

МОЛОДОЙ УЧЁНЫЙ

ISSN 2072-0297

МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ



16+

47 2022
ЧАСТЬ II

Молодой ученый

Международный научный журнал

№ 47 (442) / 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)
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
Фозилов 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 Бекмурадович, доктор педагогических наук, и.о. профессора, декан (Узбекистан)
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 Дилшода 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 *Картер Годвин Вудсон* (1875–1950), американский историк, писатель, журналист и основатель Ассоциации по изучению жизни и истории афроамериканцев. Он был одним из первых ученых, изучавших историю африканской диаспоры, включая афроамериканскую историю. Основатель «Журнала истории негров» в 1916 году, Вудсон был назван отцом черной истории.

Картер Г. Вудсон родился в Нью-Кантоне, штат Вирджиния, 19 декабря 1875 года в семье бывших рабов Анны Элизы (Риддл) и Джеймса Генри Вудсона. Его родители были неграмотными; отец, который помогал солдатам Союза во время Гражданской войны, поддерживал семью как плотник и фермер. Семья Вудсонов была очень бедной, но оба его родителя сказали ему, что самый счастливый день в их жизни — день, когда они стали свободными. Вудсон часто пропускал занятия в начальной школе, чтобы помогать на ферме. Тем не менее благодаря самообучению он смог овладеть большинством школьных предметов.

В возрасте семнадцати лет Вудсон последовал за своим братом в Хантингтон, где он надеялся поступить в новую среднюю школу. Однако вынужденный работать шахтером, он мог уделять учебе лишь минимум времени. В 1895 году двадцатилетний Вудсон наконец поступил в среднюю школу Дугласа и получил диплом в 1897 году. С 1897 по 1900 год он преподавал в Вайноне. Вудсон получил степень бакалавра литературы в Berea College в Кентукки в 1903 году, посещая занятия в период с 1901 по 1903 год.

Позже Вудсон учился в Чикагском университете. Он был членом первого черного профессионального братства «Сигма Пи Фи» и «Омега Пси Фи». Он защитил диссертацию по истории в Гарвардском университете в 1912 году, став вторым афроамериканцем, получившим докторскую степень. Его докторская диссертация «Разрушение Вирджинии» была основана на исследовании, которое он провел в Библиотеке Конгресса во время преподавания в средней школе в Вашингтоне, округ Колумбия. После получения докторской степени он продолжал преподавать в государственных школах, так как ни один университет не был готов нанять его. В итоге Вудсон стал директором полностью черной Школы Армстронга в Вашингтоне, округ Колумбия. Позже он поступил на факультет Университета Говарда в качестве профессора и работал там деканом Колледжа искусств и наук.

Вудсон считал, что Американская историческая ассоциация (АНА) не интересовалась историей афроамериканцев, от-

мечая, что, хотя он был членом АНА, платящим взносы, ему не разрешали посещать конференции АНА. Вудсон убедился, что у него нет будущего в исторической профессии, в которой доминируют белые, и для работы черным историком потребовалось бы создать институциональную структуру, которая позволила бы черным ученым изучать историю. Поскольку у него не было средств для финансирования такой новой институциональной структуры, он обратился в благотворительные организации: в Фонд Карнеги, Фонд Джулиуса Розенвальда и Фонд Рокфеллера.

В январе 1916 года Картер Вудсон начал публикацию научного журнала *Negro History*. Журнал выходил без перерывов, несмотря на Великую депрессию, потерю поддержки со стороны фондов и две мировые войны. В 2002 году он был переименован в «Журнал истории афроамериканцев» и продолжает издаваться Ассоциацией по изучению жизни и истории афроамериканцев (ASALH).

Вудсон считал, что образование и расширение социальных и профессиональных контактов между чернокожими и белыми могут уменьшить расизм, и отчасти с этой целью он способствовал организованному изучению афроамериканской истории.

В 1926 году Картер Вудсон впервые провел Неделю истории негров, назначенную на вторую неделю февраля, приурочив ее к празднованию дней рождения Авраама Линкольна и Фредерика Дугласа. Студенты и преподаватели Государственного университета Кента расширили неделю до месяца, начинающегося 1 февраля 1970 года. С 1976 года каждый президент США объявлял февраль Месяцем черной истории.

Вудсон внезапно умер от сердечного приступа у себя дома в районе Шоу, Вашингтон, округ Колумбия, 3 апреля 1950 года в возрасте 74 лет. Он похоронен на Мемориальном кладбище Линкольна в Суитленде, штат Мэриленд.

Время, которое школы выделяют каждый год, чтобы сосредоточиться на афроамериканской истории, — это самое заметное наследие Картера Вудсона. Однако его решимость способствовать признанию негров в американской и мировой истории вдохновила бесчисленное количество других ученых. Ассоциация и журнал, которые он основал, все еще работают, заслужив признание и уважение.

Екатерина Осянина, ответственный редактор

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

Бабаева Г. Р., Гочмырадова М.

Роль государства в обеспечении инновационного экономического роста73

Балалыкин Н. Д.

Оценка внешних угроз экономической безопасности хозяйствующих субъектов на примере ООО «Компания Металл Профиль»75

Биктимирова Н. А., Хисамутдинов Ш. Р.

Эффективность влияния нематериальной мотивации на сотрудников организации79

Бисекова Е. С.

Повышение экономической безопасности предприятия.....81

Бусуёк Н. А., Новрузова Г. А.

Источники формирования оборотных активов. Основные виды и принципы политики управления оборотным капиталом.....83

Гареев И. Н.

Мотивация и стимулирование труда персонала предприятия.....87

Гареев И. Н.

Роль руководителя в системе мотивации труда сотрудников отдела89

Дан В. Н., Дулепинских Л. Н.

Пути повышения финансовой устойчивости предприятий агропромышленного комплекса91

Евтушенко А. А.

Оценка эффективности деятельности органов местного самоуправления (на примере Волгоградской области).....92

Елохова М. А.

Формирование и учет финансовых результатов деятельности предприятия96

Жакипова А. С., Кусаинова Ж. Ж., Байбекова Д. Д.

Сельскохозяйственный кооператив как основа развития села (на примере Акмолинской области Республики Казахстан)99

Ильясов И. С., Аннадурдыева А., Аннамухаммедова М., Мяммедова Г. Х.

Сущность финансовых инструментов 102

Kieu Thanh Nga, Le Kim Sa

Governance, growth and human development in the resource-rich countries: a tale of three African countries (Botswana, Democratic Republic of the Congo and Equatorial Guinea) 103

Куделина Т. Ю., Валикова Е. А., Крюкова А. А., Петрянкина Е. С.

Основные тенденции в обращении банковских карт 108

Куляев М. В., Фалеев А. В.

Анализ депозитной политики банка на примере ПАО «Сбербанк»..... 110

Лычнева О. Д.

Коммерческая тайна организации и механизм ее обеспечения..... 113

Морунова Г. В., Тимошенко Д. И., Королева В. А., Аптекарев А. А.

Влияние западных санкций на бюджет Российской Федерации 116

Оразбердиева Я. А., Аманмырадова Г. Ч.

Роль информационно-коммуникационных технологий в экономическом развитии 118

Пиляльцев А. И.

Оценка инвестиционной составляющей функционирования российского рынка страхования в контексте внешнего санкционного давления 120

Романова Ю. В.

Понятие, цели и задачи аутсорсинга в организации международного бизнеса..... 123

Рябко В. В., Пучка Е. О., Пучка О. В., Буряк Ю. Ю.	
Качество 4.0 — симбиоз бережливого производства и интеллектуальных технологий?	125
Савинова Л. А.	
Пути эффективного взаимодействия участников инвестиционно-строительного процесса	127
Савинова Л. А.	
Основные проблемы во взаимоотношениях сторон инвестиционного процесса в строительстве	129
Хисамутдинов Ш. Р.	
Как выстроить дальнейшие отношения среди коллег после повышения одного из сотрудников до начальника отдела	132
Ходжамухамедова М. Б., Мырадов П. М.	
Повышение производительности труда и эффективность производства.....	134
Хыдырова Ж. М., Чарыева Ш. Р., Аннатаганова О. Б.	
Инновационные технологии и разработки	135

МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА И PR

Еремина В. Ю.	
Современные тенденции в формировании персонального бренда музыканта	138
Михайлова А. С.	
Совершенствование программы маркетинговых коммуникаций компаний сотовых операторов под влиянием постпандемии Covid-19.....	140
Таранов А. В.	
Стратегия повышения продаж за счет использования инструментария SEO	142
Шмелева Е. О.	
Особенности ребрендинга телекоммуникационной компании.....	144

РЕГИОНОВЕДЕНИЕ

Кравцова Д. А.	
Особенности развития инновационной среды в Израиле	147

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

Роль государства в обеспечении инновационного экономического роста

Бабаева Гулалек Режеповна, старший преподаватель;

Гочмырадова Марал, преподаватель

Институт телекоммуникаций и информатики Туркменистана (г. Ашхабад)

В настоящей статье рассматриваются вопросы, связанные с ролью государства в обеспечении роста в современных экономиках. Цель статьи — анализ влияния государства на направление инновационного развития — частично достигнута.

Ключевые слова: экономический рост, НИОКР, новые области роста, инновации.

В настоящей статье рассматриваются вопросы, связанные с ролью государства в обеспечении роста в современных экономиках. Поскольку современная экономика считается экономикой знаний, производство знаний, нацеленное на стимулирование инноваций и технологических изменений, стало главной целью, которую необходимо достичь. Основным инструментом, используемым для этой цели, является, конечно, государственное финансирование научно-исследовательской деятельности государственных исследовательских организаций. Поскольку современная экономика сильно зависит от знаний, государственная поддержка, оказываемая производству новых знаний, часто приводит к возникновению новых отраслей промышленности. Это также снижает издержки фирмы (благодаря государственно-частному партнерству) и ограничивает риск инвестирования в новые отрасли. Все эти выводы показывают, что роль государства заключается не только в финансировании — у государства есть ресурсы не только для стимулирования инновационного роста, но и для его формирования, придания динамики, определения тенденций в экономике. Это означает, что инновационная экономика должна управляться инновационным государством.

