

ISSN 2072-0297

МОЛОДОЙ УЧЁНЫЙ

МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ



14 2022
ЧАСТЬ II

16+

Молодой ученый

Международный научный журнал

№ 14 (409) / 2022

Издается с декабря 2008 г.

Выходит еженедельно

Главный редактор: Ахметов Ильдар Геннадьевич, кандидат технических наук

Редакционная коллегия:

Жураев Хусниддин Олтинбоевич, доктор педагогических наук (Узбекистан)
Иванова Юлия Валентиновна, доктор философских наук
Каленский Александр Васильевич, доктор физико-математических наук
Кошербаева Айгерим Нуралиевна, доктор педагогических наук, профессор (Казахстан)
Куташов Вячеслав Анатольевич, доктор медицинских наук
Лактионов Константин Станиславович, доктор биологических наук
Сараева Надежда Михайловна, доктор психологических наук
Абдрасилов Турганбай Курманбаевич, доктор философии (PhD) по философским наукам (Казахстан)
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
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
Рахмонов Азиз Боситович, доктор философии (PhD) по педагогическим наукам (Узбекистан)
Семахин Андрей Михайлович, кандидат технических наук
Сенцов Аркадий Эдуардович, кандидат политических наук
Сенюшкин Николай Сергеевич, кандидат технических наук
Султанова Дилшода Намозовна, доктор архитектурных наук (Узбекистан)
Титова Елена Ивановна, кандидат педагогических наук
Ткаченко Ирина Георгиевна, кандидат филологических наук
Федорова Мария Сергеевна, кандидат архитектуры
Фозилон 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)
Досманбетов Динар Бакбергенович, доктор философии (PhD), проректор по развитию и экономическим вопросам (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 Бекмуратович, 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)
Султанова Дилшоода Намозовна, доктор архитектурных наук (Узбекистан)
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)

На обложке изображен *Николай Николаевич Алексеев* (1879–1964), русский философ, правовед.

Николай Николаевич родился в Москве в семье профессионального юриста. По окончании гимназии он поступил на юридический факультет Московского университета, однако его исключили из числа студентов за революционную деятельность и приговорили к шести месяцам тюремного заключения. После освобождения Алексеев уехал за границу, где продолжил свое образование в Дрезденском университете, а по возвращении на родину с отличием закончил юридический факультет Московского университета и остался на кафедре философии права.

После стажировки за границей (Берлин, Гейдельберг, Марбург и Париж) Алексеев защитил магистерскую диссертацию «Науки общественные и естественные в историческом взаимоотношении их методов» и получил степень магистра государственного права. Он был избран экстраординарным профессором юридического факультета Московского университета, однако из-за революционных событий 1917 года утверждение было отложено.

Алексеев активно сотрудничал с Временным правительством; участвовал как специалист в подготовке Учредительного собрания, а в годы Гражданской войны был активным участником Белого движения. В то время он занимался изданием газеты «Великая Россия» и заведовал литературной частью отдела пропаганды Добровольческой армии. После поражения генерала Врангеля Алексеев вынужден был эмигрировать за границу, где некоторое время оставался вне сферы науки.

По приглашению Павла Ивановича Новгородцева Алексеев занял должность ученого секретаря юридического факультета Русского народного университета в Праге. Основное внимание в своей исследовательской и преподавательской деятельности в то время Николай Николаевич уделял вопросам философии права, которые впервые выделены им из общей теории права в самостоятельный круг проблем («Основы философии права», 1924).

С группой соавторов он работал над двухтомным трудом «Право Советской России» (1925). Продолжением исследований Алексеева в области истории и философии права стала книга «Идея государства. Очерки по истории политической мысли» (Нью-Йорк, 1955). Автор рассматривал основные политические доктрины, теории, верования, которые оставили глубокий след в развитии европейского политического сознания.

Русский мыслитель считается признанным главой евразийского государственно-правового направления. Он исходил из убеждения, что на огромной территории России — Евразии — справедливый порядок, стабильность и устойчивость могут быть обеспечены только в государстве, сочетающем в себе преимущества аристократического и демократического правления. Эта идея органично присуща народным массам. Страной должно управлять высокообразованное сознательное меньшинство в интересах широких народных масс. Такое меньшинство должно представлять собой что-то вроде духовного ордена, способного на моральное руководство народом. Оно вырабатывает государственный идеал и формулирует высшую религиозно-философскую истину.

Многие из идей, высказанные ученым почти сто лет назад, сегодня находят свое отражение в работах современных философов права. В частности, концепция евразийства претерпела значительные изменения и сегодня понимается в русле теории правовых систем и правового мышления.

Когда университет прекратил свое существование, ученый переехал вначале в Страсбург, а затем в Белград, где принял активное участие в движении Сопротивления. После окончания Второй мировой войны Николай Николаевич Алексеев получил советское гражданство, однако из-за обострения отношений между Тито и Сталиным переехал в Швейцарию, где прожил свои последние годы.

Екатерина Осянина, ответственный редактор

СОДЕРЖАНИЕ

СЕЛЬСКОЕ ХОЗЯЙСТВО

Джумашева А. К.

Влияние внесения различных доз органического удобрения на основе илового осадка на рост амаранта багряного.....71

Нурмедова Г., Мухаммедова С. Х.

Отходы шёлкового производства и их применение.....73

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

Айтбаева Г. Д., Айткожа А. Т.

Применение инновационных технологий в продвижении туристских дестинаций (на примере государственных национальных природных парков Алматинской области)75

Aldabergen E. E., Baiken A. A.,

Yermekbayeva P. A., Kenzhegaranova M. K.
Learning from mistakes: using leadership theories in creating teamwork project79

**Ардаширов А. А., Платонова А. С.,
Муллаянова А. С., Бикбулатов И. С.**

Стратегическое управление земельными ресурсами в Республике Башкортостан82

Бахшалиева Г. Н.

Применение индикаторного подхода при оценке финансовой безопасности экономического субъекта85

Васильченко В. Н.

Анализ возможностей современных методов рекрутинга в целях кадрового обеспечения авиационной промышленности87

Галяутдинова М. В.

Обеспечение экономической безопасности предприятия при организации бухгалтерского учета и выборе способа его ведения.....90

Гладкая В. Ю.

Исследование механизма таможенного контроля товаров, содержащих объекты интеллектуальной собственности91

Кабылжанова Д. К.

Управление процентным риском компаний по страхованию жизни с помощью GAP-анализа 94

**Kairoldanova A. A., Shakenova A.,
Baimuldanova T. T., Kenzhegaranova M. K.**

Challenges and specifics of the team project «SDU Photo Awards: My online distance learning experience»96

Крапивин В. В.

Современное состояние и развитие сбыта продукции ООО «Нытвенский мясокомбинат» Пермского края99

Леонов А. В.

Организация проектного управления в органах государственной власти 101

**Леонтьев С. С., Романцов С. Д.,
Карандашов А. Н.**

Оценка качества финансового менеджмента проекта «5–100» на федеральном уровне управления 104

Обеленец Ю. В.

Специфика найма персонала в IT-сфере..... 113

Овчинникова А. В.

Выявление причин неплатежеспособности организаций в период кризиса 115

Одинцов Н. А.

Систематическая оценка показателей предприятия, необходимых для вхождения в региональный экономический кластер 118

Саматкызы М.

Модели оценки договоров страхования и операционные сложности при внедрении МСФО 17..... 119

Сергеев Н. А.

Обзор платежного баланса страны на примере Египта 123

Сыдорук И. Ю.

Преимущества и недостатки виртуальных команд как объектов управления 126

Тиунова Ю. В.

Анализ корпоративной культуры ПАО «Уралкалий» 128

Шалахметов Д. М.

Определение эффективности бизнес-процессов
компании 130

МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА И PR**Кривошеева Т. В.**

Возможности интернет-маркетинга
в продвижении программ дополнительного
образования..... 134

Любарская К. А.

Оценка эффективности выставочной
деятельности организации 135

Ненастьяев Н. А.

Выбор игровой платформы
как нетрадиционного канала связи
с иностранными абитуриентами 138

ПРОЧЕЕ**Котельникова А. В.**

Некоторые аспекты управления трудовыми
ресурсами службы организации перевозок ... 140

СЕЛЬСКОЕ ХОЗЯЙСТВО

Влияние внесения различных доз органического удобрения на основе илового осадка на рост амаранта багряного

Джумашева Ару Кайратовна, студент магистратуры
Казахский агротехнический университет имени С. Сейфуллина (г. Нур-Султан, Казахстан)

Внесение осадков сточных вод в сельскохозяйственные угодья является разумной альтернативой проблеме утилизации отходов и направлено на сохранение плодородия почвы в течение длительного времени за счет ее органической природы. В статье представлены результаты использования сточных вод в качестве удобрения при выращивании амаранта темного.

Ключевые слова: органическое удобрение, илистый осадок, амарант багряный.

Иловый осадок представляет собой полутвердый, богатый питательными веществами побочный продукт, который образуется после фильтрации сточных вод на городских водочистных сооружениях. Высокое содержание органических веществ не позволяет использовать ил в качестве удобрения. Это связано с тем, что органическое вещество в необработанном состоянии может привести к загрязнению почвы [1].

Иловый осадок, как было сказано выше, хранится только на специальных площадках и его транспортировка возможна только с помощью специальных септиков, что снижает сырьевой потенциал ила. В этом случае наиболее эффективным вариантом является обеззараживание ила и получение безопасного удобрения [2]. Такого рода осадки содержат большое количество органических веществ, при разложении которых выделяется углекислый газ, необходимый для жизни растений. Удобрения на основе ила содержат все основные элементы питания, необходимые для повышения плодородия почвы (40% содержат гумуса) [3,4], только после навоза в пересчете на калий [5,6].

Амарант — культура, богатая питательными веществами, поэтому очень чувствительна к внесению удобрений. Это высокоурожайная культура, способная формировать зеленую массу до 60–80 т/га, семян от 0,8 до 2,2 т/га. Он ценен и по биохимическому составу: в зеленой массе до 24% белка, в семенах до 19%, причем белок хорошо сбалансирован по аминокислотному составу [7–9].

Цель исследования — определить эффективность использования сточных вод в качестве удобрения при возделывании амаранта на темно-каштановых солонцеватых почвах степной зоны.

Материалы, методы и объекты исследования

Опыты проводились в 2021 году, на опытной площадке КАТУ им. С. Сейфуллина, г. Нур-Султан. Этот район расположен в степной зоне, в условиях резко континентального климата. Тип почвы: темно-каштановая, засоленная, автотрофная.

Мелкоделяночный опыт включал 4 варианта и проводился в 3 повторностях.

Вариант 1 — контроль

Вариант 2 — биоудобрение на основе ила 100 г/п.м (внесение в почву)

Вариант 3 — биоудобрение на основе ила 200 г/п.м (внесение в почву)

Вариант 4 — биоудобрение на основе ила 300 г/п.м (внесение в почву)

Органические удобрения вносили при обработке почвы перед посевом в почву. Семена высевали в конце третьей декады мая, глубина посева 1,5 см, норма посева 0,5–0,8 г/м². Расстояние между рядами 30 см, расстояние между растениями 30 см. Посев, уход и учет производились вручную. Уход за растениями заключался в прополке, рыхлении и поливе один раз в неделю. Выделены следующие фенологические фазы: озеленение, вегетационный период (первый лист, настоящие листья, рост стебля и ветвление), цветение, созревание семян.

Для определения биометрических показателей было отобрано по 5 образцов растений из каждого варианта всех повторностей. Для изучения строения растения отдельно измеряли стебли и соцветия амаранта.

Объект исследования — амарант багряный *Amaranthus cruentus*, Riter Paris. Всходы амаранта появились через 8–9 дней после посева. Всходы росли равномерно и были светло-зеленой окраски. Высота проростков 1,2–1,3 см, размер первых листьев 0,6–0,7х0,2 см. Фаза первого листа отмечена в 1-й декаде июня, фаза настоящего листа — во 2-й декаде июня. Период ветвления побегов совпал с первой декадой июля, в течение которой высота растений составляла 12–13 см, а размер листьев 10,2х6,2 см. Период цветения начался в третьей декаде июля. На этом этапе высота растений 31–40 см, средний размер листьев 12,6х8,5 см. Растения различались по высоте,

длине, ширине и форме, длине соцветий и корневой системы. Цветение амаранта темного продолжительное и продолжается более 30 дней.

Ввиду того, что созревшие семена быстро опадают, сбор урожая начинали, когда созрели первые семена. Для анализа морфометрических признаков растения были срезаны и размещены на столах и подносах.

Результаты исследования

Исследования показали, что дозы органических удобрений во всех вариантах положительно влияют на ростовые процессы, увеличивая высоту и массу растений по сравнению с контролем. К концу вегетационного периода анализ морфометрических признаков растений показал следующие значения: средняя длина стебля колеблется от 25,3 см в контрольном варианте, 31,2–44,8 см в удобренных вариантах (рис. 2а), а длина соцветия — 12,1 см–16 см (рис. 2б). Из приведенных вариантов наиболее эффективным оказался Вариант 3–200 г/п.м. При внесении такой дозы органического удобрения длина стебля соста-

вила 44,8 см, длина соцветия 16 см соответственно, что выше контрольного варианта на 77% и 126% соответственно.

Изученные дозы удобрений также оказали положительное влияние на структуру растения амаранта. Средняя масса стебля до соцветий составил 8,2 г в контрольном варианте, 10,8–17,6 г в удобренных вариантах. Средняя масса соцветия у контрольного варианта 2 г, а в удобренных вариантах колеблется от 2,3 до 3,6 г.

По результатам исследования можно сделать следующие выводы:

1) Амарант — растение с повышенной чувствительностью к удобрениям: изученные дозы удобрений положительно влияли на рост растений в высоту и массу;

2) Доза 3-го варианта 200 г/п.м. дал наилучшие результаты: его показатели составили 44,8 см длины стебля, 16 см длины соцветия соответственно, а также средняя масса стебля 17,6 г, масса соцветия 3,6 г;

3) Доза 2-го варианта 100 г/п.м. положительно сказалось на размере листьев, в этом варианте длина и ширина листьев больше, чем в других вариантах, соответственно на 8,4 см и 4 см.

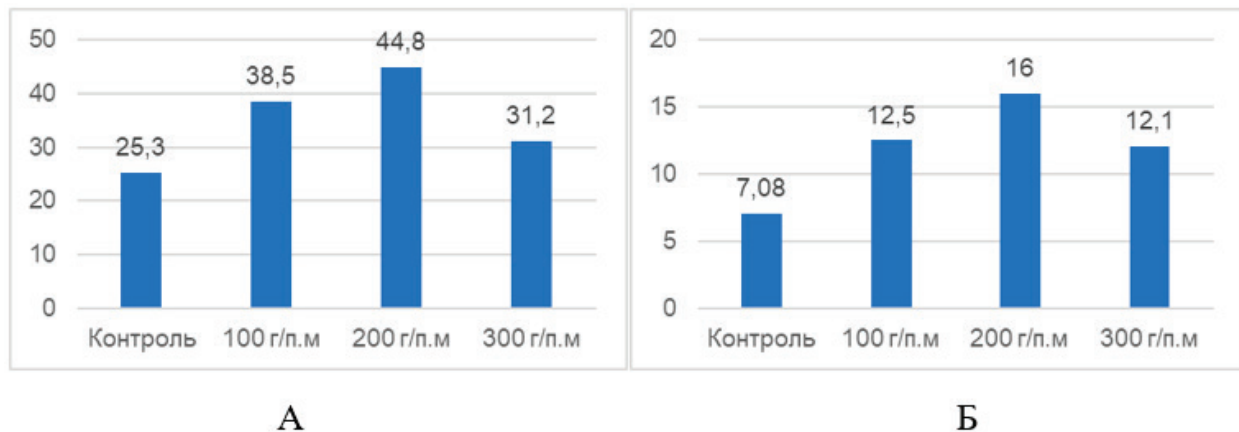


Рис. 2. а) Влияние различных доз органического удобрения на основе ила на рост стебля амаранта; б) влияние различных доз органического удобрения на основе ила на структуру соцветия амаранта

Литература:

1. Овчинников А. С., Пындак В.И. Развитие учения об агротехнической мелиорации земель//Известия Нижневолжского агроуниверситетского комплекса: наука и высшее профессиональное образование.— 2014.— № . 3 (35).
2. Josiane Nikiema, Olufunke Cofie, Robert Impraim & Noah Adamtey Processing of Fecal Sludge to Fertilizer Pellets Using a Low-Cost Technology in Ghana.— 2013.
3. Гальченко с. В., Чердакова А. С. Обоснование использования осадка сточных вод городских очистных сооружений в качестве удобрения // Экологический вестник России. 2012. № 3. С. 30–34.
4. Фомина И.Г. Компостирование осадка сточных вод в лабораторных условиях с наполнителем из отходов табака и фосоли // Вестник ХНУ имени В. Н. Каразина, № 1104. Серия «Экология», 2014. вып. 10. С. 141–144.
5. Рафикова Г. Ф., Столярова Е. А., Логинов О.Н. «БИОСЕПТИЛОН» И «БИОКОМПОСТ 21» — Продукты бытовой биотехнологии // Современные проблемы науки и образования. 2015. № 2–1. URL: <http://www.scienceeducation.ru/ru/article/view?id=18123> (дата обращения: 16.07.2019).
6. Севостьянов с. М., Демин Д.В., Татаркин И.В. Компостирование обработанных аминокислотными реагентами осадков сточных вод // Известия Самарского научного центра Российской академии наук. 2013. Т. 15. № 3 (4). С. 1432–1435.
7. Караев А.Х. Амарант — богатый источник протеина и аминокислот /А. Х. Караев, И. Д. Тменов.— Владикавказ: Горский ГАУ, 1998.— 75 с.

8. Романенко Т.А. Кормовые растения России / Т.А. Романенко, И.А. Тютюников, П.А. Гончаров.— М.: ЦИНАО, 1999.— С. 128–130.
9. Утеуш Ю.А. Новые перспективные кормовые культуры / Ю.А. Утеуш.— Киев: Наукова ДУМКА, 1991.— С. 143–153.

Отходы шёлкового производства и их применение

Нурмедова Гулчехра, преподаватель;

Мухаммедова Селби Хангельдиевна, студент

Туркменский сельскохозяйственный университет имени С.А. Ниязова (г. Ашхабад, Туркменистан)

В статье автор показывает технологию производства шёлковой пряжи, а также способ утилизации шёлковых отходов.

Ключевые слова: отходы шелководства, шёлковая пряжа, изделия из шёлка.

Для выработки шёлковой пряжи используются шёлковые отходы, получаемые в шелководстве, кокономотальном, шёлкокрутильном и шёлкоткацком производствах. Утилизация этих отходов имеет большое народнохозяйственное значение, так на каждый килограмм выработанного шёлка-сырца приходится более одного килограмма различных шёлковых отходов. Пряжа, получаемая из шёлковых отходов, используется для изготовления разнообразных тканей широкого потребления, а также для производства тканей различного технического назначения.

Способ получения пряжи из натурального шёлка был известен ещё в глубокой древности. До начала XIX века пряжа из шёлковых отходов вырабатывалась исключительно ручным способом. Затем начали применять машины. Сначала в шелкопрядении успешно использовалось чесальное и прядильное оборудование шерстопрядильного производства. В дальнейшем стали создавать специальные машины, приспособленные к специфическим свойствам шёлковых отходов.

Процесс получения пряжи из шёлковых отходов является более сложным по сравнению с приготовлением пряжи из любого другого волокнистого материала. Так, например, если для получения хлопчатобумажной пряжи по кардной системе прядения требуется 6–8 переходов, то для выработки шёлковой пряжи № 200/2* необходимо около 40 переходов.

Сложность шелкопрядения объясняется особыми свойствами используемого сырья и высокими требованиями, предъявляемые к шёлковой пряже.

Вследствие многообразия видов используемого сырья, резко различающегося по происхождению и физико-механическим свойствам, применяются различные способы его обработки, особенно на первых этапах технологического процесса. Если сдир коконный почти не содержит куколки, то коконные отходы, за исключением гренажных коконов, имеют внутри куколку, которая должна быть удалена. Все шёлковые отходы, как и шёлк-сырец, состоят в основном из фиброина и из покрывающего его слоя шёлкового клея — серицина.

Серицин необходимо удалить на первой стадии обработки шёлковых отходов, иначе их невозможно будет переработать в пряжу. Для удаления серицина применяется химический способ обработки отходов в горячих щелочных или кислотных растворах. Однако для обесклеивания и обезжиривания от-

ходов, засоренных куколкой, используется и биохимический способ (мацерация) [1].

Обезжириванные и обеспыленные отходы в чесальном цехе подвергаются обработке на комплексе специальных машин, используемых только в шелкопрядильном производстве.

Из-за большой и неравномерной длины волокна в прочёсе натурального шёлка приходится применять гребенные поля в вытяжных приборах ленточных и ровничных машин, а на прядильных машинах использовать многоцилиндровые вытяжные приборы с легкими самогрузными валиками с целью лучшего контроля волокон в процессе вытягивания ленты и ровницы, а также для улучшения параллелизации и распрямленности волокон.

Шёлковая пряжа, как правило, выпускается в кручёном виде, два и более сложений. Поэтому шелкопрядильные фабрики располагают необходимым количеством тростильных и крутильных машин.

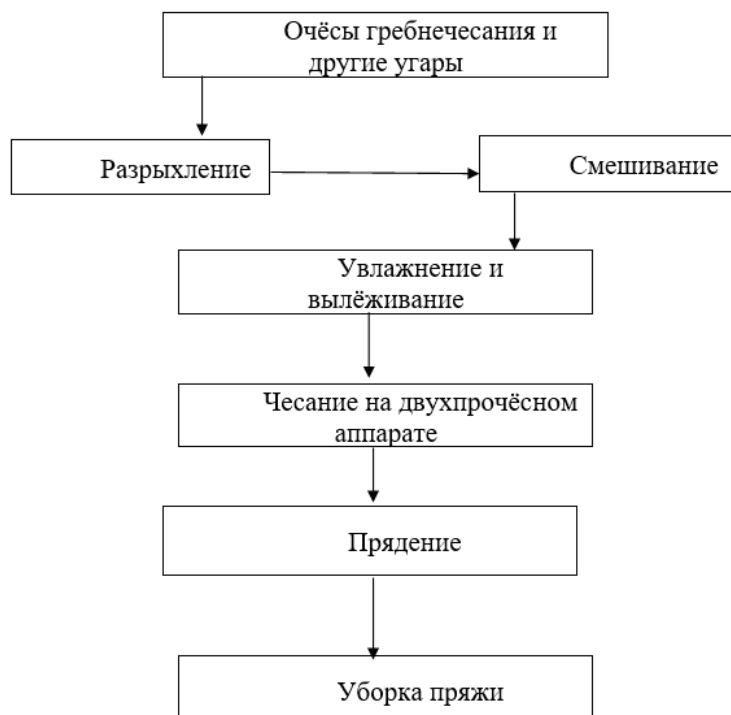
Ввиду особых требований к свойствам шёлковой пряжи (высокая прочность, гладкость, блеск и пр.) в некоторых случаях применяют особую отделку пряжи (опалка и чистка) [2].

Для обеспечения технологического процесса получения пряжи следует четко организовать работу подсобных отделов и вспомогательных мастерских для изготовления палочек для штапелирующих, а также мастерских для изготовления палочек для штапелирующих и круглочесальных машин.

Кроме того, в варочном отделе должны быть растворные баки для подготовки варочной жидкости, а для опалки пряжи необходима иметь газовую камеру.

Разнообразие технологических процессов как по назначению, так и по способу их осуществления удлинит весь процесс переработки шёлковых отходов и не позволяет организовать его единым непрерывным потоком. Это является большим организационно-техническим недостатком шелкопрядильного производства, так как увеличивает затраты труда на получение шёлковой пряжи.

Весь длительный и сложный процесс переработки шёлковых отходов в пряжу разбивается на ряд этапов. На каждом этапе при помощи соответствующего оборудования осуществляется несколько технологических процессов. Очищенные от посторонних примесей и куколки шёлковые отходы обесклеиваются и обезжириваются [3].



Поставщиками сырья на шелкопрядильные фабрики являются заготовительные базы, гребенные заводы, кокономотальные, шелкокрутильные и шелкоткацкие фабрики.

В зависимости от происхождения шелковые отходы классифицируются следующим образом.

I. Отходы шелководства:

1. Вата-сдир;
2. Коконный брак;
3. Коконны-двойники;
4. Коконны гребенные.

II. Отходы кокономотания:

1. Сдир коконный;
2. Одонки;

3. Неразмот коконный;
4. Рвань шелка-сырца [4].

С применением шёлковых отходов мы проводили лабораторный эксперимент по нескольким видам отходов. Струна была очищена от кокона из первого слоя. В эксперименте мы обратили внимание на длину, утончение, утолщение, на разрыв, на прочность струны и тем самым пришли к выводу, что струна уже как готовая крученая нить может использоваться в ковроткачестве, вязании и украшении разных тканей. После отбора нити мы промыли её, вскипятили в уксусной кислоте с моющим средством, а затем высушили. Нить покрасили химическими красителями. И в результате из струны, полученную из отходов, которая выходит из первого слоя кокона, мы соткали ковер и связали трикотажные изделия.

Литература:

1. В. А. Усенка, А. М. Забелоцкий. Технология шелка. Шелкопрядение // Москва 1961 г.
2. А. В. Терюшнов, Влияние смешивание хлопка и штапельного волокна на технологический процесс прядения // «Технология текстильного промышленности», № 2, 1959.
3. Н. Я. Галкин, М. В. Корчагин, Отварка шелковых отходов // Гизлег-пром, 1933.
4. М. В. Корчагин, А. Г. Карпова, Обесклеивание шелковых отходов в растворах едкого натра // «Шелк», № 3. 1939.
5. Атаханов А. К., Парпиев Х., Тожимирзаев С. Т. Разработка технологии для получения шёлкового волокна из отходов кокона // Universum: технические науки: электрон. научн. журн. 2021. 1(82). URL: <https://7universum.com/ru/tech/archive/item/11188> (дата обращения: 09.04.2022).

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

Применение инновационных технологий в продвижении туристских дестинаций (на примере государственных национальных природных парков Алматинской области)

Айтбаева Гульзамира Джолдасбековна, кандидат филологических наук, доцент;
Айткожа Арна Талгаткызы, магистрант
Казахский университет международных отношений и мировых языков имени Абылай хана (г. Алматы)

В статье авторами предложены и охарактеризованы пути решения проблем инновационной деятельности в наиболее популярных среди туристов дестинациях Алматинской области. Продемонстрированы результаты проведенных исследований на примере Государственных национальных природных парков Алматинской области на предмет соответствия современным требованиям интерне-маркетинга. Исследование основано на теоретических взглядах выдающихся ученых в области экономики, маркетинга и инноваций, при проведении практических исследований для получения наиболее точных результатов были применены современные технологии и рекомендации. В ходе научного исследования были разработаны меры по совершенствованию инновационной деятельности на территории национальных парков. Результаты исследований и рекомендации могут быть применены на практике, что в свою очередь позволит достичь позитивного эффекта в продвижении туристских дестинаций и улучшит экономическое состояние региона.

Ключевые слова: инновация, организационный лаг, SMM, показатель вовлеченности.

И нновация чаще всего определяется как создание и успешное применение нового продукта, процесса, новой идеи, новой формы знаний, нового способа предоставления услуги для клиента или комбинации вышеперечисленного. Все определения инноваций сходятся в одном: инновации — это что-то новое.

И. Шумпетер, являющийся основоположником инновации, как экономической категории, рассматривает инновации как разработку новых продуктов или услуг, разработку новых методов производства, признание новых рынков, открытие новых источников поставок, разработку новых организационных форм, т.е. разных видов инноваций.

Инновации идентифицируются по-разному в зависимости от направленности исследования. Однако инновации обычно связаны с такими аспектами, как креативность, новизна, создание ценности и экономический рост, включая способность меняться и адаптироваться. Как правило, для новшества характерно все, что отличается от обычного, что представляет собой разрыв прежней практики в бизнесе. Фактически, «новизна» является общим для всех определений инноваций, поскольку инновации прочно связаны с чем-то новым.

Инновации в туризме внедряются с учетом имеющихся ресурсов, которые осуществляются исключительно при доказательстве того, что при внедрении технологий и методик будут предоставлены экономически эффективные результаты. Безудный Ф. Ф., Смирнова Г. А., Нечаева О. Д. в своем труде «Сущность понятия» определяют инновацию как комплексный

процесс создания, распространения и использования нового практического средства для лучшего удовлетворения известной потребности людей, то есть в нашем случае, комплексное решение потребностей цифровых кочевников [1]. Также стоит отметить, что инновационные технологии чаще всего используются в экономически развитых странах и дестинациях с мировой популярностью [2].

Исследование об инновационной деятельности государственных национальных природных парков Алматинской области предоставит данные о том, как на опыте зарубежных стран мы сможем найти творческое решение проблем по развитию инновационной деятельности в туристских дестинациях.

Согласно утвержденной карте по административно-территориальным единицам ТОП-10 (10-объектов Алматинского Горного Кластера — далее АГК), а также ТОП-50 (6-объектов, из них 2 новых проекта) туристических объектов Республики Казахстан находятся в Алматинской области, а именно на территории АГК, который в свою очередь включает в себя 14 районов и 1 город областного значения (из 17 районов и 3 городов областного значения в общем), а также Государственные национальные природные парки (далее ГНПП) [3].

Наиболее аттрактивными природными дестинациями данного региона и страны в целом, являются ГНПП. Согласно статистическим показателям количества посетителей ГНПП Алматинской области за последние 5 лет, учитывая период пандемии, заметен стабильный поток туристов. Данные указаны в таблице 1.

Таблица 1. Статистические данные по показателям количества посетителей ГНПП Республики Казахстан [4]

№	Наименование ООПТ	Количество посетителей (чел.)					
		2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2021 г.
						8 мес.	9 мес.
1	Иле-Алатауский	135400	205 676	300901	212219	331725	408 471
2	Чарынский	10001	13220	20641	16105	27340	32 151
3	Жонгар-Алатауский	1138	1450	1121	1172	1672	1 904
4	Кольсай көлдері	36310	41004	87662	83153	133980	146 380
5	Алтын-Эмель	9974	14245	18933	9798	6395	8 611
6	Катон-Карагайский	3628	3872	4376	6751	3258	4 415
7	Баянаульский	145677	121896	130134	5924	56112	56 200
8	Кокшетау	47418	54732	63444	33144	39617	47 169
9	Каркаралинский	32512	34747	35550	18346	32381	37 850
10	Сайрам-Угамский	23441	30603	32823	23465	28967	32 345
12	Буйратау	693	1252	1895	879	1051	1 211
13	Тарбагатай	-	-	-	-	409	452
	Всего по ГНПП	1 123 439	1 141 278	1 381 190	892 623	662 907	776 707

В ходе исследования инновационной деятельности ГНПП Алматинской области был выявлен организационный лаг. Так как система управления туристских предприятий, то есть темп управленческих инноваций, ниже темпа производственных инноваций (новых услуг и продуктов).

Для решения такого рода проблем, ранее Управлением туризма Алматинской области совместно с АО «Kazakh Tourism», а также при поддержке Министерства культуры и спорта было принято решение внедрение системы управления Национальных природных парков США. Запущен пилотный проект на примере ГНПП Алматинской области, в ходе которого будут проводиться инновационные работы как в управленческой структуре, так и в производственном плане для улучшения качества продуктов и услуг, что способствует внедрению новых.

Механизм данной инновации в менеджменте и привлечении инвестиций в ГНПП Алматинской области состоит из:

1. Открытость — проведение общественных советов, открытых тендеров, внутри которых условия экологов и местных жителей должны быть учтены. Утверждение концепций и генерального плана проводится также через общественные советы.

2. Привлечение стратегических групп и инвесторов. Стратегический инвестор-тот кому отдается предпочтение и большее количество территории ГНПП, но ставится ряд требований. Требования по строительству маршрутов, инфраструктуры, обустройству, информационных центров, что в дальнейшем дает возможность перехода к коммерческой инфраструктуре (кемпинги, глемпинги), но во главу ставится выполнение социальных обязательств и строительство в экологическом направлении, с согласованием после проведения слушаний и исследований, без воздействия на окружающую среду. Данное направление учитывает и позволяет придерживаться принципов устойчивого развития всеми участниками, ведь необходимо учитывать рекреационную нагрузку.

В процесс комерциализации входит также брендинг и маркетинг. В связи с чем удобно перенести тяжелую ношу ведения социальных сетей от сотрудников национальных парков на про-

фессионалов таргетологов, маркетологов и SMM специалистов. Также при ГНПП имеется единственный KPI — это сохранение природных ресурсов, их количество, разновидности. Но нет KPI в SMM платформах, такие показатели как увлеченность аудитории аккаунтами ГНПП. В связи с чем, авторами статьи был проведен анализ Instagram аккаунтов ГНПП с использованием инструментов LiveDune для определения показателей вовлеченности (Engagement Rate, он же ER) — это процент активной аудитории аккаунта на рис. 1. Под активностью подразумеваются различные реакции пользователей на публикации. В Инстаграм, например, это лайки, комментарии, сохранения или просмотры видео [5].

Рекомендация. В данной платформе имеется возможность использовать статические данные в сравнении с конкурентами в туристском рынке, в разрезе различных периодов и проработать ошибки в достижении KPI, а также наиболее грамотно составить контент план, для продвижения дестинации. Необходимо использовать такого рода платформы для соответствия нынешним условиям цифрового пространства и продвижения ГНПП в Интернет платформах.

Согласно результатам были выявлены следующие проблемы:

1. Малое количество подписчиков для продвижения дестинаций (общее количество подписчиков 5 ГНПП составило — 9905 человек).

2. Общее количество постов за год составило всего 862 постов, что в свою очередь показывает низкую активность аккаунтов и отсутствие креативности в составлении контент-плана.

3. По количеству лайков показатель составил — 43,697 лайков, что является показателем низкого качества фото, видео материалов и отсутствия продающих текстов под постами.

4. Количество комментариев составило — 1003, в которых большая часть была оставлена в период конкурсов и розыгрышей продукции ГНПП, либо инстаграм-роботами. Что также является показателем низкой заинтересованности людей ГНПП в социальных сетях.

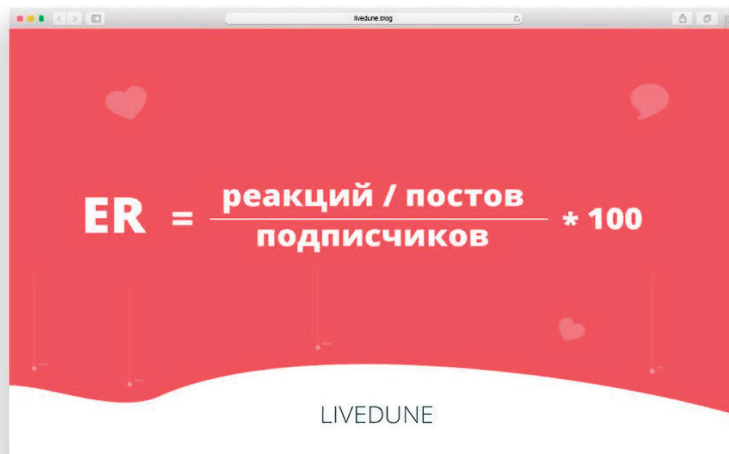


Рис. 1. Формула Engagement Rate [5]

5. Показатель вовлеченности в итоге составил 0,52%. Данная цифра является доказательством того, что специалисты ГНПП не имеют необходимыми квалификационными качествами для ведения социальных сетей.

Рекомендация. Для решения проблемы продвижения ГНПП в социальных сетях и иных платформах необходимо утверждение ответственным государственным органом сдачу ежеквартального отчета по KPI в SMM платформах.

Также, необходима частичная передача обязанностей ведения социальных сетей ГНПП частным организациям, а также проведение обучения сотрудников ГНПП по съемке фото и видео согласно стандартам SMM специалистов. Для качественного контента необходимо также выделить сотрудникам ГНПП мобильные устройства с высоким качеством съемки фото и видео. Так как большее количество времени на территории ГНПП находятся сами сотрудники, нежели специалисты брендинга, маркетинга и таргета.

Далее, при поиске единой платформы с ГНПП Алматинской области, а также Республики Казахстан-платформа отсутствует.

Необходим единый сайт национальных природных парков и заповедников Республики Казахстан. Единственный сайт в доступе при поиске в поисковике <http://naturkaz.info/?statmzi>. Не официальный сайт, функционировал с 2008 года, а также был деактивирован. Не актуальный дизайн, низко-качественный конструктор сайта, фото-видео контент отсутствует, нет обратной связи и актуализации информации. Много рекламы не соответствующей тематике сайта с медицинскими препаратами и фейковыми ссылками на кликбейты. Сайт не безопасен для пользователей, так как может использовать данные и наносить вред устройству подключения.

На примере сайта Службы национальных парков (NPS — это агентство, зависящее от федерального правительства Соединенных Штатов, ответственное за управление национальными парками, национальными памятниками и некоторыми другими историческими объектами и охраняемыми территориями федеральной юрисдикции) США стоит рассмотреть разработку единого сайта для объединения всех ГНПП и заповедников по следующей ссылке [7]

Сравнение аккаунтов						03.03.2021 - 03.03.2022
Аккаунты	Подписчики	Посты	Лайки	Комментарии	ER	
@ altynemel_np	2,097 +18	86	6,632 77	135 1	3.75%	
@ charyn__official	361 +13	75	1,904 25	48 0	7.21%	
@ ile_alatau_nationalpark	3,756 +639	111	8,999 81	397 3	2.25%	
@ kolsailakes_nationalpark	1,651 +41	86	3,161 36	55 0	2.27%	
@ zhongar_alatau_kz	2,040 0	504	23,001 45	368 0	2.27%	
Итого:	9,905	862	43,697	1,003	0.52%	

Рис. 2. Подписчики, Посты, Лайки, Комментарии, Engagement Rate с 03.03.2021 по 03.03.2022 года [6]

Анализ сайта. Конструкция состоит из трех основных разделов:

1. Планирование визита в национальные парки, заповедники (функции: найти парк, календарь-мероприятий, пропуск в парк, идеи для поездки);

2. Знания и научные исследования (о парках, о природе, новости, материалы для педагогов, детей, фото и видео материалы, темы по тегам);

3. Принять участие в деятельности парка, заповедника (информация о волонтерстве, пожертвовании, партнерах, трудоустройстве в парке, заповеднике, вакансии для работников, студентов и т.д., сохранении ресурсов, памятников и 3000 регионов, помощь во имя исчезающих племен и нуждающихся проживающих на территориях парков, заповедников).

