных контактах. Такие люди от любых перемен ждут только неприятностей, избегают рискованных ситуаций, всего боятся, неожиданные события встречают с беспокоеством. При решении необходимых вопросов или чрез-

мерно колеблются, или подолгу оттягивают и не приступают к его выполнению. Избегают больших компаний, предпочитают узкий круг старых, проверенных друзей. Лица, набравшие средние оценки по фактору «застенчивость», решения принимают быстро и немедленно. Они смелы, решительны, не теряются при столкновении с незнакомыми вещами и обстоятельствами, предпринимают шаги к их осуществлению. В коллективе держатся свободно. Средний же уровень (обычные дети) относится к людям, которые в целом уверены в себе и обладают хорошо развитыми навыками поведения в обществе, довольно общительны.

По шкале *открытость* разница между группами 2 балла. Обычные дети набрали 8 баллов дети с ОВЗ — 10 баллов. Эта шкала позволяет характеризовать уровень самокритичности и отношение к социальному окружению, оценить достоверность результатов и в определенной мере корректировать заключение. Если испытуемый набирает по данной шкале от 8 до 10 баллов, то этот результат подтверждает о его адекватной реакции, готовности отвечать с минимальными субъективными искажениями.

По шкале *экстраверсия — интроверсия* обычные дети набрали 9 баллов дети с ОВЗ — 6 баллов.

Обычные дети с высоким уровнем по этой шкале — стремятся к лидерству, общественному признанию, не испытывают затруднений в общении. Они придают большое значение социальному успеху.

Дети с ОВЗ набравшие средние оценки легко теряют душевное равновесие, нервничают, они с уважением относятся к правам других. Признают право каждого на собственную точку зрения.

По шкале *маскулинность — фемининность* у обычных детей 8 баллов, детей с ОВЗ 7 баллов. Разница между группами не большая обе группы относятся к высокому уровню. Интересы таких людей практичны. Они стараются избегать сложных, запутанных ситуаций.

По остальным шкалам баллы совпадают.

Шкала *спонтанная агрессивность*. Дети с ОВЗ набрали средние оценки, как и обычные дети, что свидетельствует о повышенной идентификации с социальными требованиями, уступчивости, сдержанности, осторожности поведения. Перемен не любят, к новому относятся осторожно,

с предубеждением. Так же и дети без ОВЗ набрали средние оценки в данной шкале.

Дети с ОВЗ показали низкие оценки по шкале *депрессивность*, они отражают естественную жизнерадостность, энергичность и предприимчивость. Анкетированные этой группы отличаются уверенностью в своих силах, богатством, гибкостью и многосторонностью психики, непринужденностью в межличностных отношениях, успешностью в выполнении различных видов деятельности, требующих активности, энтузиазма и решительности. Но нехватка контроля над своими импульсами и отсутствие скованности могут привести к невыполнению обещаний, беспечности, непоследовательности, что приводит к обидам и потере доверия со стороны друзей.

Шкала *раздражительность*. Дети с ОВЗ, как и обычные дети набрали 6 баллов (средний уровень). Им характерны такие черты, как добросовестность, чувство ответственности, стойкость моральных принципов. В своем поведении они строго соблюдают этические стандарты, руководствуются чувством долга, всегда стремятся к выполнению социальных требований.

Шкала *реактивная агрессивность*. Группы набрали 5 баллов. Средний уровень оценок свидетельствуют о повышенной идентификации с социальными нормами, зависимости, скромности, уступчивости, узости круга интересов. Дети с низкими баллами робки, скованны, малоактивны.

Шкала *эмоциональная лабильность*. По 6 баллов у каждой группы. Средние оценки могут характеризовать хорошее умение владеть собой. Им свойственны такие качества как отсутствие внутренней напряженности, свобода от конфликтов, удовлетворенность собой и своими успехами, а также готовность следовать нормам и требованиям.

Аким образом, дети с ОВЗ и инвалидностью испытывают ряд проблем: высокую тревожность, возбудимость с быстрой истощаемостью исходя из результатов методики FPI по шкале невротичность; дезадаптация — подтверждается результатами подученными по шкале уравновешенность; неуверенность, скованность, трудности в социальных контактах, избегают рискованных ситуаций, испытывают детям сложно принимать самостоятельные решения без помощи других, легко теряют душевное состояние по шкале экстраверсия-интроверсия.

#### Литература:

1. Гончаренко М. С. Индивидуализация подхода в обучении детей с ОВЗ в условиях общеобразовательной программы// Инклюзивное образование: методология, практика, технологии [Электронный документ] /М. С. Гончаренко, 2018, — 23 с. ([http://psyjournals.ru/inclusive\\_edu/issue/44154.shtml](http://psyjournals.ru/inclusive_edu/issue/44154.shtml))
2. Опросник FPI/. — Текст: электронный // Справочник психолога.: [сайт]. — URL: <http://psvsem.ru/testy/oprosnik-fpi.html> (дата обращения: 27.06.2020).



3. Анкета для выявления уровня развития коммуникативных навыков учащихся. — Текст: электронный // Ваш психолог: [сайт]. — URL: <http://www.vashpsixolog.ru/psychodiagnostic-school-psychologist/114-questionnaire/1114-anketa-dlya-analiza-urovnya-razvitiya-kommunikativnykh-navykov-uchashhixsya> (дата обращения: 27.06.2020).
4. Федеральный государственный стандарт начального общего образования обучающихся с ограниченными возможностями здоровья [Текст] /Министерство образования и науки РФ.2014.

Молодой ученый  
Международный научный журнал  
№ 27 (317) / 2020

Выпускающий редактор Г. А. Кайнова  
Ответственные редакторы Е. И. Осянина, О. А. Шульга  
Художник Е. А. Шишков  
Подготовка оригинал-макета П. Я. Бурьянов, М. В. Голубцов, О. В. Майер

За достоверность сведений, изложенных в статьях, ответственность несут авторы.  
Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов материалов.  
При перепечатке ссылка на журнал обязательна.  
Материалы публикуются в авторской редакции.

Журнал размещается и индексируется на портале eLIBRARY.RU, на момент выхода номера в свет журнал не входит в РИНЦ.

Свидетельство о регистрации СМИ ПИ № ФС77–38059 от 11 ноября 2009 г.,  
выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор).  
ISSN-L 2072-0297  
ISSN 2077-8295 (Online)

Учредитель и издатель: ООО «Издательство Молодой ученый»  
Номер подписан в печать 15.07.2020. Дата выхода в свет: 22.07.2020.  
Формат 60 × 90/8. Тираж 500 экз. Цена свободная.

Почтовый адрес редакции: 420126, г. Казань, ул. Амирхана, 10а, а/я 231.  
Фактический адрес редакции: 420029, г. Казань, ул. Академика Кирпичникова, д. 25.  
E-mail: [info@moluch.ru](mailto:info@moluch.ru); <https://moluch.ru/>  
Отпечатано в типографии издательства «Молодой ученый», г. Казань, ул. Академика Кирпичникова, д. 25.