Роль государства в обеспечении экономического роста неоспорима. Есть много примеров дальновидных проектов государства, которые повлияли на экономику и вызвали экономический рост. Примеры интернета, биотехнологий, нанотехнологий, фармацевтической промышленности являются прекрасным свидетельством политики государства, которая привела к открытиям, навсегда изменившим направления развития экономик.

Поскольку государство является наиболее влиятельным субъектом в сфере политики стимулирования роста, с точки зрения современной экономики, его инструменты состоят в основном из государственных денег, расходуемых на НИОКР (напрямую, как субсидии, и косвенно, как с использованием инструментов налоговой политики) как частными организациями, так и государственными исследовательскими институтами. Поддержка научно-исследовательской деятельности вот-вот внесет свой вклад в технологические изменения.

Но многие открытия в рамках исследовательских проектов никогда не попадают на рынок в качестве продуктов, или многие обнаруженные продукты просто терпят неудачу. Высокий риск и неопределенность инновационного процесса являются основными причинами, по которым компании, стремящиеся максимизировать прибыль, будут меньше инвестировать в фундаментальные и больше в прикладные исследования (D от R&D). Большая и более непосредственная отдача от последнего является хорошим объяснением этого. Инвестиции в фундаментальные исследования — типичный пример устранения провала рынка, когда рынок сам по себе не смог бы произвести достаточное количество фундаментальных исследований, поэтому правительство должно вмешаться. Поэтому предприятия в основном участвуют в разработке, которая является более предсказуемой деятельностью, чем исследования (особенно фундаментальные исследования). Инновации, возникающие таким образом, в основном представляют собой улучшения и разработки существующих продуктов или процессов. Но ориентированные на миссию, очень рискованные и небезопасные, но потенциально чрезвычайно прибыльные проекты основаны на фундаментальных исследованиях.

Например, в экономике США государственные расходы на НИОКР составляют всего 26% от общего объема НИОКР, при этом на долю частного сектора приходится 67%, причем эта доля намного выше, если рассматривать фундаментальные исследования изолированно. Действительно, на государственные расходы приходится 57% фундаментальных исследований в США, в то время как на частный сектор приходится всего 18%.

Основное различие между государственными расходами на НИОКР в Европе и в Соединенных Штатах заключается в характере исследований и разработок. В то время как в Европе общественная поддержка оказывается «общему продвижению» существующих знаний, в США она более «ориентирована на миссию», подчинена программам или целям государственных учреждений (таким как сельское хозяйство, здравоохранение и т.д.). Как показывает литература, общественная поддержка исследований и разработок по общему развитию знаний обычно составляет менее 50% от общего объема НИОКР. С другой стороны, «ориентированная на миссию» государственная поддержка НИОКР составляет более 60% финансируемых государством НИОКР в Южной Корее, США, Великобритании, Франции, Канаде, Японии и Германии.

Общественная поддержка исследовательской деятельности. Отношения между научными институтами, такими как университеты, и государством можно описать отношением принципал-агент. Дилемма принципал-агент отражает ситуацию, в которой правительство или правительственное учреждение пытается улучшить свои собственные или более широкие социальные цели, например, с помощью государственных программ

финансирования исследований. Поскольку у него нет соответствующих ноу-хау и людских ресурсов для выполнения миссии, ему необходимо «делегировать» фактическое выполнение задач (исследования) специализированным организациям, таким как университеты.

Огромная роль университетов в создании соответствующих знаний для экономики, основанной на знаниях, делает их наиболее важным получателем государственной политики. Существуют два основных стандарта мышления о развитии институтов научной политики (рис. 1).

Второе направление мысли привело к появлению научной политики, подчеркивающей роль науки в обеспечении национальной конкурентоспособности и выделяющей ресурсы на сотрудничество между университетами и промышленностью и критические технологии.

В целом, влияние государства на технологические изменения по меньшей мере двоякое (рис. 2).

Идея о том, что инновации и технологические изменения являются важными средствами решения глобальных и социальных проблем, прочно укоренилась. Имея это в виду, многие страны разработали приоритеты исследований и внедрили программы финансирования, направленные на максимальное повышение качества и результативности исследований. В литературе можно встретить термин «новые зоны роста», которые являются предметом многоплановой поддержки государства.

В настоящей статье обсуждалась роль государства в стимулировании инноваций, способствующих росту. Было заявлено, что роль государства выходит далеко за рамки устранения сбоев

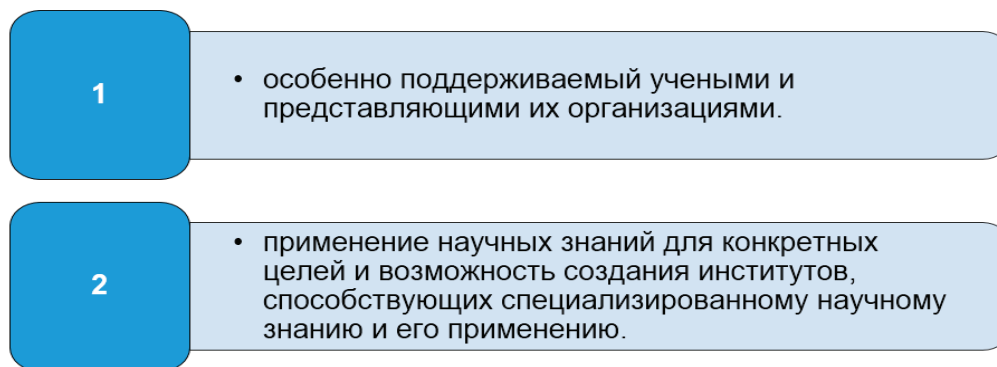


Рис. 1. Стандарты мышления о развитии институтов научной политики

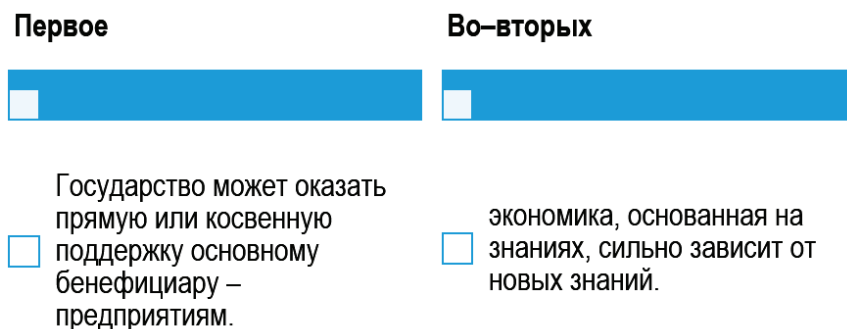


Рис. 2. Влияние государства на технологические изменения

на рынке. Инвестирование в рискованную, но потенциально прибыльную экономическую деятельность, сопряженную с высокими затратами на неопределенные исследования, повышает привлекательность новых технологий, которые без «невозвратных затрат», покрываемых государственными средствами, никогда бы не появились на рынке. Это означает, что государ-

ство, снижая риски в некоторых областях научного интереса, указывает на «победителей» — новые отрасли промышленности. Это означает, что роль государства выходит за рамки поддержки инноваций. Это также привлекает частные инвестиции, придает динамику инновациям и росту, создает видение, миссию и план.

Литература:

1. Прайм Р. Л., и Батлер Дж. Э. (2001). Является ли «взгляд», основанный на ресурсах, полезной перспективой для исследований в области стратегического управления? Обзор Академии менеджмента, 26 (1);
2. Фатас-Виллафранка Ф., Ярне Г., Санчес-Чолиз Дж., 2011, Инновационные циклы и рост, Журнал эволюционной экономики, 22;
3. Перри, М. (2014). Обучающиеся регионы как основа инновационной политики: обзор проблем, 16 (3).

Оценка внешних угроз экономической безопасности хозяйствующих субъектов на примере ООО «Компания Металл Профиль»

Балалыкин Никита Дмитриевич, студент
Московский финансово-юридический университет МФЮА

В статье рассматривается значимость анализа внешних угроз экономической безопасности предприятия для удержания его позиций на рынке и дальнейшего развития, приводятся классические способы оценки внешних угроз и раскрывается сущность их проведения. Также проведено авторское исследование на примере конкретной организации по оценке влияния внешних угроз на экономическую безопасность объекта. Автором предлагаются возможные пути решения по преодолению негативных факторов внешней среды организации и использованию положительных факторов.

Ключевые слова: экономическая безопасность, внешняя среда, предприятие, угроза, SWOT-анализ, STEP-анализ.

Экономическая безопасность предприятия в современных рыночных условиях становится объектом пристального внимания как в научной литературе, так и в практической деятельности управления предприятием. Экономическую безопасность можно определить как совокупность факторов, позволяющих предприятию защитить собственные производственные и технологические процессы, инновации, кадровые и структурные аспекты от внешних экономических угроз. Анализ экономической безопасности предприятия — это важная деятельность, позволяющая своевременно обнаружить различного рода несоответствия, что делает возможным своевременно принять обоснованные решения, которые будут направлены на предотвращение и нейтрализацию факторов, влекущих появление как внутренних, так и внешних угроз для организации. Большое значение при разработке и реализации мер по нейтрализации существующих угроз экономической безопасности имеет знание основных факторов, влияющих на безопасность. В российской экономической теории до сих пор не сформировано единого мнения, какова сущность экономической безопасности предприятия. Так как каждое предприятие обладает определенной спецификой, но подвержено влиянию внутренних и внешних угроз.