На опыте США требуется внедрение не только менеджмента (но и маркетинга с помощью цифровизации. Отличный пример по следующей ссылке сайта U.S National Park Service <https://www.nps.gov/subjects/npsccelebrates/find-your-virtual-park.htm> [7].

В данной ссылке указаны пути того, как турист может подобрать свой виртуальный парк:

1. Указаны ссылки на все социальные сети национальных парков;

2. Указаны ссылки на онлайн-галереи с фото, видео материалами, записи веб-камер, подкасты и звукозаписи;

3. Ссылки на детские познавательные порталы по национальным паркам, книги реинджеров, прочтение которых дадут возможности получить значки;

4. Дистанционные туры для студентов и школьников;

5. Материалы по нац паркам для педагогов разных уровней образовательных программ;

6. Онлайн игры и тесты с задачами;

7. Календарь виртуальных мероприятий.

Разработано приложение на мобильное устройство.

Личный профиль пользователя состоит из следующих функций:

1. Облако данных национального парка. Возможность скачать все данные для офлайн использования;

2. Аудио сопровождение для слабовидящих и слабослышащих посетителей;

3. Общие сведения о платформе и ссылка на сайт;

4. Политика пользователей;

5. Авторские права.

Конструкция приложения состоит из:

1. Карусель с национальными парками;

2. Карусель с национальными парками находящиеся ближе к пользователю;

3. Список избранных парков пользователя;

4. Список посещенных парков;

5. Планируемые парки для посещения;

6. Новости;

7. Календарь мероприятий;

8. Веб-камеры с прямой трансляцией в национальных парках;

9. Функция поиска [7].

Методология. Необходимо выбрать по адресу на сайт ГНПП, далее для анализа сайтов ГНПП необходимо придерживаться следующих критериев:

1. Визуальный дизайн (Веб-дизайн, Брендинг, Поиск, создание и использование изображений, Психология цветов, Шрифты, Расположение текстов, Грамматика и пунктуация);

2. Дизайн с технической точки зрения (адаптивный дизайн и дружелюбность к мобильным устройствам, высокая скорость загрузки);

3. Поисковая систематизация (SEO);

4. Защита сайта с помощью SSL (Безопасность сайта, защита данных, запись кэша);

5. Архитектура и навигация (Разделы);

6. Инструменты развития сайта (как сделать сайт лучше).

Используя данные критерии выявить плюсы и минусы сайта, для дальнейшего решения проблемных вопросов и решения более пользователей сайта.

В ходе анализа ГНПП Жонгар Алатау по адресу <https://www.sarkan-zhongaralatau-kz.online/> были выявлены следующие плюсы и минусы согласно Таблице 2 (Таблица составлена авторами статьи) [8].

Таблица 2. Оценка сайта ГНПП Жонгар-Алатау

Оценка сайта	
Плюсы	Минусы
<p>Имеются:</p> <ul style="list-style-type: none"> Антикоррупционный раздел. Каталог туристских маршрутов. Безопасный сайт. Соединение защищено. Данные передаются в зашифрованном виде. Блог руководителя Все необходимые данные о флоре, фауне. Указана структура и данные о руководстве. Правила посещения. Полный видео-архив с ссылками на каналы. 	<p>Нет обратной связи с руководством и работниками. Необходимо разработать онлайн-бота консультанта. Необходимо дополнить сайт картой и онлайн трансляцией погодных условий.</p> <p>Неудобная вертикальная конструкция сайта.</p> <p>Нет единого шрифта и стилистики текста сайта.</p> <p>Медленная загрузка страниц сайта из-за большого количества медиа-файлов.</p> <p>Данные сайта не актуализированы.</p> <p>Необходима разработка брендинга учитывая логотип ГНПП, в едином стиле и цветовой гамме. Отсутствует раздел об оповещениях и правилах в период пандемии COVID-19.</p>

Настоящие результаты подтверждают тот факт, что в инновационной деятельности ГНПП Алматинской области не уделяется должное внимание для использования инновационных технологий и специалистов данной сферы с целью продвижения ГНПП через интернет платформы. Данные проблемы вытекают из ранее выявленного организационного лага, который необходимо решить с помощью использования новой модели управления, а также вышеперечисленных примеров и рекомендаций, которые помогут развить инновационную грамотность у сотрудников национальных парков и обогатит их цифровую среду качественным информационным контентом.

В заключение, инновационные технологии и их правильное применение согласно стандартам не только облегчают определенные процессы, но и улучшают качество услуг предоставляемых на территории дестинации, а также продвигает их с помощью инновационных инструментов в сети интернет. Больше предпочтение туристы отдают тем дестинациям, которые внедряют в свою деятельность инновационные технологии и следуют актуальным трендам современного рынка. В связи с чем, для сохранения конкурентоспособности и доверия туристов необходимо обязательное применение данных методик и рекомендаций на территории ГНПП Алматинской области.

Литература:

1. Максимов, Н. Н. Теоретические основы инновационной деятельности / Н. Н. Максимов. — Текст: непосредственный // Молодой ученый. — 2013. — № 10 (57). — С. 340–343. — URL: <https://moluch.ru/archive/57/7772/> (дата обращения: 09.04.2022).
2. Maria-del-Mar, Alonso-Almeida Shedding Light on Eco-Innovation in Tourism: A Critical Analysis / Alonso-Almeida Maria-del-Mar, Rocafort Alfredo, Jose, Borrajo Fernando. — Текст: непосредственный // Sustainability Published by MDPI. — 2016. — № 8(12):1262. — С. 1–12.
3. Об утверждении Государственной программы развития туристской отрасли Республики Казахстан на 2019–2025 годы. — Текст: электронный // Информационно-правовая система нормативных правовых актов Республики Казахстан: [сайт]. — URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/P1900000360/history> (дата обращения: 20.03.2022).
4. Статистические данные по показателям количества посетителей ГНПП Республики Казахстан. — Текст: электронный // Zhetysu Travel — туристический портал Жетысу: [сайт]. — URL: <https://zhetysu.travel/> (дата обращения: 16.02.2022).
5. Как в LiveDune считается Engagement Rate в Инстаграм, ВКонтакте и других соцсетях. — Текст: электронный // Сервис аналитики соцсетей: [сайт]. — URL: https://livedune.ru/blog/chto_takoe_engagement_rate_i_kak_schitaetsya_na_livedune#rec373062546 (дата обращения: 03.03.2022).
6. Статистика всех соцсетей в одном месте. — Текст: электронный // Сервис мониторинга социальных сетей: [сайт]. — URL: <https://livedune.ru/statistics> (дата обращения: 07.04.2022).
7. National, Park, Service, U, S, Department, of, the Статистика всех соцсетей в одном месте / Park, Service, U, S, Department, of, the National. — Текст: электронный // Службы национальных парков NPS: [сайт]. — URL: <https://www.nps.gov/index.htm> (дата обращения: 07.04.2022).
8. Ұлттық парктің ерекшеліктері. — Текст: электронный // Жоңғар Алатауы Мемлекеттік Ұлттық Табиғи Паркі: [сайт]. — URL: <https://www.sarkan-zhongaralatau-kz.online/> (дата обращения: 07.04.2022).

Learning from mistakes: using leadership theories in creating teamwork project

Aldabergen Ernar Esenuly, student master's degree;
 Baiken Aygerim Abdugapparkyzy, student master's degree;
 Yermekbayeva Perizat Abdullayevna, student master's degree;
 Kenzhegaranova Madina Kalkamanovna, doctoral student phd, senior lecturer
 Suleyman Demirel University (Kaskelen, Kazakhstan)

A concept with its origins in business organization provides an excellent source of information to prevent future adverse events. A properly conducted investigation can prevent future projects and decrease potential problems for organizers of projects. This article will provide an overview of the leadership process through creating a photography contest among students who faced a distance learning and the Covid-19 pandemic situation. The article will help in organizing such events, by taking into consideration some causes that may happen. Our research was done as action research, explained as a group of people who define a problem, take measures to solve it, reflect on the results of their own actions and in case of negative result, try to do something else to solve the problem in the end. According to our results of project we had a failure, different circumstances was affected. Nevertheless, we learned from our mistakes in organizing such project and will use in the future all recommendations. The conclusion of this examination might be very helpful for the managers or leaders in order to improve their organizational and leadership skills through keeping a systematic plan in organization and opportunity to promote that contribute on the way to the achievement of the organization on such projects.

Keywords: leadership, trait approach, behavioral theory.

Работа над ошибками: использование теорий лидерства при создании командного проекта

Концепция, зародившаяся в организации бизнеса, является отличным источником информации для предотвращения неблагоприятных событий в будущем. Правильно проведенное расследование может предотвратить будущие проекты и уменьшить потенциальные проблемы для организаторов проектов. В этой статье будет представлен обзор процесса лидерства путем создания фотоконкурса среди студентов, которые столкнулись с дистанционным обучением и ситуацией с пандемией Covid-19. Статья поможет в организации таких мероприятий, учитывая некоторые возможные причины. Наше исследование было проведено как исследование действия, объясненное как группа людей, которые определяют проблему, принимают меры для ее решения, размышляют о результатах своих действий и в случае отрицательного результата пытаются сделать что-то еще, чтобы решить проблему в конце. По нашим результатам проект у нас был провальным, сказывались разные обстоятельства. Тем не менее, мы извлекли уроки из своих ошибок при организации такого проекта и будем использовать в дальнейшем все рекомендации. Заключение этого экзамена может быть очень полезным для менеджеров или лидеров, чтобы улучшить свои организационные и лидерские навыки за счет ведения систематического плана в организации и возможности продвижения, которые способствуют достижению организацией таких проектов.

Ключевые слова: лидерство, личностный подход, поведенческая теория.

Theoretical part. The aim of the article is to analyze the leadership project by implementing the leadership theories and tools of leadership. The objectives of the study are: to conduct the literature review and carry out the organizational project by using different theories like «Trait theories», «Behavioural theory» which in turn help to analyze our project that was at Suleyman Demirel University. The Trait approach theory has been taken as a theoretical basis of the study. This approach focuses on the personal attributes (or traits) of leaders, such as physical and personality characteristics, competencies, and values. It views leadership solely from the perspective of the individual leader. By using information from «Trait approach» we tried to execute this project on time and on budget.

Behavioral theory. Behavioral leadership theory states that a leader's success is based on his/her behavior, not on his/her natural qualities. Behavioral leadership theory involves observing and evaluating the actions and behavior of a leader when he reacts to a specific situation. This theory holds that leaders are created, not born. During the course of our project, the organizers were divided into equal responsibilities at the beginning, and all participants were active at the beginning, while at the end some people became more active, and vice versa.

The theory of behavioral leadership is very relevant in several areas. Each project manager, CEO, activity coordinator or any other professional leader can be evaluated according to criteria developed by behavioral leadership theory. This theory promotes the idea that all leaders are able to learn and develop by adopting useful behavior and performing it in their workplace. Concluding the project we understand what was incorrect in our actions and what was correct. This is the experience to understand that some 20% actions gave 80% of the result and 80% actions gave only 20%.

According to theoretical basis as we conducted from theories such «Trait approach» and «Behavioral theory» below shown the process of beginning our project.

Project description. Before the Covid-19 pandemic, Kazakhstan's educational institutions had never experienced such a large amount of «online distance learning». In the early days of the transition to distance learning, most students and teachers were faced with different types of challenges. Some of them did not have electronic

devices to attend class, some did not have a good internet connection, and some could not concentrate in class due to the noise and crowds at home.

During the distance learning, students experienced a variety of interesting and memorable cases. Fortunately, today's educational institutions are gradually shifting to more traditional forms of education, and everything is improving. However, there are memories of these days in the form of photos taken by students from various angles.

These photo moments can tell a lot about the fun moments, challenges, and everyday life of students during online learning. These pictures can show not only good times and places, but also the creativity, emotions and interesting stories of the students recorded in these pictures.

With all of the above in mind, our team has organized a photography contest called SDU Photo Awards: My Distance Learning Experiences to showcase how students learned during the pandemic. It consists of two parts: a photo contest and a photo exhibition. In the first part, photos of students has been collected according to the requirements and sent to the participants in advance.

In the second part, 'Photo Exhibition' SDU Wifi Zone will be held to announce the winners. The main prize of the competition is 42,500 tenge.

The aim of the project. The project aims to develop creative skills and soft skills of the students throughout the prism of photography. The project is oriented for SDU students of different departments and degrees such as master degree and doctoral degree. Our idea was to show how students experienced distance learning, and how they can show it from the perspective of a creative idea. On the other hand, this project will show our teamwork and leadership skills while completing this project.

Objectives. The contest has several objectives: increasing the interest of students, master's and doctoral degree students in online learning through the development of student's creative abilities and creativity; development of an online learning culture; creating a pool of creative students for better interaction and communication of students; popularization of the art of photography. Thus, by organizing this competition, we will reach more students and help them discover their creative abilities.

Why did we decide to run the project? We decided to run this project to increase SDU students’ interest in online learning. Also we wanted to show the process of online learning from the creative perspective of the students. Due to the isolation in the pandemic, we would like to raise the level of student activity through this socio-cultural project.

Focus groups. For the accuracy of our project, we selected all students of Suleyman Demirel University. The age category of students starts from 17 years to 25–35, depending on the student’s program. Absolutely all Bachelor, Master and PhD students faced distance education in 2020, even for a short period of time.

Activities. The organization of all activities in the competition consists of three stages. The first was the organization of the photo contest. At this stage, the contest was announced on social media. The second stage is the determination of the best works, the selection of winners and nominees (to be held in January 2022). The final stage of the competition is to hold a photo exhibition at the university (to be held in January 2022).

Resources. The project consisted of two parts: a photo contest and a photo exhibition. For the photo contest we used the social network Instagram: @sdulife, @sdukz, @sdu.bs, @edufaculty_edu. For a photo exhibition, we took the lobby of the university and stood to hang the best works of the participants.

The sponsors of the competition was the organizers of the project represented by undergraduates of the business school of SDU.

Schedule. Initially, when we, represented by the organizers, planned to hold the contest, we planned to hold the contest in October-November 2021. But given the different circumstances that were concerned about social media, the celebration of the anniversary of the university, as well as the period of student exams, we were forced to postpone the dates of acceptance of works until January. Thus, in practice we worked with the changes within the project. Thus, in practice we worked with the changes within the project. The main problem we are facing is a bad PR campaign and a shortage of competitive works. Thus, we extended the acceptance of applications for the competition and began to work hard to promote our competition and were looking for ways out of this situation. We used various promotion platforms, such as Whatsapp, Telegram. The announcement of the competition was also re-published to reach more students. Students and teachers of the university were also involved in the promotion. Thus, we used our leadership qualities — we negotiated with the university administration, found shortcomings in our work and solved the tasks set as a team.

Table 1. shown below demonstrates the plan of Photo Exhibition and describe days and time where and what kind of activities by whom the events were held.

Table 1. The plan of the SDU Photo Exhibition

Day and time	Place	Activities	People in charge
October — December	Kaskelen, SDU	Photo Contest	Aygerim Baiken, Talshyn Baimuldanova, Arailym Shakenova, Yernar Aldabergenov
December — January	Kaskelen, SDU	Photo Exhibition	Perizat Yermekbayeva, Arailym Shakenova, Talshyn Baimuldanova, Aida Kairoldanova

Note: compiled by the authors based on internal data of the project

Duties and Responsibilities. For the successful holding of the competition, the responsibilities of the project participants were divided according to their abilities and experience. Thus, Aigerim Baken was responsible for the promotion of the contest in social media, Aida Kayroldanova, Talshyn Baymuldanova and Perizat Yermekbayeva were responsible for organizing the photo exhibitions and preparation of the project report. Yernar Aldabergenov was responsible for the prize fund of the winners and nominees. Below shown is Table 2 which illustrates the whole duties and responsibilities of each organizer in this project.

mekbayeva were responsible for organizing the photo exhibitions and preparation of the project report. Yernar Aldabergenov was responsible for the prize fund of the winners and nominees. Below shown is Table 2 which illustrates the whole duties and responsibilities of each organizer in this project.

Table 2. Duties and Responsibilities of project organizers of the contest

Key persons	Duties and responsibilities
Aigerim Baiken	Promotion in social networks (posts, videos, registration form). Member of the commission.
Aida Kairoldanova	Preparation of the project report. Processing of contestants’ applications. Member of the commission.
Talshyn Baimuldanova	Preparation of the project plan. Processing of contestants’ applications. Member of the commission.
Perizat Yermekbayeva	Organization of the exhibition. Member of the commission.
Arailym Shakenova	Preparation of the project plan. Organization of the exhibition. Member of the commission.
Yernar Aldabergenov	Collecting the prize fund. Processing of contestants’ applications. Member of the commission.

Note: compiled by the authors

Evaluation. Experiences. There is a risk regarding the participants of the competition, the quality of their work. We take into account that the number of the participants may not satisfy our competition, and there is also risk considering the quality of their photo regarding our criteria. Even if we fail this project, learning by mistakes is a good challenge for business activities. Mistakes may also end in improvement and new inventions.

Learning processes are crucial aspects of business activities, according to the most recent approaches to business organization (e.g., Argyris 2003, Senge 1994).

More recent literature mainly focuses on globalization and hard competition in the market suggests newly arising challenges for business organizations (Baud & Garrick, 1999). It emphasizes learning as the crucial aspect of business organization to fulfill future demands.

The acknowledgement of the unavoidability of mistakes implies a consideration of the ambiguity of mistakes. On the one hand, the quality of processes should be error-free. On the other hand, as we all know from various areas of life, even good processes may fail. The evaluation of mistakes is thus ambiguous: they are to be avoided, but if they occur, they are to be seen as opportunities for learning and improvement — particularly when it is assumed that they can not be totally avoided.

Budget. The budget of the competition is 67,500 tenge. The author of the best photo will receive 42,500 tenge, the holders of the 2nd and 3rd places will receive 15,000 and 1,000 tenge, respectively. Also, according to the results of the competition, the winners and participants of the competition will receive memorable prizes with the attributes of the university. In this competition, valuable and memorable prizes serve as motivation and reward for the work of students. Thus, by holding a competition, we help to develop both creatively and financially.

Conclusion and lessons learned. Implementing the project «SDU Photo Awards: My Distance Learning Experiences», we

studied «Trait approach» and «Behavioral theory». The above-mentioned theories helped us a lot in working on the project, but at the same time, in practice, we revealed new qualities of the organizers. In life, not everything works according to a certain theory: any theory can fail or lead to success.

Initially, we planned to hold the competition until the end of December 2021. But during the first part of the competition, we faced a problem — a large number of students were not aware of the competition or did not want to take competitive photos. As a result, we changed the dates of the first part of the competition to January in 2022. Now the main goal of our team is to work with the coverage of the competition and collect a sufficient number of works.

Based on the results of our project, we can draw several conclusions that may be useful to future organizers. First, not all ideas work at the same level as you plan. Be prepared that everything can work completely differently in practice. The second important conclusion is that it is necessary to properly distribute the responsibilities of all participants, taking into account their best skills. Proper distribution and planning is half the success. The third conclusion that we have learned is to study unsuccessful cases more often and organize brainstorming sessions with the team. After all, any important project is hard teamwork, where each participant can contribute and improve the work.

While working on this project, we realized a very important thing — working on mistakes or failures makes teamwork better. Thus, we, represented by the organizers, have mastered the lessons and are now working hard to improve our results.

We, represented by the organizers, have mastered the lessons and are now working hard to improve our results. Mistakes or failures do not make our work worse or less valuable, they only show the way to solve the problem.

References:

1. Baud & Garrick, 1999. Learning from mistakes-still a challenge for research and business practice.
2. C. Argyris 2003. A life full of learning. Organizational studies.
3. Verlag Barbara Budrich 2012. Learning from errors at work. Berlin & Farmington hills.

Стратегическое управление земельными ресурсами в Республике Башкортостан

Ардаширов Алик Айдарович, студент магистратуры

Башкирская академия государственной службы и управления при Главе Республики Башкортостан (г. Уфа)

Платонова Анастасия Сергеевна, студент магистратуры

Уфимский государственный авиационный технический университет

Муллаянова Альбина Суфияновна, студент магистратуры

Башкирский государственный аграрный университет (г. Уфа)

Бикбулатов Иршат Сагадатович, студент магистратуры

Башкирская академия государственной службы и управления при Главе Республики Башкортостан (г. Уфа)

В статье приведены основные правовые регуляторы управления земельными отношениями в Республике Башкортостан. Авторами рассмотрены изменения распределения земель по категориям на территории Республики Башкортостан за период 2018–2020 гг. Показаны задачи, решение которых позволит сохранить и эффективно использовать государственное имущество

и земельные ресурсы в целях обеспечения государственных интересов Республики Башкортостан, улучшения инвестиционной привлекательности экономики, создания условий для удовлетворения общественных потребностей.

Ключевые слова: земельные ресурсы, земельно-имущественные отношения, кадастр, стратегия, управление.

Земельные ресурсы — это основа национального богатства страны, потенциальный источник экономического роста, определяющий могущество экономических и природных свойств, а также особый объект социально-экономических и общественно-политических отношений. В соответствии с этим возникает необходимость создания принципиально иной системы управления земельными ресурсами, отличающейся от других систем управления.

Цель управления земельными ресурсами заключается в обеспечении потребностей государства и общества, удовлетворяемых за счет свойств самой земли. Основная цель достигается путем решения следующих задач: рациональное, эффективное использование и охрана земель; формирование перспективного перераспределения земельных ресурсов и характера их использования; высокий уровень экологических и социальных условий жизни населения; эффективное развитие предпринимательской и общественной деятельности; сохранение и восстановление свойств окружающей природной среды, в том числе земли; получение максимума поступлений платежей за землю.

Государственное управление земельными ресурсами — это сложная система экономически обоснованного, целенаправленного воздействия на земельные отношения с целью их упорядочивания в соответствии с установленными нормативными требованиями [1], а также ведением государственного кадастрового учета и мониторинга земель. Правовой контроль земельными отношениями регулируется федеральными законами, нормативными правовыми актами федеральных органов государственной власти, законами субъектов федерации, нормативными правовыми актами органов исполнительной власти субъектов федерации и нормативными правовыми актами органов местного самоуправления муниципальных образований, принятыми в пределах их полномочий.

Управление земельными ресурсами в Республике Башкортостан охватывает весь спектр общественных отношений — от социального до экономического, правового, экологического и других видов управления, тем самым доказывая, что управление земельными ресурсами является сложноорганизованной системой, которое осуществляют многими методами и средствами, и оно является предметом изучения многих наук.

Наиболее важные вопросы управления земельными ресурсами решаются на федеральном уровне, что определено Земельным Кодексом Российской Федерации, которым разграничены компетенции всех уровней власти в области земельных отношений [2]. Решения по принятию законов в области земельных отношений, установлению порядка владения, пользования и распоряжения землями, находящимися в государственной собственности Республики Башкортостан и иные компетенции, переданы Государственному Собранию — Курульту Республики Башкортостан [3]. Республиканский орган исполнительной власти — Министерство земельных и имуще-

ственных отношений Республики Башкортостан, совместно с территориальными органами, организует единую систему органов по приватизации, управлению и распоряжению земельными ресурсами и государственным имуществом. Широкими полномочиями в области земельных ресурсов наделена Федеральная служба государственной регистрации, кадастра и картографии (далее — Росреестр), территориальные органы которой осуществляют функции по государственной регистрации прав на недвижимое имущество и сделок с ним, оказанию государственных услуг в сфере ведения государственного кадастра недвижимости, осуществления государственного кадастрового учета недвижимого имущества, кадастровой деятельности, государственной кадастровой оценки земель, землеустройства, государственного мониторинга земель, а также функции государственного земельного контроля [4].

Законодательство в области государственного управления земельными ресурсами постепенно дополняется новыми положениями, государственными программами. Так, в 2018 году была разработана и утверждена Положением Правительства Республики Башкортостан Стратегия социально-экономического развития Республики Башкортостан на период до 2030 года. Данная стратегия направлена на достижение долгосрочной цели: «Башкортостан в 2030 году — конкурентоспособный регион с устойчивой экономикой и развитой социальной инфраструктурой, входящий в десятку ведущих регионов Российской Федерации» (НУЖНА ССЫЛКА!!!). Указанная цель объясняется системой стратегических приоритетов, сформированных на основе выявленных конкурентных преимуществ, «точек роста» республики в экономической и социальной сферах.

Согласно стратегии, одна из значимых целей заключается в обеспечении эффективного управления и распоряжения земельным, и имущественным комплексами Республики Башкортостан. Наиболее перспективные целевые индикаторы по созданной Стратегии к 2030 году, направленные на земельный сектор, представлены в таблице 1.

Для принятия комплексных мер, направленных на решение поставленных задач и достижение заданных целевых ориентиров, потребуется: переход на налогообложение объектов исходя из их кадастровой стоимости вне зависимости от размера площадей; завершение работ по обеспечению территорий Республики Башкортостан единой актуальной цифровой картографической основой в виде сформированной интерактивной карты; определение плодородия почв путем проведения работ по почвенным обследованиям, корректировке и оцифровке почвенных карт, формирования экспликаций; создание механизма правового регулирования, позволяющего проводить мониторинг целевого использования земель арендаторами и обеспечивать реализацию оперативных мер реагирования; создание рынка земли: увеличение количества земельных участков, находящихся в частной собственности; обеспечение

Таблица 1. Прогнозируемые результаты мероприятий по повышению эффективности управления государственной земельной собственностью к 2030 году

Наименование показателя	Единица измерения	Факт за 2010 год	Факт за 2015 год	Цель к 2030 году
Доля земель сельскохозяйственного назначения, вовлеченных в хозяйственный оборот	%	51,8	53,5	58,9
Доля общей площади земельных участков, вовлеченных в хозяйственный оборот, в общей площади земельного фонда Республики Башкортостан	%	87,3	89,1	93,0
Доля актуализированных сведений о государственном имуществе, учтенном в Реестре государственного имущества Республики Башкортостан	%	96,9	97,0	97,28

электронной регистрации прав собственности и пользования государственным и муниципальным имуществом [5]. Достижение перечисленных задач предоставит возможность сохранить и эффективно использовать государственное имущество и земельные ресурсы в целях обеспечения государственных интересов Республики Башкортостан, улучшения инвестици-

онной привлекательности экономики, создания условий для удовлетворения потребностей общества.

Общая площадь земельного фонда в Республике Башкортостан составила 14294,7 тыс. га. Распределение земель сельскохозяйственного назначения, населенных пунктов и запаса за период 2018–2020 гг. представлены в таблице 2.

Таблица 2. Распределение земельного фонда Республики Башкортостан по категориям земель за период 2018–2020 гг.

Наименование земель	Год					
	2018		2019		2020	
	тыс. га	%	тыс. га	%	тыс. га	%
Земли сельскохозяйственного назначения	7273,7	50,9	7269,2	50,9	7265,9	50,9
Земли населенных пунктов	670,2	4,7	673,6	4,7	675,9	4,7
Земли запаса	21,4	0,2	21,4	0,2	20,7	0,2

За период 2018–2020 годов переводы земель из одной категории в другую затронули в большей степени земли сельскохозяйственного назначения и земли населенных пунктов. Изменения в структуре земельного фонда связаны в основном с предоставлением земель для несельскохозяйственных целей, изменением (установлением) границ населенных пунктов согласно утвержденным и согласованным Правительством Республики Башкортостан генеральным планам, учтенным в Едином государственном реестре недвижимости.

Учитывая, что наивысшие размеры ставок земельного налога установлены Налоговым кодексом Российской Федерации, причинами низкого показателя поступлений земельного налога также могут быть в связи с низкой кадастровой стоимостью земель и несвоевременной актуализации показателей кадастровой стоимости. Поэтому обеспечение эффективного использования земельных ресурсов, выявления дополнительных источников поступления доходов с учетом обеспечения интересов государства, граждан и бизнес-структур, зависит не только от действия контролирующих органов и структур, но и от постоянного обновления цифровой картографической основы, проведение иных землеустроительных, геодезических и кадастровых работ для наполнения базовыми и пространственными данными инфраструктуры пространственных данных Российской Феде-

рации на территории Республики Башкортостан. Постоянное обновление таких данных позволит продуктивнее производить работу по изысканию пустующих земельных участков и их предоставлению, изысканию земельных участков, права пользования которыми до настоящего момента не оформлены, а также решить проблему самовольно застроенных территорий. Также это позволит активизировать существующую проблему не вовлечения в оборот большого количества объектов незавершенного строительства, которое влияет на неполучение дохода от использования таких объектов недвижимости: как в виде налоговых платежей, так и в виде арендной платы. В настоящее время в целях автоматизации управления земельно-имущественными отношениями в республике используется автоматизированная информационная система «Имущество», которая представляет собой сложный программный продукт, выполненный по многоуровневой технологии и требующий доработки.

Таким образом, несмотря на изменения в законодательстве, тем не менее, в республике остается низкий процент земель, находящихся в собственности физических и юридических лиц. В связи с этим наблюдается недостаточная развитость рынка земли на территории республики и оказание льгот по земельному налогу в виде полного освобождения значительному количеству юридических лиц.

Литература:

1. Дудник Д. В. Система государственного управления земельными ресурсами Российской Федерации и пути её совершенствования [Электронный ресурс]: / Д. В. Дудник // Государственное управление.— 2008. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sistema-gosudarstvennogo-upravleniya-zemelnyimi-resursami-rossiyskoy-federatsii-i-puti-eyo-sovershenstvovaniya/viewer>.
2. Земельный кодекс Российской Федерации [Электронный ресурс]: Статья 7 пункт 1. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс». Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_33773/368cb949273de5fecb-cf2586fbf84ef05bd1a781/.
3. Сулейманова Д. Р. Система государственного управления земельными ресурсами в Республике Башкортостан [Электронный ресурс]: / Д. Р. Сулейманова // Экономика и управление.— 2019. № 23. Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/261/60358/>.
4. Сайт Главы Республики Башкортостан [Электронный ресурс]: официальный сайт.— Режим доступа: <https://glavarb.ru/rus/president/statusipolnomochiya/>.
5. Постановление Правительства Республики Башкортостан от 20.12.2018 № 624 «О Стратегии социально-экономического развития Республики Башкортостан до 2030 года» [Электронный ресурс]: Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс». Режим доступа: <https://docs.cntd.ru/document/550329714>.

Применение индикаторного подхода при оценке финансовой безопасности экономического субъекта

Бахшалиева Гульнара Наримановна, студент
Научный руководитель: Лацинская Наталья Викторовна, доцент
МИРЭА — Российский технологический университет (г. Москва)

В статье рассматриваются вопросы определения уровня финансовой безопасности как одного из важнейших компонентов обеспечения экономической безопасности экономического субъекта. В работе раскрывается индикаторный подход к определению уровня финансовой безопасности экономического субъекта, который считается самым оптимальным.

Ключевые слова: финансовая безопасность, экономическая безопасность, экономический субъект, индикаторный подход, оценка финансовой безопасности.

Основной функциональной составляющей экономической безопасности является финансовая безопасность экономического субъекта.

В соответствии с Указом Президента РФ от 13.05.2017 № 208 «О Стратегии экономической безопасности Российской Федерации на период до 2030 года» экономическая безопасность — это состояние защищенности национальной экономики от внешних и внутренних угроз, при котором обеспечиваются экономический суверенитет страны, единство ее экономического пространства, условия для реализации стратегических национальных приоритетов [1].

Экономическая безопасность организации представляет собой состояние защищенности от угроз с внешней и внутренней среды, а также от угроз, вызывающих разрушение деятельности компании. Так как финансовая деятельность — это основа при развитии системы экономики в целом, значительную часть занимает финансовая устойчивость организации [3].

Финансовая безопасность является частью экономической национальной безопасности. В соответствии с Указом Президента РФ от 02.07.2021 № 400 «О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации» национальная безопасность Российской Федерации — состояние защищенности нацио-

нальных интересов страны от внешних и внутренних угроз, при котором обеспечиваются реализация конституционных прав и свобод граждан, достойные качество и уровень их жизни, гражданский мир и согласие в стране, охрана суверенитета Российской Федерации, ее независимости и государственной целостности, социально-экономическое развитие страны [2].

Под финансовой безопасностью следует понимать как комплексное определение, которое затрагивает всю финансовую деятельность экономического субъекта. Важной частью экономической безопасности является финансовая безопасность, которая характеризуется возможностью эффективно использовать финансовые ресурсы, управляя угрозами с внутренней и внешней стороны, для обеспечения развития деятельности и осуществления стратегии компании в настоящем и будущем [4].

Своевременное выявление и предотвращение недостатков в финансовой деятельности, а также установление резервов для повышения финансового состояния организации является основной целью при анализе и оценке экономической безопасности. Экономическая (финансовая) устойчивость и ее оценка — часть финансового анализа в организации.

Основные компоненты в структуре национальной экономической безопасности представлены на рис. 1.



Рис. 1. Составляющие экономической безопасности [7]

На основе различных трактовок состояния экономической безопасности, существуют методические подходы к оценке деятельности организации, каждый из которых опирается на ме-

тоды и показатели. В современной практике преимущественно распространенными являются подходы к оценке экономической безопасности компании, которые представлены на рис. 2.

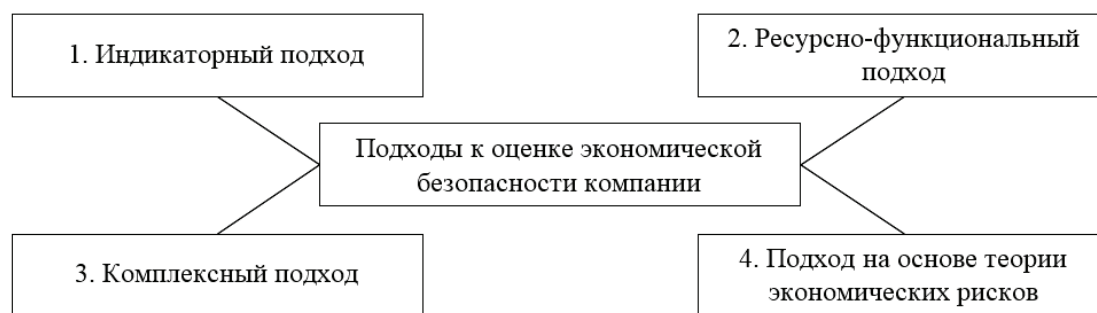


Рис. 2. Подходы к оценке экономической безопасности организации [5]

Согласно индикаторному подходу, оценка экономической безопасности компании заключается в сравнении показателей-индикаторов, для которых приняты пороговые значения с фактическими показателями функциональных сторон деятельности предприятия. Выбор надежных индикаторов, способствующих определить уровень экономической безопасности определяет успешность применения данного подхода. На макроуровне (национальная безопасность) индикаторный метод оценки показателей экономической безопасности доказала свою эффективность, а после постепенно перене-

сится и на уровень экономических субъектов. Таким образом, данный подход считается наиболее усовершенствованным при проведении оценки экономической безопасности компании [5].

Методика оценки финансовой безопасности экономического субъекта в соответствии с индикаторным подходом включает в себя четыре этапа.

На первом этапе осуществляется выбор показателей, которые характеризуют финансовую деятельность компании. Показатели подразделяются на следующие группы [4]:

1. Показатели ликвидности;
2. Показатели финансовой независимости;
3. Показатели анализа денежных потоков;
4. Показатели финансовой устойчивости;
5. Показатели имущественного состояния;
6. Показатели деловой активности;
7. Показатели эффективности деятельности.

Второй этап представляет собой определение нормативного значения для каждого рассчитанного показателя.

На третьем этапе вычисляется относительное отклонение фактического показателя от нормативного. Применяются следующие формулы [4]:

Если направление оптимизации показателя-индикатора имеет тенденцию к увеличению:

$$x_i = \frac{a_i}{a_i^n} \quad (1)$$

Если направление оптимизации показателя-индикатора имеет тенденцию к уменьшению:

$$x_i = \frac{a_i^n}{a_i} \quad (2)$$

где a_i — фактическое значение показателя; a_i^n — нормативное значение этого же показателя.

На заключительном этапе определяется интегральный показатель финансовой безопасности, при котором для расчета используется следующая формула [4]:

$$R_{ФБ} = x_1 \pm x_2 \pm x_3 \pm \dots \pm x_n \quad (3)$$

Литература:

1. Указ Президента РФ от 13.05.2017 N208 «О Стратегии экономической безопасности Российской Федерации на период до 2030 года»
2. Указ Президента РФ от 02.07.2021 N400 «О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации»
3. Бесполойный О. В. Финансовая устойчивость предприятия / О. В. Бесполойный — М.: ИНФРА — М, 2017 г.— 178 с.
4. Блажевич О. Г., Кирильчук Н. А. Оценка финансовой безопасности предприятия и выявление путей ее повышения // Научный вестник: Финансы, банки, инвестиции, 2016. № 2. С. 40–48.
5. Ермакова И. Н., Михеева Н. Б., Хандогина Д. С. Методические подходы к оценке уровня экономической безопасности сельскохозяйственного предприятия // Социально-экономический и гуманитарный журнал Красноярского ГАУ. 2018. № 4 (10).
6. Нуретдинова Ю. В., Васильева Е. В., Горловская Е. А., Калакова К. М., Клепикова М. В. Индикаторный метод оценки уровня финансовой безопасности предприятия // Столыпинский вестник. 2020. № 4.
7. Экономическая безопасность: учебник для студентов, обучающихся по специальности 38.05.01 Экономическая безопасность / под ред. д-ра экон. наук, проф. И. В. Манаховой. — Саратов: Саратовский социально-экономический институт (филиал) РЭУ им. Г. В. Плеханова, 2019. — 304 с.

С целью оценки финансовой безопасности интегральный показатель следует привести сравнение с нормативным. Нормативное значение равняется количеству показателей, характеризующих финансовую деятельность экономического субъекта. Данный показатель дает сведения о минимальном необходимом уровне финансовой безопасности компании [6].

Индикаторный подход является наиболее приемлемым методом при оценке финансовой безопасности экономического субъекта, который предполагает анализ таких групп показателей, как: финансовой устойчивости, имущественного состояния, деловой активности, ликвидности, рентабельности, финансовой независимости, состояния денежных потоков. В соответствии с вышеперечисленными показателями проводится сравнение их с нормативными значениями и рассчитывается интегральный показатель, который дает представление о минимальном необходимом уровне финансовой безопасности экономического субъекта.

Управление финансовой безопасностью является неотъемлемой составляющей успешного функционирования экономического субъекта в современных условиях. Низкий уровень финансовой безопасности свидетельствует о нестабильном финансовом состоянии организации, что негативно влияет на прибыльность, конкурентоспособность, инвестиционную привлекательность, и может привести к банкротству.

Таким образом, определение финансового состояния является неотъемлемой частью экономической безопасности организации, которая в свою очередь оценивает, в какой мере гарантированы экономические интересы предприятия и его партнеров.

Анализ возможностей современных методов рекрутинга в целях кадрового обеспечения авиационной промышленности

Васильченко Владимир Николаевич, студент
Санкт-Петербургский государственный университет гражданской авиации

В статье выполнен обзор современных методов рекрутинга в целях кадрового обеспечения предприятий авиационной промышленности.

Автор отмечает, что в настоящее время для российских предприятий большой интерес представляет западный опыт в сфере подбора персонала.

Автор проанализировал возможности различных технологий поиска и подбора персонала, сопоставил их между собой и сделал предложения по основным направлениям улучшения ситуации.

В настоящее время отечественная авиационная промышленность представляет собой одну из наиболее технологичных и наукоемких отраслей, активно поглощающей и интегрирующей в себя результаты инновационных процессов и преобразований в различных сферах экономики.

Несмотря на то, что в 2020–2021 году отрасли производства, ремонта и технического обслуживания показали снижение производственных показателей вследствие влияния непреодолимого фактора снижения спроса на авиаперевозки из-за влияния COVID-19, авиационная промышленность является одним из ключевых драйвером роста экономики Российской Федерации в обозримом будущем [1].

В то же время, несмотря на успехи в восстановлении производственной базы, переход многих авиационных заводов и других предприятий инфраструктуры гражданской авиации к инновационной стратегии развития осложнен достаточно тривиальными проблемами, главной из которой является неэффективность методов управления человеческими ресурсами.

Управление человеческими ресурсами и инновационную деятельность целесообразно рассматривать как единый взаимосвязанный процесс, проходящих в организации. Интеграция инновационных технологий в производственный процесс промышленного предприятия обуславливает высокие требования к профессиональным компетенциям работников, что обусловлено высокими требованиями к сложности и качества выполнения работы.

Текущие условия рынка труда за последние годы привели к тому, что компании в стремлении адаптироваться кардинально поменяли саму технологию поиска и подбора кадров. Более того, во многом претерпела изменение и сама концепция подбора персонала — если раньше поиск работы был проблемой, в первую очередь, наиболее актуальную для работника, то сейчас поиск и привлечение высококвалифицированных специалистов стал проблемой работодателя.

Одной из наиболее перспективных технологий в поиске и подборе персонала является рекрутинг.

Рекрутинг, как правило, рассматривают как комплекс организационных мероприятий, проводимых агентством в интересах организации, сделавшей заказ на замещение вакантной должности претендентами. Несмотря на то, что рынок рекрутинговых услуг фактически является посредником между компаниями-работодателями и работниками, его существование способствует упрощению деятельности таких компаний и профессиональному росту работников.

Для авиационных предприятий рекрутинг и его частные формы, например, массовый рекрутинг, не представляет особой ценности, поскольку в условиях инновационной стратегии наиболее ценны высококвалифицированные кадры.

Большой интерес представляет такая услуга как прямой поиск (executive search) — вид услуги, при которой рекрутинговое агентство осуществляет подбор специалистов и руково-

дителей среднего и высшего звена, которые имеют постоянное место работы и не занимаются поиском вакансии.

Данное направление поиска и подбора кадров получило распространение в крупнейших городах России, и оно наименее подвержено влиянию кризисных явлений, поскольку потребность в эксклюзивных, редких и высококвалифицированных специалистах по-прежнему сохраняется и сегодня.

По сути, данный метод является вариантом другой перспективной технологии подбора кадров headhunting — технология подбора редких или ключевых специалистов, по направлению и уровню профессиональной деятельности.

Таким образом, важным отличием рекрутинга от хедхантинга является то, что, если рекрутинг предлагает услуги по подбору линейного персонала среднего уровня — юристов, экономистов, бухгалтеров, то хедхантинг делает акцент именно активном поиске профессионалов для определенной компании или для определенной сферы.

Таким образом, современное предприятие вне зависимости от отраслевой принадлежности, в целях повышения эффективности процессов подбора и поиска кадров, должно применять как рекрутмент, как и хедхантинг. Это обусловлено тем, что эти технологии не являются альтернативными друг другу, поскольку преследуют разные цели.

В то же время развитие информационных технологий и цифровая трансформация, которая происходит, в том числе, и в сфере подбора кадров, привели к возникновению новых методов реализации уже ставших вполне традиционных хедхантинга и рекрутмента.

Примером такого метода является массовый рекрутмент персонала — данную услугу, как правило, предоставляют кадровые агентства. Ценность данной услуги для предприятий промышленного сектора заключается в том, что он может применяться в периоды увеличения объемов производства.

Услуга массового подбора персонала предоставляется практически всеми кадровыми агентствами, которые присутствуют на рынке, однако, в реальности не все агентства могут предоставить эту услугу качественно в соответствии со всеми критериями заказчика.

Как правило, кадровые агентства определяют основное конкурентное преимущество такой услуги — например, скорость подбора персонала. Следует отметить, что качество кадров при этом существенно уменьшается, особенно при использовании технологий «чат-ботов» и «роботов», которые представляют собой спам-программы для обзвона потенциальных кандидатов и чат-ботов.

Также при этом возникает и большое количество ошибок, которые проявляются в большом количестве заявок и малом количестве откликов (низкая конверсия).

В целях устранения недостатков массового рекрутинга с применением цифровых технологий, крупные кадровые агентства, в частности, HH.ru, корректируют работу про-

граммы путем ручного управления и глубокой предварительной настройки.

Схема массового подбора персонала, реализуемая кадровым агентством HH.ru, представлена в виде схемы (рис. 1).



Рис. 1. Схема массового подбора персонала, реализуемая агентством HH.ru

Наиболее длительным этапом является подготовительный этап, сущность которого заключается в оценке локального рынка труда, в котором проводится подбор персонала. На этом этапе выявляются следующие критерии поиска: количество кандидатов на рынке, уровень конкуренции на рынке труда в данной отрасли среди работодателей, зарплатные ожидания кандидатов, качественные критерии удовлетворенности.

Информация для анализа может быть использована как из открытых источников (Росстат), так и из результатов маркетинговых исследований — их актуальность проверяется с помощью мониторинга.

Второй этап поиска представляет собой создание «аватара» кандидата, который представляет собой описание образа идеального претендента на вакансию, его профессиональных компетенций, деловых и личностных качеств — это впоследствии позволит создать эффективную коммуникацию с целевой аудиторией и распланировать кампанию по поиску.

На третьем этапе поиска выполняется построение медиаплана и размещение вакансий на предварительно определенных релевантных площадках — на порталах, в газетах, на сайтах отраслевых объединений, на сайте компании и т.п.

На четвертом этапе компания осуществляет телефонный скрининг — первичный обзвон кандидатов до собеседования, что позволяет уменьшить исходную выборку, устранив кандидатов, которые не пожелают посетить собеседование.

Таким образом, можно сделать вывод, что современное предприятие инфраструктуры гражданской авиации в целях повышения эффективности функционирования должно интегрировать информационные технологии и в процесс человеческими ресурсами. В перспективе применение чат-ботов, массовых рассылок, построение «аватаров» и использование executive search существенно снизит затраты на поиск персонала и повысит ценность кадров.

Литература:

1. Беленко П. Хедхантинг: принципы и технологии. — СПб.: Питер, 2019. — 115 с.
2. Захарченко Л. А., Чепинова О. А., Эпова Н. Р. Авиационная промышленность России как драйвер инновационного развития экономики // Известия БГУ. 2018. № 4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/aviatsionnaya-promyshlennost-rossii-kak-drayver-innovatsionnogo-razvitiya-ekonomiki> (дата обращения: 01.0.2022).
3. Официальный сайт компании «HH.ru». [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://spb.hh.ru/employer/19836?from=article_26075

Обеспечение экономической безопасности предприятия при организации бухгалтерского учета и выборе способа его ведения

Галютдинова Марина Валерьевна, студент
МИРЭА — Российский технологический университет (г. Москва)

В статье автор показывает зависимость экономической безопасности предприятия от правильного выбора способа ведения бухгалтерского учета предприятия.

Ключевые слова: экономическая безопасность предприятия, бухгалтерский учет, угроза, способ ведения.

Экономическая безопасность предприятия всегда стоит в центре внимания экономистов, так как необходимо защитить предприятие от потери имущества и прибыли.

В целях дальнейшего исследования необходимо для начала рассмотреть сущность категории «экономическая безопасность предприятия».

Экономическая безопасность предприятия постоянно исследуется в экономической литературе. Рассмотрим некоторые из них.

Сенчагов В. Г. определяет экономическую безопасность предприятия как защищенность его научно-технического, технологического, производственного и кадрового потенциала от прямых (активных) или косвенных (пассивных) экономических угроз. [4] Таким образом, автор представляет категорию в виде показателя защищенности ресурсов предприятия от внешних и внутренних угроз. Однако, не рассматривается защищенность процессов производства, процессов использования ресурсов предприятия и, непосредственно, процессов управления производством. Если обратить внимание на категорию «экономика предприятия», то под экономикой предприятия понимается система ведения хозяйства. Следовательно, Сенчагов В. Г. выделяет лишь отдельные элементы в экономической безопасности, которые, по его мнению, должны быть под защитой.

Другое определение исследуемой категории «экономическая безопасность предприятия» дает Петриченко М. В. По мнению экономиста, экономическая безопасность — это защита от внешних и внутренних факторов нападения на собственность компании, с целью сохранения имущества, коммерческого интереса и капитала компании. [2, с. 121] Таким образом, Петриченко М. В. выделяет также отдельный ресурс деятельности любой компании, ее имущество. Под защитой от внешних и внутренних угроз находится все имущество предприятия, а цель данной защиты — сохранение имущества предприятия. К сожалению, автор не говорит о развитии, о динамике наращивания данного имущества. Следовательно, определение Петриченко М. В., также не может быть исходным для исследования.

В целях формирования своего качественного определения категории «экономическая безопасность предприятия» необходимо оттолкнуться от цели экономики предприятия, под которой понимается достижение высоких результатов над затратами. Таким образом, и экономическая безопасность должна защитить все системы ведения хозяйства предприятия в целях достижения роста его производительности и рентабельности. И если большая часть экономистов обращает внимание сначала

на классификацию угроз, то целесообразнее рассмотреть сначала сами процессы, их системы, их обеспеченность ресурсами и показатели качества их ведения. Следовательно, экономическая безопасность предприятия — это уровень защищенности всей экономической системы предприятия, включая такие процессы, как обеспечение и контроль качества ведения хозяйства, защита от внешних и внутренних угроз, в целях повышения стоимости имущества предприятия.

Обеспечение и контроль качества ведения хозяйства всегда обеспечивалось бухгалтерским учетом предприятия. Так как бухгалтерский учет — это система непрерывного сбора, документирования и обобщения информации о хозяйственной деятельности предприятия, его имуществе и обязательствах. Именно на основе данных бухгалтерского учета формируется информация о возникающих внешних и внутренних угрозах предприятия. Следовательно, организация бухгалтерского учета — один из главных элементов обеспечения экономической безопасности предприятия.

Организация бухгалтерского учета регламентируется нормативными актами в сфере бухгалтерского учета и на протяжении всего своего существования сформировала основные принципы и правила. По мнению Бурлибаева А. А., организация бухгалтерского учета — эта система условий и элементов (слагаемых) построения учетного процесса в целях получения достоверной и своевременной информации о хозяйственной деятельности субъектов и осуществления контроля за рациональным использованием ресурсов и готовой продукции [1, с. 36]. Следовательно, основным процессом при организации бухгалтерского учета становится его непосредственное ведение.

На основании Федеральных стандартов бухгалтерского учета к способам ведения бухгалтерского учета относятся способы группировки и оценки фактов хозяйственной деятельности, погашения стоимости активов, организации документооборота, инвентаризации, применения счетов бухгалтерского учета, организации регистров бухгалтерского учета, обработки информации. [3] Таким образом, по всем элементам способа ведения бухгалтерского учета сможет сформироваться группа угроз экономической безопасности предприятия.

Способ ведения бухгалтерского учета отражается в учетной политике предприятия. Соответственно, учетную политику разрабатывает главный бухгалтер или бухгалтер, в чьи компетенции входит данная функция. И уже на данном этапе, а именно при разработке учетной политики возникают угрозы, как внешние, так и внутренние.

Так, Чикина Е. А. рассматривая бухгалтерские риски в экономической безопасности предприятия [5], выделяет такие как:

1. Внутренний риск — риски, связанные с недостаточной квалификации бухгалтеров предприятия. Тогда возникают следующие угрозы:

- искажение информации в будущем;
- несоответствующее формирование Учетной политики предприятия;
- возникновение дефицита достоверной информации в учете.

2. Внешний риск — риски, связанные со скоростью изменения законодательных и нормативных актов в области регулирования бухгалтерского учета. Здесь формируются угрозы, связанные с формированием недостоверной информации для бухгалтерского учета, наличие нарушений со стороны предприятия, которые ведут к штрафным санкциям.

Все выделенные угрозы приводят, в первую очередь, к снижению прибыли, а значит к снижению стоимости имущества. Но, здесь подтверждается лишь утверждение Петриченко Н. В.

Если рассматривать, например, учет заработной платы, то возникают также внутренние и внешние угрозы:

1. Внутренняя угроза — увеличение количества увольнений работников из-за некачественного учета заработной платы, таким образом, приводит к снижению квалифицированного трудового потенциала. Следовательно, из-за нехватки квалифицированного персонала возникает угроза возникновения недопроизведенной продукции и снижению прибыли.

2. Внешняя угроза — увеличение жалоб в профсоюзные организации и трудовые инспекции, приводит к различным трудовым спорам и штрафам по нарушениям прав трудового коллектива. Штрафы и компенсации, предъявленные предприятию, выплачиваются из чистой прибыли предприятия.

Последующие угрозы формируются на основе различных факторов, основными из которых является специфика деятельности предприятия, его целей и задач. И эффективность применения способа бухгалтерского учета должна постоянно быть на контроле и анализироваться, на что обычно руководители не обращают внимание. Невозможно один раз сформировать свой способ бухгалтерского учета, необходимо постоянно изучать возникающие угрозы и стремиться их минимизировать. А процесс минимизации угроз автоматом сформирует качественный способ ведения бухгалтерского учета.

Литература:

1. Бурлибаева, А. А. Порядок организации бухгалтерского учета в организациях. / А. А. Бурлибаева, З. Т. Туркебаева, С. Н. Дугалова. — Текст: непосредственный // Статистика, учет и аудит. — 2019. — № 4 (75). — С. 36–41.
2. Петриченко, М. В. Экономическая безопасность предприятия. / М. В. Петриченко. — Текст: непосредственный // Вестник научных конференций. — 2016. — № 11–5 (15). — С. 121–123.
3. Положение по бухгалтерскому учету «Учетная политика организации» (ПБУ 1/2008, утверждено приказом Минфина России от 06.10.2008 № 106н с последними изменениями от 07.02.2020 № 18н. — Текст: электронный // МИНФИН России: [сайт]. — URL: https://minfin.gov.ru/ru/search/?q_4=%D1%83%D1%87%D0%B5%D1%82%D0%BD%D0%B0%D1%8F+%D0%BF%D0%BE%D0%B%D0%B8%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B0&source_id_4=6 (дата обращения: 04.04.2022).
4. Роль бухгалтерского учета в обеспечении экономической безопасности организации / Г. Ф. Яричина, О. С. Ситяева, О. А. Антонова, А. А. Скуратова. — Текст: непосредственный // Вестник ТГЭУ. — 2019. — № 3 (91).
5. Чикина, Е. А. Бухгалтерские риски в системе экономической безопасности организации / Е. А. Чикина. — Текст: непосредственный // E-Scio. — 2017. — № 4 (7).

Исследование механизма таможенного контроля товаров, содержащих объекты интеллектуальной собственности

Гладкая Василиса Юрьевна, студент

Научный руководитель: Левинская Елена Васильевна, кандидат экономических наук, доцент
Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (г. Москва)

В статье рассмотрена система объектов интеллектуальной собственности, международная и государственная нормативно правовая база в этой области, а также процесс таможенного контроля товаров, содержащих в себе объекты интеллектуальной собственности.

Ключевые слова: интеллектуальная собственность, Федеральная таможенная служба, правовая охрана, таможенная граница.

Интеллектуальная собственность является важнейшим элементом не только в деятельности Российских компаний на внутреннем и внешнем рынке, но и в функционировании всего

государства в системе мировой экономики. Таким образом, одна из приоритетных задач, поставленных Правительством Российской Федерации, это защита прав на объекты интеллек-

туальной собственности. Одной из функций таможенных органов является именно это направление.

В соответствии с действующим российским законодательством, интеллектуальная собственность — это совокупность прав на охраняемые результаты интеллектуальной деятельности в производственной, научной, литературной и художественной областях и приравненные к ним средства индивидуализации (интеллектуальные права) [3]. В узком смысле, это нематериальные объекты, отделяемые от своего автора, которые охраняются гражданским правом.

В статье 1225 Гражданского кодекса РФ закреплен исчерпывающий перечень видов интеллектуальной собственности. Он состоит из 16 пунктов, которые могут быть сформированы в 3 группы.

1. Результаты интеллектуальной деятельности (РИД). Они имеют автора, у которого возникает право признаваться создателем соответствующего РИД. (Произведения, исполнения, изобретения, полезные модели, промышленные образцы, селекционные достижения и топологии интегральных микросхем)

2. Средства индивидуализации (СИ). Они не имеют автора. Это нематериальные объекты, выделяющие и индивидуализирующие другие объекты. (Фирменные наименования, товарные знаки, наименования мест происхождения товаров, коммерческие обозначения)

3. Иные. (Фонограммы, радио- и телевизионные передачи, большие базы данных, первые публикации произведений, секреты производства)

Очевидно, что для эффективного использования прав на интеллектуальную собственность, нужна нормативно правовая база, то есть совокупность источников права. Источником права считается документ, который содержит в себе обязательные правила, соблюдение которых контролирует государство. Источники права интеллектуальной собственности мы можем разделить на две категории: государственные и международные.

Для начала, рассмотрим нормативно — правовую базу РФ. Главенствующий закон — это Конституция РФ. В статье 44 закреплено: «Интеллектуальная собственность охраняется законом». Также статья 71 относит правовое регулирование отношений, связанных с интеллектуальной собственностью, к Федеральному ведению.

Четвертая часть Гражданского Кодекса РФ включает в себе большую часть Федеральных законов в сфере права интеллектуальной собственности. Она содержит основания возникновения и порядок осуществления интеллектуальных прав, регулирует договорные и иные обязательства в этой области. Более того, в ГК РФ закреплена подробная информация о каждом объекте интеллектуальной собственности.

Закон «О коммерческой тайне» закрепляет правовые нормы, регулирующие установление, изменение и прекращение режима коммерческой тайны относительно сведений, которые составляют действительную или потенциальную коммерческую ценность вследствие их сокрытия от третьих лиц.

Закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» регулирует правоотношения, возникающие при поиске, получении, передаче, производстве и рас-

пространении информации; использовании информационных технологий; обеспечении защиты информации. Данный закон способствовал построению в России информационного общества.

Указ Президента «О государственной политике в области охраны авторского права и смежных прав» в 1993 году упразднил Российское агентство интеллектуальной собственности и одобрил создание Российского авторского общества, целью которого является реализация и защита авторских прав.

Постановление Правительства «О минимальных ставках авторского вознаграждения за некоторые виды использования произведений литературы и искусства» содержит информацию о ставках авторского вознаграждения за публичное исполнение произведений, порядке их применения и порядке начисления и взимания авторского вознаграждения за публичное исполнение произведений.

Федеральная служба по интеллектуальной собственности (Роспатент) — это федеральный орган исполнительной власти, который находится в ведении Министерства экономического развития РФ, обеспечивающий правовую охрану объектов интеллектуальной собственности и регулирование порядка их использования. Документы, принятые Роспатентом, также являются частью нормативно-правовой базы в сфере интеллектуальной собственности.

Международно-правовое регулирование защиты интеллектуальной собственности включает в себя множество соглашений и конвенций. Для начала, рассмотрим Лиссабонское соглашение об охране наименований мест происхождения и их международной регистрации 1958 года. Лиссабонская система международной регистрации наименований мест происхождения и географических указаний обеспечивает охрану наименования места происхождения или географического указания на территории всех государств-членов. Для этого необходимо пройти однократную регистрацию и оплатить все, необходимые пошлины. Регистрации размещаются в официальном бюллетене и в базе данных Lisbon Express. Процесс регистрации осуществляется международным бюро ВОИС в Женеве на основе поданных компетентным органом договаривающегося государства заявок. Государства — участники Парижской конвенции, которую мы рассмотрим далее, имеют право свободно присоединиться к Соглашению.

26 февраля 2020 года вступил в силу Женевский акт Лиссабонского соглашения, он усовершенствовал действующую систему международной регистрации. В отличие от Лиссабонского соглашения, которое распространяется только на наименования мест происхождения (специальный вид географического указания для продуктов, особенно тесно связанных с местом происхождения), Женевский акт расширяет границы правовой охраны на географические указания и обеспечивает гибкость с точки зрения порядка применения режима охраны. Это дает возможность лучше учитывать особенности национальных и региональных систем охраны отличительных обозначений, применяемых для продуктов, характерные черты которых обусловлены происхождением.

Парижская конвенция об охране промышленной собственности 1883 года — это первое и ключевое международное согла-

шение в сфере охраны прав на промышленную собственность (патенты, товарные знаки, промышленные образцы, полезные модели, фирменные наименования, географические указания). Любое государство имеет право свободного присоединения к ней. Основные положения Конвенции можно условно классифицировать на три группы: национальный режим, право приоритета и общие правила.

Бернская конвенция по охране литературных и художественных произведений 1886 года — направлена на охрану произведений и прав их авторов. Она базируется на 4 основных принципах и ряде положений, которые определяют минимальный уровень охраны. Также в Конвенции закреплены специальные положения для развивающихся стран.

Таможенные органы осуществляют контроль за соблюдением прав интеллектуальной собственности при перемещении товаров через таможенную границу ЕАЭС согласно:

1. Таможенному кодексу ЕАЭС. Глава 52 «Меры по защите прав на объекты интеллектуальной собственности, принимаемые таможенными органами».

2. Федеральному закону № 289 «О таможенном регулировании в Российской Федерации и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации». Глава 57. «Меры по защите прав на объекты интеллектуальной собственности, принимаемые таможенными органами».

Должностные лица таможенных органов принимают меры по защите прав интеллектуальной собственности, если товары помещаются под какую-либо таможенную процедуру, за исключением процедур таможенного транзита, уничтожения и специальной таможенной процедуры. Данные меры не применяются в случае, если под таможенные процедуры помещаются товары, предназначенные «для официального пользования дипломатическими представительствами, консульскими учреждениями, представительствами государств при международных организациях, международными организациями или их представительствами, иными организациями или их представительствами, расположенными на таможенной территории Союза» [1].

В круг полномочий Федеральной таможенной службы России входит защита товарных знаков, знаков обслуживания, наименований мест происхождения товаров, объектов авторских и смежных прав. Для эффективной деятельности в этой области ФТС ведет Таможенный реестр объектов интеллек-

туальной собственности (ТРОИС). Он сформирован в соответствии с Соглашением о едином таможенном реестре объектов интеллектуальной собственности государств — членов Таможенного союза. Данное соглашение предусматривает ведение Единого реестра, включение в него объектов интеллектуальной собственности и взаимодействие таможенных органов государств-членов друг с другом, с правообладателями, с государственными органами, организациями и гражданами по вопросам ведения вышеупомянутого реестра.

Инициатором включения в ТРОИС является правообладатель или его представитель (при наличии доверенности), а уполномоченным органом — Федеральная таможенная служба РФ. Данная услуга является бесплатной, а ее нормативный срок составляет не более 30 календарных дней. Эта процедура регулируется в Приказе ФТС России от 28.01.2019 № 131 «Об утверждении административного регламента Федеральной таможенной службы по исполнению государственной функции по ведению таможенного реестра объектов интеллектуальной собственности».

В законодательстве предусмотрен порядок приостановления сроков выпуска товаров, перемещаемых через таможенную границу ЕАЭС как при ввозе, так и при вывозе и содержащих признаки контрафактной продукции. Если в процессе таможенного контроля выявляются объекты интеллектуальной собственности, которые были внесены в ТРОИС ФТС России, срок приостановления выпуска составляет 10 рабочих дней в соответствии со Статьей 112 ФЗ № 289. Выпуск товаров приостанавливается на 7 рабочих дней, если таможенные органы выявляют объекты интеллектуальной собственности, которые не были внесены в ТРОИС ФТС России, и которые подпадают под правовую охрану на территории РФ в связи с регистрацией в Роспатенте РФ или в соответствии с международным законодательством об охране интеллектуальной собственности (Статья 113 ФЗ № 289).

Процесс таможенного контроля товаров, содержащих объекты интеллектуальной собственности, включает в себя множество нюансов, так как нарушения в данной области — частое явление. Контроль за продукцией, обладающей свойствами контрафактных товаров, и перемещаемой через таможенную границу ЕАЭС, осуществляется таможенными органами при ввозе, при вывозе, а также на внутреннем рынке.

Литература:

1. «Таможенный кодекс Евразийского экономического союза» (ред. от 29.05.2019) (приложение № 1 к Договору о Таможенном кодексе Евразийского экономического союза) — Консультант Плюс [электронный ресурс]
2. «Гражданский кодекс Российской Федерации» Часть 4 — Консультант Плюс [электронный ресурс]
3. ГОСТ Р 55386–2012 Национальный стандарт РФ «Интеллектуальная собственность. Термины и определения» — Консультант Плюс [электронный ресурс]
4. Близнац И. А. Право интеллектуальной собственности. Учебник. М.: Проспект, 2020. 896 с.
5. Котенева О. Е. Правовая охрана объектов интеллектуальной собственности: учебно-методическое пособие / О. Е. Котенева. — СПб.: Университет ИТМО, 2018. — 92 с.

Управление процентным риском компаний по страхованию жизни с помощью GAP-анализа

Кабылжанова Диана Калкажановна, студент магистратуры
Университет Нархоз (г. Алматы, Казахстан)

Компании по страхованию жизни подвержены процентному риску, поскольку их обязательства более чувствительны к изменениям процентных ставок, чем активы. В этой статье исследуется, почему компании по страхованию жизни принимают на себя этот риск. GAP-анализ — это один из методов измерения восприимчивости к изменениям процентных ставок и риска ликвидности, который основан на сопоставлении объема активов и обязательств страховой организации, подверженных процентному риску.

Ключевые слова: процентный риск, модифицированная дюрация, GAP-анализ, процентная ставка.

Компании по страхованию жизни принимают на себя риск изменения процентной ставки. Это говорит о том, что стоимость страховой организации меняется по мере колебания процентных ставок. Причина заключается в том, что компании по страхованию жизни предлагают долгосрочные накопительные продукты с гарантиями. При этом они должны выполнить свои обязательства и выплатить фиксированные и нефиксированные процентные гарантии независимо от их инвестиционного дохода. Для снижения риска процентной ставки, страховые компании стремятся придерживаться соответствия сроков активов и обязательств, в этой связи, компании инвестируют в долгосрочные активы. Обязательства компаний по страхованию жизни в большинстве случаев имеют срок погашения, превышающий срок погашения инвестиций. Поэтому страховые организации, как правило, получают прибыль от повышения процентных ставок, в то же время проигрывают, если процентные ставки падают.

Компании, занимающиеся страхованием жизни преднамеренно берут на себя риск изменения процентной ставки. Теоретически это можно обосновать тем, что управление рисками не соответствует инвестиционным стратегиям. Тем не менее страховые организации имеют большой опыт в управлении финансовыми рисками, и обладают конкурентным преимуществом, заключающимся в том, что они могут в долгосрочной перспективе удерживать ценные бумаги, так как их будущие денежные потоки относительно стабильны и предсказуемы. Удержание неликвидных и долгосрочных активов до погашения является одной из инвестиционных стратегий, которой придерживаются компании. Данная стратегия позволяет экономить средства на корректировку портфеля и получать премию за неликвидность. Актуальность данной стратегии для компаний по страхованию жизни была рассмотрена в работе [1]. В отличие от данного подхода, управление процентным риском [2] подразумевает владение высоколиквидными активами, регулярную продажу активов. Это наталкивает на тот факт, что страхования компания может столкнуться с такой ситуацией, когда необходимо либо поменять инвестиционную стратегию, либо снизить риск процентной ставки. Чтобы найти компромисс, рассматривается метод оценки процентного риска страховой компании на основе бухгалтерского учета [3]. Целью такого подхода является сравнение двух оценок одного и того же портфеля при различном уровне процентных ставок. Рыночная стоимость активов показывает текущую процентную ставку, в то время как балансовая стоимость — процентную ставку на момент покупки. Для оценки чувствительности к изменениям процентных ставок, выявляется закономерность между разницей оценок и ставок дисконтирования, что приводит к оценке модифицированной дюрации активов и обязательств. Хорошо известно, что дюрация является мерой чувствительности к колебаниям процентных ставок [4].

В работе [5] рассматривается связь между значительным разрывом чувствительности к процентным ставкам активов и обязательств, также стратегиями инвестирования капитала. Авторы данной работы считают, что целью страховых организаций является уменьшение существующего разрыва в продолжительности, что приводит к спаду долгосрочных процентных ставок.

Дюрация применяется для примерной оценки изменения стоимости актива при изменении процентных ставок.

$$D \cong -\frac{\partial R}{\partial r} \frac{1}{R} \quad (1)$$

где R — рыночная стоимость актива, r — процентная ставка. Математически понимаем, модифицированная дюрация определяется, тогда и только тогда, когда рыночная стоимость активов является непрерывной и дифференцируемой по ставке дисконтирования.

Пусть r_0 и r_1 — разные ставки дисконтирования, тогда R_0 и R_1 — соответствующие рыночные стоимости активов. Формулу (1) можно преобразовать следующим образом:

$$D \cong -\frac{R_1 - R_0}{r_1 - r_0} \frac{1}{R_0} \quad (2)$$

Как мы видим, точность оценки модифицированной дюрации напрямую зависит от связи между ставками дисконтирования и рыночными стоимостями активов. Чувствительность увеличивается при снижении ставок дисконтирования, верно и обратное.

Как говорилось ранее, мы анализируем балансовую и рыночную стоимость активов. Пусть B – балансовая стоимость активов. Аналогично предыдущим рассуждениям, B_0 и B_1 – балансовые стоимости активов при соответствующих ставках дисконтирования r_0 и r_1 . Пусть $R_0 \rightarrow B_1$. Если ставки дисконтирования равны, то рыночная стоимость равна балансовой стоимости. Также известно, что при изменении ставок балансовая стоимость не меняется $B_0 = B_1 \forall r$. Тогда

$$D_{r_0} \cong -\frac{R_1 - B_0}{r_1 - r_0} \frac{1}{B_0} \tag{3}$$

Формула (3) характеризует стоимостный эффект ставок дисконтирования, но необходимо также учитывать тот факт, что с течением времени, меняется структура и характеристика портфеля. Цена покупки и продажи активов отличается на этой разнице страховые компании получают прибыль. Пусть T_1 – момент изменения ставки дисконтирования текущего года, T_0 – прошлого года. $\ln S_1$ – сумма прибыли за счет изменения портфеля в течение времени $\Delta T = T_1 - T_0$.

$$D_{r_0, T_0} \cong -\frac{R_{1, T_0} - B_{0, T_0} + \ln S_1}{r_1 - r_0} \frac{1}{B_{0, T_0}} \tag{4}$$

Уравнения (3) отличается от уравнения (4) тем, что изменение ставки дисконтирования не привязано к течению времени. Для наших исследований наиболее показательными являются оценки рыночной и балансовой стоимости активов в момент времени T_1 . Рыночная стоимость активов, зависящая от года наблюдения n :

$$R_1(n) = \frac{P}{(1 + r_1)^{T-n}} \tag{5}$$

где P – размер будущего платежа в момент погашения T . Аналогично, балансовая стоимость

$$B_0(n) = \frac{P}{(1 + r_0)^{T-n}} \tag{6}$$

Чувствительность к изменению n можно охарактеризовать следующим соотношением.

$$\frac{\partial R_1}{\partial n} \frac{1}{R_1} = \frac{\ln(1 + r_1) * P}{(1 + r_1)^{T-n}} \frac{1}{R_1} = \ln(1 + r_1), \tag{7}$$

$$\frac{\partial B_0}{\partial n} \frac{1}{B_0} = \frac{\ln(1 + r_0) * P}{(1 + r_0)^{T-n}} \frac{1}{B_0} = \ln(1 + r_0). \tag{8}$$

Рассматривая многократное изменение значения, получающееся из нескольких разностных уравнений с одним периодом, можно вывести следующую связь между балансовой и рыночной стоимостью активов в период T_1 и T_0 .

$$R_{r_1, T_1} \cong (1 + \ln(1 + r_1))^{\Delta T} R_{r_1, T_0}, \tag{9}$$

$$B_{r_0, T_1} \cong (1 + \ln(1 + r_0))^{\Delta T} B_{r_0, T_0}. \tag{10}$$

С увеличением периода изменения ставки дисконтирования, приведенная стоимость активов подвергается изменению меньше. Эффект течения времени является основополагающим в изменении ставок дисконтирования. Предположим, что половина прошедшего времени ΔT описывается экспоненциальной функцией. Это сопоставимо с тем, что процентные ставки монотонно убывают с течением времени, что дает следующее приближение:

$$R_{r_1, T_1} \cong (1 + \ln(1 + r_1))^{0,5\Delta T} R_{r_1, T_0}, \tag{11}$$

$$B_{r_0, T_1} \cong (1 + \ln(1 + r_0))^{0,5\Delta T} B_{r_0, T_0}. \tag{12}$$

$$R_{r_1, T_1} - B_{r_0, T_1} \cong \frac{R_{r_1, T_1}}{(1 + \ln(1 + r_1))^{0,5\Delta T}} - \frac{B_{r_0, T_1}}{(1 + \ln(1 + r_0))^{0,5\Delta T}} + \ln S_1 \tag{13}$$

Выражение (13) представляет собой оценку разрыва, учитывающую эффект течения времени. Используя вышеуказанное уравнение получаем:

$$D_{r_0, r_1} \cong \frac{\frac{R_{r_1, T_1}}{(1 + \ln(1 + r_1))^{0,5\Delta T}} - \frac{B_{r_0, T_1}}{(1 + \ln(1 + r_0))^{0,5\Delta T}} + \ln S_1}{r_1 - r_0} \cdot \frac{1}{\frac{B_{r_0, T_1}}{(1 + \ln(1 + r_0))^{0,5\Delta T}}} \quad (14)$$

Таким образом, оценка модифицированной дюрации представляет собой относительное изменение рыночной стоимости по сравнению с балансовой стоимостью, деленное на изменение ставки дисконтирования. Используя формулу (14) можно посчитать по отдельности дюрацию активов и дюрацию обязательств. Разрыв дюрации представляет собой разницу между дюрацией обязательств и дюрацией активов, которая интерпретирует сравнение чувствительности.

Литература:

1. Chodorow-Reich, Gabriel, Andra Ghent, and Valentin Haddad. Asset insulators. *Review of Financial Studies*, 2018.
2. Бухтин М. А. Методы оценки процентных рисков и управления ими. Управление финансовыми рисками, 2007.
3. Möhlmann A, Interest rate risk of life insurers: Evidence, *Financial management*, 2017.
4. from accounting data
5. Соколов Б. И., Соколова Я. Ю. Дюрация как мера чувствительности стоимости финансового инструмента к изменению процентной ставки., *Проблемы современной экономики*, 2013.
6. Domanski, D., Shin, H. S., & Sushko, V. The hunt for duration: Not waving but drowning?, 2017.

Challenges and specifics of the team project «SDU Photo Awards: My online distance learning experience»

Kairoidanova Aida Aybynkyzy, student master's degree;
Shakenova Araylym, manager for training and development of personnel;
Baimuldanova Talshyn Talgatkyzy, assistant, teacher;
Kenzhegaranova Madina Kalkamanovna, doctoral student phd, senior lecturer
Suleyman Demirel University (Kaskelen, Kazakhstan)

This paper examines the implementation of leadership approaches through the project «SDU Photo Awards: My online distance learning experience». The project was organized by six students of second-year undergraduates of master's degree with the aim of developing the creativity and aesthetic taste of students and popularising distance learning. Since the project was held at Suleyman Demirel University, all students of the University were selected as participants of the photo contest. At the beginning, it was planned to divide the project into two parts, such as: a «Photo Contest» and a «Photo Exhibition». However, due to the small number of participants, the deadline of the «Photo Contest» and the date of the «Photo Exhibition» were extended. Even though the project failed the organizers learnt a lot of things and had a chance to implement their knowledge in practice. It is believed that people learn more from failures than from successes. Consequently, this article was written to share its story that can be useful for readers.

Keywords: leadership approaches, leadership and teamwork, trait approach, behavioural approach, adaptive leadership.