Целью исследования в рамках статьи является оценка внешних угроз экономической безопасности хозяйствующих

субъектов. Для достижения цели необходимо решить следующие задачи: изучить понятие экономической безопасности предпринимательской деятельности, выявить внешние угрозы организации, а также разработать рекомендации по их устранению.

В научной литературе широко представлены основополагающие принципы формирования экономической безопасности предприятий. Такие авторы, как В. К. Сенчагов, Н. В. Манохина, Г. Б. Клейнер, раскрывают различные подходы к определению экономической безопасности и особенности ее оценки на предприятии. Другими исследователями, такими как Т. С. Котилевская, А. П. Судоплатова, изучаются различные аспекты построения системы безопасности в организации, отвечающей современным условиям экономической среды. Данная тема разработана, однако существуют пробелы в части экономических показателей в некоторых отраслях деятельности.

Проблемы совершенствования экономической безопасности актуальны в любое время, так как целью деятельности каждого предприятия является получение прибыли, сохранение и умножение основных средств. В настоящее время в теории экономики представлены различные определения понятия «экономическая безопасность организации». В. К. Сенчагов дает следующее определение: «экономическая безопасность предприятия — состояние защищенности жизненно важных

интересов предприятия (кадровый, производственный, научно-технический и технологический потенциал) от внутренних и внешних угроз» [10, с. 719]. В данном определении выделяются все основные составляющие экономической безопасности предприятия.

Н.В. Манохина считает иначе, утверждая, что под данным понятием понимается процесс обеспечения устойчивости функционирования, финансового равновесия, достижения обозначенных целей, а также возможность развития в обстоятельствах конкурентной среды, независимо от стадии жизненного цикла [6, с. 176]. Такой подход представляет экономическую безопасность в форме непрерывного процесса, а не состояния.

Г.Б. Клейнер дает собственное определение понятию «экономическая безопасность предприятия», рассматривая ее как особое положение организации, на которое не могут повлиять внутренние и внешние факторы [2, с. 288]. Данное определение не конкретизирует структуру экономической безопасности, обращается внимание только на степень защищенности.

В свою очередь, по мнению А.П. Судоплатова, экономическая безопасность организации представляет собой эффективную политику руководителей, связанную с высоким уровнем производства и правового обеспечения [11, с. 152].

Определение А.П. Судоплатова содержит направления обеспечения экономической безопасности, связанные с производственным сектором.

Таким образом, в качестве основного в настоящем исследовании будет использоваться определение, согласно которому экономическая безопасность — совокупность ресурсов предприятия, обеспечивающих целостную систему его защиты от различных угроз и способствующая получению прибыли. Данное определение наиболее точно отражает сущность исследуемой категории.

По мнению Н.С. Орлова, угроза экономической безопасности — это комплекс различных обстоятельств, который может нанести существенный вред экономическому положению организации [7, с. 48].

Для характеристики угроз используют различные классификационные признаки. По источнику возникновения угрозы делят на внешние и внутренние. Внешние угрозы экономической безопасности организации возникают вне организации, следовательно, они не могут влиять на процесс производства изнутри. В таком случае угроза исходит со стороны окружающей организацию среды. Основные виды внешних угроз представлены в таблице 1.

Таблица 1. Внешние угрозы экономической безопасности предприятия [5, с. 107]

Не связанные с деятельностью предприятия	Связанные с деятельностью предприятия
Санкционная политика по отношению к РФ	Банкротство партнеров
Инфляция/дефляция в стране	Нарушение договорных обязательств контрагентов
Введение жестких экономических норм	Снижение платежеспособного спроса населения
Изменение курса доллара и евро	Высокая конкуренция
Увеличение налогового давления	Риск упущенной выгоды
Стихийные бедствия	Сложности в хранении и транспортировке товаров
Изменения в экономической и политической сферах	Рейдерские захваты, кибератаки

Так, внешние угрозы воздействуют на предприятие извне, при этом их нельзя контролировать, однако можно снизить последствия от их влияния. Наиболее непредсказуемой внешней угрозой считаются стихийные бедствия, остальные угрозы можно просчитать. Финансовый анализ определяет внутренние или внешние угрозы, которые могут влиять на систему безопасности предприятия. Защита компании от внешних угроз также может характеризоваться защитой от предприятий, которые сотрудничают с ней, но не выполняют свои обязательства и становятся банкротами. Своевременное выявление таких аспектов позволяет отразить влияние угроз и обеспечить сохранность внутренних ресурсов компании. Одной из важнейших внешних экономических угроз является сотрудничество с поставщиками и организациями, являющимися контрагентами. Сотрудники фирмы выбирают поставщика, и в данном случае происходит взаимодействие двух видов угроз, поскольку сотрудники фирмы относятся к внутренней среде организации [3, с. 93].

При оценке внешних угроз экономической безопасности предприятия чаще всего используют STEP-анализ, который заключается в исследовании социальных, технологических,

экономических и политических факторов. Оценку проведем на примере ООО «Компания Металл Профиль» (далее — ООО «КМП»), которая занимается продажей фасадов, кровли, заборов и иных видов строительных материалов. Данная компания вошла на рынок изделий из тонколистовой стали в прошлом столетии — в 1996 году. На сегодняшний день ей удалось добиться хороших результатов и стать крупнейшим в мире изготовителем кровельных и фасадных материалов. ООО «КМП» занимает 3 место в отрасли в России по выручке за 2021 год [8].

В ее распоряжении находятся 18 производственных комплексов и широкая дилерская сеть, которая насчитывает около 1400 партнеров не только в России, но и в странах СНГ. Это говорит нам о том, что внешняя среда организации не ограничивается пределами страны, а выходит и за ее границы, в связи с чем анализ и оценка такой среды крайне важны для удержания позиций на рынке. Факторы воздействия внешней среды на деятельность исследуемой организации ООО «КМП» содержат разные группы, оказывающие существенное влияние на деятельность организации и показатели ее экономической безопасности. Основными внешними угрозами экономической

безопасности ООО «КМП» являются: неустойчивость спроса, неплатежеспособность потребителей, снижение цен конкурентами, рост прямых материальных затрат, связанных с осуществлением деятельности по использованию комплектующих непредвиденные затраты, в том числе из-за инфляции.

Риски, связанные с возможным изменением цен на материалы, услуги, используемые организацией в своей деятельности, влияют на ее деятельность. Кроме того, организация подвержена риском со стороны инфляции. Инфляция подразумевает процесс, когда денежные средства быстро обесцениваются и покупатели не успевают приобрести товары.

В роли угрозы экономической безопасности для ООО «КМП» выступает конкуренция. Рынок фасадов, кровли, заборов и иных видов строительных материалов насыщен разными организациями, которые предлагают широкий спектр услуг. По этой причине ООО «КМП» приходится осуществлять мониторинг цен конкурентов и выявлять их слабые стороны для улучшения своей позиции на рынке. Кроме того, возможно изучить стратегии конкурирующих организаций, чтобы выявить направления, которые можно использовать для своей компании.

На основании имеющихся данных можно составить карту рисков, которая представлена на рисунке 1.

Вероятность возникновения рисков	Степень опасности потерь, связанных с риском		
	Неопасный риск	Допустимый риск	Опасный риск
Весьма вероятно	Снижение численности населения	Риски кризисных явлений в экономике страны в следствие пандемии COVID-19	Снижение цен конкурентами
Вероятно	Появление новых технологий	Неустойчивость спроса	Несвоевременная поставка товаров
Маловероятно	Сокращение осуществляемых видов деятельности	Снижение платежеспособности основных заказчиков	Обращение в суд партнеров вследствие невыполнения обязательств

Рис. 1. Карта рисков ООО «Компания Металл Профиль»

Снижение цен конкурентов связано с двумя другими рисками, такими как неустойчивость спроса и снижение платежеспособности основных заказчиков, поскольку только снижением цены можно привлечь клиентов. Несвоевременная поставка товаров может повлечь срывы в заказах, отсюда снижение спроса и судебные разбирательства. Тенденция снижения численности населения за последние 3 года может возникнуть вследствие новых инфекционных заболеваний и военных действий, что может вызвать ухудшения финансового положения организации, которое возникает в результате указанных ранее рисков. Передовые производственные технологии, например, в управлении производством, могут повысить скорость производства и возможность контроля процесса, однако, нет технологий, касающихся непосредственного процесса производства кровельного и фасадного материала. При этом в случае увеличения производства организации необходимо собирать средства для покупки оборудования путем сокращения издержек. Один из способов — это автоматизация всех процессов, за счет которых можно сократить главную часть затрат организации — ее кадры. Однако отмечаются такие проблемы, как несоответствие уровня используемых технологий лучшим мировым аналогам и неразвитая инфраструктура рынка.

Оценим рассмотренные выше угрозы с помощью количественной оценки, которая проводится в несколько последовательных шагов:

а) сначала определяется степень важности приведенного фактора (А). Она оценивается по следующей шкале: 3 — очень важный фактор, 2 — существенный фактор, 1 — незначимый фактор;

б) дается количественная оценка степени влияния этого фактора на предприятие (В), которая так же проводится по определенной шкале: 3 — сильное влияние, 2 — умеренное влияние, 1 — слабое влияние, 0 — отсутствие влияния на организацию;

в) в конце определяется направленность влияния фактора на предприятие (С): +1, если влияние позитивное и -1, если влияние отрицательное.

На основе этих компонентов получается интегральная количественная оценка (D) по следующей формуле: $D = A \cdot B \cdot C$ [1, с.83]. После получения интегральной количественной оценки необходимо переходить к качественной, путем интерпретации первой (табл. 2).

Учитывая направленность влияния фактора на предприятие (С), можно отметить, что значение интегральной количественной оценки может получиться как с положительным знаком, так и с отрицательным. «+» говорит о позитивном влиянии, «-» — об отрицательном.

Для проведения СТЕП-анализа построим вспомогательную таблицу 3.

Из таблицы видно 3, что тенденция снижения численности населения за последние 3 года напрямую не влияет на деятельность

Таблица 2. Интерпретация количественной оценки в качественную [4, с.246]

№	Интегральная количественная оценка	Качественная оценка
1	от 1 до 2	очень слабое влияние
2	3	слабое влияние
3	от 4 до 5	существенное влияние
4	от 6 до 8	значительное влияние
5	выше 9	сильное влияние

Таблица 3. STEP-анализ ООО «Компания Металл Профиль»

Фактор	(A)	(B)	(C)	(D)
1. Социальные				
Тенденция снижения численности населения за последние 3 года	1	1	-1	-1
Увеличение доли домашних хозяйств, проживающих в частных домах и секторах	2	2	+1	+4
2. Технологические				
Увеличение количества разработанных передовых производственных технологий в 2020–2022 годах	2	1	+1	+2
3. Экономические				
Тенденция к снижению уровня безработицы в стране	3	3	+1	+9
Повышение уровня инфляции в 2022 году	3	3	-1	-9
4. Политические				
Введение со стороны ЕС санкций на поставки стали и железа из РФ	3	3	-1	-9

Примечание: факторы сформулированы на основании данных Федеральной службы государственной статистики [7].

ООО «Компания Металл Профиль». Увеличение доли домашних хозяйств, проживающих в частных домах, происходит медленными темпами. Чем меньше безработных, тем больше потенциальных покупателей, ориентируясь на количество потенциальных покупателей, предприятием регулируется объем выпуска продукции. При этом инфляция предполагает начало роста цен на услуги различных организаций, в связи этим некоторые покупатели отказываются от их приобретения. Спрос на услуги организации падает, что влечет за собой и падение выручки. Влияние технологического развития рассмотрено ранее. Предприятие входит в санкционный список. Наиболее высокое влияние на деятельность предприятия оказывают экономические и политические факторы

внешней среды. В связи с выявленными угрозами для предприятия сформированы рекомендации, представленные в таблице 4.

Предложенные пути дальнейших действий для преодоления внешних угроз ООО «Компания Металл Профиль» будут способствовать росту экономической безопасности предприятия. Ориентируясь на них, допустимо дальнейшее внесение корректировок в тактический стратегический планы, либо формирование новых планов.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что экономическая безопасность предприятия предполагает организацию такой деятельности, которая защитит предприятие от всех возможных угроз и рисков. В ходе исследования определено, что

Таблица 4. Рекомендации по борьбе с внешними угрозами для ООО «Компания Металл Профиль»

Фактор	Мероприятия
Тенденция снижения численности населения за последние 3 года	Существенных изменений не предполагается, так как данный фактор не представляет угрозы для успешного развития компании.
Увеличение доли домашних хозяйств, проживающих в частных домах и секторах	Целесообразно увеличить объемы производства кровель и фасадов для частных домов, так как ожидается повышение спроса на них
Увеличение количества разработанных передовых производственных технологий в 2020–2022 гг.	Допустимо обратить внимание на передовые производственных технологий в области управления производством.
Тенденция к снижению уровня безработицы в стране	Ориентация на потребности наиболее платежеспособных слоев населения.
Повышение уровня инфляции в 2022 году	Поиск путей снижения себестоимости производимой продукции без потери качества.
Введение санкций на поставки стали и железа	Рекомендуется переориентироваться на потребности внутреннего рынка.

оценка внешней среды предприятия — важный и необходимый элемент формирования экономической безопасности. Главное ее предназначение — это выявление и понимание угроз и существующих возможностей для организации на ближайшую и долгосрочную перспективу. Для проведения оценки внешних угроз используют карту рисков и STEP-анализ.

Авторское исследование показало, что уровень экономической безопасности ООО «КМП» определяется в зависимости от влияния разных угроз. Так, основной угрозой экономической безопасности предприятия выступает финансовая составляющая, на которую оказывают влияние конкуренты, потребители, поставщики, экономическое положение в стране и другие обстоятельства. Сегодня большое влияние на работу

ООО «Компания Металл Профиль» оказывают пандемия коронавирусной инфекции, инфляция и санкции. Все это ведет к снижению прибыли и росту кредиторской задолженности. Для повышения уровня экономической безопасности предприятию требуется систематически совершенствовать производственные процессы, увеличивать предложение, снижать себестоимость и ориентироваться на внутренний рынок. Эффективность предложенных мер можно будет оценить по показателям финансовой составляющей следующего года. В перспективе в рамках исследования возможна разработка специальных программ, которые будут просчитывать риски предприятия, и включаться в деятельность предприятия как элемент информационной составляющей. Цель статьи достигнута, задачи решены.

Литература:

1. Камшилов, С. Г. Применение STEP-анализа для производственной сферы в текущих макроэкономических условиях / С. Г. Камшилов // Общество, экономика, управление. — 2017. — № 2. — С. 82–88.
2. Клейнер, Г. Б. Предприятие в нестабильной экономической среде: риски, стратегии, безопасность / Г. Б. Клейнер, В. Л. Тамбовцев, Р. М. Качалов. — М.: Экономика, 1997. — 286 с.
3. Котилевская, Т. С. Диагностика внешней среды предприятия: инструменты, методы, модели / Т. С. Котилевская. // Молодой ученый. — 2020. — № 37 (327). — С. 93–96.
4. Крылов, В. Е. Количественная оценка влияния факторов внешней среды на организацию // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. — 2019. — № 2 (36). — С. 246–252.
5. Лебедева, А. С. Риски и угрозы экономической безопасности предприятия / А. С. Лебедева // От научных идей к стратегии бизнес развития. Сборник статей научно-исследовательских работ участников Международной Межвузовской Студенческой конференции. — 2018. — С. 106–116.
6. Манохина, Н. В. Экономическая безопасность / Н. В. Манохина. — М.: ИНФРА-М, 2016. — 320 с.
7. Орлов, Н. С. Угрозы экономической безопасности предприятия: сущность, значение, виды, классификация и их нейтрализация / Н. С. Орлов // Вопросы региональной экономики. — 2019. — № 4 (41). — С. 47–53.
8. Официальный сайт ООО «Компания Металл Профиль» [Электронный ресурс]. — URL: <https://metallprofil.ru/shop/kompaniya-metall-profil/kontakty/mp-moskva-lobnya/> (дата обращения: 11.11.2022).
9. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс]. — URL: <https://rosstat.gov.ru/> (дата обращения: 13.11.2022).
10. Сенчагов, В. К. Экономическая безопасность России: учебник / под ред. В. К. Сенчагова. — М.: Бином. Лаборатория знаний, 2017. — 815 с.
11. Судоплатов, А. П. Безопасность предпринимательской деятельности / А. П. Судоплатов, С. В. Пекарев. — М.: ОЛЬМА-ПРЕСС, 2001. — 381 с.

Эффективность влияния нематериальной мотивации на сотрудников организации

Биктимирова Наталья Александровна, кандидат психологических наук, доцент;

Хисамутдинов Шамиль Ринатович, студент магистратуры

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

Статья посвящена исследованию важности нематериального мотивационного воздействия на сотрудников субъекта бизнеса в целях повышения их производительности труда, в целях улучшения их лояльного отношения к организации. Нематериальная мотивация, в отличие от материальной, не имеет денежного выражения. При этом, она не менее эффективна, поскольку способна побудить в персонале благоприятное отношение к своей организации.

Ключевые слова: мотивация, персонал, организация, эффективность, отношение, сотрудник.

Актуальность темы обусловлена первостепенно важной ролью исследования нематериальной мотивации в повышении эффективности работы сотрудников предприятия.

В настоящее время, в связи со сложной экономической ситуацией в стране, в связи с ухудшением рыночной обстановки, для многих российских субъектов бизнеса возникла проблема не-

хватки денежных ресурсов для стимулирования своих работников к более продуктивной трудовой активности. Именно поэтому так важно изучать нематериальную мотивацию труда, в рамках которой от руководителей субъекта бизнеса не требуется большого количества затрат, а эффект от мотивационного воздействия может быть не менее значимым, чем при материальном стимулировании.

Нематериальное мотивационное воздействие представляет собой применение руководящим звеном организации таких способов и методов побуждения работников к повышению производительности труда, при которых не происходит материального поощрения (например, в виде денежных средств, подарков, в виде товаров и услуг, которые производит организация, в которой данный сотрудник осуществляет трудовую функцию) [1, с. 23].

Нематериальные технологии мотивации персонала могут быть представлены следующими наиболее популярными разновидностями [2, с. 21]:

- всеобщая похвала работника, что может проявляться, например, в виде выставления положительных результатов труда определенного сотрудника перед другими работниками; похвала может быть осуществлена и на общественном мероприятии (городские праздники, спортивные мероприятия и т.п.), на собрании трудового коллектива организации, на собрании отдела, на корпоративном празднике и пр.; похвала может быть осуществлена по местному или федеральному телевидению или с использованием любых средств массовой информации (статья о работнике в газете, интервью на телевизионном шоу, по радио и пр.);

- признание заслуг работника с проявлением данного признания в виде вручения грамоты, в виде вывешивания фотографии на стенде организации или в локальной газете (внутренней прессе предприятия) и пр.;

- карьерный рост также относится к нематериальному стимулированию, то есть сотрудник должен понимать, что, работая в организации, он имеет возможность за определенные трудовые заслуги быть повышенным в должности;

- обучение сотрудников за счет предприятия также является нематериальным мотивационным воздействием, поскольку прямо не происходит материальных выплат, но косвенно предприятие тратит деньги на обучение персонала, тем самым давая сотрудникам понять, что они важны для организации;

- поддержание и развитие благоприятного психологического климата, организационной культуры, корпоративной этики, — все это также только самым благоприятным образом отражается на работе сотрудников. В организации с благоприятным внутренним климатом и комфортными отношениями внутри коллектива каждый сотрудник желает работать, он желает приходить на такую работу, повышает производительность своего труда;

- развитие гуманного человекоориентированного отношения к персоналу, например, предоставление некоторым сотрудникам свободного графика работы, возможности употреблять никотин на рабочем месте, употреблять пищу во время работы. Некоторые из данных факторов могут негативно по-

влиять на режим работы предприятия, но гуманность в отношении к некоторым подчиненным может поспособствовать более лояльному их отношению к организации;

- организация отдыха и досуга, наличие на территории предприятия спортивных площадок, мест для отдыха, организация спортивных и любых корпоративных мероприятий, — все это самым благоприятным образом отражается на эффективности работы каждого сотрудника и относится к немотивационным детерминантам воздействия на трудовую функцию;

- возможны и другие нематериальные методы мотивации сотрудников организации.