Вызовы и специфика командного проекта «SDU Photo Awards: Мой опыт дистанционного онлайн-обучения»

В данной статье рассматривается реализация подходов к лидерству в рамках проекта «SDU Photo Awards: My online distance learning experience». Проект был организован шестью студентами второго курса магистратуры с целью развития творческих способностей, эстетического вкуса студентов и популяризации дистанционного вида обучения. Поскольку проект проводился в Университете имени Сулеймана Демиреля, все студенты университета были отобраны в качестве участников фотоконкурса. Вначале планировалось разделить проект на две части, такие как: «Фотоконкурс» и «Фотовыставка». Однако из-за небольшого количества заявок от участников крайний срок проведения «Фотоконкурса» и дата проведения «Фотовыставки» были продлены. Несмотря на то, итог проекта не увенчался успехом, как ожидалось, организаторы научились многому и получили возможность при-

менить свои знания на практике. Считается, что люди больше учатся на неудачах, чем на успехах. Следовательно, эта статья была написана для того, чтобы поделиться своей историей, которая может быть полезна читателям.

Ключевые слова: подходы к лидерству, лидерство и командная работа, личностный подход, поведенческий подход, адаптивное лидерство.

Leadership approaches are classifications of how a person behaves while leading, directing, motivating, guiding, and managing groups of people. When people start looking at some individuals' behaviors they consider to be great leaders and immediately see that there are often huge differences in how each person leads. Fortunately, researchers have developed various theories and concepts that enable us to better identify and understand these different leadership approaches. During the «Leadership and Teamwork» course we discovered different leadership approaches, the strengths and criticisms of each approach, and learned how each approach can be applied in real-world organizations. Then we applied some of them during our project.

For example, this project applies task execution behavior and relationship behavior to implement the project relying on research concerning the behavioral approach in Ohio State studies, the University of Michigan, and the work of Blake and Mouton on the management grid. These theories postulate that there are no universal sets of behavioral leadership models and in order to find the best way for project management it will be effective to combine tasks and behavior in relationships. For example, we demonstrated our task behavior for getting the job done. Each of us was responsible for different tasks and we tried to do tasks on time. Likewise, we needed to show a high degree of participation and teamwork in our project. Our team leader delegated common tasks based on our strengths and was always eager to help. Moreover, we always asked questions and communicated with each other.

During the organization of the project, the individual traits of each team member played an important factor for its implementation. Stogdill's (1948) first survey analyzed how individuals' traits contribute to the leadership process and identified eight traits that differentiate leaders from non leaders: intelligence, alertness, insight, responsibility, initiative, persistence, self-confidence, and sociability. This survey also indicated that the traits that leaders possess must be relevant to situations in which the leader is functioning. For example, we needed more alertness before the launch of our project. We double-checked all grammar and spelling, punctuation in our info letter, posts in instagram.

Undoubtedly, during the organization of any project, it is impossible to foresee all possible outcomes. Accordingly, after the launch of the project, there is some uncertainty about the result. These uncertainties can be considered risks for the project. Depending on this, the manager and all team members should be ready for various changes, be adaptive and flexible for further actions. Originally formulated by Heifetz (1994), adaptive leadership centres on the adaptations required of people in response to changing environments. It is about how leaders encourage people to adapt-to face and deal with problems, challenges, and changes. After the launch of our project, there were challenging situations such as a small number of applications for participation, slow promotion and inconsistency of photos with requirements. We discussed and tried to implement solutions by extending the contest until January 24.

All in all, the project «SDU Photo Awards: my distance learning experience» cannot be considered a successful project. Due to the smaller number of participants, the organizers of the project had to change the deadline of the project, and they did not meet their initial timing requirements. Consequently, the second part of the project, which was a «Photo exhibition», was not held. However, with the help of this project team members of the project learned a lot of things, such as working remotely in one team, being able to collaborate with other people, working in different areas, getting out of difficult situations and always having a plan «B», etc.

Main part

At first, we came up with several ideas for the project such as charity projects, TED Talks, SDU Brand merch, collaboration with QR (LTD Qazaq Republic), interviews with BS teachers, etc. Then we discussed and analysed all these options, and as a result, we came to a decision to take the project «SDU Photo Awards: my distance learning experience». Exactly this project corresponded to the finances and scale and was of interest to all the organizing participants. Due to the isolation in the pandemic, we wanted to raise the level of student activity through this socio-cultural project. We decided to run this project to increase SDU students' interest in online learning and to show the process of online learning from the students' side in a creative aspect.

Before the Covid-19 pandemic, the educational organizations in Kazakhstan did not experience «online distance learning» in such a great volume. At the beginning of the transition to «online distance learning» the majority of students, as well as instructors faced different types of problems. Some of them did not have electronic devices to attend the classes, some of them had bad internet access, some of them could not focus on the lesson due to noise and crowd of people at home, etc. During these 1,5 years of online education, students experienced different types of interesting and memorable cases.

Fortunately, now educational organizations are gradually switching to the traditional education format and everything is getting better. But there are memories from these days in the form of photographs that students captured from different angles. These shots can tell a lot about pleasant moments, about problems, and about the everyday life of students during online learning. These photos can show not only good times and places but also the creativity of students, feelings, and interesting stories experienced in those pictures, which are worth sharing and awarding.

Considering all of the above, our team organised a photo contest called «SDU Photo Awards: my distance learning experience» about how students studied during the pandemic. The aim of this project is to develop the creativity and aesthetic taste of students and popularize distance learning. It was planned to consist of two parts: a «Photo Contest» and a «Photo Exhibition». In the first part, we collected photos from students according to the requirements, which will be sent to participants in advance. Then, in the second part, we

had to organize a «Photo Exhibition» at SDU Wifi Zone and announce a winner. The main prize of this competition was 42 500 tenge. Only students, undergraduates, and doctoral students of the Suleyman Demirel University could take part in the photo contest.

In order to work effectively, it was decided to distribute responsibilities among team members and to make a time schedule for the project. According to the schedule (Table 1), the project had to con-

sist of two periods: the «Photo Contest» period (October and November of 2021) and the «Photo Exhibition» period (November and December of 2021). During the first part, team members had to start the announcement of the «Photo Contest» and had to collect submitted works of the students. Consequently, in the second part of the project, members were required to organize a «Photo Exhibition» from the accepted photos of participants, and award winners.

Table 1. Project schedule and people in charge

Day and time	Place	Activities	People in charge
October — November	Kaskelen, SDU	Photo Contest	Aigerim Baiken, Talshyn Baimuldanova, Arailym Shakenova, Yernar Aldabergenov
November — December	Kaskelen, SDU	Photo Exhibition	Perizat Yermekbayeva, Arailym Shakenova, Talshyn Baimuldanova, Aida Kairoidanova

The team members, who were responsible for this project, consisted of six students of second-year undergraduates of master's degree. They were: Perizat Yermekbayeva, Aigerim Baiken, Arailym Shakenova, Talshyn Baimuldanova, Yernar Aldabergenov, and Aida Kairoidanova. In Table 1, it is shown who was responsible for what. Each part of the project had its announcement, organization, implementation part, which is distributed among students who were responsible for that part.

Since it was set to award winners of first, second and third places with money in the amount of 42 500 KZT, 15 000 KZT, and 10 000 KZT respectively, organizers of the project had to collect in total 67 000 KZT to run this project. Finally, it was decided that 42 500 KZT will be equally assembled from the six members of the team. 25 000 KZT was retrieved from the dean's office and one of the assistant professors of business school as a help and support to organizers. Additionally, the dean's office provided 5 mugs branded with the SDU logo as a prize for winners of nominations.

The main risk of this project was a very small number of participants. After the launch of the project, only 3–4 students sent an application for participation. Moreover, their works did not meet all requirements of our project. More specifically, the quality of their photos, the content of the photos was different from what we expected from them. Due to that reason, the deadline of the project has been extended.

Additionally, since there were no specific instagram accounts and email of this project, it was difficult to make an announcement to the whole university students. Every time, organizers of the project had to speak with people, who are responsible for different instagram accounts of Suleyman Demirel University and ask for their help. Because each account had its own content plan, design, and structure it was challenging to make a deal with them.

According to the results of applications, it was found that the project was a failure. The fact is that projects can fail and may even go through a number of periods of failure during implementation, regardless of whether they are ultimately successful or not. In their study, the «Project Failure Theory», Lindahl and Rehn (2007) indicated project failure either as a pathological condition that should be avoided, or as a logical problem of determining the goal. In a study

Discenza and Forman (2007), the general reasons for the failure of the project were identified and grouped into three main categories. They are: personnel factors, project process factors; and project communication factors. Based on the survey results, 43% of the surveyed project managers said that project communication factors are a key factor in the failure of projects, while 42% said that process factors are important, and only 32% said that people are a main factor in the failure of projects in which they participated. Summing up the indicators of the project and the outcomes of the above studies, we conclude that the failure in the organization of this project was caused by these aspects. These failures gave us a lot of experience and opportunities to make insights. From the height of our experience now, we would compare our project with other similar projects and/or organise feedback processes by asking students to give meaningful input during every phase of the project by that time. Furthermore, we learned that we needed to assess the project's situation on time and develop a recovery plan to accomplish what is required to get the project back on track. In many cases, we solved problems only after we met them. Even when we faced issues we didn't fix it immediately. In addition, we did not take into account external factors and did not provide additional options. We didn't define and record possible risks. On the other hand, we could prevent total failure. As Discenza and Forman (2007) said: «Project failure can happen in any organization and to any project. There are an infinite number of reasons for failure».

Conclusion and lessons learned

Despite the fact that many leadership approaches were effectively used, the photo contest and photo exhibition project about online distance learning were not successful as they were expected. During the project, it was found that besides this photo contest project there were some other contests at Suleyman Demirel University at the same time. Since Suleyman Demirel University celebrated its 25th anniversary this year, there were different video and photo contests organized for this event. Moreover, the timeline that was chosen for this project came up with the exam dates of university students. Due to that reason, students had less focus and time for the project «SDU

Photo Awards: My online distance learning experience». Given that, project organizers recommend for further project organizations to make an analysis of the external environment, before the start of making a plan of the project. More specifically, in the case of «SDU Photo Awards: My online distance learning experience» students' interests and opportunities that they will have during the project had to be measured and taken into account.

After the identification of the failure, it was found that if the duration of the project was at the beginning of the semester, when students were free, full of energy, and when there were not any contests,

this project could have different results. Consequently, considering all of the above-stated failure reasons and lessons learned the deadline of the project was extended to the beginning of the 2021–2021 academic year's second semester, as a solution to the failure of the project.

Even though the organizers of the photo contest and photo exhibition faced failure with the project, they retrieved valuable lessons from it. One of the aims of this article was to share the experience of students, such as what kind of leadership approaches they have used, what typed problems and challenged they have faced, and finally what they have learned and how they have dealt with problems.

References:

1. Discenza, R. & Forman, J. B. 2007. Seven causes of project failure: how to recognize them and how to initiate project recovery.
2. Northouse, Peter Guy. Leadership: Theory and Practice. Eighth Edition. Los Angeles: SAGE Publications, 2019.
3. Towards a theory of project failure, Marcus Lindahl and Alf Rehn, International Journal of Management Concepts and Philosophy, 2007

Современное состояние и развитие сбыта продукции ООО «Нытвенский мясокомбинат» Пермского края

Крапивин Владислав Владимирович, студент

Научный руководитель: Латышева Анна Ивановна, кандидат экономических наук, доцент
Пермский государственный аграрно-технологический университет имени академика Д. Н. Прянишникова

В Пермском крае мясная отрасль является системообразующей. Производство призвано обеспечить население края свежей мясной продукцией и продуктами мясной переработки. В научной статье подробно исследуется современное состояние сбыта продукции мясокомбината и его перспективы. Успешное экономическое развитие ООО «Нытвенского мясокомбината» является залогом стабильности агропромышленного сектора Пермского края.

Ключевые слова: *сбыт мясной продукции, современное состояние, развитие мясной отрасли в крае.*

Региональный мясной рынок напрямую связан с сырьевой базой и успешной деятельностью мясоперерабатывающих предприятий. В основе конкурентоспособности продукции на агропродовольственных рынках изначально лежит качество мясного сырья [1]. При этом, организация сбыта продукции на мясоперерабатывающем предприятии является важнейшим фактором успешного функционирования хозяйствующего субъекта. Данная деятельность обеспечивает предприятию постоянный денежный поток, необходимый для осуществления эффективной хозяйственной деятельности. Реализация мясной продукции является завершающим этапом производственной деятельности. Бесперебойная продажа зависит от эффективности сбытовой деятельности. Мясной рынок сильно зависит от сезонности спроса на продукцию. Данная зависимость влияет на политику ценообразования [2]. Помимо спроса цена зависит от климатических факторов. Так, например, уровень цен в 2020 году на свинину был довольно низким. Но летом 2021 года из-за жаркой погоды во многих сельскохозяйственных комплексах наблюдался низкий вес животных, были введены карантинные меры, что способствовало формированию рекордно высоких цен на свинину [3]. Напрямую зависят цены на говядину от поголовья крупного рогатого скота.

Цель и результаты исследования. Основной целью данного исследования является выявление современного состояния сбытовой деятельности ООО «Нытвенского мясокомбината». На основании которого наметить перспективы развития сбыта мясной продукции. Исследование велось с использованием системного подхода.

ООО «Нытвенскому мясокомбинату» в конце 2020 года сложно было закупать говядину. В это же время на региональном мясном рынке стали проявлять свою активность крупнейшие предприятия мясной и молочной промышленности, таких, например, как «Мираторг», «Заречное», «Эко-Нива», «Ак Барс», «Маяк», «Агросила». Объемы мощностей, у которых только увеличивались. ООО «Нытвенскому мясокомбинату» удалось отстоять главного поставщика мясной продукции Пермского края. Мясокомбинат создавался в далеком 1823 году. Сегодня он производит около 10 тысяч тонн продукции в год и его ассортимент насчитывает около 50 наименований колбасной продукции, полуфабрикатов, субпродуктов и мяса. Все производится из высококачественного отечественного сырья, поставляемого предприятиями группы «Продо», а также фермерскими хозяйствами Пермского края Приволжского федерального округа. Предприятие работает только с охлажденным мясом. У него есть в наличии убойный пункт. Работы ведутся в соответствии со строго

проверенной технологией под наблюдением ветеринара, мастера, технолога. Крупный рогатый скот закупается исключительно в Пермском крае. Налажена постоянная работа с надежными крупными партнерами, в основном из Нытвенского района. ООО «Нытвенский мясокомбинат» использует в производстве традиционные сертифицированные добавки. Генетически модифицированные ингредиенты не используются. Поэтому главным преимуществом перед конкурентами является высокое качество продукции и широкий ассортимент товара [4].

У Нытвенского мясокомбината имеется много сильных сторон, что выделяет его на общем фоне конкурентов, таких

как: Кунгурский мясокомбинат, МПЗ «Телец», Пермский мясокомбинат. Хотелось бы отметить определённые недостатки. У конкурентов есть преимущества, например, опережают в рекламной кампании. Проблемой также является, что потребитель имеет возможность предпочесть продукцию конкурента. Все это негативно сказывается на продажах ООО «Нытвенский мясокомбинат». Для более тщательного выявления современного состояния бытовой деятельности и успешно преодолеть все недостатки необходимо проанализировать сильные и слабые стороны предприятия. В этом может помочь SWOT-анализ (Таблица 1).

Таблица 1. SWOT-анализ ООО «Нытвенский мясокомбинат»

S — сильные стороны	W — слабые стороны
1) Присутствие во всех ценовых сегментах товарных групп; 2) Постоянная работа по обновлению и оптимизации своего производства; 3) Популярность бренда на региональном мясном рынке.	1) Ограниченные производственные возможности для выпуска продукции; 2) Высокая цена на продукцию по сравнению с основными конкурентами.
O — возможности	T — угрозы
1) Перспектива внедрения и развития своей новой продукции, что позволит выйти на новые региональные рынки; 2) Развитие сетевой торговли; 3) Улучшить качество продукции за счёт внедрения новых технологий.	1) Появление на рынке новых конкурентов; 2) Низкая покупательская способность населения; 3) Увеличение цен на мясное сырьё.

В рамках данного анализа, можно выделить, что ООО «Нытвенский Мясокомбинат» активно использует в бытовой деятельности открытую базу данных клиентов для «холодного обзвона», когда менеджер по продажам или сбыту напрямую выходит на потенциального клиента, либо выезжает в офис к клиенту. На предприятии организацией системы продвижения мясной продукции занимается отдел продаж, специалист по маркетингу, который подчиняется руководителю ООО «Нытвенский Мясокомбинат». Функции отдела продаж заключаются в следующем:

- привлечение потенциальных потребителей;
- продажа основных продуктов и поиск новых каналов сбыта.

Предприятие, как правило, закупает сырьё через посредников, где есть дополнительная наценка, которая не позволяет снизить цену при реализации продукции. Объем продаж может оказывать как положительное, так и отрицательное влияние на величину прибыли [5]. Поэтому для ООО «Нытвенский Мясокомбинат» важно иметь большое количество каналов сбыта, потому что увеличение объема продаж мясной продукции приводит к увеличению прибыли. Если продукция убыточна, то с увеличением объема продаж сумма прибыли уменьшается. Анализ проводится с использованием показателей рентабельности (Таблица 2).

Таблица 2. Показатели эффективности использования основных средств

Показатель	2018 год	2019 год	2020 год	Абсолютные изменения 2019 г. от 2018 г.	Абсолютные изменения 2020 г. от 2019 г.
Выручка	11558	16010	10664	4452	-5346
Средняя стоимость основных средств, тыс. руб.	13745	18563	11775	4818	-6788
Чистая прибыль, тыс. руб.	1253	1616	1410	363	-206
Фондоотдача, руб.	0,84	0,86	0,91	0,02	0,04
Фондоёмкость, руб.	1,19	1,16	1,10	-0,03	-0,06
Фондорентабельность, %	9,116	8,705	11,975	-0,41	3,27

Показатели рентабельности отражают конечные результаты управления более полно, чем прибыль, поскольку их значение показывает соотношение эффекта с денежными средствами или использованными ресурсами. Они используются для оценки деятельности компании и в качестве инструмента инвестици-

онной политики и ценообразования. Согласно проведённым расчётам, фондоотдача у предприятия крайне низкая, а фондоёмкость, обратная фондоотдаче, имеет отрицательный показатель [6]. Исходя из данного анализа рекомендуем, что для повышения эффективности бытовой деятельности предприятию

ООО «Нытвенский мясокомбинат» на 2022–2024 годы необходимо разработать жесткую стратегию проникновения на региональные агропродовольственные рынки, поскольку продукция мясокомбината должна активнее двигаться к потребителю, как через собственные фирменные магазины, так и через социальные объекты — школы, больницы и др. Для начала продвижения мясной продукции можно использовать несколько направлений:

1) Согласование и проведение рекламных акций в форме дегустации в крупных торговых сетях: «Пятерочка», «Магнит», «Семья». Дегустации проводятся с целью ознакомления целевой аудитории со вкусом, свойствами торговой марки и стимулирования пробной покупки. Это позволит увеличить объемы продаж примерно от 3 до 5%.

2) Для развития сбытовой деятельности нужно активнее участвовать в тендерах Нытвенского муниципального района на поставку мясной продукции в муниципальные учреждения здравоохранения Нытвенского района (больницы), общеобразовательные учреждения (школы). Вероятность участия и победы в таких тендерах на муниципальном уровне достаточно высока. Это может позволить дополнительно увеличить производство мясной продукции (колбаса, сосиски и т.д.) и объемы продаж в среднем на 10% в год.

3) Свои фирменные магазины позволят установить прямой контакт с потребителем, а потребитель сможет покупать мясную продукцию непосредственно от производителя. Это влияет на имидж мясокомбината, что позволит увеличить объем продаж около 5%.

Заключение. Без грамотной и эффективной сбытовой деятельности ООО «Нытвенского мясокомбината» эффективная работа организации невозможна. Развитие каналов сбыта в системе маркетинга, представляющей собой набор различных элементов, участвующих в удовлетворении потребностей клиентов и позволяющих мясокомбинату продвигать свою политику на региональном агропродовольственном рынке, сегодня и в перспективе занимает ведущее место [7]. Именно благодаря разнообразным каналам сбыта мясной продукции, мясокомбинат может доставлять свою продукцию потребителям своевременно и в необходимом количестве, с минимальными затратами для себя. В результате проведенных мероприятий для совершенствования каналов сбыта продукции, ООО «Нытвенский мясокомбинат» уже сегодня увеличивает объемы продаж своей продукции. Всё это в дальнейшем способствует росту эффективности работы предприятия и развивает конкурентоспособный потенциал.

Литература:

1. Латышева А. И. Цифровые инновации СХМП-2021 и перспективы развития сельских территорий/Техноуклад 6.0. Цифровая трансформация АПК и продовольственная безопасность//Мат. МНПК ФГБОУ ВО Пермский ГАТУ. 2021 С 491–501
2. Латышева А. И. Вопросы ценообразования в новой экономике//Экономика: экономика и сельское хозяйство. 2018 № 1 (25) С 7
3. Латышева А. И. Современное развитие агропродовольственного рынка Пермского края/Экономика и современный менеджмент: теория и практика// Мат. КНПК ФГБОУ ВО Пермский ГАТУ. 2017 С 25–32
4. Трясцин М. М., Латышева А. И., Разумов А. И. Основные элементы конкурентоспособности мясной продукции на региональных рынках//Заметки ученого 2015 № 1–1 С 115–121
5. Итоги 2013–2019 годов и перспективы развития АПК Пермского края: <https://docviewer.yandex.ru/view/5873991/7page> (дата обращения: 25.03.2022)
6. Потребление основных продуктов питания по РФ: <http://www.qks.ru/storage/mediabank/potr-rf/xls> (дата обращения: 24.03.2021).
7. Мясная недостаточность. Производство мяса в Пермском крае снижается, а цены растут/ Пермская краевая общественно-политическая газета «Звезда» от 28.02.2019 https://zvezda.su/economy/2019/myasnaya_nedostatochnost_proizvodstvo_myasa_v_permskom_krae_snizhaetsya_a_tseny_rastut_273 (дата обращения: 25.03.2022)

Организация проектного управления в органах государственной власти

Леонов Алексей Валерьевич, студент магистратуры
Московский финансово-промышленный университет «Синергия»

В статье рассмотрены основные черты проектного управления в системе органов государственной власти Российской Федерации. Кратко рассмотрены вехи развития государственного проектного управления и принципы реализации политики в данной сфере. Дана характеристика национальных проектов как метода государственного управления и достижения стратегических задач государственного развития. Сделан вывод о высокой эффективности проектного управления в системе государственного менеджмента и необходимости расширения практики его применения.

Ключевые слова: проектное управление, Российская Федерация, государственная власть, менеджмент.

Внедрение проектного подхода в деятельность органов исполнительной власти является актуальной и приоритетной задачей. Целью внедрения проектного подхода явля-

ется мобилизация и структурирование бюджетных ресурсов при заданных ограничениях для достижения запланированных результатов. Однако специфика деятельности органов испол-

нительной власти, заточенная под процессный подход, не позволяет в полной мере реализовывать принципы проектного управления. В связи с чем учет особенностей внедрения проектного подхода в органы государственной власти на сегодняшний день является актуальной исследовательской задачей.

Начиная с 2005 года и до настоящего времени в Российской Федерации в государственном управлении активно внедряется и применяется программно-целевой подход. Суть его заключается в том, что стратегия развития страны конкретизируется рядом целевых показателей. Для их достижения разрабатываются национальные проекты и государственные программы, охватывающие все стороны социального и экономического развития. Реализация проектов и программ предполагает реализацию конкретных мероприятий и элементов проектной деятельности как на федеральном, так и региональном уровнях. Поэтому проектное управление становится инструментом реализации задач социально-экономического развития страны.

В настоящее время проектное управление стало основным инструментом реализации национальных проектов, утвержденных в Указе «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» [1], впоследствии дополненными Указом Президента РФ от 21.07.2020 N474 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года» [2]. Национальные проекты, для практической реализации декомпозируются на федеральные и региональные проекты, осуществлением которых занимаются региональные проектные офисы, активно создававшиеся с 2016 года в субъектах Российской Федерации.

Разработка и реализация приоритетных национальных проектов России, о начале деятельности которых на встрече с Правительством РФ, президиумом Государственного совета и представителями Федерального собрания в 2005 году объявил Президент В. В. Путин, стала первым опытом применения проектного управления, как инструмента реализации государственной социально-экономической политики. В число приоритетных нацпроектов вошли проекты: «Здравоохранение», «Образование», «Жилье и городская среда», «Системные меры развития международной кооперации и экспорта». Работа по реализации данных проектов велась в течение двух лет. Причиной, по которой проектную методологию выбрали в качестве одного из инструментов осуществления стратегии развития страны, стали её свойства, а именно — способность решать конкретные задачи в сжатые сроки.

Приоритетные национальные проекты являлись первым опытом для государственных исполнительных органов страны. И хотя внедрение нового формата управления не было адаптировано к сложившейся культуре госуправления, опыт проектной работы стал катализатором системных преобразований и освоения проектного менеджмента. Формирование проектного подхода в госуправлении, как инструмента реализации стратегических целей развития государства совпадает с периодом президентства Д. А. Медведева. Обязанности по работе в направлении достижения целей проектного управления распределены между федеральными и региональными органами власти.

Проект представляет собой многосоставное уникальное мероприятие, подразумевающее внедрение нового, имеющее вре-

менные и ресурсные ограничения, установленный порядок реализации, который формируется по указанию заказчика проекта. Проектное управление представляет собой способ работы с целями и задачами путем ведения отдельных проектов, объединенных общей корпоративной стратегией. Концепция проектного управления появилась больше шестидесяти лет назад. Его принципы до сих пор продолжают совершенствоваться во многих странах. За время существования и разработки разных аспектов данного понятия появились экспертные организации, деятельность которых направлена как на совершенствование проектного менеджмента, так и на введение в использование наиболее оптимальных методов [4, с. 115].

Органы государственного управления осуществляют проектное управление не так, как это делают хозяйствующие субъекты. Во-первых, отличаются цели проектов. Государство стремится к социальным результатам, хозяйствующие субъекты — к получению прибыли. Во-вторых, проекты имеют ограниченный бюджет и поле деятельности, что, по большей части, относится к конкурсам проектов. Помимо этого, государственные проекты контролируются различными ведомствами и исполнительными органами государственной власти высших ступеней. Данные меры нужны для прозрачности: за ходом проекта может следить общество, промежуточные и итоговые результаты проектной деятельности подлежат публикации.

Структура руководства проектами в РФ распространяется для того, чтобы повысить эффективность руководства проектной деятельностью с помощью применения ряд принципов:

- установление общих национальных целей;
- ориентация на современные технические средства и лидирующие позиции в мировом пространстве;
- переход через межведомственные препятствия и облегчение процесса согласования и оформления документации;
- применение автоматизированных систем руководства проектной деятельностью в области контроля реализации проекта или программы на разных уровнях управления;
- контроль уровня ресурсов и рисков в ходе работы над проектами или программами;
- стратегическое планирование социально-экономического развития для разных уровней [3, с. 41].

Национальные проекты особой важности реализуются с помощью государственных программ, состоящих как из федеральных программ, так и из региональных, рассчитанных на долгий срок. Общепринятое мнение говорит о том, что целевые программы исполняли в России и в сфере финансового планирования, и в сфере управления бюджетным законодательством. Паспорт проекта — это главный его документ, в котором есть информация о предполагаемых результатах проекта, о членах проектной команды и руководителях проекта, временных рамках и о взаимодействии с иными проектами. План-график проекта представляет собой документ, который входит в Паспорт проекта, работу над которым проводят государственные органы. План должен состоять из полного списка запланированных проектных мероприятий, временных рамок, установленных для выполнения проекта, списка лиц, ответственных за реализацию. Также с помощью плана можно обозначить контрольные точки. При реали-

зации проектов в государственных органах, как правило, иерархия, распределение ответственности и риски реализации проекта остаются без внимания. Президент РФ поручает Правительству РФ создавать паспорта национальных проектов. Правительство, в свою очередь, представило отчет, который говорит о том, что оно справилось с задачей: разработало необходимые документы, содержащие в себе подробный список мероприятий, направленных на достижение результатов национальных проектов, установленных соответствующим Указом Президента РФ.

Национальные проекты ориентированы на усиленное развитие России в научно-технической и социально-экономической сферах. Разрабатываемые мероприятия предназначены для изменения демографической ситуации, в том числе, роста численности населения РФ, а также на рост качества жизни и формирование комфортной городской среды. Таким образом, у национальных проектов есть несколько показателей, которые необходимо исполнять:

- введение в использование инновационных технологий в экономической и социальной сферах;
- увеличение уровня комфорта городской среды, повышение ее качества и уменьшение количества населенных пунктов с некомфортной городской средой;
- увеличение качества условий для предпринимательства;
- выведение системы российского образования на конкурентный уровень в мировых рамках, обеспечение для России места в числе 10 первых стран по уровню общего образования;
- увеличение качества региональных автомобильных дорог в соответствии с требованиями ГОСТ [6, с. 12].

Необходимо указать, что национальные проекты помимо формирования новых требований к качеству муниципального и регионального управления, также создают и реализуют новые способы сотрудничества РФ с ее субъектами в рамках решения приоритетных задач, которые значимы для государства как в социальном, так и в экономическом плане. Помимо

этого, стоит отметить, что сотрудничество представителей государственных органов разного уровня во время работы над национальными проектами должно регулироваться со стороны права. Сейчас федеральное законодательство практически не регламентирует такие взаимоотношения. Однако одновременно с этим существуют нормативно-правовые акты в виде Методических рекомендаций.

Сейчас некоторые субъекты РФ отдают приоритет работе над проектами, направленными на сферу здравоохранения, культуры, образования, формирование городской среды, строительство дорог, малый и средний бизнес. Вопросы, относящиеся к другим национальным проектам, переданы государственным органам федерального уровня, потому что их возможности шире, чем возможности региональных органов власти. В некоторых субъектах есть региональные проектные офисы. В работе над проектом также могут участвовать институты развития регионов — они способствуют формированию государственного партнерства [5, с. 1010].

Таким образом, структура руководства проектами предполагает наличие комплекса связанных друг с другом и действующих совместно компонентов, необходимых для обозначения целей и гарантии успешной работы над проектом, которая представляет собой часть целой системы менеджмента. Проектное управление — это один из самых эффективных инструментов, который дает возможность результативно работать над стратегическими вопросами в условиях непрекращающихся изменений внутренней и внешней среды. Национальные проекты, создаваемые и выполняемые в России, нацелены на трансформацию различных сфер жизни общества, например, на преобразование городской среды, здравоохранения, культуры, науки и образования, а также сохранение экологии и изменение демографической ситуации, поддержка среднего, малого и индивидуального предпринимательства, строительство дорог, цифровая экономика и международные дипломатические и торговые отношения.

Литература:

1. Указ Президента РФ от 07.05.2018 N204 (ред. от 21.07.2020) «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» // Собрание законодательства Российской Федерации. N20. 14.05.2018. Ст. 2817.
2. Указ Президента РФ от 21.07.2020 N474 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года» // Собрание законодательства Российской Федерации. N30. 27.07.2020. Ст. 4884.
3. Еремин В. В., Котова Н. Е., Чернышева Т. К. Предпосылки и цели внедрения проектного управления в деятельность органов государственной власти // Государственная власть и местное самоуправление. 2022. № 1. С. 39–43.
4. Исаков Н. А. Адаптивное проектное управление: сущность, цели, принципы // Финансовый бизнес. 2022. № 1 (223). С. 114–117.
5. Стенькина Е. Н., Курасова Е. А., Слепченко Д. П. Национальные проекты здравоохранения в России: опыт и перспективы экономического развития проектного подхода к управлению // Экономика и предпринимательство. 2021. № 1 (126). С. 1008–1011.
6. Шаюк, Е. И., Галкин А. И. Интеграция классических и гибких методов проектного менеджмента в систему государственного управления // Московский экономический журнал. 2022. Т. 7. № 1. С. 10–16.

Оценка качества финансового менеджмента проекта «5–100» на федеральном уровне управления

Леонтьев Сергей Сергеевич, студент;
Романцов Семен Денисович, студент;
Карандашов Артём Никитич, студент
Санкт-Петербургский государственный университет

Статья включает в себя оценку качества финансового менеджмента проекта «5–100», направленного на повышение конкурентоспособности ведущих российских университетов на фоне мировых лидеров. Анализ производился за счет поиска данных целевых значений и сопоставления их с реальными показателями, полученными в ведущих основных мировых рейтингах Times Higher Education, QS World University Rankings и Academic Ranking of World Universities. Сравниваются показатели, установленные требованиями проекта «5–100» и индикаторы, установленные самими высшими учебными заведениями, являющимися участниками проекта. Также в работе использовался метод анализа иерархий, с помощью которого проводилась оценка динамики продвижения университетов в рейтингах в сравнении с объемом выделенных субсидий.

Ключевые слова: проект 5–100, университет, вербальная оценка, субсидии, метод анализа иерархий, финансовый менеджмент, QS, THE, ARWU.

Цели

1. Оценить качество распределения субсидий среди участников проекта.
2. Оценить достижение университетами основной цели проекта «5–100».
3. Определить, насколько успешно университеты реализовали целевые индикаторы в рамках дорожных карт и программ развития по проекту «5–100».
4. Оценить зависимость между позицией университетов в основных рейтингах THE, QS и ARWU на 2013 и 2020 годы и выделенными объемами субсидий.

Гипотеза

Распределение денежных средств, выделенных на проект «5–100» было некачественным, так как не была выполнена основная цель проекта.

Основная часть

Указ Президента Российской Федерации «О мерах государственной политики в области образования и науки» от 7 мая 2012 года ставит одной из целей к 2020 году обеспечить вхождение не менее пяти российских университетов в первую сотню ведущих мировых рейтингов согласно мировому рейтингу. [26] Сразу важно отметить, что объем финансирования, выделяемый университетам, не установлен указом, равно как и не указаны конкретные мировые рейтинги, по которым оцениваются результаты.

Общий же объем финансирования и правила распределения средств устанавливается постановлением от 16 марта 2013 г. № 211 «О мерах государственной поддержки ведущих университетов Российской Федерации в целях повышения их конкурентоспособности среди ведущих мировых научно-образовательных центров», и их общий объем за весь период проекта составляет 100 млрд рублей. [1]

Проект «5–100» направлен на повышение конкурентоспособности ведущих российских университетов среди ведущих мировых научно-образовательных центров. По итогам отборов 2013 и 2015 годов 21 университет получал субсидии на реализацию итоговой цели проекта, а именно вхождение как минимум пяти научно-образовательных центров участников проекта в 100 лучших мировых университетов хотя бы в одном из рассматриваемых ведущих мировых рейтингов. Объемы выделенных субсидий установлены распоряжениями правительства о субсидиях, предоставляемых из федерального бюджета на поддержку ведущих университетов Российской Федерации [31–38].

Стоит также отметить, что помимо 21 университета, участвовавшего в проекте «5–100», дополнительное субсидирование в рамках программы повышения конкурентоспособности получали Московский Государственный Университет (далее МГУ), и Санкт-Петербургский государственный университет (далее СПбГУ). Результаты их деятельности также будут рассмотрены в данной работе. Объемы субсидий, предоставляемых МГУ и СПбГУ обозначены в программах развития университетов [3] [4].

Оценка качества распределения субсидий среди участников проекта «5–100» производится по шкале удовлетворительно/неудовлетворительно.

На первом этапе выделения субсидий почти все университеты, прошедшие отбор, получили одинаковые объемы денежных средств, причем такая тенденция к приравниванию денег, получаемых университетами, прослеживается и в будущем, что может свидетельствовать о некорректности или отсутствии заранее сформированной методологии распределения денежных средств.

Таблица 1. Субсидирование университетов в рамках программы повышения конкурентоспособности

ВУЗ	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
БФУ им. И. Канта				150	141,5	134,8	123	125,1
ДВФУ	592,4	600	425	511	482,1	134,8	123	125,1
КФУ	592,4	600	378	900	849,2	471,8	430,5	437,9
МФТИ	592,4	950	761	900	849,2	808,8	861	875,8
ННГУ	592,4	600	482	150	141,5	134,8	123	125,1
МИСиС	592,4	775	761	900	849,2	808,8	861	875,8
ТГУ	592,4	600	964	511	482,2	808,8	861	875,8
ТПУ	592,4	600	964	511	482,2	471,8	430,5	437,9
ВШЭ	592,4	950	930	900	849,2	808,8	861	875,8
МИФИ	592,4	950	761	900	849,2	808,8	861	875,8
НГУ	592,4	775	761	900	849,2	808,8	861	875,8
МГМУ им. И. М. Сеченова				511	482,1	471,8	430,5	437,9
РУДН				150	141,5	471,8	430,5	437,9
СамГУ	406,4	600	467	511	482,2	134,8	123	125,1
ЛЭТИ	592,4			150	141,5	134,8	123	125,1
СПбПУ	592,4	600	761	511	482,2	471,8	430,5	437,9
СФУ				150	141,5	137,8	123	125,1
ТюмГУ				150	141,5	471,8	430,5	437,9
УрФУ	592,4	775	761	511	482,2	471,8	430,5	437,9
ЮрГУ				150	141,5	134,8	123	125,1
ИТМО	592,4	775	964	900	849,2	808,8	861	875,8
МГУ	0	1500	1400	1420	1500	1400	1420	1500
СПбГУ	0	1000	900	900	846,45	819,72	801,9	801,9

Также стоит отметить, что университеты заранее не знали планируемые объемы субсидий, которые будут выделены каждому из участников на следующие годы. Величина денежных средств, направленных на повышение конкурентоспособности, становилась известной в год их начисления университетам, что делает невозможным стратегическое планирование деятельности в долгосрочной перспективе. Более того, методология, по которой рассчитывались объемы выделяемых субсидий, не являлась постоянной на протяжении проекта и изменялась каждый год.

Отдельно стоит отметить, что ЛЭТИ, прошедший отбор в первой волне, не получал деньги в период с 2014 по 2015 год.

Из этого можно сделать вывод, что качество распределения субсидий среди университетов проекта «5–100» является неудовлетворительным.

В качестве показателей, используемых для оценки динамики деятельности университетов, были выбраны их места в основных мировых рейтингах:

- Рейтинг Times Higher Education (основной) (далее THE) [28];
- Рейтинг QS (основной) (Далее QS) [29];
- Рейтинги Academic Ranking of World Universities (основной), (Далее ARWU) [30].

Позиции университетов в мировых рейтингах на момент публикации указа президента 7 мая 2012 года указаны в следующей таблице.