Эффективность влияния нематериальной мотивации на сотрудников организации проявляется в следующем:

- прежде всего, это повышение лояльного отношения работников к самой организации. У персонала возникает чувство дружелюбного, благоприятного, благожелательного отношения к предприятию и руководящему составу субъекта бизнеса. Каждый сотрудник будет считать себя нужным и важным для организации. В этой связи у персонала появиться желание больше трудиться, появится ответственность за выполняемые трудовые функции, результаты труда будут более высокими [3, с. 132];

- при повышении лояльности повысится желание работать у сотрудников, а значит, это может привести к повышению производительности труда, как отдельно взятых работников, так и организации в целом [4, с. 57];

- с ростом производительности труда будет расти количество выпускаемой продукции, количество продаваемых товаров или услуг, что скажется на выручке. При этом, в связи с тем, что нематериальная мотивация является малозатратным стимулирующим мероприятием по управлению персоналом, расходы на мотивацию будут существенно ниже доходов, которые принесут работники в результате роста производительности труда (как эффект от нематериальной мотивации). Все это, в конечном итоге, может привести к росту рентабельности продаж субъекта предпринимательской деятельности, а, как результат к повышению конкурентоспособности [5, с. 74].

Нематериальные мотивы побуждают человека отправляться на работу не только за деньгами. Как говорил А. Маслоу, если человек желает исключительно денег, он не является частью своей работы и места, где работает. Уважение, любовь, дружба важнее. Ошибочным заблуждением является мнение, что нематериальные методы не столь интересны, как материальные. Комфорт души для работника на самом деле играет многим более значимую роль в организации, нежели деньги. И именно нематериальные способы помогают достичь трудящимся их индивидуального духовного удовлетворения [6, с. 40].

Моральная и социальная мотивация являются двумя любопытными разновидностями применения методов нематериальной мотивации. Они используются в разных ипостасях. Следует поподробнее истолковать их содержание. Моральная мотивация порождает высокую ценность и значимость сотрудника. Проявление уважения к человеку, как со стороны руководства, так и со стороны коллег. Выражается через награды, символы почета, командировки и постоянное внимание во время корпоративных сборов и активных действий в компании.

Социальная мотивация представляет собой объединение команды. Так, каждый отдельный сотрудник становится частью целого, как частью семьи. Все принимают решения вместе, работают вместе и отдыхают тоже вместе. Уделяется внимание всем индивидуальным особенностям и принимается с полным уважением, чтобы каждый сотрудник осознал, что он может чувствовать себя в организации, как в семье, как дома [6, с. 40].

Таким образом, изучение эффективности влияния нематериальной мотивации на сотрудников организации позволяет сделать вывод о том, что эффект такой мотивации, прежде всего, проявляется в повышении лояльного отношения сотруд-

ников к самой организации. В свою очередь, с ростом дружелюбного, благоприятного, положительного отношения к организации, в которой работает сотрудник, у такого сотрудника возникает желание повысить результат своего труда, в частности, увеличить производительность или качество товаров и услуг. С ростом производительности, появляется эффект доходности, увеличение рентабельности и конкурентоспособности предприятия. Следовательно, эффективность нематериальной мотивации проявляется, как в улучшении отношения сотрудника к организации, руководству, коллективу, так и в улучшении показателей финансово-хозяйственной деятельности предприятия в целом.

Литература:

1. Трапицын С. Ю. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности: учебник / С. Ю. Трапицын. — М.: Юрайт, 2022. — 314 с.
2. Пряжников Н. С. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности: учебник / Н. С. Пряжников. — М.: Юрайт, 2022. — 365 с.
3. Коваленко Т. В. Нематериальная мотивация как важный фактор повышения эффективности труда / Т. В. Коваленко, И. И. Шайда // Проблемы устойчивого развития на макро, мезо и микроуровне. — 2018. — С. 130–133.
4. Якуба В. А. Нематериальная мотивация: повышаем эффективность сотрудников / В. А. Якуба // Мотивация и оплата труда. — 2022. — № 1. — С. 56–61.
5. Магзумова Н. В. Нематериальная мотивация персонала в целях повышения эффективности деятельности организации / Н. В. Магзумова, А. Е. Колесник, А. С. Аванесов // Научный вестник Южного института менеджмента. — 2019. — № 1. — С. 71–75.
6. Бабаджанов Н. Н. Нематериальная мотивация персонала в целях повышения эффективности деятельности организации / Н. Н. Бабаджанов // Студенческий вестник. — 2022. — № 17. — С. 37–43.

Повышение экономической безопасности предприятия

Бисекова Екатерина Сергеевна, студент
Московский финансово-юридический университет МФЮА

Необходимо отметить, что ликвидное предприятие имеет явные преимущества перед остальными. Таким предприятиям более охотно предоставляются финансовые ресурсы кредитными учреждениями, ликвидному предприятию проще привлечь инвестиции в новые проекты, помимо этого с данными предприятиями охотнее сотрудничают поставщики и в случае своевременной оплаты возможно предоставление скидок и бонусов.

Ключевые слова: финансовая независимость, ресурсы, безопасность, ликвидность, равновесие.

Increasing the economic security of the enterprise

Bisekova Yekaterina Sergeevna, student
Moscow University of Finance and Law

It should be noted that a liquid enterprise has clear advantages over the rest. Such enterprises are more willing to provide financial resources by credit institutions, it is easier for a liquid enterprise to attract investments in new projects, in addition, suppliers are more willing to cooperate with these enterprises, and in case of timely payment, discounts and bonuses can be provided.

Keywords: financial independence, resources, security, liquidity, equilibrium

Финансовую безопасность, которая представляет собой способность экономического субъекта поддерживать финансовое равновесие в условиях воздействия внутренних и внешних угроз, невозможно обеспечить без приемлемого

уровня ликвидности. Финансовая безопасность и ликвидность предприятия неразрывно связаны между собой. Ликвидность является необходимым, но недостаточным условием финансовой безопасности компании. Из этого следует, что фи-

нансовая безопасность предприятия может быть достигнута только в компании, обладающей приемлемым уровнем ликвидности, в которой будут созданы все условия для реализации такого финансового механизма, который будет способен адаптироваться к изменению условий внутренней и внешней среды

Также управление риском утраты ликвидности предполагает, что предприятие поддерживает собственные обо-

ротные средства на уровне, достаточном для обеспечения целевых показателей коэффициентов ликвидности: коэффициента текущей ликвидности и коэффициента быстрой ликвидности.

Менеджменту компании необходимо управлять ликвидностью. Это может осуществляться согласно представленной на рисунке 1 схеме.

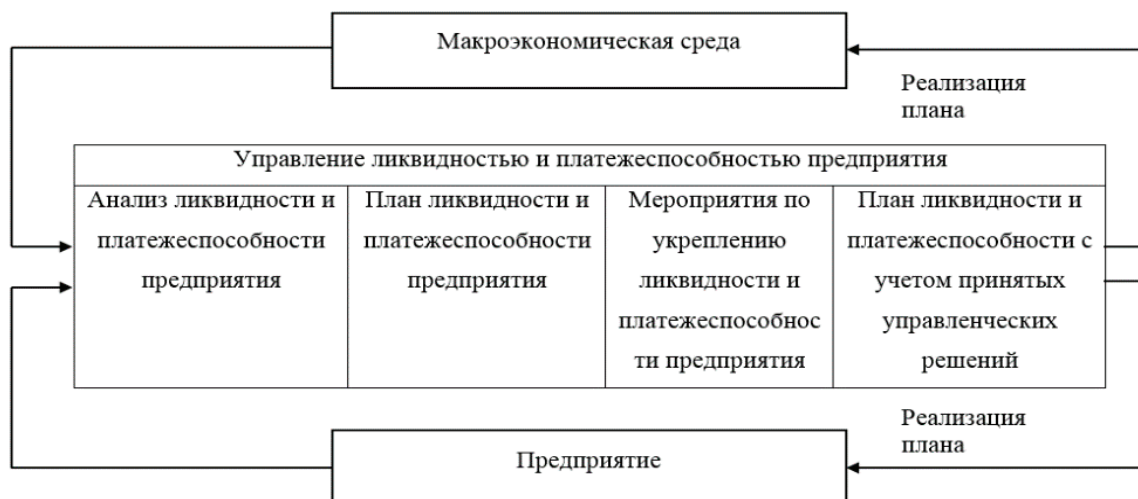


Рис. 1. Этапы управления ликвидностью на предприятии
Примечание. Составлено автором

Стоит отметить, что на сегодняшний день в отечественной и зарубежной литературе существует множество методик оценки уровня ликвидности предприятия. Они многократно апробированы на практике, имеют развитую методологическую основу, применимы в условиях деятельности организаций в отечественной экономике. Но, с другой стороны, эти методики характеризуются следующими недостатками:

- статичностью, поскольку расчет показателей ликвидности предприятия делается на определенные даты и не учитывают будущие поступления и расходные средства;

- формальностью, поскольку расчеты не учитывают действий субъекта на перспективу в целях обеспечения ликвидности баланса;

- многообразностью — предлагаемые методики по оценке ликвидности являются авторскими и отличаются многообразием способов расчета;

- универсальностью, поскольку рассмотренные алгоритмы не учитывают принадлежность предприятия к той или иной отрасли.