Таблица 2. Позиции университетов участников программы повышения конкурентоспособности в рейтингах THE, QS и ARWU по состоянию на 2012 год

Название университета	THE	QS	ARWU
БФУ им. И. Канта	-	-	-
ДВФУ	-	-	-
КФУ	-	-	-
МФТИ	-	-	-
ННГУ	-	-	-
МИСиС	-	-	-
ТГУ	-	-	-

Таблица 2 (продолжение)

Название университета	THE	QS	ARWU
ТПУ	-	-	-
ВШЭ	-	-	-
МИФИ	226	-	-
НГУ	-	371	-
МГМУ им. И. М. Сеченова	-	-	-
РУДН	-	-	-
СамГУ	-	-	-
ЛЭТИ	-	-	-
СПбПУ	-	-	-
СФУ	-	-	-
ТюмГУ	-	-	-
УрФУ	-	451	-
ЮУрГУ	-	-	-
ИТМО	-	-	-
МГУ	201	116	77
СПбГУ	-	253	301

Из представленных в таблице 2 университетов позиции хотя бы в одном из рейтингов заняли только пять: МИФИ, НГУ, УрФУ, МГУ и СПбГУ.

Позиции университетов в основных рейтингах по состоянию на 2020 год значительно изменились. Рассмотреть их можно в таблице 3.

Таблица 3. Позиции университетов участников программы повышения конкурентоспособности в рейтингах THE, QS и ARWU по состоянию на конец 2020 года

Название университета	THE	QS	ARWU
БФУ им. И. Канта	1001	-	-
ДВФУ	1001	493	-
КФУ	601	370	901
МФТИ	201	281	401
ННГУ	1001	601	-
МИСиС	601	428	901
ТГУ	501	250	801
ТПУ	801	401	-
ВШЭ	251	298	801
МИФИ	401	314	701
НГУ	601	228	501
МГМУ им. И. М. Сеченова	1001	-	-
РУДН	801	326	-
СамГУ	1001	591	-
ЛЭТИ	1001	701	-
СПбПУ	301	401	-
СФУ	1001	1001	-
ТюмГУ	-	-	-
УрФУ	1001	331	701
ЮУрГУ	1001	801	-
ИТМО	501	360	901
МГУ	174	74	93
СПбГУ	601	225	301

Нетрудно заметить, что на момент 2020 года все из представленных университетов представлены хотя бы в 1, а зачастую и в 2–3 мировых рейтингах.

Однако стоит учесть, что за годы реализации программы количество университетов, которые охватывают рейтинги, также увеличилось, и, возможно, что некоторые из этих университетов попали в рейтинг только потому, что сам рейтинг увеличился в объеме.

Для оценки качества финансирования проекта «5–100» введем следующую вербальную шкалу: неудовлетворительно и удовлетворительно. Для оценки были выбраны следующие критерии:

- достижение целей проекта;
- достижение целевых индикаторов в рамках дорожных карт и программ развития по проекту;

Для начала оценим достижение университетами целей проекта «5–100». Удовлетворительным будет считаться попадание университета в топ-100 хотя бы в одном из трех рейтингов.

С выполнением целей проекта можно ознакомиться в таблице 4.

Таблица 4. Оценка достигнутых результатов по проекту «5–100»

ВУЗ	Субсидии (млн руб.)	Фактическое место вуза в рейтинге в 2020 году			Выполнение цели Проекта университетом в 2020 году			Оценка выполнения цели
		ARWU	QS	THE	ARWU	QS	THE	
МГУ	10140	93	74	174	Да	Да	Нет	Удовлетворительно
СПбГУ	6069,97	301–400	225	601–800	Нет	Нет	Нет	Неудовлетворительно
БФУ им. И. Канта	674,4	-	-	1000+	Нет	Нет	Нет	Неудовлетворительно
ДВФУ	2993,4	-	493	1000+	Нет	Нет	Нет	Неудовлетворительно
КФУ	4659,8	901–1000	370	601–800	Нет	Нет	Нет	Неудовлетворительно
МФТИ	6598,2	401–500	281	201–250	Нет	Нет	Нет	Неудовлетворительно
ННГУ	2348,8	-	601–650	1000+	Нет	Нет	Нет	Неудовлетворительно
МИСиС	6423,2	901–1000	428	601–800	Нет	Нет	Нет	Неудовлетворительно
ТГУ	5695,2	801–900	250	501–600	Нет	Нет	Нет	Неудовлетворительно
ТПУ	4489,8	-	401	801–1000	Нет	Нет	Нет	Неудовлетворительно
ВШЭ	6767,2	801–900	298	251–300	Нет	Нет	Нет	Неудовлетворительно
МИФИ	6598,2	701–800	314	401–500	Нет	Нет	Нет	Неудовлетворительно
НГУ	6423,2	501–600	228	601–800	Нет	Нет	Нет	Неудовлетворительно
МГМУ им. И. М. Сеченова	2333,3	-	-	-	Нет	Нет	Нет	Неудовлетворительно
РУДН	1631,7	-	326	801–1000	Нет	Нет	Нет	Неудовлетворительно
СамГУ	2849,5	-	591–600	1000+	Нет	Нет	Нет	Неудовлетворительно
ЛЭТИ	1266,8	-	701–750	1000+	Нет	Нет	Нет	Неудовлетворительно
СПбПУ	4286,8	-	401	301–350	Нет	Нет	Нет	Неудовлетворительно
СФУ	677,4	-	1001+	1000+	Нет	Нет	Нет	Неудовлетворительно
ТюмГУ	1631,7	-	-	-	Нет	Нет	Нет	Неудовлетворительно
УрФУ	4461,8	701–800	331	1001+	Нет	Нет	Нет	Неудовлетворительно
ЮУрГУ	674,4	-	801–1000	1001+	Нет	Нет	Нет	Неудовлетворительно
ИТМО	6626,2	901–1000	360	501–600	Нет	Нет	Нет	Неудовлетворительно

Как видно из таблицы, в топ-100 основных мировых рейтингов попал только МГУ. Вне зависимости от объема выделенных субсидий, ни один из остальных 22 университетов не достиг этого показателя. Целью же проекта являлось попадание в топ-100 мировых рейтингов хотя бы 5 университетов. В действительности же, этого достиг только один ВУЗ.

Несмотря на заданные проектом «5–100» показатели, университеты также задавали свои собственные целевые индикаторы продвижения по рейтингам в планах мероприятий по повышению конкурентоспособности (дорожных картах). Целевые значения рейтингов, рассматриваемых в дорожных картах на одну и ту же дату, периодически изменялись, поэтому в рамках данной работы были выбраны самые ближайшие к сроку окончания Проекта «5–100» документы. Для СПбГУ и МГУ данные по целевым значениям взяты из программ развития. Рассмотрим достижение университетами индикаторов, указанных в их дорожных картах. В большинстве университетов, участвующих в проекте, удовлетворительным считается достижение всех обязательных показателей, указанных в дорожных картах. Исключение составляют МГУ, СПбГУ и МИФИ. Для них удовлетворительным считается достижение хотя бы одного планового значения в указанных общих рейтингах. Поэтому удовлетворительным для всех университетов кроме указанных будет достижение плановых показателей по всем указанным в дорожных картах основным рейтингам. Также сразу стоит отметить тот факт, что многие вузы в дорожных картах указали плановые места ниже 100, то есть их руководство изначально не планировало достижение целевых индикаторов проекта.

Данные, отражающие выполнение университетами плановых показателей, представлены в таблице 5.

Таблица 5. Оценка достигнутых результатов по показателям дорожных карт

ВУЗ	Значение индикатора в 2020 году			Субсидии (млн руб.)	Фактическое место вуза в рейтинге в 2020 году			Выполнение индикатора в 2020 году			Оценка выполнения индикатора программы развития
	ARWU	QS	THE		ARWU	QS	THE	ARWU	QS	THE	
МГУ	50	50	50	10140	93	74	174	Да	Да	Нет	Удовлетв.
СПбГУ	100	100	100	6069,97	301-400	225	601-800	Нет	Нет	Нет	Неудовлетв.
БФУ им. И. Канта	-	100	-	674,4	-	-	1000+	Нет	Нет	Нет	Неудовлетв.
ДВФУ	-	200	950	2993,4	-	493	1000+	Нет	Нет	Нет	Неудовлетв.
КФУ	-	99	115	4659,8	901-1000	370	601-800	Нет	Нет	Нет	Неудовлетв.
МФТИ	151-200	50-100	75-100	6598,2	401-500	281	201-250	Нет	Нет	Нет	Неудовлетв.
ННГУ	-	1-100	251-300	2348,8	-	601-650	1000+	Нет	Нет	Нет	Неудовлетв.
МИСиС	-	-	100	6423,2	901-1000	428	601-800	Нет	Нет	Нет	Неудовлетв.
ТГУ	-	51-100	151-200	5695,2	801-900	250	501-600	Нет	Нет	Нет	Неудовлетв.
ТПУ	401-500	51-101	151-200	4489,8	-	401	801-1000	Нет	Нет	Нет	Неудовлетв.
ВШЭ	-	51-100	151-200	6767,2	801-900	298	251-300	Нет	Нет	Нет	Неудовлетв.
МИФИ	-	51-101	121-170	6598,2	701-800	314	401-500	Нет	Нет	Нет	Неудовлетв.
НГУ	300-400	90-100	150-200	6423,2	501-600	228	601-800	Нет	Нет	Нет	Неудовлетв.
МГМУ им. И. М. Сеченова	-	301-350	351-400	2333,3	-	-	-	Нет	Нет	Нет	Неудовлетв.
РУДН	-	301-351	501-600	1631,7	-	326	801-1000	Да	Да	Нет	Неудовлетв.
СамГУ	-	251-300	-	2849,5	-	591-600	1000+	Нет	Нет	Нет	Неудовлетв.
ЛЭТИ	-	51-100	51-101	1266,8	-	701-750	1000+	Нет	Нет	Нет	Неудовлетв.
СПбПУ	-	50-101	150-200	4286,8	-	401	301-350	Нет	Нет	Нет	Неудовлетв.
СФУ	401-500	201-250	301-350	677,4	-	1001+	1000+	Нет	Нет	Нет	Неудовлетв.
ТюмГУ	-	401-450	-	1631,7	-	-	-	Нет	Нет	Нет	Неудовлетв.
УрФУ	-	100	250	4461,8	701-800	331	1001+	Нет	Нет	Нет	Неудовлетв.
ЮУрГУ	-	251-300	401-500	674,4	-	801-1000	1001+	Нет	Нет	Нет	Неудовлетв.
ИТМО	-	171	251-300	6626,2	901-1000	360	501-600	Нет	Нет	Нет	Неудовлетв.

Как мы видим, удовлетворительно оценить достижение целевых индикаторов, указанных в дорожных картах и программах развития можно лишь у одного ВУЗа из 23 — МГУ. Остальные университеты либо не достигли ни одного установленного планового значения, либо (как РУДН, указавший относительно низкие и легко достижимые индикаторы) достигли не всех.

На данном этапе можно сказать, что, исходя из того, что из 23 университетов только один достиг показателей, указанных в целях проекта «5–100», и показателей, запланированных в дорожной карте, финансовый менеджмент проекта «5–100» авторами оценивается как неудовлетворительный.

Однако, было бы интересно произвести исследование на наличие зависимостей между общими субсидиями университетам и их динамикой в рейтингах. Анализ будет осуществляться с применением метода анализа иерархий (далее МАИ).

В качестве рассматриваемых критериев были выбраны относительные изменения мест университетов в основных рейтингах.

При анализе учитывается следующее:

- Рассматриваются только основные рейтинги (THE, QS, ARWU)
- Если данных по рейтингу за 2013 год нет, то в качестве места берется объем рейтинга с округлением до третьего разряда плюс единица.

Рассмотрим данные по рейтингам QS, THE и ARWU университетов по состоянию на 2013 и 2020 годы. Оценка изменения в абсолютных значениях не очень хороша в текущей ситуации, так как чем ближе университет находится к первым местам, тем менее корректно для него будет эта оценка в случае положительной динамики. Поэтому воспользуемся относительным показателем. В случае положительной динамики, получившийся относительный показатель будет больше 1, в случае отрицательной — меньше.

Для того, чтобы уменьшить разброс значений было использовано десятичное логарифмирование. Полученные отрицательные значения были убраны путем прибавления ко всем значениям минимального из полученных. Метод анализа иерархий предполагает отсутствие нулевых значений, поэтому ко всем значениям прибавлена небольшая константа (0,1).

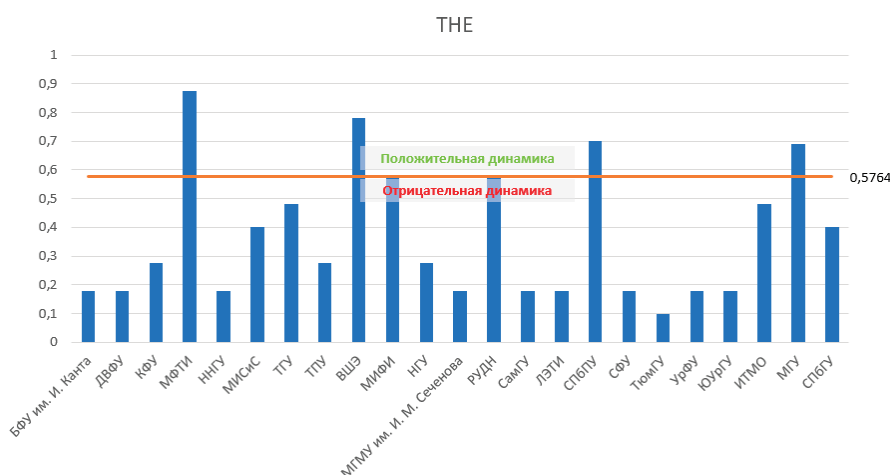


Рис. 1. Гистограмма, показывающая изменение показателей университетов в рейтинге THE на конец 2020 года

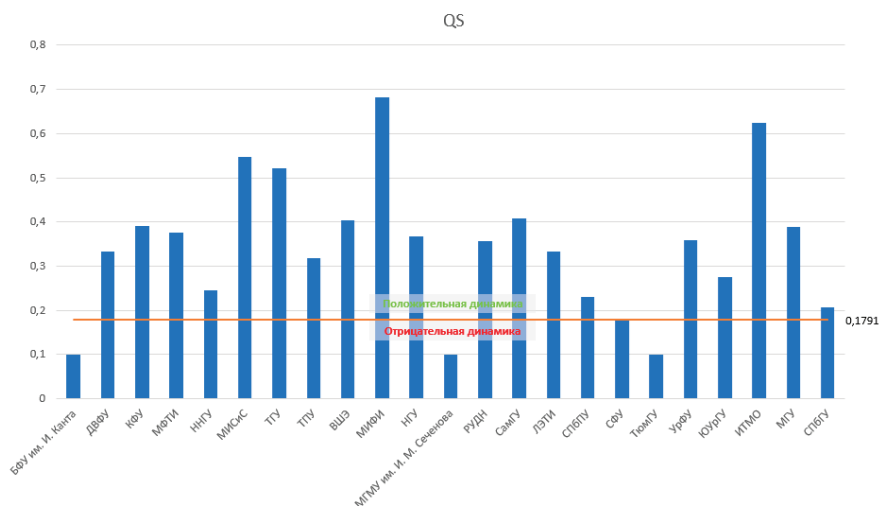


Рис. 2. Гистограмма, показывающая изменение показателей университетов в рейтинге QS на конец 2020 года

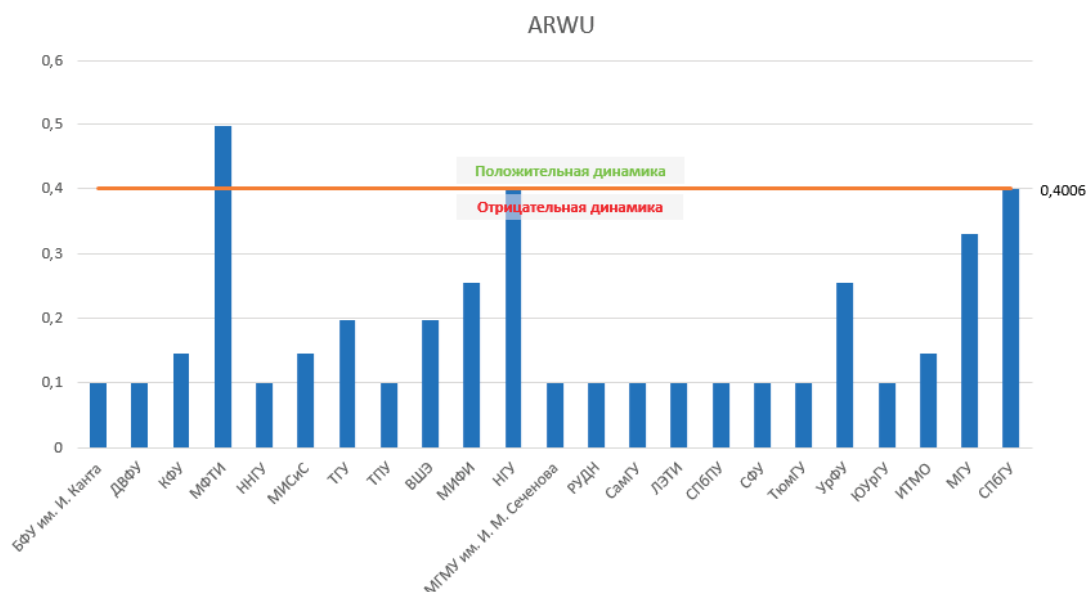


Рис. 3. Гистограмма, показывающая изменение показателей университетов в рейтинге ARWU на конец 2020 года

Результат применения метода представлен в следующей таблице.

Таблица 6. Динамика рейтинговых показателей участников программы повышения конкурентоспособности в соответствии с объемами субсидирования

№	Вуз	Бюджет	Место	Место бюджет
1	БФУ им. И. Канта	674,4	21	23
2	ДВФУ	2993,4	17	14
3	КФУ	4659,8	11	10
4	МФТИ	6598,2	1	4
5	ННГУ	2348,8	19	16
6	МИСиС	6423,2	10	6
7	ТГУ	5695,2	8	9
8	ТПУ	4489,8	15	11
9	ВШЭ	6767,2	6	2
10	МИФИ	6598,2	5	5
11	НГУ	6423,2	2	7
12	МГМУ им. И. М. Сеченова	2333,3	22	17
13	РУДН	1631,7	12	18
14	СамГУ	2849,5	14	15
15	ЛЭТИ	1266,8	16	20
16	СПбПУ	4286,8	13	13
17	СФУ	677,4	20	21
18	ТюмГУ	1631,7	23	19
19	УрФУ	4461,8	7	12
20	ЮУрГУ	674,4	18	22
21	ИТМО	6626,2	9	3
22	МГУ	10140	4	1
23	СПбГУ	6069,97	3	8

Корреляция между полученным местом и местом по бюджету составляет довольно высокие 85,77%. Это означает, что исключительно в рамках данного конкретного подхода с именно такой методологией, продвижение ВУЗов в положительном направлении по рейтингам THE, QS и ARWU довольно тесно связано с объемами выделяемых ВУЗам субсидий (чем больше выделяется денег, тем быстрее идёт динамика в сторону топа рейтинга).

С точки зрения финансового менеджмента это может означать (в рамках индикатора качества финансового менеджмента внутри университетов), что выделенные деньги действительно идут на повышение конкурентоспособности, однако их недостаточно для достижения целей проекта «5–100». Оценка по данному пункту — удовлетворительно.

Заключение

Авторами был проведен анализ финансирования проекта «5–100». Высокая степень коррелированности между динамикой позиций университетов в рейтинге и объемом выделенных субсидий действительно может свидетельствовать о том, что выделенные средства направлены на увеличение конкурентоспособности. Однако оценка распределения субсидий между участниками проекта, достижение целевых показателей проекта и дорожных карт является неудовлетворительной, из чего можно сделать вывод о том, что финансовый менеджмент проекта «5–100» является некачественным.

Литература:

1. Правила распределения и предоставления субсидий на государственную поддержку ведущих университетов российской федерации в целях повышения их конкурентоспособности среди ведущих мировых научно-образовательных центров постановления Правительства № 211 «О мерах государственной поддержки ведущих университетов российской федерации в целях повышения их конкурентоспособности среди ведущих мировых научно-образовательных центров» от 16 марта 2013 г. URL: <http://government.ru/docs/9988/> (дата обращения: 15.10.21)
2. Системы поддержки принятия решений: теория и практика: учебник для академического бакалавриата / под ред. В. Г. Халина, Г. В. Черновой. — М.: Издательство Юрайт, 2015. — 494 с. — Серия: Бакалавр. Академический курс.
3. Программа развития федерального государственного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова» до 2020 года (Одобрена распоряжением Правительства Российской Федерации от 27 сентября 2010 г. № 1617-п) URL: <http://opk.msu.ru/wp-content/uploads/2018/07/Программа-развития-Московского-университета-до-2020-года.pdf> (дата обращения 18.10.2021)
4. Программа развития федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Санкт-Петербургский Государственный Университет» до 2020 года (Одобрена распоряжением Правительства Российской Федерации от 7 октября 2010 г. N1696-п) URL: <https://spbu.ru/sites/default/files/programm.2.pdf> (дата обращения 18.10.2021)
5. Изменения в План мероприятий по реализации программы повышения конкурентоспособности («дорожную карту») федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта» на 2016–2020 годы (1 этап — 2016–2018 годы), согласованный Минобрнауки России от «15» июня 2016 г. и утвержденный вузом «10» июня 2016 г. (согласовано Министерством образования и науки Российской Федерации 04.05.2017) URL: https://kantiana-old.kantiana.ru/upload/iblock/94f/Dorozhnaya-karta_BFU-im.-I.-Kanta_2-etap-_-2018_2020.pdf (дата обращения 18.10.2021)
6. План мероприятий по реализации программы повышения конкурентоспособности («дорожная карта») федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Дальневосточный федеральный университет» на 2013–2020 годы (4 этап — 2018–2020 годы) (согласовано Министерством образования и науки Российской Федерации 26.02.2018) URL: <https://kpfu.ru/portal/docs/F99432293/Dorozhnaya.karta.DVfU.pdf> (дата обращения 18.10.2021)
7. Изменения в План мероприятий по реализации программы повышения конкурентоспособности («дорожную карту») федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Казанский (Приволжский) федеральный университет» на 2013–2020 годы (4 этап — 2018–2020 годы). (согласовано Министерством образования и науки Российской Федерации 30.08.2019) URL: https://kpfu.ru/portal/docs/F_1887764658/Izmeneniya.v.Plan.meroprityatij.po.realizacii.PPK.KFU_4.etap_2018_2020gg._final.dek..2019.pdf (дата обращения 18.10.2021)
8. План мероприятий по реализации программы повышения конкурентоспособности («дорожная карта») федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Московский физико-технический институт (государственный университет)» на 2013–2020 годы (4 этап — 2018–2020 годы). (согласовано Министерством образования и науки Российской Федерации 28.02.2018) URL: <https://mipt.ru/.git/A/New%20Folder/4RoadMap.pdf> (дата обращения 18.10.2021)
9. План мероприятий по реализации программы повышения конкурентоспособности («дорожная карта») ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского» на 2013–2020 годы (4 этап — 2018–2020 годы) (согласовано Министерством образования и науки Российской Федерации 26.02.2018) URL: <http://www.unn.ru/site/images/docs/2018/dk4.pdf> (дата обращения 18.10.2021)
10. План мероприятий по реализации программы повышения конкурентоспособности («дорожная карта») федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Национальный исследовательский технологический университет «МИСиС» на 2013–2020 годы (4 этап — 2018–2020 годы) (согласовано Министерством обра-

- зования и науки Российской Федерации 26.02.2018) URL: <https://misis.ru/files/-/90e7e6c326abbd4b3c0fd40db914e1d2/37225cd923a44cfc93f170db5c2a7fd6-compressed-d68441e1eac976ea6e647084b316fb36.pdf> (дата обращения 18.10.2021)
11. План мероприятий по реализации программы повышения конкурентоспособности («дорожной карты») федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Национальный исследовательский Томский государственный университет» на 2013–2020 годы (4 этап — 2018–2020 годы) URL: [http://viu.tsu.ru/upload/%D0%A2%D0%93%D0%A3,%20%D0%BF%D0%BB%D0%B0%D0%BD%20%D0%BC%D0%B5%D1%80%D0%BE%D0%BF%D1%80%D0%B8%D1%8F%D1%82%D0%B8%D0%B9%20\(%D0%B4%D0%BE%D1%80%D0%BE%D0%B6%D0%BD%D0%B0%D1%8F%20%D0%BA%D0%B0%D1%80%D1%82%D0%B0\)_3%20%D1%8D%D1%82%D0%B0%D0%BF%2017%20%D0%B3.docx](http://viu.tsu.ru/upload/%D0%A2%D0%93%D0%A3,%20%D0%BF%D0%BB%D0%B0%D0%BD%20%D0%BC%D0%B5%D1%80%D0%BE%D0%BF%D1%80%D0%B8%D1%8F%D1%82%D0%B8%D0%B9%20(%D0%B4%D0%BE%D1%80%D0%BE%D0%B6%D0%BD%D0%B0%D1%8F%20%D0%BA%D0%B0%D1%80%D1%82%D0%B0)_3%20%D1%8D%D1%82%D0%B0%D0%BF%2017%20%D0%B3.docx) (дата обращения 18.10.2021)
 12. План мероприятий по реализации Программы повышения конкурентоспособности («дорожная карта») федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Национальный исследовательский Томский политехнический университет» на 2013–2020 годы (4-й этап — 2018–2020 годы) (согласовано Министерством образования и науки Российской Федерации 26.02.2018) URL: <https://www.tpu.ru/download/document?id=227> (дата обращения 18.10.2021)
 13. План мероприятий по реализации программы повышения конкурентоспособности («дорожная карта») федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Национальный исследовательский университет» «Высшая школа экономики» на 2013–2020 годы (4 этап — 2018–2020 годы) URL: <https://strategy.hse.ru/data/2014/06/24/1341409002/%D0%94%D0%9A%20%D0%9D%D0%98%D0%A3%20%D0%92%D0%A8%D0%AD.docx> (дата обращения 18.10.2021)
 14. План мероприятий по реализации программы повышения конкурентоспособности («дорожная карта») федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ» на 2013–2020 годы (1 этап — 2013–2014 годы) URL: https://mephi.ru/content/public/uploads/files/official/road_map.pdf (дата обращения 18.10.2021)
 15. План мероприятий по реализации программы повышения конкурентоспособности («дорожная карта») федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Новосибирский национальный исследовательский государственный университет» (Новосибирский государственный университет, НГУ) на 2013–2020 годы (4 этап — 2018–2020 годы) URL: <https://sesc.nsu.ru/main/attachments/section/11/20180319.docx> (дата обращения 18.10.2021)
 16. План мероприятий по реализации программы повышения конкурентоспособности («дорожная карта») Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования Первого Московского государственного медицинского университета имени И. М. Сеченова Министерства здравоохранения Российской Федерации на 2016–2020 годы (1 этап — 2016–2018 годы) (согласовано Министерством образования и науки Российской Федерации 24.06.2016) URL: <https://www.sechenov.ru/upload/iblock/ea2/ea28effaf5926957ff6432f322f66981.pdf> (дата обращения 18.10.2021)
 17. Изменения в План мероприятий по реализации программы повышения конкурентоспособности («дорожную карту») федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Российский университет дружбы народов» на 2016–2020 годы (2 этап — 2018–2020 годы) (согласовано Министерством образования и науки Российской Федерации 14.02.2020) URL: https://www.rudn.ru/u/www/files/5_100/izmeneniya-v-dorojnuyu-kartu-na-2020g.pdf (дата обращения 18.10.2021)
 18. План мероприятий по реализации программы повышения конкурентоспособности («дорожная карта») федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Самарский национальный исследовательский университет имени академика С. П. Королёва» (Самарский университет) на 2013–2020 годы (4 этап — 2018–2020 годы) (согласовано Министерством образования и науки Российской Федерации 26.02.2018) URL: https://ssau.ru/files/info/official_docs/ppk/TZ_SI1.docx (дата обращения 18.10.2021)
 19. План мероприятий по реализации программы повышения конкурентоспособности («дорожная карта») федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет «ЛЭТИ» им. В. И. Ульянова (Ленина)» на 2013–2020 гг. (4 этап — 2018–2020 годы) URL: <https://etu.ru/assets/files/university/planmeropriyatiy.pdf> (дата обращения 18.10.2021)
 20. План мероприятий по реализации программы повышения конкурентоспособности («дорожная карта») федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Санкт-Петербургский государственный политехнический университет» на 2013–2020 годы (2 этап — 2015–2016 годы) URL: <https://5-100.spbstu.ru/userfiles/files/documents/roadmap/polnaya-versiya-programmyi.pdf> (дата обращения 18.10.2021)
 21. Roadmap for the Competitiveness Enhancement Program of Siberian Federal University, for the period 2016–2020 (Stage 2–2018–2020) URL: <http://about.sfu-kras.ru/docs/9719/19499/439908> (дата обращения 18.10.2021)
 22. План мероприятий по реализации программы повышения конкурентоспособности («дорожная карта») федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Тюменский государственный университет» на 2018–2020 годы (2 этап — 2018–2020 годы)
 23. План мероприятий по реализации программы повышения конкурентоспособности («дорожная карта») федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина» на 2013–2020 годы (4 этап — 2018–2020 годы) (согласовано Министерством

- ством образования и науки Российской Федерации 26.02.2018) URL: https://urfu.ru/fileadmin/user_upload/common_files/academic_council/docs/20170522_Dorozhnaja_karta_UrFU_3_ehtap.pdf (дата обращения 18.10.2021)
24. План мероприятий по реализации программы повышения конкурентоспособности («дорожная карта») федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Южно-уральский государственный университет (национальный исследовательский университет)» на 2016–2020 годы (2 этап — 2018–2020 годы) (согласовано Министерством образования и науки Российской Федерации 26.02.2018) URL: https://www.susu.ru/sites/default/files/book/ууругу_dorozhnaya_karta_30.09.pdf (дата обращения 18.10.2021)
 25. План мероприятий по реализации программы повышения конкурентоспособности («дорожная карта») федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики» на 2013–2020 годы (4 этап — 2018–2020 годы) (согласовано Министерством образования и науки Российской Федерации 26.02.2018) URL: https://5100.itmo.ru/file/pages/35/universitet_itmo_dk_4_rus_itog_02.2018_na_sayt.pdf (дата обращения 18.10.2021)
 26. Указ Президента РФ от 7 мая 2012 г. N599 «О мерах по реализации государственной политики в области образования и науки URL: <http://government.ru/docs/9988/> (дата обращения:19.10.21)
 27. Публикация информации об итогах открытого конкурса на официальном сайте Министерства образования и науки РФ в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и в средствах массовой информации от 8 июля 2013 г. URL: <https://www.5top100.ru/documents/contest-2013/20165/> (дата обращения:19.10.21)
 28. The Times Higher Education World University Rankings. URL: https://www.timeshighereducation.com/world-university-rankings/2021/world-ranking#!/page/0/length/25/sort_by/rank/sort_order/asc/cols/stats (дата обращения 15.10.21)
 29. QS World University Rankings. URL: <https://www.topuniversities.com/university-rankings/world-university-rankings/2021> (дата обращения 15.10.21)
 30. Academic Ranking of World Universities. URL: <https://www.shanghairanking.com/rankings/arwu/2021> (дата обращения 15.10.21)
 31. Распоряжение Правительства РФ от 26 августа 2013 года № 1500-р «О субсидиях, предоставляемых в 2013 году из федерального бюджета на государственную поддержку ведущих университетов Российской Федерации» URL: <https://www.5top100.ru/documents/regulations/20106/> (дата обращения 11.10.21)
 32. Распоряжение Правительства РФ от 16 июня 2014 года № 1053-р «О субсидиях, предоставляемых в 2014 году из федерального бюджета на государственную поддержку ведущих университетов Российской Федерации» URL: <https://www.5top100.ru/documents/regulations/20107/> (дата обращения 11.10.21)
 33. Распоряжение Правительства РФ от 22 мая 2015 года № 930-р «О субсидиях, предоставляемых в 2015 году из федерального бюджета на государственную поддержку ведущих университетов Российской Федерации» URL: <https://www.5top100.ru/documents/regulations/20108/> (дата обращения 11.10.21)
 34. Постановление Правительства РФ № 960-р «О распределении субсидий, предоставляемых в 2016 году из федерального бюджета на государственную поддержку ведущих университетов Российской Федерации в целях повышения их конкурентоспособности» от 19 мая 2016 года Федерации» URL: <https://www.5top100.ru/documents/regulations/36285/> (дата обращения 11.10.21)
 35. Распоряжение Правительства РФ № 281-р от 17 февраля 2017 года «Об утверждении прилагаемых распределений субсидий, предоставляемых в 2017 году из федерального бюджета на государственную поддержку ведущих университетов Российской Федерации» URL: <https://www.5top100.ru/documents/regulations/52327/> (дата обращения 11.10.21)
 36. Распоряжение Правительства РФ от 27.12.2017 № 2967-р «О субсидиях, предоставляемых в 2018 году из федерального бюджета на государственную поддержку ведущих университетов Российской Федерации» URL: <https://www.5top100.ru/documents/regulations/71203/> (дата обращения 11.10.21)
 37. Распоряжение Правительства РФ от 9 февраля 2019 года № 179-р о распределении субсидий ведущим университетам в целях повышения их международной конкурентоспособности URL: <https://www.5top100.ru/documents/regulations/97332/> (дата обращения 11.10.21)
 38. Распоряжение Правительства РФ от 22.02.2020 № 398-р о распределении субсидий ведущим университетам в целях повышения их международной конкурентоспособности URL: <https://www.5top100.ru/documents/regulations/118664/> (дата обращения 11.10.21)

Специфика найма персонала в IT-сфере

Обеленец Юлия Викторовна, студент магистратуры
Новосибирский государственный университет экономики и управления

В статье рассматривается проблема найма IT-персонала в условиях кадрового голода на рынке. Автор анализирует работы ряда ученых и практиков, устанавливает понятие «найма персонала» и обращается к особенностям найма IT-специалистов.

Установив основные трудности при подборе IT-кадров и сформировав портрет кандидата, в статье даются основные направления развития найма в реалиях современного рынка труда.

Ключевые слова: найм персонала, кандидат, привлечение персонала

В нынешних условиях рыночной экономики позиция ключевого бизнес-процесса в организации принадлежит управлению персоналом, поскольку именно люди являются носителем знаний и источником конкурентоспособности компании. Развитие невозможно без эффективной системы управления персоналом, элементами которой выступают привлечение персонала, его наем, организация работы, обучение и развитие, мотивация посредством политики вознаграждений и льгот, а также при необходимости — высвобождение кадров. Подробнее остановимся на найме персонала, который является базовым элементом построения команды в любой организации [2].

Проблема найма персонала понимается в работах как отечественных авторов: Дуракова И. Б., Егоршин А. П., Базаров Т. Ю., Кибанов А. Я., Травин В. В., Маслов Е. В. и другие, так и зарубежных ученых: Армстронг М., Друкер П., Смит Л. и ряд других. В своих трудах авторы предлагают различные методы совершенствования процедуры привлечения и найма персонала. Для разработки эффективной методики найма IT-специалистов, давайте обратимся к понятийному аппарату и поймем, что мы подразумеваем под термином «наем персонала». В научной теории существует множество трактовок данного понятия. Е. В. Маслов рассматривал найм как не только как процедуру «установления трудовых отношений между собственником рабочей силы и ее покупателем», а скорее как «своеобразную торговую сделку», где каждая сторона старается заключить ее на наиболее выгодных условиях [4]. Немного другой точки зрения придерживаются А. Я. Кибанов и И. Б. Дуракова, рассматривая под наймом персонала «сложную процедуру (процесс) привлечения персонала на вакантные должности, предполагающую поиск нужных кандидатов, определение их пригодности (или непригодности), заключение контракта или принятие решения об отказе» [3]. В данной работе под наймом мы будем понимать процесс привлечения персонала в организацию, включающий поиск кандидатов, отбор на позицию и последующий прием на позицию наиболее компетентных сотрудников, соответствующих критериям конкретной работы или отказ.

Для создания эффективной методики найма IT-специалистов, важно точно определить в чем заключается специфика IT-сферы на рынке, а также каковы основные требования, предъявляемые к кандидатам.

Как и в других сферах, для IT характерен кадровый голод, но ощущается он еще более остро. Кандидаты стали избирательнее относиться к выбору места работы, а запросы по заработной плате продолжают расти из-за востребованности кадров на рынке. Переход на удаленный формат также сыграл свою роль. Многие специалисты стали работать на зарубежные компании, что также сократило количество потенциальных кандидатов. Важно также отметить, что количество вакансий на рынке растет несоизмеримо количеству резюме. Так, по данным HH.ru на сентябрь 2021 года количество IT-вакансий было больше на 72%, чем годом ранее. Количество соискателей увеличилось

медленнее. Согласно информации HH.ru, на одну вакансию программиста в сентябре приходилось всего 1,4 резюме.

Несмотря на рост популярности IT-отрасли в последние годы, требования к кандидатам растут, компании отдают предпочтение опытным специалистам. Портрет потенциального кандидата складывается следующим образом: опыт коммерческой разработки, понимание процесса разработки программного обеспечения, понимание специфики отрасли, в рамках которой работает специалист (финтех, телеком, e-commerce и другие), понимание необходимости совершенствования своих профессиональных знаний и повышения квалификации. Наличие профессионального образования в настоящее время отошло на второй план. Для начинающего специалиста оно, несомненно, важно, но значительно перевешивает наличие релевантного опыта.

Таким образом, исходя из вышеизложенного, следует, что найм IT-специалистов характеризуется продолжительностью поиска подходящего кандидата. Продолжительность найма обусловлена достаточно широкой воронкой поиска специалистов. По данным платформы VC.ru, воронка поиска с каждым годом заметно увеличивается: рекрутерской воронки поиска среднего разработчика: в 2015 году на 1 нанятого специалиста необходимо было найти 150 релевантных данной должности специалистов, в 2020 году их число выросло до 300, в конце 2021 года соотношение составляет 500 к 1 [1]. При этом заметно сократилось время на принятие решение по кандидату. В среднем IT-специалисту достаточно недели для общения со всеми интересующими компаниями и принятия решения по ним.

Это ведет к тому, что именно в IT-сфере менеджерам по персоналу приходится внедрять наиболее передовые и успешные практики найма:

1. Автоматизация процессов найма посредством различных цифровых инструментов.

Для увеличения общего потока кандидатов необходимо высвободить время HR-менеджеров путем оптимизации различных процессов. В первую очередь это различные CRM базы для хранения информации по кандидатам, автоматизация с их помощью первого холодного письма тем кандидатам, которые в настоящее время не находятся в поиске работы.

2. Технологии прямого поиска кандидатов — сорсинг и хантинг ведущих специалистов.

Опытные и талантливые разработчики активно не ищут работу, поскольку их находят рекрутеры самостоятельно. Ссылаясь на статью Forbes от 2021 года ряд практиков высказали мнение, что хантинг IT-специалистов — это реалии рынка труда в 2020-е годы [5].

3. Инвестирование в бренд работодателя с целью повышения привлекательности компании на рынке.

Сейчас все больше компаний осознало необходимость вложения в HR-бренд, поскольку это значительно упрощает процесс привлечения необходимых кандидатов. Согласно исследованию «LinkedIn», сильный бренд работодателя способствует в два раза

более частому рассмотрению вакансий по сравнению с сильным брендом компании в качестве поставщика товаров и услуг. Это означает, что развитие бренда работодателя может помочь уравнять возможности в борьбе за талантливых соискателей [6].

Таким образом, стоит отметить, что поиск, отбор и трудоустройство сотрудников в области ИТ вызывает ряд трудностей в силу особенностей самой сферы, что бросает вызов ме-

неджером по подбору и способствует активному развитию системы найма. Цифровизация персонала в ИТ отрасли растет наиболее быстро, практики сорсинга и хантинга в ней наиболее развиты и затрагивают не только топ-менеджеров, а всех опытных специалистов. Кроме того, именно ИТ-компании уделяют достаточно времени для построения сильного HR-бренда, осознавая его значимость в процессе подбора персонала.

Литература:

1. Аналитика для хантинга и рекомендации по найму ИТ-специалистов Электронный ресурс. URL: <https://vc.ru/hr/293852-analitika-dlya-hantinga-i-rekomendacii-po-naumu-it-specialistov> (дата обращения: 01.04.2022).
2. Евсеева О. А., Евсеева С. А., Зверев С. А. Тренды рынка найма персонала: международный опыт и российская практика в условиях цифровизации // Дискуссия. 2020. № 3 (100). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/trendy-rynka-nayma-personala-v-usloviyah-tsifrovizatsii> (дата обращения: 02.04.2022).
3. Кибанов, А. Я. Управление персоналом организации: стратегия, маркетинг, интернационализация: учебное пособие / А. Я. Кибанов, И. Б. Дуракова. — Москва: ИНФРА-М, 2020. — 301 с. — (Высшее образование: Магистратура). — ISBN 978-5-16-006649-3. — Текст: электронный. — URL: <https://znanium.com/catalog/product/1067540> (дата обращения: 01.04.2022). — Режим доступа: по подписке.
4. Маслов Е. В. Управление персоналом предприятия / Е. В. Маслов. — М.: Издательство Юрайт 2009. 267 с.
5. Пешкова Н., Юзбекова И. «Идет жесткий хантинг»: почему в России резко выросли спрос на ИТ-специалистов и их зарплаты. Электронный ресурс. URL: <https://www.forbes.ru/karera-i-svoy-biznes/426519-idet-zhestkiy-hanting-pochemu-v-rossii-rezko-vyrosli-spros-na-it> (дата обращения: 01.04.2022).
6. The Ultimate List of Employer Brand Statistics for Hiring Managers, HR Specialists, and Recruiters. Электронный ресурс. URL: https://business.linkedin.com/content/dam/business/talent-solutions/global/en_us/c/pdfs/ultimate-list-of-employer-brand-stats.pdf (дата обращения: 01.04.2022).

Выявление причин неплатежеспособности организаций в период кризиса

Овчинникова Анна Викторовна, студент

Научный руководитель: Латышева Анна Ивановна, кандидат экономических наук, доцент

Пермский государственный национальный исследовательский университет

В статье исследуются причины возникновения неплатежеспособности организаций в Пермском крае и России в период кризиса 2020–2021 гг. Анализируются факторы, которые воздействуют на экономическое состояние предпринимательских организаций.

Ключевые слова: неплатежеспособность предпринимательских организаций, несостоятельность, причины неплатежеспособности, банкротство, внешние факторы, внутренние фактора, экономические риски.

Введение. В условиях цикличности рыночных отношений деятельность предпринимательских организаций подвержена постоянному риску. Доказательством служит стагнация в экономической сфере региона и, как следствие, снижение экономических показателей. Данные негативные воздействия в Пермском крае сохраняются на очень высоком уровне и высока вероятность возникновения банкротства любой организации. Проблема в настоящее время приобретает острый характер, что требует безотлагательное её решение. Предпринимательское сообщество озабочено минимизацией факторов, влияющих на нестабильное состояние их организаций во время кризисов, нарушающих стабильную работу бизнес-структур. Анализируя мировой и отечественный опыт приходим к выводу, что банкротство, как явление или понятие означает несостоятельность предпринимательских организаций, как субъ-

ектов экономики. Банкротство невозможно исключить в целом. Однако, исследуя причины, которые приводят к этому в условиях кризиса, можно и нужно минимизировать негативные последствия их воздействия на региональную экономику. Финансовая несостоятельность или банкротство возникают по причинам:

- не эффективной деятельности предпринимательских организаций являющийся следствием принятия не правильных решений управленческими структурами;

- целенаправленное вмешательство, направленное на сокращение собственности или активов при применении подложных документов;

- низкая квалификация менеджеров и сотрудников, отсутствие мотивации для работников, низкая оценка технических и инженерных работников;

— отсутствие грамотной стратегии в функционировании предпринимательской организации и ориентация на краткосрочный результат при среднесрочных и долгосрочных затратах;

— возникновение непредвиденных ситуаций, не зависящих от действий руководителей организации, например, стихийные бедствия или эпидемия [1].

Цель и результаты исследования. В настоящее время выявление причин неплатежеспособности предпринимательских

организаций в период кризисов серьезный вопрос, решение которого влияет на развитие региональной экономики. Данная проблема и является целью исследования, которое велось с использованием системного подхода.

На состояние предпринимательской организации влияют разнообразные факторы. Они как правило воздействуют на нее независимо от того являются они внешними или внутренними (рис. 1). Данные факторы объясняют причины, которые приводят к банкротству организаций.

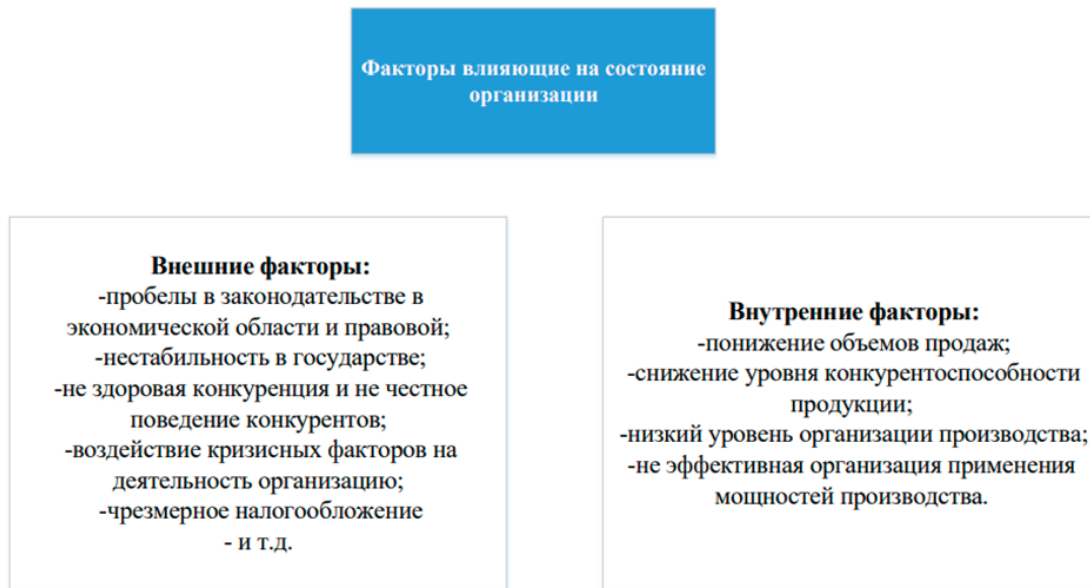


Рис. 1. Факторы влияющие на состояние платежеспособности предпринимательских организаций

События 2020–2021 гг. являются ярким примером воздействия кризисного фактора в результате, которого многие предпринимательские организации оказались неспособны выполнять свои обязательства по банковским кредитам. Так как большая часть предпринимательских организаций в Пермском крае, в частности, и России, в общем, осуществляли свою деятельность в результате кредитного займа. Воздействие факторов кризиса в результате даже не значительного снижения уровня доходов привело к неплатежеспособности многих организаций в крае. Даже несмотря на предпринятые правительством меры, например, предоставление кредитных каникул, привело к невозможности осуществлять долговые обязательства. Не менее важное значение имела неспособность предпринимательских организаций оплачивать аренду помещений, складов и т.д. Предпринимателей, имеющих в собственности помещений очень мало, в основном вынуждены их арендовать. В условиях пандемийного кризиса в 2020–2021 г. многие предпринимательские организации не получили поддержки от арендодателей, которые отказались от предоставления льгот. В свою очередь, предпринимательские организации оказались неспособными выполнять обязательства по выплатам заработной платы своим сотрудникам, выплаты по страховым взносам, которые предусмотрены за каждого сотрудника или выплаты по коммунальным платежам, что так же может являться причиной неплатежеспособности. Данную проблему, казалось бы, можно решить при сокращении штата сотрудников, но при

сокращении своих сотрудников организации необходимо выплатить все необходимые пособия [4].

Неплатежеспособность представлена следующими видами:

1. Экономическая неплатежеспособность происходит, когда доходы предпринимательской организации ниже среднего рыночного уровня и они не могут компенсировать расходы. Из сторонних источников привлекаются денежные средства для дальнейшей работы. Такими источниками могут быть инвесторы или банковские учреждения.
2. При деловой неплатежеспособности убыточность предпринимательской организации вызвана временным прекращением работы. Организация может вернуть платежеспособность по мере возобновления работы.
3. Техническая неплатежеспособность, когда ликвидных средств предпринимательской организации становится недостаточно для покрытия всех существующих обязательств.
4. Предбанкротная неплатежеспособность возникает в случае, когда сумма долга превышает стоимость всех активов предпринимательской организации.
5. Легальное банкротство, когда оно официально признано и оформлено соответствующими документами неплатежеспособность предпринимательской организации [5].

При невозможности осуществлять свои финансовые обязательства для предпринимательской организации единственным путем остается банкротство, но при этом для неё

появляются негативные последствия. Именно поэтому Правительство Российской Федерации приняло постановление от 3 апреля 2020 года № 428 «О введении моратория на возбуждения дел о банкротстве по заявлению кредиторов в отношении отдельных должников» [9]. Такое постановление рассматривается государством как средство поддержки предпринимательских организаций, которые оказались в сложной ситуации из-за пандемийного кризиса 2020–2021 гг. Мораторий на банкротство применяется в отношении тех организаций, которые:

- понесли наибольший ущерб из-за кризиса 2020–2021 гг.;
- являются системообразующими предпринимательскими организациями;
- являются стратегическими предпринимательскими организациями [6].

До кризиса 2020–2021 гг. инициатива на признание банкротом предпринимательские организации принадлежала кредиторам. Принятое постановление в 2020 г. ограничило права кредиторов по инициированию процедуры банкротства [7]. Появляются случаи, когда должник владеет собственностью, которую можно продать и погасить существующую задолженность перед банками или другими компаниями. Эта политика считается наиболее предпочтительной, чем процедура банкротства. Продавая активы для погашения долговых обязательств, предпринимательская организация избегает процедуры банкротства [3]. Необходимо выделить, что мораторий на банкротство запрещает продажу активов. Следовательно, компания-должник, выбирая стратегию погашения долгов, должна позаботиться о продаже активов и выплате долгов компании-кредитору до того, как будет открыто производство по делу о процедуре банкротства и введен мораторий на банкротство [6]. Недвижимость сейчас является менее ликвидным источником продаж, так как в условиях пандемии и недавнего падения цен на черное золото снизился спрос на недвижимость. Спецоборудование и устройства, движимое имущество, в особенности произведенное за границей, имеет гораздо большее значение. Валютная инфляция привела к удорожанию продукции, произведенной за границей, в том числе автомобилей, спецтехники, оборудования, станки и т.д. В случаях, когда продажа активов не покрывает полностью долговые обязательства, лучшим вариантом будет продать их частично. Так предпринимательская организация будет существовать уже не в статусе банкрота, что выиграет время для восстановления доходов и дальнейших выплат по обязательствам. Следует отметить, что предпринимательские организации должники при любых обстоятельствах столкнется с продажей активов, так как важнейшей задачей процедуры банкротства является выплата долгов кредиторам и по другим обязательствам. Однако объявление банкротства наилучший выход из сложной ситуации, в которой очутилось большинство предпринимательских организаций за последний период.

Падение спроса на товары и услуги, снижение покупательной способности населения и ухудшение других показателей составляют последствия пандемии. В связи с этим многие предпринимательские организации уже никоим образом не смогут продолжать свою деятельность в прежнем режиме, им придется сократить масштабы или даже прекратить свою де-

ятельность [8]. И в подобных ситуациях банкротство становится выходом, возможностью закрыть бизнес, списав все долги перед кредиторами [5].

Также причинами неплатежеспособности предпринимательских организаций в последние годы стали меры, принятые для пресечения распространения коронавирусной инфекции. Это приостановление авиасообщений, закрытие границ и снижение курса рубля. Что отразилось на состоянии региональной и национальной экономики в общем и малом бизнесе в частности. Негативные последствия коснулись около четырех миллионов предпринимательских организаций малого и среднего бизнеса, при общей численности более шести миллионов. Около 56,1% предпринимательских организаций не работало при карантине. Это привело к увеличению доли организаций, имеющих задолженность, в том числе и просроченную. Фактор пандемии так же сыграл на удорожании импорта. Не взирая на то, что товары производятся в Пермском крае, для их изготовления нужно сырье, оборудование и некоторые комплектующие, которые приобретаются за рубежом. В связи с указанными факторами произошло удорожание импорта, то есть, несмотря на то, что товары произведены в стране, оборудование, сырье и какие-то компоненты для их производства закупаются за пределами и за доллары. Поэтому по мере роста курса доллара, себестоимость выпускаемой продукции увеличивается, что ведет к повышению цены готового продукта. С ростом цен и кризисной ситуации потребители и производители вынуждены искать более доступные аналоги уже на территории Российской Федерации [6].

Выводы и рекомендации. Из выше приведенных факторов наиболее существенным с точки зрения негативного воздействия на неплатежеспособность предпринимательских организаций является отсутствие реальных инструментов стабилизации ситуации в случае кризиса. Далеко не всегда при появлении кризисных явлений центральный банк способен в должной мере произвести стимулирование экономической активности за счет снижения ключевых ставок. В связи с этим возможно повышение роли обязательных резервных требований. Важным фактором проводимой политики выступает высокая вероятность возникновения ситуации нехватки обеспечения для привлечения кредитов. С учетом такого развития событий центральный банк вынужден расширить практику применения необеспеченных кредитов, что приводит к дополнительным рискам, а также специализированных кредитных инструментов. Таким образом, приходит понимание того, что причины из-за которых возникает неплатежеспособность у предпринимательских организаций ведет к необходимости совершенствования мер государственной поддержки. Правительство края и даже страны может предоставлять займы, гарантии, гранты или вливаний в акционерный капитал с целью поддержания экономической активности и сохранения рабочих мест. Правительства также могут рассмотреть вопрос о введении, расширении гарантийных мер, чтобы стимулировать банки предоставлять кредиты. В соответствии с такой схемой государство гарантирует частичное или полное погашение займов в случае неуплаты и, таким образом, повышает готовность банков предоставлять кредиты. Косвенная поддержка может

включать дополнительные налоговые меры: снижение существующих налоговых ставок, отсрочки в отношении налоговых платежей и отмену штрафов за просрочку налоговых платежей. Дальнейшие меры могут включать приостановление платежей за коммунальные услуги, отсрочку уплаты аренды площади, которая принадлежит органам власти или государственным предприятиям. Правительство может поощрять усилия банка по временному облегчению платежей по кредитным схемам государственного сектора. В рамках процедур кредитования правительство поощряет прекращение сборов и сокращение процедурных требований, связанных с займами. Меры косвенной государственной поддержки также могут включать предоставление технической поддержки, чтобы предпринимательская организация могла быстро адаптироваться к новой деловой

среде: пособий на обучение, программ развития профессиональных навыков и бизнес-консультаций. Административные процедуры в крае и в стране должны быть простыми и прозрачными. В Пермском крае активно используются цифровые технологии, что облегчает предпринимательским организациям доступ к предлагаемым мерам поддержки и повышает прозрачность процедур на федеральном уровне.

Таким образом, налаженная система управления является основой для привлечения дополнительных финансовых средств, которые можно направлять на минимизацию отрицательного воздействия факторов, которые приводят к банкротству предпринимательских организаций. Кризис 2020–2021 гг., причиной которого является пандемия привел к обострению проблемы неплатежеспособности во многих организациях Пермского края.

Литература:

1. Бойко А. А. Контроллинг в системе информационно-аналитического обеспечения управления финансами организации/ Colloquiumjournal. 2020 № 3–7 (55) С 35–37
2. Галицкая Ю. Н. Внутренние и внешние факторы неплатежеспособности предприятия/ Ю. Н. Галицкая, О. О. Немыкина// Экономика и бизнес: теория и практика. — 2020 № 11–1(69) С 191–193
3. Глазов М. М. Выявление проблем платежеспособности предприятия/ М. М. Глазов, Т. М. Редькина, З. Аль-Хавлани// Глобальный научный потенциал. — 2021 № 2(119) С 170–172
4. Кирильчук С. П. Экономика фирмы: продвинутый уровень/ С. П. Кирильчук — Симферополь: ООО «Издательство Типография »Ариал», 2022. — 285 с
5. Латышева А. И. Цифровые инновации СХМП-2021 и перспективы развития сельских территорий/Техноуклад 6.0. Цифровая трансформация АПК и продовольственная безопасность//Мат. МНПК ФГБОУ ВО Пермский ГАТУ. 2021 С 491–501
6. Латышева А. И. Вопросы ценообразования в новой экономике//Аэкономика: экономика и сельское хозяйство. 2018 № 1 (25) С 7
7. Оборин М. С. Банкротство как риск и инструмент превентивного реагирования в предпринимательской деятельности/ М. С. Оборин, М. Р. Мартиросян//Интеллект. Инновации. Инвестиции. — 2021 № 3 С 35–47
8. Перезенцев К. И. Анализ аспектов неплатежеспособности организаций: теоретический подход / К. И. Перезенцев // Фундаментальные науки и современность. — 2021 № 5(50) С 7–25
9. Постановление Правительства РФ от 03.04.2020 № 428 О введении моратория на возбуждение дел о банкротстве по заявлению кредиторов в отношении отдельных должников <https://base.garant.ru/73842428/> (Дата обращения 09.02.2022)

Систематическая оценка показателей предприятия, необходимых для вхождения в региональный экономический кластер

Одинцов Никита Андреевич, аспирант
Санкт-Петербургский гуманитарный университет профсоюзов

В статье авторы пытаются определить показатели, влияющие на оценку возможности вхождения в региональный экономический кластер.

Ключевые слова: кластер, экономика.

В середине 1980-х профессор Майкл Портер из Гарвардской школы бизнеса размышлял, почему некоторые фирмы, основанные в конкретных странах или регионах или бизнес-среде, занимали лидирующие позиции в мире, в то время как фирмы в других регионах добились менее успешными. Поразительно, что фирмы в разных регионах преуспели в различных отраслях и сегментах рынка, даже если в сравниваемых

регионах были одинаковые уровни экономического процветания. Даже если учесть тот факт, что фирмы могли отличаться по способности вводить новшества и совершенствоваться, различия между развитиями регионов были поразительными. Как отметил профессор Портер причиной «взрывного» роста экономики выделенных регионов можно определить как концентрация промышленности или региональная специали-

зация. Кроме того, ученый предположил, что данная кооперация может быть определена во многих типах отраслей: в высокотехнологичных областях и в традиционных отраслях, в обрабатывающей промышленности, а также в сфере услуг, в малых и крупных отраслях промышленности. Профессор Портер решил разработать общую основу для картирования таких объединений в экономике США, что привело к созданию картографического проекта кластерообразования в США. Эти исследования затем использовались многими учреждениями. В том числе и нами для определения аналогичных показателей для Российской Федерации.

Российская Федерация активно проводит кластерную политику для повышения конкурентоспособности промышленности и сокращения разрыва в экономическом развитии между регионами страны. Данное исследование анализирует влияние и взаимозависимость факторов, связанных с созданием региональных кластеров в СЗФО и экономическим ростом в регионе. Были сгенерированы 2 составных фактора: социальный фактор и кластеризация, и оценены их влияние на региональные экономические показатели. Результаты показывают, что важно иметь благоприятные социально-экономические условия для стимулирования роста кластеров. Определены некоторые конкретные элементы, которые больше всего повлияли на экономический рост в СЗФО РФ. Общие результаты показывают, что благоприятные условия должны быть созданы заранее, чтобы стимулировать региональный рост с помощью кластеров, что подтверждает тезис, что «рабочие места следуют за людьми». Данное исследование было посвящено оценке регионального химического кластера на примере Вологодской области СЗФО.

Оценить необходимость вхождения предприятий в региональный химический кластер СЗФО для достижения их кластерного эффекта (синергетического, инновационного) рекомендуется использовать интегральный показатель кластерного потенциала. Это позволит решить проблему определения их статуса и обосновать стратегию развития кластера, сформировать

систему показателей для оценки потенциала кластера, определить компоненты для комплексной оценки инновационного потенциала, финансово-экономическое состояние предприятия, факторный потенциал.

Разработана система, которая включает два блока показателей, измеряемых с помощью порядковых переменных. Первый блок содержит индикаторы, помогающие определить статус предприятия в кластере по принадлежности к определенному виду деятельности: основная или вспомогательная. Второй блок включает в себя общие показатели или оценка возможности включения предприятия в кластер: инновационный потенциал; финансовое состояние; ресурсный потенциал; территориальная близость к источникам сырья, потребителям продукции, рабочей силы; сотрудничество с другими участниками кластера; связь с научными и образовательными учреждениями, расположенными в регионе. С точки зрения кластерного эффекта важно оценить не только факт наличия на предприятии факторов производства, но и их значение, исходя из специфики его деятельности, а также эффективности его использования. Один из наиболее важных направлений оценки потенциала кластера заключается в определении возможности создания интегрированного качества системы менеджмента, в том числе: системы менеджмента качества, экологического менеджмента, системы управления охраной труда и промышленной безопасностью. Рабочие, как производственные, так и инженерные, как правило, получают хорошую заработную плату по сравнению с теми, кто занят во многих других менее квалифицированных профессиях. Это способствует увеличению числа «индуцированных» рабочих мест — рабочих мест, созданных для удовлетворения местных потребностей, — на каждое добавленное рабочее место в химической промышленности вверх по течению, а не, скажем, в пищевой промышленности.

Цель этой статьи состоит в том, чтобы дать краткий обзор теории и особо выделить по экономическому развитию некоторые факторы, которые возможно применить при разработке и реализации кластерных экономических стратегий.

Литература:

1. Porter M., Clusters and the New Economics of Competition, Harvard Business Review, November 1, 1998.
2. Østergaard, C. R., Park, E. What makes clusters decline? A study on disruption and evolution of a high-tech cluster in Denmark. *Regional Studies*, 2015, 49(5), 834.
3. Abdyrov T. Sh., Dosmaganbetov N. S. Assessment of clustering potential of regional economies in kazakhstan // Наука о человеке: гуманитарные исследования, 2019, 4 (38). 2022).

Модели оценки договоров страхования и операционные сложности при внедрении МСФО 17

Саматкызы Молдир, студент магистратуры
Университет Нархоз (г. Алматы, Казахстан)

В статье представлен новый стандарт международной финансовой отчетности МСФО (IFRS) 17 «Договоры страхования», заменяющий временный стандарт МСФО (IFRS) 4 «Договоры страхования», также рассматривается три подхода к оценке обяза-

тельств (GMM, PAA и VFA). А остальная часть статьи посвящена ключевым операционным сложностям стандарта, в результате введения новой модели оценки и связанных с ней требований.

Ключевые слова: МСФО, IFRS17, договор страхования, новый стандарт, оценка обязательств, операционные проблемы, требования.

МСФО (IFRS) 17 вступает в силу с января 2023 года и заменяет промежуточный стандарт отчетности МСФО (IFRS) 4 для договоров страхования. Этот стандарт, который во многом основан на принципах, определяет:

- когда и как признавать договоры страхования;
- как оценивать страховые договора;
- когда признавать прибыль или убытки в отчете о прибылях и убытках; а также
- как представлять и раскрывать договоры страхования.

Эти требования влияют на финансы, актуарные и рискованные функции страховщика и воздействуют на исходную систему через механизмы оценки и инструменты учета и отчетности. Страховщики и перестраховщики прилагают все усилия, чтобы подготовиться к дате вступления в силу МСФО (IFRS) 17, чтобы убедиться, что они должным образом привели в порядок свою деятельность в соответствии с новым стандартом бухгалтерского учета.

Цель МСФО (IFRS) 17, по существу, состоит в том, чтобы:

- обеспечить глобальную основу для того, как страховщики и перестраховщики должны готовить и раскрывать свою финансовую отчетность;
- повысить прозрачность в отношении финансового положения страховщика и перестраховщика, результатов его деятельности и подверженности рискам; и
- повысить уровень раскрытия информации и упростить сравнение финансовой отчетности в страховой отрасли.

Модели оценки договоров страхования

МСФО (IFRS) 17 включает сложные фундаментальные изменения в учете оценки обязательств и признания прибыли по договорам страхования. Подходы к оценке, разрешенные МСФО 17, описывают, как страховщик учитывает факт получения премий, но страховое покрытие распространяется на будущее. В соответствии с новым стандартом существует три возможных модели оценки в зависимости от характера договора:

- Общая модель оценки (GMM — General Measurement Model);
- Подход на основе распределения премии (PAA — Premium Allocation Approach);
- Подход с переменным вознаграждением (VFA — Variable Fee Approach).

GMM — это модель оценки по умолчанию для договоров страхования. Для договоров со сроком действия менее одного года существует потенциальная возможность выбора PAA в качестве упрощенной модели оценки. Для договоров с функциями прямого участия обязательно использование VFA. Для договоров, которые не классифицируются как прямое участие, использование VFA не допускается.

Общая модель оценки (GMM) считается стандартным подходом к оценке договоров без участия. Эта модель также обычно называется «подходом на основе строительных блоков» (BBA —

Building Block Approach), поскольку оценка договора страхования разбита на несколько блоков (рис. 1). Сумма блоков приведенная стоимость будущих денежных потоков и рискованная поправка для прибыльных договоров представляет собой страховой актив, называемый денежными потоками по выполнению договора (FCF — Fulfilment Cash Flows). В этом случае размер обязательства будет таким же, но с противоположным знаком, который называется предусмотренный договором страхования маржа за услуги (CSM — Contractual Service Margin).

Подход на основе распределения премии (PAA) является упрощением, разумным приближением к общей модели. Стоимость договора оценивается как обязательство на оставшуюся часть периода покрытия. Страховой организацией разрешается применять PAA для оценки группы договоров страхования, если на момент создания группы:

- (а) период покрытия каждого договора в группе договоров страхования составляет один год или менее; или
- (б) организация обоснованно ожидает, что PAA даст оценку обязательства по оставшемуся страховому покрытию для группы договоров страхования, которая не будет существенно отличаться от оценки, которая была бы получена путем применения GMM.

И так получается, PAA аналогичен методам, используемым в МСФО (IFRS) 4, поэтому изменение МСФО (IFRS) 17 в соответствии с PAA может быть менее значительным, однако страховщик должен будет обосновать право на PAA.

Подход с переменным вознаграждением (VFA) является разновидностью общей модели. VFA применяется для договоров страхования, которые в основном связаны с инвестициями. В данном контексте инвестиционный договор — это договор, в котором страховщик обещает доход, основанный на совокупности базовых статей. А так VFA работает очень похоже на общую модель, и у нас есть те же строительные блоки и CSM. Ключевое отличие состоит в том, что в оценку договора включается доля страховой организации в доходе от базовых статей, другими словами, комиссионные, получаемые от инвестиционной деятельности.

Какой бы подход ни использовался, МСФО 17 потребует значительной работы: как при первоначальном внедрении, так и на постоянной основе. В зависимости от особенностей договоров может потребоваться значительная работа по определению того, применим ли вообще МСФО (IFRS) 17. Важность детального отслеживания изменений от периода к периоду по всем портфелям договоров будет иметь решающее значение.

Операционные проблемы

В результате технических изменений, внесенных в МСФО (IFRS) 17, страховщики сталкиваются со значительными опера-



Рис. 1. Общая модель оценки (GMM)

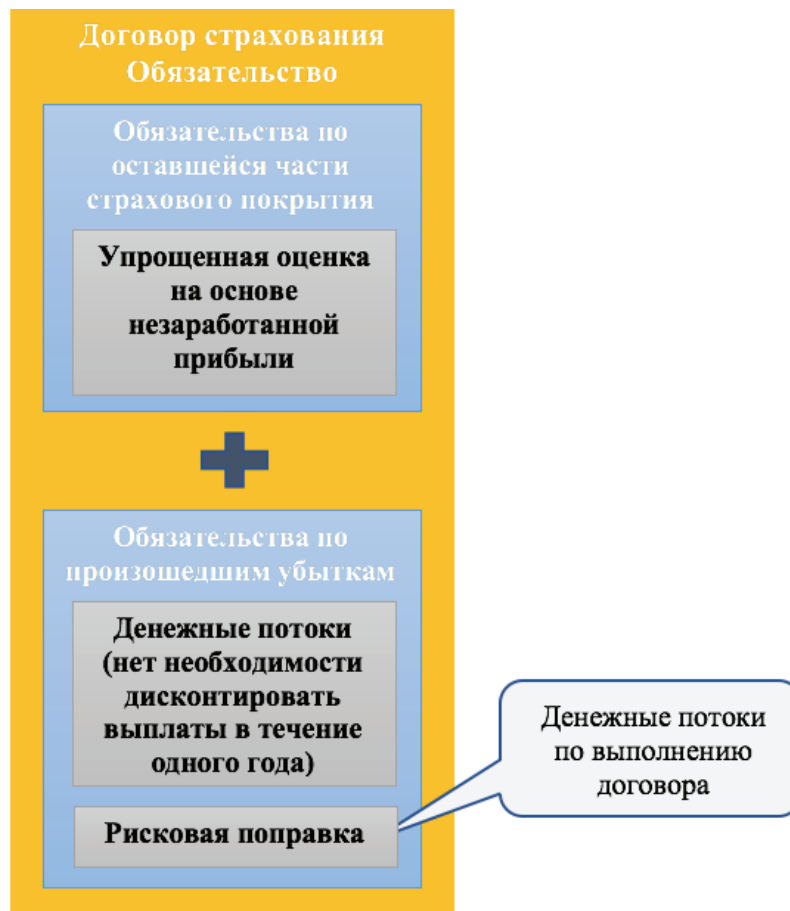


Рис. 2. Подход на основе распределения премии (РАА)

ционными проблемами. Например, из-за сложностей, которые требуют большей прозрачности, сопоставимости, дополнительных раскрытий и более детальной отчетности. Страховщики сталкиваются с проблемами данных, систем и технологий, а также раскрытия информации, описанных ниже.

Сложности данных. Для выполнения расчетов, необходимых для нового стандарта, необходимы более детальные входные данные:

- информация о доходности договора страхования на момент заключения;
- информация о риске договора страхования и типе продукта;
- применимая модель оценки;
- допущения, связанные с наилучшей оценкой и поправкой на риск; на группу договора
- фактические и ожидаемые денежные потоки;
- разделение расходов на прямо и косвенно относимые компоненты; а также
- конкретная информация, связанная с перестрахованием и т.п.

Кроме того, существует проблема ведения исторических баз данных и их дальнейшего ведения, поскольку стандарт требует и исторические данные, и данные для последующего измерения для расчета CSM, а также другие сверки.

Вдобавок стандарт требует, чтобы страховщики предоставляли более подробную информацию о сверках, что потребует надежного сквозного аудиторского следа от источника до раскрытия информации.

Системные и технологические сложности. Из-за разнообразия видов продуктов, источников данных и степени детализации создание стандартизированных программных решений в соответствии с МСФО (IFRS) 17, подходящих для всех видов продуктов, отчетов и данных, может оказаться сложной задачей. А готовое программное обеспечение может быть слишком дорогим или может потребовать значительных усилий для внедрения в уникальный ИТ-ландшафт страховой компании (в зависимости от инфраструктуры и гибкости решения).

Страховщики сталкиваются с потенциальной проблемой переопределения дизайна своего целевого решения (включая новую комплексную операционную модель) путем объединения потенциально нескольких программных решений и ре-

шений для хранения данных. Это может быть очень сложным процессом для страховщиков.

Раскрытие информации и связанные с ней сложности отчетности. Необходим план счетов (CoA — Chart of Account), который позволит страховщику выполнить требования МСФО (IFRS) 17 для каждой отчитывающейся организации. В связи со значительными изменениями по сравнению с МСФО (IFRS) 4 и МСФО (IFRS) 17 необходим пересмотр плана счетов. Уровень детализации информации и требования к раскрытию информации должны быть в центре внимания любых решений, принимаемых при разработке новых планов счетов.

МСФО (IFRS) 17 содержит качественные и количественные требования к раскрытию информации, которые должны быть представлены в очень сжатые сроки. Целью организации является раскрытие информации, которая вместе с информацией, представленной в первичной финансовой отчетности, дает пользователям ее финансовой отчетности основу для оценки влияния договоров страхования на ее финансовое положение, финансовые результаты и движение денежных средств. Учитывая сложности стандарта, необходимо будет уделить достаточно времени анализу и интерпретации любых результатов до представления отчета.

В дополнение к обеспечению соблюдения стандарта после 1 января 2023 года стандарт требует, чтобы страховщики ретроспективно оценивали влияние на действующий бизнес, как если бы МСФО (IFRS) 17 всегда был в силе. Несмотря на то, что некоторые модификации разрешены (при достаточном обосновании), это требование о переходе создает дополнительную операционную нагрузку на страховщиков.

Итак, до даты вступления в силу МСФО (IFRS) 17 остается меньше года и давление на страховщиков с целью добиться надежного прогресса в их МСФО (IFRS) 17 усиливается. Следствием перехода на МСФО 17 в сжатые сроки стала потребность менять средства контроля, процессы и системы, каждый раз удовлетворяясь временным решением на конец каждого отчетного периода. Конечно, подобная ситуация имеет негативные последствия на эффективность и усиливает издержки. Учитывая все эти значительные изменения и вызовы, которые несет МСФО 17, переходный период должен быть грамотно использован для подготовки к внедрению. Внесение требуемых изменений может стать крупным проектом с участием финансового, актуарного и ИТ департаментов.

Литература:

1. Международный стандарт финансовой отчетности (IFRS) 17 «Договоры страхования» от 20 апреля 2021 года
2. KPMG. First Impressions: Insurance Contracts, 17 July 2020
3. Grant Thornton. Implementation of IFRS17 «Insurance Contracts», June 2021
4. Shingie Maramba. IFRS17: Choosing the Right Measurement Models for Success. URL: <https://www.equisoft.com/resources/ifrs-17-choosing-the-right-measurement-models-for-success>.
5. Institute and Faculty of Actuaries. IFRS17: How to choose the measurement model, 2019
6. Kevin Griffith. Thoughts on IFRS17 Implementation Challenges, 13 December 2018, URL: <https://www.linkedin.com/pulse/thoughts-ifrs-17-implementation-challenges-kevin-griffith>.

Обзор платежного баланса страны на примере Египта

Сергеев Никита Алексеевич, студент

Московский государственный институт международных отношений (университет) МИД России

В статье проводится анализ платежного баланса страны на примере Египта на основе данных МВФ. Рассматриваются взаимосвязи между различными макроэкономическими показателями, а также делаются выводы о причинах и последствиях текущего состояния платежного баланса.

Ключевые слова: платежный баланс, Египет, счет текущих операций, торговый баланс.

Наряду с показателями ВВП, инфляции и безработицы платежный баланс является одним из ключевых макроэкономических индикаторов, а его анализ позволяет лучше понять состояние экономики страны. Платёжный баланс предоставляет информацию о внешнеторговом положении страны, а также о потоках капитала между страной и внешним миром [1]. Для анализа платежного баланса Египта взят период 2000–2020 годов, а также использовалась статистика, предоставляемая базой данных Международного валютного фонда.

В отечественной макроэкономической статистике принято выделять три раздела платёжного баланса: счет текущих операций, счет операций с капиталом и финансовый счет. Закономерности в существующих макроэкономических моделях [2] позволяют нам в первую очередь сконцентрировать внимание на счете текущих операций. Его динамика и будет основой нашего анализа.