Но тем не менее, в традиционной схеме анализа ликвидности предприятия учитываются абсолютные и относительные показатели исследуемого понятия.

Если предприятие не в полной мере обеспечено средствами для своевременного погашения наиболее срочных обязательств за счет наиболее ликвидных активов, менеджменту компании необходимо обратить внимание на высокую долю дебиторской задолженности в структуре активов. Средства, полученные в результате (досрочной или своевременной) оплаты дебитор-

ской задолженности могли бы быть направлены на погашение кредиторской задолженности, что снизило бы долю текущей задолженности компании в структуре пассивов. Следовательно, одним из инструментов повышения ликвидности компании является совершенствование кредитной политики предприятия.

В качестве рекомендаций по повышению эффективности управления дебиторской задолженностью можно предложить следующие мероприятия:

1. Создать алгоритм дифференциации условий предоставления отсрочки платежа.

2. В новой кредитной политике предприятия рекомендуем использовать скидки за досрочную оплату поставок и штрафы за неисполнение договорных обязательств.

3. Предприятию предлагается рассмотреть еще один способ регулирования дебиторской задолженностью — установление лимита на стоимость отпускаемой электроэнергии покупателям.

Для оптимизации кредиторской задолженности также можно принять следующие меры:

- переход на «платежные дни». Это позволит избежать незапланированных расходов и увеличить точность прогнозирования денежного потока. Внедрение платежной политики является одной из важных составляющих на пути к оптимизации оборотного капитала, так как появление внутренней дисциплины в компании оказывает очевидное положительное влияние на многие бизнес-процессы;

- задержка необязательных расходов, продление сроков оплаты в отношении не основных поставщиков. По неос-

новным поставщикам необходимо пересмотреть условия договоров с целью их увеличения;

— оптимизация базы поставщиков. Пересмотр всего реестра поставщиков и условий работы с ними, может привести к выявлению «лишних» поставщиков или нескольких поставщиков, предоставляющих одинаковые услуги (товары) по разным ценам и на неэффективных условиях;

— балансирование объема и условий по основным закупкам. Проверка объемов закупок и их целесообразность, пересмотр объемов с целью уменьшения, и условий их поставки.

Литература:

1. Антонов А. П., Дружинина И. А., Антонов А. А. Динамический анализ платежеспособности организации // Инновационная наука. — 2020. — № 2(14). — С. 23–28.
2. Воронина М. В. Финансовый менеджмент: Учебник. — М.: «Дашков и К°», 2020. — 400с.
3. Гимадисламова Г. Ф., Насретдинова З. Т. Анализ ликвидности предприятия // Международный студенческий научный вестник. — 2021. — № 4–5. — С. 684.
4. Ильина Г. Г. Современные подходы к проведению финансового анализа хозяйствующего субъекта // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Серия: Общественные науки. — 2020. — № 7(718). — С. 91–101.
5. Петрова Э. Р., Насретдинова З. Т. Анализ основных показателей ликвидности и платежеспособности предприятия // Международный студенческий научный вестник. — 2022. — № 4–5. — С. 691.

Источники формирования оборотных активов.

Основные виды и принципы политики управления оборотным капиталом

Бусуёк Наталья Александровна, кандидат экономических наук, доцент;

Новрузова Гюнатай Абулфат кызы, студент магистратуры

Московский финансово-юридический университет МФЮА

Оборотные средства предприятий на сегодняшний день являются одним из важнейших компонентов, из которых создается большая часть всех активов, призванных обеспечить бесперебойную работу организаций.

Ограниченный оборотный капитал и неэффективное управление им часто приводят к негативным последствиям, влияющим на экономическое доверие к фирмам, таким как замедление оборачиваемости, снижение ликвидности и платежеспособности, снижение прибыли.

Поэтому установление эффективной политики управления оборотным капиталом, обеспечение предприятий необходимыми объемами оборотных средств, структурная оптимизация объемов ресурсов, а также определение оборотных средств представляется одной из первостепенных задач управления экономикой, необходимое соотношение между ними, достаточная деловая активность для бесперебойной работы фирмы в производственном процессе.

Ключевые слова: оборотный капитал, заемный капитал, собственный капитал, оборотные средства, методы анализа и политика управления оборотным капиталом.

В процессе своей производственно-коммерческой деятельности, компании безостановочно занимаются привлечением и перераспределением своих оборотных ресурсов, принимая во внимание это, одна из основных ролей в организации трансформационных процессов оборотного капитала на предприятии располагают источники его формирования, которые гарантируют своевременный приток необходимых средств и оказывают воздействие на скорость его обращения.

Все ресурсы, образующие оборотный капитал компании, отражаются в бухгалтерском балансе компании, а классиче-

Таким образом, внедрение практики дифференциации величины платежа за поставленные товары, сырье и материалы в зависимости от сроков оплаты, в случае, когда быстрая оплата счетов сопровождается предоставлением скидки, а также установление лимита на стоимость отпускаемой электроэнергии покупателям положительным образом скажется на показателях ликвидности компании. Поскольку финансовая безопасность предприятия может быть достигнута только в компании, обладающей приемлемым уровнем ликвидности, можно сделать вывод, что поставленная цель в выпускной работе — достигнута, а задачи — решены.

скую модель и структуру данных ресурсов можно представить в виде рисунка (рисунок 1).

Собственный капитал представляет собой часть активов, вложенных в оборотный капитал, и существует разница между собственным капиталом и основными средствами, он в основном включает уставный, резервный и добавочный капитал, а также нераспределенную прибыль и целевой доход. Компания. Доля предоставляемых средств имеет большое значение в управлении оборотным капиталом, так как от его доли финансовых ресурсов во многом зависит экономическое положение всего предприятия.

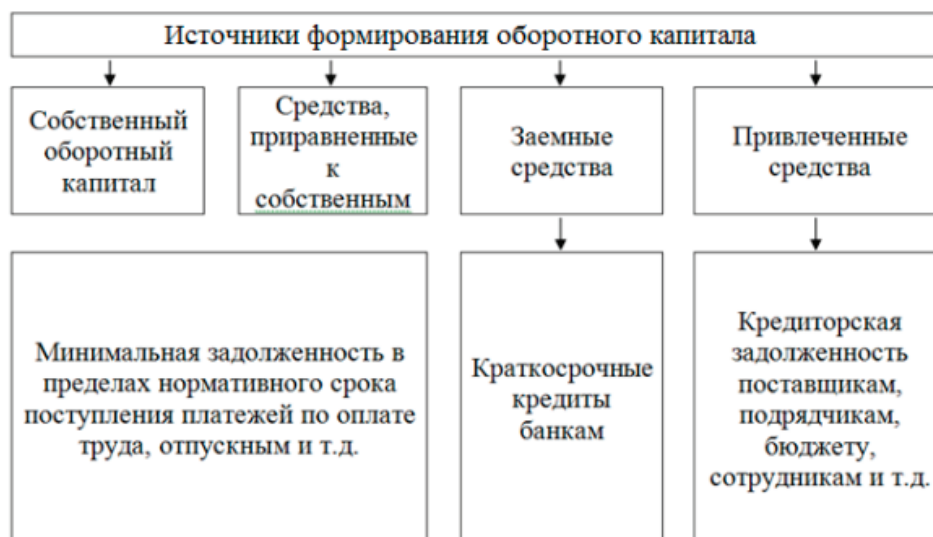


Рис. 1. Источники формирования оборотного капитала

Первоначально формирование уставного капитала происходит при создании и правовой регистрации предприятия, обслуживающего производственно-коммерческую деятельность хозяйствующего субъекта и создаваемого за счет средств учредителей, вкладов паев, инвестиций иностранных инвесторов.

Имеются и смежные варианты собственных источников формирования оборотных активов, которыми предрасполагает любое предприятие — это средства, уподобленные к собственным, а раньше именуемые устойчивыми пассивами. Основой предоставленных источников заключается в том, что они не принадлежат компании, однако по тем или иным причинам, непрерывно участвуют в его финансовом обороте, а регламентируются введенными условными отношениями согласно ГК РФ.

К этой категории ресурсов относятся:

- непогашенная задолженность перед работниками предприятия, возникающая из-за врожденного несоответствия между сроками их начисления и датой фактической выплаты заработной платы;
- минимальный размер кредиторской задолженности (не просроченной) перед поставщиками;
- средства покупателей, переданные в залог за возвратную тару;
- неоплаченная задолженность перед бюджетом и отчисления во внебюджетные фонды по отдельным видам налогов;
- предстоящие расходы;

Кроме того, потребность в оборотных средствах, финансируемых за счет собственного капитала, не удовлетворяется в связи с темпами роста и масштабами бизнеса, а также рядом других внешних и внутренних факторов (увеличение объемов продаж, увеличение просроченных платежей поставщикам, инфляция, и т.д.). При этом рекомендуется обратить внимание на другие виды финансовых ресурсов — заемные и заемные средства.

Заемные оборотные средства в основном состоят из банковских и коммерческих краткосрочных кредитов (займов), а средства направляются на приобретение сырья и материалов для производственного процесса, имеющего сезонный характер,

для удовлетворения временной потребности в собственных оборотных средствах и т.п.

По мнению ряда ученых, банковский кредит можно отнести к одной из основных форм кредита в современном, цивилизованном, экономически развитом обществе.

При этом кредитором выступает банк или финансово-банковская организация, имеющая право заниматься кредитной деятельностью, а заемщиком — любое юридическое лицо, осуществляющее предпринимательскую деятельность и временно нуждающееся в финансовых ресурсах [4].

Говоря о коммерческих кредитах в процессе производственно-коммерческой деятельности предприятий, необходимо отметить, что эта форма кредита является наиболее распространенной и древнейшей. При этом в качестве заемщиков и кредиторов выступают сами хозяйствующие субъекты (предприниматели, компании и др.).