В 2000–2001 гг. баланс счета текущих операций был отрицательным: –1,163 и –0,03 млрд долл. или –1,11 и –0,03 процента ВВП соответственно. Общие инвестиции превышали национальные сбережения, и Египет выступал нетто-заемщиком, то есть капитал «притекал» в страну из заграницы. В 2001 г. объем как инвестиций, так и сбережений уменьшился относительно предыдущего года, но уже в 2002 г. оба показателя выросли. С 2002 г. и до 2008 г. включительно счет текущих операций был положительным, то есть, наоборот, национальные сбережения превышали общие инвестиции, и страна выступала нетто-кре-

дитором. Это означает, что египетский капитал инвестировался за границу. Профицит счета текущих операций определило следующее. В этот период доля сбережений в ВВП увеличивалась быстрее доли инвестиций: в среднем 7,87 и 7,58 процента в год соответственно. При этом среднее квадратичное отклонение темпов прироста инвестиций в 2002–2008 гг. больше этого показателя у сбережений (8,03% и 7,76% соответственно), что отчасти объясняется сокращением доли инвестиций в 2003 и 2004 гг. Сбережения же сокращались только в 2008 г. В среднем же за 2002–2008 профицит счета текущих операций составлял 1,97 млрд долл. или примерно 1,99% ВВП. Среднее квадратичное отклонение составило 1,01 млрд долл. и 1,29% ВВП, что свидетельствует о довольно значительном «разбросе» значений относительно среднего.

В 2009 г. на фоне мирового экономического кризиса деловая активность в Египте резко снизилась: уровень инвестиций сократился на 23,1%, а сбережений на 32,2%. Сальдо счета текущих операций в 2009–2020 гг. составляло отрицательную величину. К 2019 году доля в ВВП и инвестиций, и сбережений так не восстановилась до уровня 2008 г. В 2020 г. произошло сокращение обоих показателей, которое в процентах прироста относительно предыдущего года сопоставимо со спадом в 2009 г. После кризиса 2008–2009 гг. национальные сбережения стабильно снижались и достигли минимума в 2017 г., небольшой рост показателя случился в 2018 и 2019 гг., однако в 2020 г. под влиянием кризиса сбережения сократились. Доля общих ин-

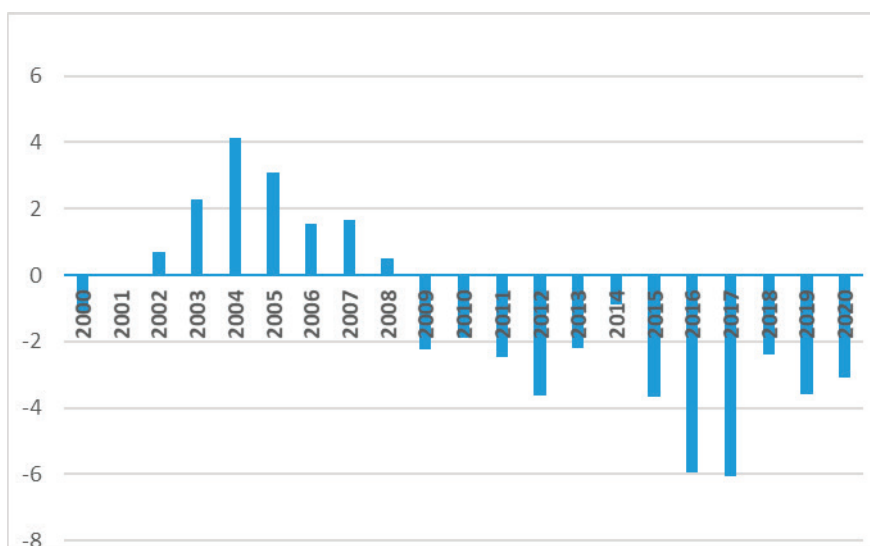


Рис. 1. Баланс счета текущих операций, доля от ВВП в% [3]

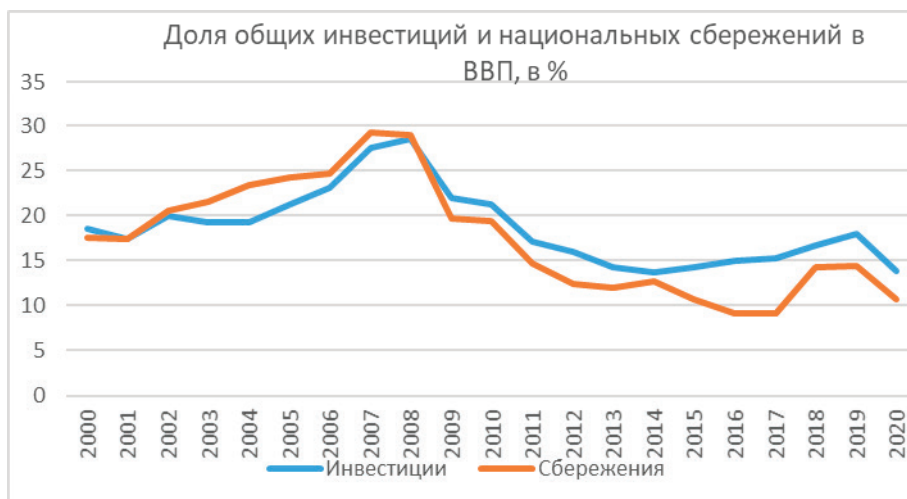


Рис. 2. Доля общих инвестиций и национальных сбережений в ВВП, в % [3]

вестиций в ВВП сокращалась в 2010–2015 гг., а в 2016–2019 гг. стабильно росла. Дефицит счета текущих операций определили два фактора. В 2009–2014 гг. инвестиции сокращались на меньшую величину, чем сбережения: в среднем на $-11,19\%$ против $-11,73\%$ в год. При этом в 2015–2019 гг. доля инвестиций в ВВП росла быстрее доли сбережений: в среднем $5,72\%$ против $5,24\%$ в год. Отметим, что доля инвестиций в ВВП Египта начала расти только в 2017 г. В целом же за период 2009–2020 гг. дефицит баланса счета текущих операций составлял 9,04 млрд долл. или $3,18\%$ ВВП. Среднее квадратичное отклонение составило 4,98 млрд долл. и $1,81\%$ — колебания баланса в этот период были сильнее, чем в 2002–2008 гг., особенно в денежном выражении.

Отдельно рассмотрим составную часть счета текущих операций — торговый баланс. МВФ предоставляет данные по изменению объема экспорта и импорта товаров и услуг относительно предыдущего года. На основе данных МВФ [3] составим сводную таблицу 1. При небольших изменениях (менее 10%) разница между процентным изменением товарного экспорта

и товарного импорта составляет процентное изменение торгового баланса. Из таблицы 1 видно, что за весь период среднее значение модуля изменения экспорта составило $8,9\%$, а импорта — $7,4\%$. Поэтому будем считать корректным изложенный выше способ подсчета изменений торгового баланса; результат расчетов виден на диаграмме 4.

Из методологии составления платежного баланса следует, что между торговым балансом и балансом счета текущих операций существует прямая взаимосвязь: рост значения торгового баланса увеличивает баланс счета текущих операций, а снижение — его уменьшает [2]. В целом эта зависимость подтверждается на примере Египта. Коэффициент корреляции между темпами прироста торгового баланса и темпами прироста баланса счета текущих операций за весь изучаемый период — положительный — и составляет $0,41$; за 2002–2008 гг. он равен $0,67$ и $0,27$ за 2009–2020 гг. Отметим, что отдельно для периода 2000–2001 гг., когда баланс счета текущих операций был в дефиците, коэффициент корреляции рассчитывать не имеет смысла, так как два года — это незначительная выборка, на ко-

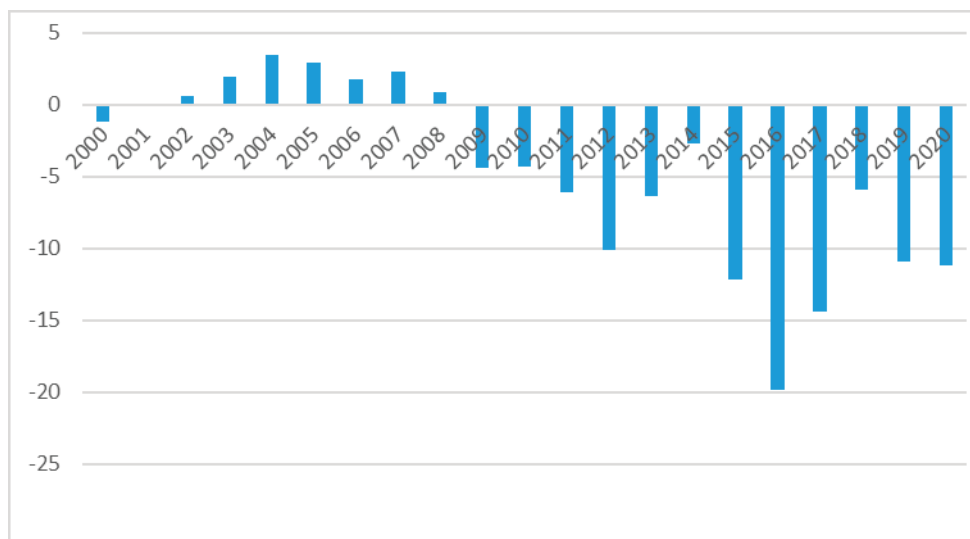


Рис. 3. Баланс счета текущих операций, в млрд долл. [3]

Таблица 1. Процентное изменение объема импорта и экспорта по отношению к показателям прошлого года

Годы	Импорт товаров	Экспорт товаров	Импорт товаров и услуг	Экспорт товаров и услуг
2000	-0,45	15,81	-1,79	8,98
2001	-6,37	8,39	7,96	2,83
2002	-7,09	8,83	-6,97	-1,02
2003	-8,14	2,90	-5,92	7,65
2004	13,88	17,91	9,61	27,07
2005	19,4	8,73	16,46	8,43
2006	12,85	13,79	14,52	7,81
2007	16,92	14,43	10,62	12,29
2008	22,82	4,64	24,08	11,78
2009	0,09	-1,82	-1,61	-2,74
2010	-6,62	-9,12	-7,70	-2,74
2011	-1,87	-3,86	-3,38	-5,45
2012	3,1	-15,61	3,74	-8,1
2013	-0,18	10,50	1,32	9,82
2014	5,26	-5,98	3,93	-13,19
2015	18,44	8,83	20,08	17,83
2016	7,62	4,05	5,41	-10,11
2017	-0,74	11,59	-0,35	3,01
2018	-0,09	10,40	-0,01	18,7
2019	2,09	7,01	2,91	9,81
2020	-2,86	3,59	-0,80	-4,07
Среднее от модуля	7,48	8,95	7,11	9,21

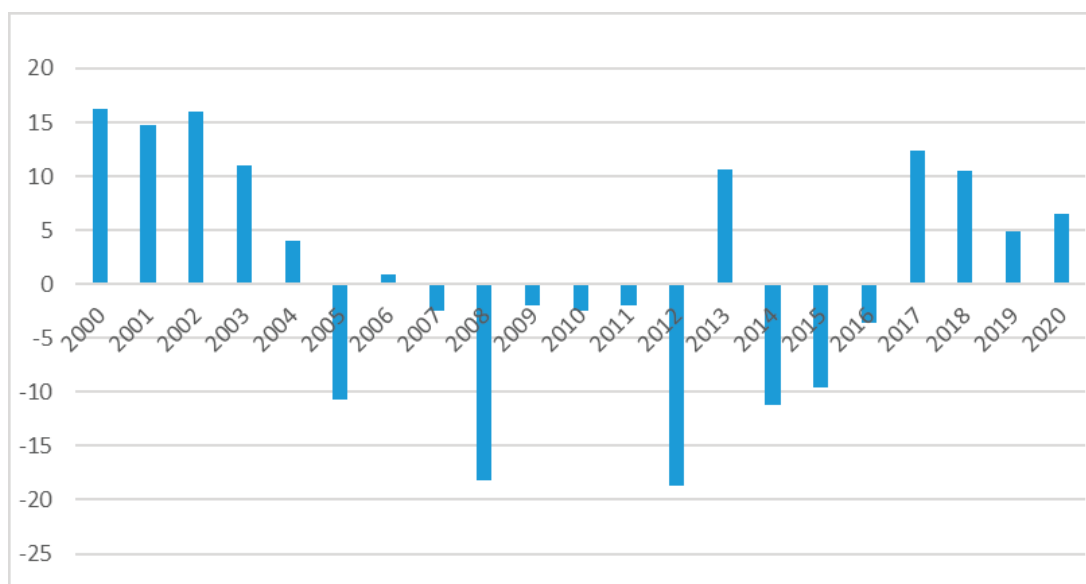


Рис. 4. Прирост сальдо торгового баланса в% [3]

торой нельзя сделать достоверных выводов. Итак, получается, что несмотря на довольно значительное влияние состояния торгового баланса на баланс счета текущих операций в 2002–2008 гг., в целом же за изучаемый период на состояние счета текущих операций в основном влияла не международная торговля Египта, а операции, связанные с первичными и вторич-

ными доходами страны. Если проанализировать корреляцию между балансом счета текущих операций и балансом торговли товарами и услугами, этот вывод подтверждается. Коэффициенты корреляции в этом случае приобретают следующие значения: 0,21 в целом за изучаемый период, 0,51 за 2002–2008 гг. и 0,14 за 2009–2020 гг.

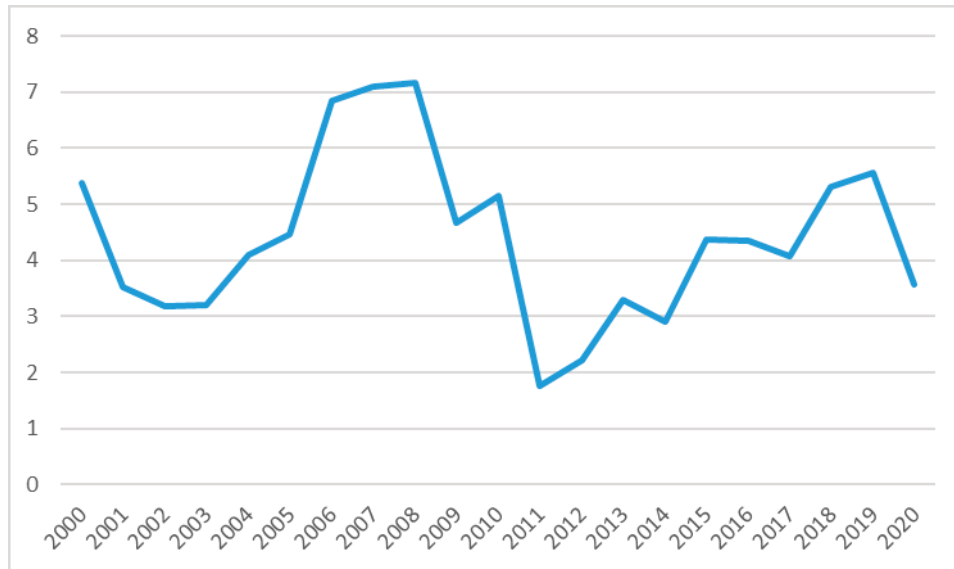


Рис. 5. Изменение ВВП Египта, в% [3]

Влияние платежного баланса на экономику Египта рассмотрим в контексте изменения ВВП страны. До кризиса 2008–2009 гг. экономика Египта росла довольно быстро. Можно предположить, что высокая доля инвестиций в ВВП стала одним из факторов такого роста. Дефицит счета текущих операций после 2008 г., вероятно, позволил экономике Египта избежать отрицательных темпов прироста ВВП. Несмотря на

последствия финансового кризиса и политическую нестабильность в стране в начале 2010-х, даже в 2011 г., во время революции, и в 2020 г. экономика выросла на 1,76% и 3,57% соответственно. Однако уже 11 лет подряд страна находится в статусе нетто-заемщика, и поэтому в будущем, когда по долгам нужно будет расплачиваться, у Египта могут возникнуть с этим проблемы.

Литература:

1. Матвеева, Т. Ю. Макроэкономика: учебник для вузов: в 2 ч. / Т. Ю. Матвеева. — Москва: Изд. дом Высшей школы экономики, 2017. — 476 с.
2. Холопов, А. В. Основы международной экономики / А. В. Холопов. — Москва: МГИМО-Университет, 2019. — 216 с.
3. World Economic Outlook Database. — Текст: электронный // IMF: [сайт]. — URL: <https://www.imf.org/en/Publications/WEO/weo-database/2021/April> (дата обращения: 05.04.2022).

Преимущества и недостатки виртуальных команд как объектов управления

Сыдорук Ирина Юрьевна, студент магистратуры
Российский университет транспорта (МИИТ) (г. Москва)

В статье автор раскрывает преимущества и недостатки новой формы командообразования — виртуальной, указывая на возможности применения данной организации для формирования и реализации проектов.

Ключевые слова: команда, виртуальная команда.

Цифровизация, т.е. перевод всех видов информации в цифровую форму, проникает абсолютно во все сферы деятельности. Данные обстоятельства вынуждают современные организации подстраиваться под данные изменения; компании трансформируют свои бизнес-процессы под предоставляемые виртуальной средой возможности.

Виртуальная команда представляет собой новый тип командообразования, который является ответом на развитие совре-

менной бизнес-среды. Тем не менее, данный тип командообразования обладает рядом преимуществ, но не лишен недостатков.

Дадим представления о достоинствах и недостатках виртуальных команд (см. табл. 1).

Отметим преимущества организации виртуальных команд.

1. «Повышение компетентности» [6]. Данное преимущество означает, что компания сможет привлечь к реализации проекта лучших сотрудников, компетентных, обладающих со-

Таблица 1. Достоинства и недостатки виртуальных команд

Преимущества	Недостатки
Повышение компетентности	Проблема контроля
Взаимообогащение и дополнение	Проблема организации
Повышение креативности	Проблема межкультурных, этнических и социальных противоречий, а также политических разногласий
Гибкость	Трансформация системы управления и лидерства
Использование преимуществ фрилансерства	Проблема «общего языка» и коммуникации
Снижение издержек	Проблемы формирования командного духа
Ускорение рабочих процессов	

ответствующим опытом и знаниями [1, с. 76]. Это возможно благодаря отсутствию географических границ для подбора и организации деятельности таких команд.

2. «Взаимообогащение и дополнение происходит за счет сознательного подбора недостающих ролей и звеньев команды» [6]. Данный аспект не всегда может быть воспроизведен в традиционных командах. Т. к. работники в основном ведут оседлый образ жизни и не склонны покидать свое место жительства.

3. Повышение креативности. Креативность есть основа инновационности и внедрения новшество все сферы производственного процесса. Креативность является следствием объединения разноплановых сотрудников из разных культур и образовательных сред.

4. «Гибкость. Очевидно, что виртуальная команда отличается максимальной гибкостью» [6]. Она может как расширяться согласно требованиям проекта (задания, и т.п.), может привлекать сотрудников различных направлений и уровня знаний. Все это делает ее гибкой, помогает ей трансформироваться в ответ на внутренние и внешние запросы.

5. Использование преимуществ фрилансерства. Члены команды — сводные работники, что расширяет границы в плане подбора сотрудников и обеспечения им комфортной рабочей среды [2, с. 83].

6. Снижение издержек. Издержки связана с командировками сотрудников, с содержанием их рабочего места в офисе и т.п. [1, с. 78]. В вопросе формирования виртуальных команд предприятия лишена данных издержек.

7. «Ускорение рабочих процессов. Работа в виртуальной команде подразумевает сокращение персонала» [6], ликвидации и переизбытка в рабочей силе и концентрации только необходимых и квалифицированных сотрудников [3]. При этом, связь между минимальным количество сотрудников поддерживается с помощью быстрых информационных технологий, что, безусловно, отражается на темпах производственных процессов.

Рассмотрим недостатки в организации виртуальных команд согласно данным, представленным в таблице 1.

1. Проблема контроля. Специфика виртуальной команды состоит в том, что она основана на самоконтроле и самодисци-

плине сотрудников. С этим связаны управленческие риски — риски снижения централизованного контроля за деятельностью сотрудников команды.

2. Проблема организации. Сложность в организации сотрудников заключается часто в разных часовых поясах, в режимах рабочего времени. Кроме этого, между членами команды должно быть четкое разграничение функций, т.к. их пересечение, или наоборот пробелы, принесут провал в деятельности команды [5, с. 65].

3. «Проблема межкультурных, этнических и социальных противоречий, а также политических разногласий» [6]. Данный аспект является особо актуальным в настоящее время в виду огромных политических разногласий и наличия международных санкций.

4. «Трансформация системы управления и лидерства. В условиях виртуальной команды видоизменяется роль лидера» [6] в виду сужения его харизматичного влияния на поведение сотрудников. Таким образом, авторитарность и диктатура в виртуальной команде не присуща [4, с. 88]. Оценить управленческое воздействие также затруднительно в виду отсутствия прямого контакта руководителя и подчиненного.

5. «Проблема «общего языка» и коммуникации» [6]. Данная проблема связана с необходимостью создания единого языка для общения и единого коммуникационного поля сотрудников команды.

6. Проблемы формирования командного духа. Это представляется трудным в организации в виду дистанционирования членов команды.

Итак, в работе проведена оценка управленческих возможностей в виртуальных командах. Подчеркнута видоизмененная роль лидера в подобных командах, так как лидерские качества, основанные на жесткой управленческой централизации в виртуальных командах, невозможны.

Виртуальные команды как ответ на развитие информационных технологий представляют дополнительные возможности для расширения бизнес-пространства. Тем не менее, они не лишены и ряда недостатков, что не снижает эффективности применения виртуального командообразования на практике.

Литература:

1. Алиев И. Г. Эффективное управление «виртуальными» проектными командами. — М: СОЛОН-Пресс, 2020.

2. Макаренченко М. А. Особенности виртуального командообразования в условиях цифровизации. — СПб: Питер, 2018.
3. Пауэл А. Виртуальные команды разработки URL: <https://www.osp.ru/os/2019/10/13044386> (дата обращения: 10.03.2022)
4. Карякин А. М. Командная работа: основы теории и практики. — Иваново: Иван. гос. энерг. ун-т, 2019.
5. Карякин А. М., Никольская Е. Е. Виртуальные команды: определение и классификация // Научно-практические исследования. — № 6. — 2018. — С. 65–78.
6. Что такое виртуальная команда и как ее построить? (часть 1. Виртуальная команда и ее особенности) [Электронный ресурс] — <https://newsfrol.ru/23/6628/> (дата обращения: 5.03.2022).

Анализ корпоративной культуры ПАО «Уралкалий»

Тиунова Юлия Витальевна, студент

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

В статье представлена важность корпоративной культуры. Проблемы корпоративной культуры: напряженный психологический климат в организации; на предприятии и т.д. Для решения данных проблем необходимо совершенствование корпоративной политики, что приведет к повышению производительности и сокращению текучести кадров и повышению удовлетворенности работой сотрудников.

Ключевые слова: корпоративная, культура, ритуал, традиции, лозунги, организационные табу.

Корпоративная культура, как ресурс организации, бесценна. Она может быть эффективным средством управления персоналом и незаменимым маркетинговым инструментом. Развитая культура формирует имидж компании, а также является неотъемлемой частью процесса построения бренда. Полагаться на стихийную корпоративную культуру опасно. Ее невозможно контролировать и трудно исправить. Поэтому так важно уделять должное внимание внутренней культуре организации, формировать ее и в случае необходимости корректировать [1].

Для исследования выбрано ПАО «Уралкалий» — основной международный производитель калия, одного из самых важных элементов почвенного плодородия. На долю Компании приходится около 20% мирового выпуска калийных удобрений. Продукция ПАО «Уралкалий» поставлялась на рынок более 70 странам мира.

Компонентами корпоративной культуры предприятия ПАО «Уралкалий» являются:

1. принятая система лидерства, в нашем случае преобладает авторитарная.
2. стили разрешения конфликтов: чаще всего компромисс, сотрудничество, приспособления.
3. действующая система коммуникации: информация передается устно, а также в бумажном и электронном виде.
4. положение индивида в организации: каждый сотрудник имеет права и обязанности, которое прописаны в должностной инструкции.
5. особенности гендерных и межнациональных взаимоотношений: на предприятии работают в основном русские, но есть также сотрудники других национальностей, например, казахи, татары. Рабочие чаще всего мужчины, руководителями являются как мужчины, так и женщины. А служащие чаще всего женщины.
6. принятая символика: лозунги, организационные табу, ритуалы. В ПАО «Уралкалий» создан фирменный стиль.

Ежегодно проводятся корпоративные праздники: Новый год, 23 февраля, 8 марта, день рождения компании. Каждый новый сотрудник проходит стажировку в организации в течение трех месяцев.

Результаты опросника «Этапы формирования корпоративной культуры предприятия» (ККП) по всем параметрам представлены в таблице 1.

В ходе исследования были сделаны следующие выводы:

1. Средний уровень по шкале «субъективная оценка организации сотрудником» (СООС) соответствует позитивному восприятию сотрудником организации и своего места в ней, что не исключает поиски других вариантов. В ПАО «Уралкалий» средний балл равен 1,75.
 2. Средний уровень по шкале «Оценка личности руководителя» предполагает нормальное эмоциональное отношение работников к своему руководству, признание его позитивных и негативных черт.
 3. Низкий уровень по шкале «Удовлетворённость коммуникациями в организации» характеризует неудовлетворённость сотрудников психологическим климатом и стилем коммуникаций, принятом в организации. Сотрудники не чувствуют своей принадлежности организации.
 4. Баллы по каждой из субшкал шкалы «Основные маркеры организации» показывают уровень выраженности соответствующего маркера. По каждой субшкале в ПАО «Уралкалий» получены баллы в диапазоне от 1,39 до 2,22, то есть высокие.
 5. Средний балл соответствует удовлетворённости работы управленческой команды, но не исключает ситуативные проблемы. В ПАО «Уралкалий» балл равен 2,22.
 6. Средний балл свойственен организациям, либо находящимся в процессе формирования, либо завершающих свой жизненный цикл. В ПАО «Уралкалий» средний балл равен 2,02.
- Так же в рамках данного исследования был проведен опрос, в котором приняли участие 80 сотрудников (более 50%). В част-

Таблица 1. Результаты опросника «Этапы формирования корпоративной культуры предприятия» (ККП)

Параметр	Средний балл
1	2
субъективная оценка организации сотрудником (СОГС)	1,75
оценка личности руководителя (ОЛР)	2,17
удовлетворённость коммуникациями в организации (УКО)	1,48
основные маркеры организации (ОМО):	
дистанция власти	1,39
индивидуализм — коллективизм	2,23
Стремление к избеганию неопределенности	1,99
маскулинность — феминность	2,07
временной горизонт ориентации на будущее	2,22
управление персоналом (УП)	2,22
уникальность идеи организации для сотрудника (УИО)	2,02

ности, было проведено исследование терминальных ценностей. Результаты опроса представлены на рисунке 1.

В процессе опроса были выявлены предпочтения представителей данного предприятия. Сотрудники «Уралкалий» выбрали следующие терминальные ценности (ценности-цели):

- 1) 35% опрошенных отдали предпочтение здоровью;
- 2) 32% опрошенных сотрудников отдали предпочтение счастливой семейной жизни;
- 3) 29% опрошенных сотрудников отдали предпочтение любви;
- 4) 26% опрошенных сотрудников отдали предпочтение уверенности в себе;
- 5) 23% опрошенных сотрудников отдали предпочтение жизненной мудрости.

Далее было проведено исследование инструментальных ценностей. Результаты опроса представлены на рисунке 2.

Инструментальными ценностями, которые предпочли работники «Уралкалий» оказались следующие: воспитанность — 38%, честность — 35% и т.д.;

Проблемы корпоративной культуры:

1. Напряженный психологический климат в организации;
2. На предприятии недостаточно ритуалов и традиций;
3. Стратегия развития большинством сотрудников не понятна;
4. Сотрудниками организации не характерны преданность делу и взаимное доверие;
5. Низкий уровень коллективизма, индивидуализм в организации преобладает, что негативно сказывается на функционировании деятельности предприятия.

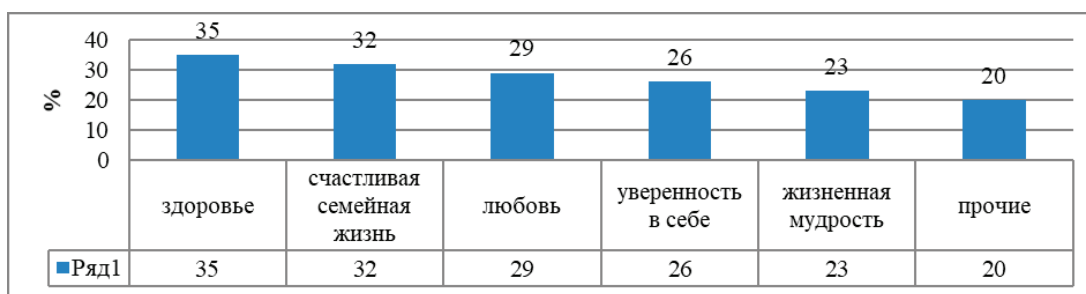


Рис. 1. Результаты опроса по исследованию терминальных ценностей работников «Уралкалий»

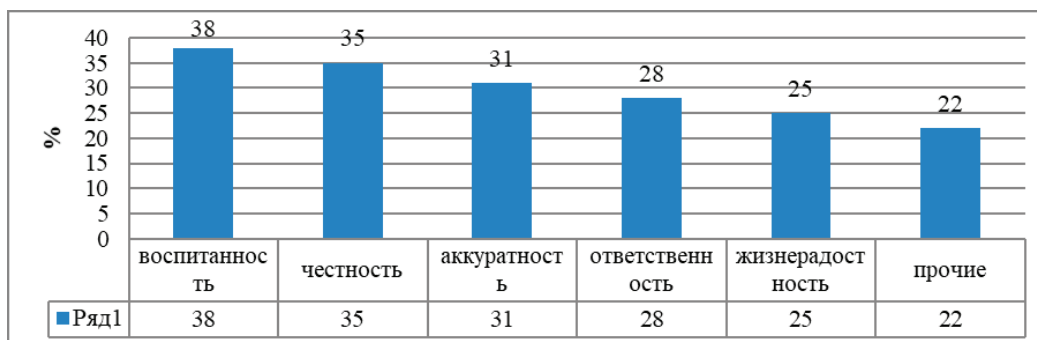


Рис. 2. Результаты опроса по исследованию инструментальных ценностей работников «Уралкалий»

Для решения данных проблем необходимо совершенствование корпоративной политики, что приведет к повышению

производительности и сокращению текучести кадров и повышению удовлетворенности работой сотрудников.

Литература:

1. Дробаха Ю.В. Корпоративная культура как фактор успешного развития компании (на примере «большой четверки») // В сборнике: Реформы в России и проблемы управления — 2017. Материалы 32-й Всероссийской научной конференции молодых ученых. 2017. С. 39–40.
2. Перекрестова В. А., Фурсова П. В. Корпоративная культура и ее роль в жизни организации // Человек. Социум. Общество. 2020. № 8. С. 15–21.
3. Тищенко Н. Н., Лучинкина А. И. Методические особенности исследования корпоративной культуры организации // Человеческий капитал. 2021. № 7 (151). С. 87–94.

Определение эффективности бизнес-процессов компании

Шалахметов Даурен Маратович, студент магистратуры
Алматы Менеджмент Университет (Казахстан)

Ключевые слова: бизнес-процесс, корпоративная культура, Анализ финансово-экономической деятельности.

Формирование организационной структуры компании зависит от множества факторов внутренней и внешней среды. Организационная структура автономной организации образования должна обладать определенным организационным потенциалом, который бы позволил оставаться конкурентоспособным и актуальным в условиях нестабильности внешней среды, в том числе в условиях рынка труда с меняющимися требованиями к навыкам, быстрого роста технологий и глобализации.

Бизнес-процессы организационной структуры является тем стержнем, который должен обеспечивать надежное функционирование системы управления в целом. В процессе функционирования предприятий высшее руководство может изменять и совершенствовать действующую организационную структуру управления. В любом случае следует использовать ту организационную структуру управления, преимущества которой могли бы использоваться максимально полно, а недостатки нивелироваться управленческим персоналом. В плане эффективности совершенствования организационных структур управления наибольший интерес представляют проектная, матричная и сетевая структуры.

В целом, совершенствование и оптимизация бизнес-процессов управления позволяет в значительной мере повысить эффективность общей системы менеджмента организации, её конкурентоспособность и адаптивность к условиям внутренней и внешней среды.

Выполнение бизнес-процессов так же зависит от степени вовлеченности сотрудников и существующей корпоративной культуры внутри компании. Под корпоративной культурой понимают, систему общих ценностей и норм, которые в полной мере определяют типичные поведенческие стереотипы, принимаемые всеми членами трудового коллектива. Кроме того, корпоративная культура — это также и общий моральный климат

в коллективе, который помогает работникам понять цель деятельности в целом (смысл их каждодневных действия и операций, того, ради чего в целом они работают), и общий механизм его функционирования.

Корпоративная культура проявляется в поведении, взаимодействии, восприятии себя и других в трудовом коллективе, как определенной социальной среде, система корпоративной культуры целенаправленно формируется в рамках общей принятой в стратегии управления [1].

Корпоративная культура выступает своего рода опорой, вокруг которой собираются все сотрудники — те, кто считает трудоспособность, умение работать в команде, профессионализм, взаимопонимание и взаимную поддержку, прочие факторы основными нормами трудовой деятельности.

Таким образом, корпоративная культура является важным условием успешной деятельности и поступательного развития компании, фундаментом для ее динамичного роста, неким гарантом постоянного стремления к повышению своей эффективности.

Неотъемлемыми составляющими элементами корпоративной культуры субъекта хозяйствования выступают:

- 1) взаимоотношения в коллективе, именно они позволяют работать сплоченно в направлении достижения целей;
- 2) стиль управления, именно он оказывает влияние на дух коллектива, стремления идти вперед за своим лидером;
- 3) символы компании, с чем будет ассоциироваться компания, по сути, это некий талисман;
- 4) фирменный стиль;
- 5) культура труда;
- 6) культура коммуникаций;
- 7) правовая культура;
- 8) профессиональная этика;
- 9) набор базовых ценностей;
- 10) нормы трудового поведения.

Соответственно, корпоративная культура выступает основой формирования эффективной рабочей среды, способной оказать позитивное воздействие на все внутренние факторы и процессы для успешного развития предприятия, а также качественного выполнения всего спектра трудовых операций и процессов [2, 3, 4].

Методология

Важнейшей методологической проблемой при оценке эффективности структурных преобразований является качественное выделение и количественное определение факторов влияния организационной структуры на результативность управления. [5, 6, 7]

Эффективность существующих бизнес-процессов определяется результативностью и достижением поставленных целей компании. Для определения используются методы количественных показателей, аналогий, экспертного и структуризации целей, анализа финансово-экономической деятельности.

Метод структуризации целей предусматривает выработку системы целей организации, включая их количественную и качественную формулировки, и последующий анализ организационной структуры с точки зрения их соответствия системе целей.

При его использовании выполняются следующие этапы:

- определение системы целей;
- экспертный анализ организационной структуры.

В процессе анализа организационной структуры решаются следующие задачи:

- определение вида структуры управления;
- уточнение состава и количества подразделений по уровням управления;
- определение состава и численности управленческого персонала;
- определение характера соподчинённости между звеньями организации.

Этапы исследования описаны в таблице 1.

Таблица 1. Этапы исследования

Этап	Содержание
1. Анализ внешнего окружения, стратегии эффективности исполнения показателей деятельности.	Анализ стратегии, миссии, целей.
2. Предпроектный анализ	1. Оценка потребности в организационных изменениях 2. Структурно-логическая связь миссии, целей стратегии и функций
3. Диагностика организационной структуры количественными методами (формирование первичных данных)	1. Формирование первичных общих данных об организационной структуре (количество персонала, по подразделениям, организациям и стратегическим функциям организации) 2. Определение количества уровней управления 3. Определение количественных показателей оценки организационной структуры управления 4. Первичная оценка соответствия организационной структуры системе стратегических целей
4. Выявление организационных патологий	Анализ полученных результатов предыдущих этапов
5. Основные направления организационных изменений	Формирование направлений изменений на основе выявленных организационных патологий
Примечание: составлено автором	

Широкое распространение имеет оценка работы аппарата управления по его экономичности, где критериями анализа являются укрупненные отраслевые нормативы численности управленческого аппарата по функциям, типовые структуры и штаты, лимиты административных расходов. Этот подход не отражает связи между регламентируемыми затратами на управление и результатами и не позволяет в полной мере использовать их для оценки эффективности управления.

Анализ финансово-экономической деятельности организации

Чаще всего последовательно или параллельно применяют несколько методик. Это позволяет получить полную картину финансового состояния в разных разрезах.

Вертикальный анализ

В основе этого вида анализа — то, что итоговые показатели (на отчетную дату) принимаются равными 100%. Далее отдельные части (статьи) выражаются в виде процентов от целого.

Горизонтальный анализ

Второе название этого подхода — временной (динамичный). В его процессе данные, имеющиеся на отчетную дату, сравниваются с аналогичными данными за прошедший период (например, сравнивается собственный капитал на начало и конец 2–3 предшествующих лет).

В процессе отслеживается не только скорость роста отдельных статей, но и выявляются тенденции изменений.

Горизонтальный анализ особенно важен для компаний, деятельность которых существенно зависит от сезонности.

Важно! Вертикальный и горизонтальный анализы дополняют друг друга, рекомендовано их параллельное выполнение.

Сравнительный (пространственный) анализ

Главное в этом подходе — сопоставление между собой отдельных групп показателей. При этом по группам разбивается финансовая отчетность филиалов, подразделений компании. В качестве базы для сравнения могут выступать данные по таким же группам показателей у конкурентов или в целом по отрасли:

- сравнение с конкурентами помогает понять, какие меры помогут занять выгодную позицию по отношению к конкретным компаниям;
- сравнение со средними показателями по отрасли показывает резервы, задействовав которые можно улучшить свои показатели;
- сравнение сопоставимых данных между подразделениями компании дает пространство для маневра внутри компании и перераспределения ответственности и ресурсов между отделами;
- сравнение текущих показателей с плановыми позволяет вовремя отследить отставание или опережение компанией и принять меры для исправления ситуации и извлечения из нее пользы.

Трендовый анализ. Разновидность горизонтального анализа, выделяемая в отдельный метод. Суть его в том, что показатели какого-то периода принимаются базовыми. С этой базой сравниваются показатели других периодов. На основе выявленных отклонений формируется тренд. Этот тренд служит основой для построения прогнозов на перспективу.