Ключевыми характерными признаками коммерческого кредита являются [3]:

- ссуда предоставляется не наличными, а продуктами (как правило, в виде отсрочки платежа за установленные товарно-материальные ценности или оказанные услуги);
- наличие особых лицензий, разрешений, сертификатов и т. на кредитную деятельность не обязательна и может производиться каждым участником хозяйственных отношений;
- доходы кредитора, как правило, неочевидны (например, проценты за пользование банковским кредитом).

В большинстве случаев, экономический эффект заимодавца содержится в расширении реализации собственной продукции, увеличении заинтересованности потребителей в масштабах конкуренции.

Другими видами коммерческого кредита являются: вексельный, лизинговый, факторинговый, убыточный, консигнационный, открытый счет [4].

Важнейшую роль заемных средств в формировании оборотных средств трудно переоценить, однако многие организации не имеют возможности привлекать заемные средства для

пополнения из-за высокой стоимости кредитования на внутреннем рынке.

В этой ситуации финансовые менеджеры должны знать и иметь четвертый источник формирования оборотного капитала в фондах, полученных от услуг.

Привлекательными источниками формирования оборотных средств являются кредиторская задолженность и другие краткосрочные обязательства.

В отличие от устойчивых обязательств, кредиторская задолженность в виде сумм, возникших вследствие нарушения согласованной системы расчетов и платежной дисциплины, не является источником планового формирования оборотного капитала.

Поэтому, подводя итог всему вышеизложенному, следует сказать, что в процессе преобразования оборотных средств рациональное соотношение источников формирования различных оборотных средств и выбор соответствующей политики управления оборотными средствами в полной мере способствуют укреплению финансового положения. Установление эффективной политики управления оборотным капиталом является одной из основных задач финансового менеджмента. Эта политика заключается в обеспечении бизнеса необходимым объемом оборотных средств, обеспечении структурной оптимизации ресурсов покрытия, а также определении необходимого соотношения. Этого достаточно для того, чтобы компания работала бесперебойно во время своей производственной и коммерческой деятельности.

Данная управленческая политика является частью общей финансово-экономической стратегии предприятия и должна быть направлена на получение максимальной прибыли при оптимальном размере рентабельности и риска, что должно привести к финансовой устойчивости и повышению инвестиционной привлекательности предприятия.

Если говорить о повседневной операционной деятельности, то одной из основных финансовых характеристик организации является платежеспособность и ликвидность, эти показатели в совокупности определяют способность предприятия своевременно заключать договоры с поставщиками и погашать кредиторскую задолженность.

Поэтому поддержание необходимого уровня ликвидности во многом является залогом успешной и ритмичной хозяйственной деятельности предприятий.

Для эффективного управления существующими активами бизнеса необходим четкий алгоритм действий, позволяющий специалистам финансово-экономических служб установить общие принципы политики управления оборотными средствами, основными этапами которой являются:

1. Анализ состава, структуры и эффективности оборотных средств организации.

Основными задачами, решаемыми на данном этапе, являются оценка достаточности оборотных средств, определение оптимального состава и структуры этих активов, а также анализ эффективности их использования в производственно-производственной деятельности предприятия. экономические действия.

При этом основными показателями, отражающими эффективность управления оборотным капиталом, являются его рентабельность и оборачиваемость, т.е. период, в течение которого

финансовые ресурсы проходят полный цикл (оборот) от приобретения запасов (ИПЗ) до реализации готовой продукции и зачисления денежных средств на расчетный счет предприятия за поставленную продукцию [5; 6].

2. Выбор рациональной стратегии управления оборотным капиталом.

На данном этапе выбор наиболее подходящей стратегии управления оборотными активами компании позволяет минимизировать различные риски в процессе финансовой деятельности и достичь приемлемого уровня рентабельности.

В теории финансового менеджмента выделяют три основных подхода (стратегии) формирования оборотных средств бизнеса; среди них есть консервативные, уступчивые и агрессивные.

В основе консервативного подхода лежит модель, в которой предполагается, что переменная часть активов финансируется за счет долгосрочных обязательств за счет создания дополнительных страховых резервов при организации бесперебойного снабжения товарными запасами с увеличением дебиторской задолженности и потребительской.

Для данного подхода характерно фактическое отсутствие кредиторской задолженности за счет уравнивания риска потери ликвидности, но следует отметить, что у такой стратегии управления есть и побочный эффект — негативное влияние на эффективность использования. Текущие активы, особенности оборота и рентабельности. Компромиссный (умеренный) подход отличается сдержанным стилем управления оборотным капиталом, при котором величина имеющихся активов поддерживается на оптимальном (адекватном) уровне для покрытия текущих операционных расходов компании.

К основным отличительным признакам данного полиса относятся: организация страховых резервов, стандартные условия расчета и перевозки ТМЦ, аккумулирование небольших финансовых средств и наличие среднего уровня краткосрочного кредита. Для данной стратегии характерен средний уровень риска и средняя доходность активов.

Агрессивный подход направлен на сокращение страховых резервов по различным категориям оборотных средств. Говоря о ликвидности, следует отметить, что в рамках данной стратегии, при обеспечении максимальной эффективности предприятия, выше вероятность возникновения дел о банкротстве.

Таким образом, правильно выбранная стратегия управления оборотными средствами может обеспечить компромисс между риском потери ликвидности и высокой рентабельностью (эффективностью) в производственно-коммерческой деятельности компании.

3. Определение необходимой стоимости оборотных средств при хозяйственной деятельности.

Неоспоримое условие, выполнение которого способствует ритмичной и стабильной работе любого предприятия, выражается в том, что стоимость оборотных средств при производственной и коммерческой деятельности должна быть минимально достаточной.

Оптимальный уровень оборотных средств позволяет максимизировать прибыль компании при определенном уровне риска, что положительно сказывается на финансовом состоянии организации [7; 1].

4. Оптимизация постоянной и переменной частей оборотных средств.

В процессе производственно-коммерческой деятельности предприятия сумма оборотных средств не фиксируется.

Это связано с тем, что некоторые отрасли и рыночные ниши имеют сезонный характер потребности в оборотных средствах.

Чаще всего такие события наблюдаются на предприятиях агропромышленного комплекса, закупки сырья происходят в определенные периоды, и в данный момент стоимость имеющихся активов значительно возрастает. Поэтому оптимизация постоянной и переменной частей оборотных средств существенно влияет на управление их оборачиваемостью и формирование источников денежных средств.

5. Разработка системы мер по снижению риска потери ликвидности и защите платежеспособности организации.

Основные принципы этой методики должны включать следующие пункты:

- уменьшение суммы текущей кредиторской задолженности, что способствует возможной потере ликвидности.
- Снижение общей стоимости финансирования. При этом основной упор делается на использование такого источника состава текущих активов, как краткосрочная кредиторская задолженность.
- Управленческая политика компании должна быть направлена на стабильный рост рынка, а при его создании особое внимание следует уделять управлению оборотными средствами в общей финансовой стратегии предприятия.

6. Повысить рентабельность оборотных средств.

При использовании различных элементов оборотных средств предприятия в его хозяйственной деятельности основным требованием, способствующим укреплению финансового положения, является получение необходимой прибыли.

Для этого некоторые предприятия направляют (инвестируют) временно освободившийся остаток денежных средств

в портфель краткосрочных финансовых активов, что способствует получению дополнительных доходов и является одним из средств повышения высокой ликвидности активов.

7. Определение возможных будущих потерь оборотных средств. В процессе хозяйственной деятельности элементы оборотных средств постоянно подвергаются различным рискам уменьшения и утраты (запасы ТМЦ подлежат естественному физическому уничтожению; увеличение дебиторской задолженности создает риск невозврата и оттока денежных средств; деньги имеют свойство обесцениваться в процессе инфляции и др.).

Исходя из вышеизложенного, на данном этапе установления действующей политики управления активами необходимо выявить все возможные риски и разработать меры по их минимизации.

8. Создание и оптимизация источников финансирования оборотных средств.

Суть этого этапа заключается в определении основных критериев выбора источников финансирования имеющихся активов, а также последующей оптимизации их структуры с учетом продолжительности отдельных стадий финансово-производственного цикла.

Текущая политика управления активами находит свое отражение в системе финансовых стандартов, разработанной в бизнесе. Основные стандарты:

- норма собственных оборотных активов предприятия;
- система норм передачи основных видов оборотных средств и продолжительность операционного цикла в целом;
- система коэффициентов ликвидности оборотных средств;
- нормативный коэффициент оборотных средств по отдельным источникам финансирования [2].

Исходя из вышеизложенного, можно сделать вывод, что эффективная политика управления оборотным капиталом должна основываться на системном поэтапном подходе.

Литература:

1. Бабич Т. Н., Бабенко И. В., Кузьбожев Э. Н. Планирование оборотных производственных активов предприятия / Т. Н. Бабич, И. В. Бабенко, Э. Н. Кузьбожев // Финансовый вестник: финансы, налоги, страхование, бухгалтерский учет. 2013 г. — № 8. — С. 3–9.
2. Бланк И. А. Финансовый менеджмент: учебное пособие / И. А. Бланк — Москва: Финансы и статистика, 2012. — 656 с.
3. Гидулян А. В. Кредитные инструменты для малого и среднего бизнеса / А. В. Гидулян // Банковское кредитование. 2014. — № 4. — С. 82–93.
4. Казак А. Ю., Мармыгин М. С., Прокофьева Е. Н., Шатковская Е. Г., Солодова Е. Г., Сиколенко Е. Г. Деньги. Кредит. Банки: учебник для вузов / Казак А. Ю. — Москва: Экономистъ, 2013, с. 228
5. Сеницкая Е. С. Управление оборотным капиталом: монография / Е. С. Сеницкая — Москва: Лаборатория книги, 2012 г. — 154 с.
6. Солнцева Д. С. Управление оборотными средствами предприятий и совершенствование эффективности их использования: монография / Д. С. Солнцева — Москва: Лаборатория книги, 2013 г. — 128 с.
7. Чурюмов О. О. Эффективность использования основных средств: монография / О. О. Чурюмов — Москва: Лаборатория книги, 2013 г. — 64 с.