Факторный (интегральный) анализ. Данный метод подразумевает использование многомерного статистического анализа. Исследуется влияние отдельных факторов на общий результат. В рамках этого метода берутся во внимание внутренние

и внешние факторы, оказывающие воздействие на предприятие:

- законодательные изменения;
- колебание уровня цен (как на продукцию, так и на ресурсы для ее производства);
- социально-экономические изменения в регионах, где работает компания, ее подрядчики и клиенты.

При факторном анализе каждый фактор может быть разложен на ряд составляющих.

Анализ коэффициентов (относительных показателей) рассчитываются показатели платежеспособности и ликвидности.

Опрос

Данный метод сбора информации об объекте исследования по средствам общения интервьюера и респондента. При этом регистрируются ответы респондента на вопросы, вытекающие из целей и задач исследования.

Информационным обеспечением исследования является база данных об организационной структуре управления и данные опроса.

Опросный лист сотрудников организации образования.

Заполняющий анкету должен определить, насколько он согласен или не согласен с данными положениями, используя шкалу из семи пунктов:

- 1 — Полностью согласен
- 2 — Согласен
- 3 — В некоторой степени согласен
- 4 — Нейтральное отношение
- 5 — В некоторой степени не согласен
- 6 — Не согласен
- 7 — Полностью не согласен. Выбранный ответ отметьте кружочком.

№	Утверждение	1	2	3	4	5	6	7
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Я знаю и хорошо представляю себе цели организации	1	2	3	4	5	6	7
2	Организация работы в Компании является эффективной	1	2	3	4	5	6	7
3	Руководители подразделений всегда готовы выслушать новые идеи	1	2	3	4	5	6	7
4	У моего непосредственного руководителя есть полезные советы, помогающие в работе подразделения и рабочей группе	1	2	3	4	5	6	7
5	В компании производится регулярная оценка процедур и форматов на предмет их соответствия текущим требованиям	1	2	3	4	5	6	7
6	Мы регулярно достигаем поставленных целей	1	2	3	4	5	6	7
7	Цели компании четко определены	1	2	3	4	5	6	7
8	Должностные инструкции и формат подразделений являются гибкими	1	2	3	4	5	6	7
9	Уровень документооборота не большой и не сложный	1	2	3	4	5	6	7
10	Стиль руководства высшего звена управления не консервативный скорее гибкий	1	2	3	4	5	6	7
11	Методы работы постоянно пересматриваются и улучшаются	1	2	3	4	5	6	7
12	Результаты являются следствием целенаправленной работы работников для их достижения	1	2	3	4	5	6	7
13	Распределение обязанностей является ясными и четкими	1	2	3	4	5	6	7

№	Утверждение	1	2	3	4	5	6	7
14	У меня хорошие взаимоотношения с работниками своего и других структурных подразделений	1	2	3	4	5	6	7
15	В компании установлен оптимальный уровень регламентации процессов и контроля	1	2	3	4	5	6	7
16	Работа постоянно оценивается моим руководителем	1	2	3	4	5	6	7
17	Работники всегда стремятся снизить затраты и лучшему использованию ресурсов	1	2	3	4	5	6	7
18	Приоритеты Университета осознаются всеми сотрудниками	1	2	3	4	5	6	7
19	Часто происходит поиск улучшения методов работы	1	2	3	4	5	6	7
20	Для выполнения поставленных задач сотрудники эффективно взаимодействуют друг с другом	1	2	3	4	5	6	7
21	Для выполнения поставленных задач подразделения эффективно взаимодействуют друг с другом	1	2	3	4	5	6	7
22	Университет имеет внутренние возможности для осуществления изменений	1	2	3	4	5	6	7
23	Работа, которую выполняют работники, всегда является нужной и результативной	1	2	3	4	5	6	7
24	В моем подразделении цели, задачи и обязанности всех сотрудников определены четко	1	2	3	4	5	6	7
25	Как организована работа в компании, у большинства сотрудников вызывает чувство удовлетворения	1	2	3	4	5	6	7
Примечание: составлено автором								

Наибольшие показатели указывают, что данные блоки являются слабой стороной организации. Наименьшие указывают на сильные стороны.

Результаты диагностики анализируются по группам. Для этого баллы вопросов каждой группы суммируются и делятся на 5 и на количество респондентов.

По результатам исследования приведенных методик проводится итог деятельности организации и делаются соответствующие выводы. Стратегические решения принимаются на основе SWOT и PEST анализов.

Литература:

1. Макеев В. А. Корпоративная культура как фактор эффективной деятельности организации / В. А. Макеев.— М.: Ленанд, 2017.— 248 с.
2. 12 атрибутов корпоративной культуры <https://amteckazan.com/novosti/12-atributov-korporativnoy-kultury/>
3. Атрибуты корпоративной культуры <https://www.hrdirector.ru/article/65809-qqq-15-m12-osnovnye-atributy-korporativnoy-kultury>
4. Корпоративная культура в современном бизнесе: типы, уровни и лучшие примеры. <https://kirulanov.com/korporativnaya-kultura-v-sovremennombiznese/>
5. Громов А. И. Управление бизнес-процессами: современные методы. монография / А. И. Громов, А. Фляйшман, В. Шмидт.— Люберцы: Юрайт, 2016.— 367 с.
6. Тельнов Ю. Ф. Инжиниринг предприятия и управление бизнес-процессами. Методология и технология: Учебное пособие / Ю. Ф. Тельнов, И. Г. Фёдоров.— М.: ЮНИТИ, 2017.— 176 с.
7. Производительность труда. Ее показатели и измерители [tps://taaspect.by/project-materials/proizvoditelnost-truda](https://taaspect.by/project-materials/proizvoditelnost-truda)

МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА И PR

Возможности интернет-маркетинга в продвижении программ дополнительного образования

Кривошеева Татьяна Валерьевна, студент магистратуры
Оренбургский государственный педагогический университет

В условиях современной экономической системы необходимо адаптироваться к изменяющимся условиям, получать новые компетенции, повышать квалификацию, чтобы оставаться востребованным специалистом на современном рынке труда, так как меняются не только экономические требования, но и требования социокультурной среды и требования, предъявляемые работодателем к своим сотрудникам.

В современном мире все меняется. Многие профессии и профессиональные компетенции устаревают даже раньше, чем студент получит образование. Поэтому в наши дни становится особенно актуальной концепция «непрерывного образования». Дополнительное профессиональное образование является частью этой концепции и одной из ступеней образования.

Для освоения новой профессии, изучения новых инструментов или приобретения практических навыков и узконаправленных компетенций стало необходимо постоянно продолжать обучение.

В соответствии с определением, данным в Федеральном законе «Об Образовании» дополнительное образование — это вид образования, который направлен на всестороннее удовлетворение образовательных потребностей человека в интеллектуальном, духовно-нравственном, физическом и (или) профессиональном совершенствовании и не сопровождается повышением уровня образования [1].

Новые знания и умения, полученные с помощью дополнительного образования, потому что они:

— способствуют карьерному росту (работодатель точно не расстроится, если, помимо выполнения основных обязанностей, сотрудник способен провести переговоры на китайском или самостоятельно разобраться со сложной компьютерной программой);

— дают свободу и расширяют возможности (понимая, как устроены те или иные процессы, люди быстрее реагируют на изменения);

— расширяют круг общения (интерес к новым сферам часто приводит к новым знакомствам);

— улучшают качество и продолжительность жизни.

Исследования рынка образовательных услуг показывают, что решающим фактором, влияющим на спрос образовательных программ, стала информированность.

Условия рынка вынуждают образовательные учреждения, которые еще вчера полагались на свой имидж и естественный поток абитуриентов, активно заниматься рекламой и продвижением. А все потому, что конкуренция активно растет, а представления молодых людей о качественном образовании меняются. Многие предпочитают учиться дистанционно или использовать интернет-сервисы. Чтобы развиваться в непривычных новых условиях, образовательные организации должны использовать все возможные инструменты продвижения. В первую очередь — Интернет.

С целью продвижения программ дополнительного образования все чаще и активнее стали применять интернет-маркетинг, особенно нам наглядно это показал 2020 год — год пандемии, самоизоляции и повсеместных ограничений.

Интернет стал главным источником информации в связи с тем, что именно там необходимая аудитория. Обширные возможности для коммуникаций и обратной связи, а также возможность показывать рекламу только определенной целевой аудитории. Много инструментов рекламы и продвижения: найдутся идеальные инструменты для каждого индивидуального случая

Е. А. Петрик считает, что интернет-маркетинг — это теория и методология организации маркетинговой деятельности в среде Интернета [2].

Севостьянов И. О. под интернет-маркетингом рассматривает практику использования всех аспектов традиционного маркетинга в Интернете, затрагивающую основные элементы маркетинга: цена, продукт, место продаж и продвижение [3].

Успенский И. В. под интернет-маркетинг понимает теорию и методология организации маркетинга в медийной среде Интернета. [4]

Таким образом, интернет-маркетинг — это практика использования всех инструментов современного маркетинга в интернете, продвижение товаров и услуг через онлайн-сервисы.

Интернет-маркетинг в системе продвижения образовательных услуг рассматривается достаточно многогранно: как теория и методология организации маркетинговой деятельности, как проведение маркетинговых исследований, как изучение спроса на товары и услуги и их продвижение, как позиционирование товара или услуги, как реклама, баннерная реклама.

На сегодняшний день продвижение программ дополнительного профессионального образования посредством интернета является наиболее эффективным способом донесения информации до потенциального потребителя. Одним из ключевых факторов для этого стало распространение новой коронавирусной инфекции Ковид-19. Единственным возможным способом для получения дополнительного профессионального образования стали электронные ресурсы, активно продвигаемые инструментами интернет-маркетинга.

Основными способами продвижения программ дополнительного образования в среде интернет могут быть:

- сайт или портал образовательного учреждения с полной качественной информацией о требуемой программе, форме обучения, а также содержании программы. Качественно наполненный сайт повышает узнаваемость бренда образовательного учреждения, улучшает имидж организации и повышает уровень доверия целевой аудитории;

- медийная реклама, включающая в себя традиционные рекламные баннеры, тизеры, видеоблоки на популярных сайтах, или даже мобильная баннерная рекламная информация, которая бы кратко информировала;

- контекстная реклама — тип интернет-рекламы, при котором рекламное объявление показывается в соответствии с содержанием, контекстом интернет-страницы. Контекстная реклама действует избирательно и отображается посетителям интернет-страницы, сфера интересов которых потенциально совпадает/пересекается с тематикой рекламируемого товара либо услуги, целевой аудитории, что повышает вероятность их отклика на такую рекламную запись;

- поисковый маркетинг и оптимизация (SEO) — комплекс мероприятий, направленный на увеличение посещаемости сайта его целевой аудиторией с помощью поисковых машин, за счет чего увеличивается видимость сайта в поисковых системах за счет по ключевым запросам);

- маркетинг в социальных сетях (SMM) — процесс привлечения внимания через социальные платформы. Это комплекс мероприятий по использованию социальных медиа в качестве каналов для продвижения услуг и решения других бизнес-задач, например программ ДПО

- E-mail-маркетинг — один из наиболее эффективных инструментов интернет-маркетинга. Он позволяет выстраивать прямую коммуникацию между образовательной организацией и потенциальными или существующими клиентами.

Еще одним инструментом для повышения эффективности интернет-маркетинга является использование контент-маркетинга. Контент-маркетинг можно кратко охарактеризовать как «предоставление контента, в местах, которые ищет ваша аудитория». Контент-маркетинг широко представлен в цифровом маркетинге и является очень успешным средством для повышения эффективности. Это связано с тем, что контент-маркетинг делает бренд более актуальным и заметным для целевых потребителей.

Таким образом, возможности продвижения программ дополнительного образования с помощью инструментов интернет-маркетинга многообразны и неограниченны, и при грамотном их использовании и эффективно организованной системы продвижения приток студентов и слушателей будет обеспечен.

Литература:

1. Федеральный Закон «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012 № 273-ФЗ.
2. Петрик Е. А. Интернет-маркетинг: учеб. пособие.— Московская финансово-промышленная академия — М.: 2004.
3. Севостьянов И. О. Поисковая оптимизация. Практическое руководство по продвижению сайта в Интернете.— СПб.: «Питер», 2010.— 240 с.
4. Успенский И. В., Интернет-маркетинг. Учебник.— СПб.: Изд-во СПГУЭиФ, 2003.

Оценка эффективности выставочной деятельности организации

Любарская Кристина Алексеевна, студент магистратуры
Новосибирский государственный университет экономики и управления

В статье рассматривается оценка эффективности выставочной деятельности организации. Рассматривается современная выставка как эффективное средство продажи, но и как средства связи и обмена информацией. Рассмотрены практические рекомендации по проведению выставочной деятельности товаропроизводителей товаров для рукоделия.

Ключевые слова: выставочная деятельность, эффективность, механизм коммуникации, планирование, инструменты коммуникационной политики, реклама.

Организация выставочной деятельности в России сейчас становится все более актуальной. Информацию о предложении по продажам и организациях, предлагающих товары, потребители получают в процессе маркетинговых коммуникаций.

Теперь участие организации в выставках все чаще включается в элементы маркетинговых коммуникаций. Раньше внимание уделялось в основном общим, технологическим вопросам выставочной деятельности. Исследования эффектив-

ности участия в выставке делают только первые шаги, особенно в России [5].

Актуальность темы также обусловлена растущим профессионализмом экспонентов, их стремлением оптимизировать маркетинговые бюджеты.

Выставка является не только источником информации о развитии отрасли, отдельных организаций, но и эффективным маркетинговым инструментом, а также установления личного контакта с партнером экспоненты, который может определить свои потребности, донести до него значительный объем полезной информации, тем самым обеспечив себе потенциал для получения прибыли в будущем.

Результат участия в выставке во многом определяется эффективностью организации и управления этим процессом. Из вышесказанного следует, что актуальной является выбранная тема, связанная с коммуникационными аспектами организации выставочной деятельности экспонента и оценки ее эффективности [3].

В настоящее время работы по вопросам организации и планирования выставочной деятельности отечественных предприятий товаропроизводители товаров для рукоделия могут быть подразделены на две категории:

1) Работы теоретического плана, содержащие аналитические модели и рекомендации по поводу того, что организации должны делать на выставке;

2) Эмпирические исследования, целью которых является непосредственный анализ выставочной деятельности предприятий; эмпирические исследования, фокусирующиеся в основном на общих вопросах организации выставочной деятельности и затрагивающие лишь некоторые аспекты выставочной деятельности как канала маркетинговой коммуникации.

Выставочная деятельность предполагает целенаправленную, заранее спланированную деятельность товаропроизводители товаров для рукоделия, конечная цель которой является поиск новых потребителей, закрепление отношений со старыми и заключение с ними договоров купли-продажи продукции.

В этом контексте особую актуальность приобретает применение концепции маркетингового взаимодействия, основная идея которой заключается в том, что объектом управления является не совокупное решение, а отношения/коммуникация с покупателем и другими участниками процесса продаж.

В соответствии с концепцией маркетингового взаимодействия современная выставка является не только эффективным средством продаж, но и существенными средствами связи и обмена информацией. При этом особенность коммуникаций заключается в их планировании, разработке, анализе и оценке, не только исходя из объемов продаж, но, прежде всего, их влияния на поведение конкретного потребителя.

Для целей коммуникации очень важно следующее. Даже если приоритетом выставочной деятельности является только установление необходимых для продажи отношений, в интересах товаропроизводителей товаров для рукоделия также могут быть установлены связи с общественностью.

Здесь также можно следить за конкурентами, чтобы изучить рынок. Любой, кто представляет новинки, также может использовать выставку для стимулирования продаж и для рекламы.

Далеко идущие перспективы открываются благодаря возможности личного контакта с большим числом заинтересованных лиц, чего не могут обеспечить никакие другие средства связи.

Рассмотрим механизм коммуникации на выставке. Коммуникационный процесс — это обмен новостями и информацией. На выставочных мероприятиях обычно происходит обмен информацией, а участник выставки со своим стендом, своим товаром и его персоналом поначалу выступает первичным передатчиком информации, а посетитель сначала выступает получателем информации, но затем также активно вступает в процесс информационного обмена. Выставочное мероприятие берет на себя роль средств связи. В этом смысле центральной функцией торговых ярмарок и выставок является коммуникативная функция.

Инструментами коммуникационной политики компании являются реклама, продвижение продаж, индивидуальные переговоры по продажам и связи с общественностью. В рамках выставочного мероприятия может быть достигнута высокая интенсивность личных контактов между экспонентами и посетителями. Выставка позволяет интенсивнее сообщать информацию о продукте или услуге, так как ее можно увидеть самостоятельно.

Кроме того, участие или посещение выставки в значительной степени является событием.

«По сравнению с другими коммуникативными средствами выставка приобретает особое значение благодаря многофункциональности. Никакие другие средства связи не могут использоваться так индивидуально, и нигде больше нельзя вступить в такой прямой контакт с покупателем, чтобы вызвать у него потребность в информации или, соответственно, удовлетворить уже существующую потребность в информации» [1].

Поэтому в рамках выставки изменения в структуре закупок и тактике приобретения могут быть более вероятными и более непосредственно восприняты. Личный контакт, завязанный в выставочном зале, создает ощущение срочности, которое позволяет ускорить решение о покупке. Американский центр исследований выставочной статистики (CEIR) сообщает, что выставки являются первым источником информации, необходимой для покупки 90% представителей руководства компаний и организаций [4].

Выставки — это идеальное место для создания личных, доверительных отношений, которые больше всего ценятся в мире современного бизнеса.

Согласно исследованию авторитетного американского агентства Simmons, 80% посетителей считают выставку «бесценной возможностью обсудить проблемы с другими специалистами в профессии или отрасли».

76% посетителей приходят на выставку с заранее составленной программой посещения тех или иных объектов.

Выставки также являются отличным инструментом исследования рынка. На выставках конкурирующие компании предлагают потенциальному покупателю разные, похожие и часто однотипные продукты. В результате посетители, собиравшие «конкурентную информацию» в короткие сроки, имеют возможность сравнения. 94% посетителей используют выставки как средство сравнения аналогичной продукции.

В коммуникативном аспекте выставки служат платформой для распространения информации, запуска и тестирования

инновационных процессов в отрасли. Как выразился У. Маккинли, выставки — это «хронометристы прогресса» [1].

Статистика показывает, что 50% посетителей посещают выставку новых продуктов и достижений, а 81% посетителей используют выставку для сбора актуальной информации о последних достижениях и тенденциях в отрасли, в которой они работают.

Рассмотрим практические рекомендации по проведению выставочной деятельности. Ключевым фактором является организация выставки. Основные рекомендации таковы.

Прежде чем начнется выставка, каждый сотрудник, работающий на стенде, должен быть проинструктирован и знать свою задачу;

Получить информацию от посетителя выставки является не менее важным, чем ее предоставить. Важно также записать важные факты из разговоров посетителей и реакцию на собственную и конкурентную продукцию, систему аргументации (это будет полезно при разработке дальнейших маркетинговых мероприятий);

Если на стенде раздаются каталоги и другие рекламные материалы, то важно, чтобы работники компании умели определять посетителей, которым действительно необходимо предоставить соответствующие материалы. Иначе раздаточные материалы будут использованы неэффективно;

Все контакты, которые происходят на выставке; необходимо документировать. Для этого следует разработать простую (не более 5 пунктов) опросную анкету;

Следующий блок рекомендаций касается технологичности стенда. Например, на стенде, можно на огромных ЖК-панелях показать беспрецедентные 3D-проекты и онлайн-сервисы, разработанные компанией.

До сих пор на выставках никто не использует технологии дополненной реальности. Дополненная реальность (Augmented Reality, AR) — это технология, которая ориентирована на использование компьютеров для совмещения реального мира и компьютерных объектов, которые сгенерированы в реальном времени. В качестве примера приведем, гость подносит к плазменной панели или проекционному экрану специальный маркер. Маркером может быть любое изображение: абстрактный тэг, логотип или фотография. В плазменной панели, как в зеркале, гость видит свое отражение, но вместо маркера, в своих руках он держит, например, изделия современного рукоделия.

В настоящее время на выставках не показывают стереофильмы. Пользующиеся широкой популярностью среди зрителей, стереофильмы имеют высокую степень воздействия на них и могут быть использованы в качестве скрытой рекламы компаниями. Таким образом, их показ привлечет внимание к стенду.

Литература:

1. Александрова Н., Сорокина Е., Филоненко И. Выставочный менеджмент. М., Промэкспо. 2019. — 963 с.
2. Бердышев С. Н. Организация выставочной деятельности. М., «Дашков и К», 2019. — 658 с.
3. Назаренко Л. Ф. Выставка как инструмент маркетинга — М.: Финпресс, 2019. — 654 с.
4. Петелин В. Г. Основы менеджмента выставочной деятельности: Учебник для студентов вузов издательство. М., Юнити-Данагод, 2015. — 458 с.
5. Семенцова Т. Современные технологии выставочного маркетинга // Вопросы экономики, 2020. № 3.

Таким образом, подготовка к выставке, проведение выставки является важным элементом в системе маркетинговых коммуникаций. Качественное проведение выставки определяет ее эффективность и в целом влияет на увеличение клиентов компании. Выставки являются важным, универсальным и высокоэффективным бизнес-инструментом. В развитой экономике выставки стали неотъемлемой частью всего маркетингового комплекса наряду с прямыми продажами, рекламой, рассылкой и размещением информации в Интернете. Выставка является элементом маркетинговых коммуникаций.

Маркетинговые функции выставки: выставка является концентрированным представлением существующей на рынке ситуации в той или иной области. Принимая участие в выставке, компания может четко прояснить для себя ситуацию на рынке: примерное количество конкурирующих организаций, ассортимент и качество их продукции, услуги, которые доступны покупателям таких товаров.

Компания может проследить зависимость стоимости представленных на выставке товаров от их качества. Это во многих случаях помогает самой компании корректировать ценовую политику. На выставке аналитики предприятия могут прояснить ситуацию на рынке, то есть определить, какие ниши аналогичных или смежных товаров еще не заняты на рынке, а также просчитать целесообразность запуска новой линейки товаров [2].

Выставка, в отличие от газетных изданий, телерадиопередач, воспринимается всеми посетителями как эмоциональное событие, влияющее на все человеческие чувства. При прямом контакте с потребителями компания может более четко формировать отношение к себе и продуктам.

Участие в выставке позволяет осуществить самые разнообразные цели. В частности, компания на выставке может: проводить исследования рынка и обмениваться мнениями; выявлять тенденции развития; расширить сеть представителей; заложить основы сотрудничества; наблюдать за работой конкурентов; наладить контакт с новыми кругами покупателей; поддерживать и развивать контакты с покупателями; провести презентации и семинары; провести мастер-классы; раздать каталоги; провести саморекламу, поднять свой имидж.

Посетители же за короткий срок и без особых затрат имеют возможность: получить более полное представление о рынке; оценить сложившуюся конъюнктурную ситуацию; найти новые виды продукции; посетить тематические семинары; расширить личные деловые контакты.

Таким образом, можно сделать вывод, что компания широко использует возможности выставки для продвижения компании. Эффективность выставки для компании-участника во многом зависит не только от подготовки участника, но и от бизнес-характеристики самой выставки.

Выбор игровой платформы как нетрадиционного канала связи с иностранными абитуриентами

Ненастьяев Никита Александрович, студент магистратуры
Череповецкий государственный университет

В рамках работы над проблемой привлечения в ЧГУ студентов из-за границы автор обращается к игрофикации бренда вуза как современному методу PR и связанной с ней практической разработке — концепции видеоигры. На текущем этапе возникает необходимость выбора игровой платформы как канала связи с потенциальными зарубежными абитуриентами. В ходе исследования дано определение понятию «игровые платформы», обоснована целесообразность обращения к ним как каналам связи с иностранными абитуриентами, рассмотрены их виды, определены критерии соответствия выбранной целевой аудитории, проведён соответствующий сравнительный анализ, выявлена подходящая платформа.

Ключевые слова: иностранные абитуриенты, бренд университета, игрофикация, инструменты PR, видеоигра, игровая платформа, канал связи.

В рамках работы над игрофикацией бренда ЧГУ необходимо выбрать игровую платформу, на которой будет размещаться видеоигра для иностранных абитуриентов. Значимость этого этапа объясняется ролью хорошей игровой платформы: через неё вуз получит доступ к целевой аудитории. Его проведение предшествует разработке сюжета и макета видеоигры, т.к. они находятся в зависимости от результата выбора (на определение возможностей, ограничений и иных особенностей геймплея напрямую влияет игровая платформа). Для правильного выбора платформы понадобится проведение дополнительного исследования. Объект изучения — игровые платформы, предмет — игровые платформы как нетрадиционные каналы связи с абитуриентами из-за рубежа. Цель заключается в выборе такой игровой платформы, на которой в дальнейшем будет опубликована видеоигра и которая даст доступ к целевой аудитории иностранных абитуриентов. В ходе исследования будут проанализированы теоретические источники и сделан сравнительный анализ игровых платформ.

Специализированные словари не приводят чёткое определение термина «игровая платформа». Обратившись к какому-либо интернет-словарю, к примеру, наиболее известному — сайту Academic.ru, можно заметить, что статья [1] об игровых платформах ограничивается определением игровых приставок, тогда как последние являются только одним из видов первых. Другой источник информации — «Хабр», крупный российский ресурс, на котором публикуются материалы от специалистов из сферы IT. Раздел «Вопросы и ответы» содержит обсуждение [5] поставленного выше вопроса: эксперты сходятся во мнении, что игровая платформа в широком смысле — это любое устройство, позволяющее запустить видеоигру.

Теоретическая опора, позволяющая ответить на вопрос: применимы ли подобные платформы как каналы связи с иностранными студентами — отсутствует, т.к. автором не найдены похожие решения (аналогичные игры для абитуриентов от других российских университетов). Отвечающие за международную деятельность подразделения вузов, приёмные комиссии в основном используют традиционные способы привлечения иностранцев (офлайн- и онлайн-встречи, презентации, статьи, неигровые мультимедиа...). Обратиться к игровому формату подачи информации, который популярен среди основной воз-

растной категории абитуриентов (17–30 лет), значит повысить шанс заинтересовать их. В перспективе это будет инструментом для привлечения внимания университетов из развитых стран к рядовому вузу, который предлагает неожиданное решение.

Необходимость отдельно перечислить все игровые платформы (ИП) отсутствует. Для начала необходим выбор подходящего вида ИП, затем — выборка из его представителей, которые были популярны последние годы. Если взять самую общую классификацию, то ИП подразделяются на четыре группы [3]: для ПК, мобильных устройств, консолей, стриминговых сервисы. Наиболее подходящая игровая платформа — мобильная, потому что она охватит большую часть целевой аудитории (ЦА): «К концу 2021 года почти три миллиарда игроков по всему миру потратит на игры примерно 175,8 миллиарда долларов. Из них на мобильный рынок придётся 90,7 миллиардов долларов прибыли — это 52% от мирового рынка игр» [4].

К ЦА относятся все потенциальные абитуриенты из-за границы. Необходим охват всех, кто в перспективе желал бы учиться в российском вузе, потому 1-й критерий отбора — распространённость ИП на зарубежных рынках. 2-й критерий заключается в доступности, т.е. к игре должно быть привлечено внимание не только не только профессиональных геймеров, но и обычных рядовых пользователей. 3-й критерий — пользователи должны иметь возможность установить игру бесплатно, а не покупать её. Жёсткие возрастные ограничения не потребуются.

Были проанализированы только самые популярные мобильные платформы (Google Android, Apple iOS, Windows Mobile) на предмет того, соответствуют ли они выбранной ЦА, потому что остальные не составляют им никакой конкуренции по охвату рынка. Все они имеют доступные магазины приложений, где можно опубликовать игру бесплатно, но по доле на мировом рынке смартфонов, по информации [2] от StatCounter (ирландский веб-сайт, с результатами анализа веб-трафика), лидер — Google Android. Проанализированные данные представлены ниже в таблице 1.

В будущем разработанная игра, если возникнет необходимость и будут финансовые возможности, может быть портирована на другие платформы.

Таблица 1. Сравнительный анализ мобильных платформ

Платформа	Доля на мировом рынке смартфонов	Доступность	Бесплатная установка приложений для пользователей
Google Android	72%	+	+
Apple iOS	27%	+	+
Windows Phone и др.	<1%	+	+

Итак, игровая платформа — это любое электронное устройство, способное запустить компьютерную игру. Оно может выступить каналом связи с иностранными студентами по причине популярности игрового формата среди основной возрастной категории абитуриентов (17–30 лет). Проведённый

сравнительный анализ ИП позволил определить платформу, наиболее подходящую в роли канала связи с зарубежными абитуриентами: Google Android. Игру в будущем планируется разместить в официальном магазине этой платформы — Google Play.

Литература:

1. Игровая платформа. — Текст: электронный // Academic.ru: [сайт]. — URL: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/936243> (дата обращения: 07.12.2021).
2. От SymbianOS до Android: как менялись доли мобильных ОС на рынке смартфонов с 2007 по 2021 годы. — Текст: электронный // VC.ru: [сайт]. — URL: <https://vc.ru/tech/277010-ot-symbianos-do-android-kak-menyalis-doli-mobilnyh-os-na-rynke-smartfonov-s-2007-po-2021-gody> (дата обращения: 08.12.2021).
3. Современные игровые платформы: эволюция рынка и его лидеры. — Текст: электронный // Plarium: [сайт]. — URL: <https://plarium.com/ru/blog/gaming-platforms/> (дата обращения: 08.12.2021).
4. Состояние и будущее игрового рынка: главное из исследования Google. — Текст: электронный // DTF: [сайт]. — URL: <https://dtf.ru/gameindustry/957778-sostoyanie-i-budushchee-igrovogo-rynka-glavnoe-iz-issledovaniya-google> (дата обращения: 08.12.2021).
5. Что такое игровая платформа? — Текст: электронный // Хабр Q&A: [сайт]. — URL: <https://qna.habr.com/q/643061> (дата обращения: 07.12.2021).

ПРОЧЕЕ

Некоторые аспекты управления трудовыми ресурсами службы организации перевозок

Котельникова Анна Витальевна, студент магистратуры
Санкт-Петербургский государственный университет гражданской авиации

В статье рассмотрены некоторые аспекты управления трудовыми ресурсами одного из структурных подразделений ОАО «Омский аэропорт».

Ключевые слова: трудовые ресурсы, производительность труда, персонал организации.

Управление трудовыми ресурсами имеет огромное значение для каждой организации, только имея профессиональные кадры, организация достигает поставленных перед собой целей, а именно обеспечивает безопасное для пассажиров путешествие воздушным транспортом. Ответственность за общее руководство трудовыми ресурсами в крупной организации возлагается на профессионально подготовленный отдел кадров и службу управления персоналом в целом.

Актуальность темы определяется необходимостью повышения эффективности деятельности ОАО «Омский аэропорт», где сотрудники компании рассматриваются как важный человеческий капитал, который приносит прибыль, а поведенческие особенности и профессионализм кадров формирует имиджевую составляющую предприятия. Каждый сотрудник аэропорта должен способствовать формированию у пассажира благоприятного впечатления и при общении с пассажиром, в рамках возложенных на него должностных обязанностей, должен понимать, что пассажир является потребителем услуг, предоставляемых аэропортом, как обслуживающей компании.

Цель исследования заключается в разработке практических рекомендаций по совершенствованию управления трудовыми ресурсами предприятия в разрезе одного из ключевых структурных подразделений аэропорта, а именно — службы организации перевозок, производственной службы, обеспечивающей обслуживание пассажиров и обработку багажа, груза и почты.

Сотрудники СОП осуществляют обслуживание пассажиров с момента регистрации до посадки на борт воздушного судна, а также с момента высадки пассажиров до выдачи багажа. Агенты СОП регистрируют пассажира на рейс, предварительно осуществляя проверку документа, удостоверяющего личность, оформляют багаж, с учетом всех норм и требований авиакомпаний-перевозчиков, выполняют проверку веса и га-

баритов ручной клади, осуществляют процедуру контроля посадки, встречают и провожают пассажиров у трапа.

В современном мире при равных финансовых и технических условиях максимальную прибыль получит предприятие, эффективно использующее трудовые ресурсы. Значение повышения эффективности использования трудовых ресурсов заключается в том, что без этого национальная экономика не может функционировать конкурентоспособно.

Большой экономический словарь автора А. Б. Борисова приводит следующее определение: «трудовые ресурсы — это часть населения страны, располагающая совокупностью физических и духовных способностей, которая может принять участие в процессе труда. Трудовые ресурсы характеризуют численность трудоспособного населения и являются важным элементом экономического потенциала страны» [1].

Рассматривая трудовые ресурсы на микроуровне необходимо также дать определение. «Трудовыми ресурсами предприятия являются работники, занятые на постоянной, сезонной и временной работе на основании заключенных трудовых договоров» [2].

Кроме понятия «трудовые ресурсы» в науке и практике экономики, социологии и управления наиболее употребляемыми терминами являются «трудовой потенциал» и «кадры».

А. Я. Кибанов рассматривает экономическую категорию «трудовой потенциал», характеризующую население как производителя материальных благ на основе совокупности всех качеств, определяющих его трудоспособность: способность и склонность работника к труду: состояние его здоровья, выносливости, тип нервной системы — т.е. всего, что отражает психологический и физиологический потенциал, наряду с объемом общих и специальных знаний, трудовых навыков и умений» [3].

Анализируя обеспеченность предприятия трудовыми ресурсами, рассматривают показатели численности трудовых

ресурсов, которые рассчитываются по состоянию на конкретный момент времени. В связи с постоянным изменением численности трудовых ресурсов рассчитываются средние показатели, например среднегодовая численность трудовых ресурсов. Численность измеряется такими показателями, как списочная, явочная и среднесписочная численность работников [2].

Управленческие решения, связанные с организацией и эффективным использованием трудовых ресурсов предприятия, во многом определяют успешность функционирования предприятия.

«Работа с персоналом всегда оставалась одной из важных проблем, стоящих перед руководителем и требующих профессионального владения основами кадрового менеджмента» [4].

В результате управления трудовыми ресурсами руководители организации должны добиваться показателей:

- высокая степень внутренней мотивации к труду;
- высокое качество выполнения работы;
- удовлетворение своим трудом;
- высокий уровень трудовой дисциплины;
- низкий уровень текучести кадров.

Российский рынок воздушного транспорта в долгосрочной перспективе останется одним из наиболее динамично развивающихся сегментов мирового рынка. В 2021 году российский рынок воздушного транспорта вырос более чем на 30%.

Аэропорт «Омск Центральный» — одно из старейших российских авиапредприятий, официальная дата основания аэропорта — 17 мая 1929 года [5]. Количество пассажиров, обслуженных в аэропорту Омск (Центральный) в 2021 году составило 1510 тыс. человек.

Стратегическая цель ОАО «Омский аэропорт» — достижение качественно нового уровня при обслуживании воздушных судов, пассажиров, грузов и багажа, а также формирование производственного, экономического и кадрового потенциала.

Персонал предприятия представляет собой совокупность работников определенных категорий и профессий, занятых единой производственной деятельностью, которая направлена на получение прибыли или дохода и удовлетворение своих материальных потребностей.

Литература:

1. Борисов, А. Б. Большой экономический словарь / А. Б. Борисов. — М.: Книжный мир, 2003. — 895 с.
2. Кибанов, А. Я. Управление персоналом организации: учеб. / А. Я. Кибанов. — М.: Инфра, 2005. — 632 с.
3. Кибанов, А. Я. Управление трудовыми ресурсами: учеб. / А. Я. Кибанов. — М.: Инфра, 2010. — 284 с.
4. Одегов, Ю. Г. Производительность труда в системе управления персоналом / Ю. Г. Одегов, Г. Г. Руденко // Социально-трудовые отношения и процессы. — 2011. — С. 46–53.
5. Омский аэропорт им. Д. М. Карбышева: офиц. сайт. — URL: <http://www.oms.aero> (дата обращения 02.04.2022).

Рекомендации по повышению эффективности управления трудовыми ресурсами службы организации перевозок

На основе проведенного в работе исследования и выявленных причин увольнения сотрудников в первый год работы, ОАО «Омский аэропорт» сформированы следующие рекомендации:

1. Организовать проведение психологических тренингов по управлению конфликтами. Данное мероприятие позволит создать благоприятный социально-психологический климат в коллективе, снизить уровень стресса, повысить удовлетворенность работой, что в итоге приведет к сокращению увольнений и повысит эффективность использования трудовых ресурсов предприятия.

2. Усовершенствовать систему наставничества. Для сокращения количества увольнений сотрудников в первый год работы необходимо усовершенствовать систему наставничества, которая поможет ускорить процесс изучения требований к служебной деятельности и поведению в ОАО «Омский аэропорт», проведение инструктажей и консультаций, совместное выполнение служебных заданий. В настоящее время обучение персонала проходит в режиме рабочей смены, поэтому наставник, стараясь выполнить свою работу, не всегда в состоянии уделить достаточное количество времени своему подопечному, данное обстоятельство затягивает сроки обучения и усложняет адаптационные процессы. Необходимо введение в штатное расписание службы организации перевозок должности ведущего специалиста, в обязанности которого будет входить обучение новых сотрудников. После сдачи внутреннего экзамена и получения допуска к самостоятельной работе, сотрудник начинает работать в смене. Такие нововведения приведут к быстрому и качественному обучению новых сотрудников, что в свою очередь повысит производственные показатели.

3. Внедрить систему ротации кадров, с целью повышения квалификации сотрудников и продвижения их в должности. Пересмотреть существующую систему оплаты труда сотрудников, разработать матрицу компетенций, составление, ведение и результаты данных которой использовать для мотивации сотрудников.

Молодой ученый

Международный научный журнал
№ 14 (409) / 2022

Выпускающий редактор Г. А. Кайнова
Ответственные редакторы Е. И. Осянина, О. А. Шульга, З. А. Огурцова
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 20.04.2022. Дата выхода в свет: 27.04.2022.

Формат 60×90/8. Тираж 500 экз. Цена свободная.

Почтовый адрес редакции: 420140, г. Казань, ул. Юлиуса Фучика, д. 94А, а/я 121.

Фактический адрес редакции: 420029, г. Казань, ул. Академика Кирпичникова, д. 25.

E-mail: info@moluch.ru; <https://moluch.ru/>

Отпечатано в типографии издательства «Молодой ученый», г. Казань, ул. Академика Кирпичникова, д. 25.