Мотивация и стимулирование труда персонала предприятия

Гареев Ильдар Назипович, студент магистратуры

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

Статья посвящена системе мотивации и стимулированию труда персонала предприятия, раскрывается сущность мотивации персонала, стимулированию труда персонала, описываются разновидности мотивации и стимулов и пути их повышения.

Ключевые слова: организация, мотивация персонала, стимулирование персонала, способы повышения мотивации.

Мотивация сотрудника является одной из ключевых проблем в менеджменте. Она является важнейшим фактором результативности работы и трудового потенциала. Если у человека не будет внутренних или внешних стимулов работать, то ничего не сможет его заставить.

Мотивация в современном мире является одной из важных и достаточно интересных проблем для изучения. Сотрудники — самый ценный ресурс любой компании, лишь от них зависит, пойдет ли она к успеху или опустится на дно. Для того, чтобы разобраться, что же такое мотивация, рассмотрим такие понятия как «мотив» и «потребность»

Мотив — это осознанное побуждение к деятельности, связанное с удовлетворением потребностей. Это то, что движет нами при совершении каких-либо действий. Ведь потребности человека могут совпадать, а вот мотивы, посредством которых они реализованы, могут существенно отличаться. Мотив труда есть побуждение работника к деятельности для удовлетворения определенных нужд. Считается, что он формируется тогда, когда трудовая деятельность является основным условием получения каких-либо благ. [3, с. 42].

Мотив состоятельности (стремление к соперничеству с другими сотрудниками).

Потребность — это осознанный недостаток чего-либо. Именно она побуждает человека к определенным действиям. Существуют первичные и вторичные потребности, первые из которых являются физиологическими (потребность в еде, воде, потребность сна), вторые же психологические (потребность во власти, успехе, привязанности и т. д.).

Все это, на мой взгляд, является составляющими понятия мотивация. Мотивация с точки зрения С. П. Робинза является стремление человека к осуществлению какой-либо определенной работы, обусловленной тем, что она удовлетворяет его потребности. [5, с. 93].

По мнению российских исследователей О.С. Виханского, А.И. Наумова, мотивация считается совокупностью внутренних и внешних движущих сил, что заставляет любого человека осуществлять конкретные действия, определять границы, формы в любой деятельности и задают ему необходимые направление, которое будет направлено на достижение поставленных целей. [1, с. 182].

Эти трактовки взаимно дополняют друг друга и показывают нам, насколько многогранно понятие мотивация.

Главная цель мотивации персонала — это обеспечение организации образованными, высококвалифицированными специалистами, которые будут преданы своей компании. По сути, чем больше человек замотивирован трудиться, тем более охотно он начнет соглашаться, например, на сверхурочную работу.

По этой причине, мотивацию рассматривают как процесс формирования мотивов для удовлетворения определенных потребностей и как механизм, который дает возможность видеть потребность и создать модель дальнейших действий для достижения своих целей. Говоря проще это внутренний стимул человека, заставляющий его принимать решения, реализовывать какие-то свои идеи.

Если проанализировать деятельность сотрудников любой компании, то можно заметить, что одну и ту же работу они могут выполнять по-разному. Кто-то делает больше, чем сказано, а кто-то выполняет поручения вполсилы. Все это зависит от того, насколько замотивирован человек на затрату больших усилий, чтобы выполнить работу.

Мотивация бывает двух видов: внутренняя и внешняя. Внешняя мотивация подразумевает факторы, которые влияют на работника извне. Данный процесс подразумевает управление, это когда руководитель предприятия поручает исполнителю выполнить работу, а тот ее выполняет. Однако руководителю необходимо обладать информацией о том, какие мотивы способны побудить определенного работника исполнить его задание в поставленный срок. Это может быть премия за выполненную работу, либо похвала или какие-либо бонусы. Внутренняя мотивация является значительно сложнее. Это совокупность мотивов и стремлений, которые создаются самой личностью, то есть они происходят внутри собственного «Я». Персонал вовлекаются в ту или иную деятельность ради нее самой, а не для получения внешних наград.

Они получают удовольствие от самой работы, в процессе решения каких-либо задач.

Существует несколько типов мотивации работников:

1. Ориентация на нематериальные ценности.
2. Ориентация на материальные ценности.
3. Сбалансированная мотивация. [4, с. 92].

Система материальной мотивации использует постоянные и переменные стимулы. К первым относится заработная плата, ко вторым — стимулы-награды, получение которых связано с выполнением какой-либо работы. Переменные составляющие материальной мотивации считаются более эффективными в отличие от простого повышения заработной платы. Дело в том, что эффект от увеличения оплаты труда может пройти через несколько месяцев, потому что сотрудник уже перестанет считать ее высокой. Переменные составляющие позволяют подерживать интерес к труду постоянно.

Нематериальные источники мотивации могут быть разными в зависимости от категории персонала. Например, для топ-менеджеров это расширенный социальный пакет, символы статуса. Для технического персонала — питание, проезд к месту

работ, ДМС. Нематериальная мотивация во многом зависит от поведения сотрудников.

Помимо мотивации существует такое понятие как стимулирование персонала. Для начала разберемся, что же такое стимул.

Стимул — это внешнее воздействие на человека или группу людей с целью побуждения к какому-либо результату. [2, с. 15]. Он характеризует определенные блага (например, зарплаты,

премии, льготы, служебное жилье и т.д.). Определенное внешнее воздействие, являясь некой побудительной силой порождает в человеке желание действовать. Таким образом, можно сказать, что стимул порождает мотив, но не всегда, так как работники могут по-разному реагировать на стимулы в зависимости от своих ожиданий, целей, интересов, возможностей.

Стимулы подразделяются на материальные и нематериальные (рис. 1).



Рис. 1. Материальные и нематериальные стимулы

Стимулирование — это процесс регулирующего воздействия на работника внешних факторов с целью повышения его трудовой активности.

У руководства существуют определенные методы и блага, которые способны удовлетворить деятельность сотрудников и могут быть использованы в качестве вознаграждения за работу.

Стимулирование труда так же имеет несколько функций: экономическую, социальную и нравственную.

Экономическая функция — содействует увеличению производительности производства. Некоторые стимулы влияют на персонал таким образом, что увеличивается эффективность труда.

Социальная функция — это создание социальной структуры общества посредством разных уровней дохода.

Нравственная функция — стимулирование труда создает у работника внутреннюю мотивацию, что заставляет ставить перед собой цели и достигать их.

Стимулирование персонала является одним из инструментов мотивации, который не всегда дает положительный импульс. Оно может стать как позитивным, так и негативным толчком к действию работников. Считается, что чем выше уровень развития организации, тем реже стимулирование используется. Связано это с тем, что работники начинают проявлять большую заинтересованность в делах организации без какого-либо стимулирующего воздействия [2].

Таким образом, мотивация и стимулирование персонала являются важными составляющими работы любой компании. Они оказывают значительное влияние на работников и их деятельность. Стимулирование и мотивация персонала влияет на регулирование трудовых отношений в любой компании. Правильно подобранные стимулы и своевременное устранение проблем повысит мотивацию персонала, а доверие к руководству растёт, что положительно скажется как на внутреннем климате, так и на работе в целом.

Литература:

1. Виханский О. С., Наумов А. И. В54 Менеджмент: Учебник. — М.: Экономистъ, 2020. — 528 с.
2. Егоршин А. П. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности. — М.: ИНФРА-М, 2020. — 378 с.
3. Кондратьев О. В. Мотивация персонала. Нет мотива — нет работы. — М.: Альфа-Пресс, 2020. — 215 с.

4. Минева О. К. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности. — М.: Альфа-М: НИЦ ИНФРА-М, 2019. — 272 с.
5. Роббинз С. П. Основы организационного поведения. — М: Диалектика, 2019. -448 с.

Роль руководителя в системе мотивации труда сотрудников отдела

Гареев Ильдар Назипович, студент магистратуры

Научный руководитель: Биктимирова Наталья Александровна, кандидат психологических наук, доцент
Башкирская академия государственной службы и управления при Главе Республики Башкортостан (г. Уфа)

Статья посвящена исследованию важности деятельности руководящего звена в системе управления персоналом, в частности, в руководстве мотивационной составляющей конкретным отделом или подразделением субъекта предпринимательской деятельности. В рамках статьи сделан вывод в значимости роли современных руководителей в выполнении мотивационной функции по управлению определенным отделом организации.

Ключевые слова: руководитель, предприятие, отдел, персонал, мотивация, управление, бизнес.

Актуальность темы обусловлена первостепенно важной ролью исследования мотивационной функции руководящих лиц в системе управления субъектом предпринимательской деятельности. При этом, в организациях, состоящих из множества отделов и подразделений важное значение для достижения общих целей фирмы приобретает производительность труда каждого отдела. В этой связи на первый план выходит эффективность деятельности руководящего менеджера, в полномочия которого как раз и входит управлять определенным отделом, в том числе посредством использования мотивационных технологий.

Вопросы мотивации и стимулирования являются значимой функцией управления персоналом. При этом, руководитель отдела при реализации функции мотивации является не только объектом деятельности руководящего менеджмента всей организации, но и активным субъектом бизнеса, побуждающим персонал к продуктивной трудовой деятельности. В рамках выполнения мотивационно-стимулирующей функции руководитель отдела организации осуществляет материальное и моральное стимулирование работников и создает наиболее благоприятные условия для проявления их способностей и профессионального роста. Как следствие, сотрудники такого отдела постоянно находятся в поиске путей реализации своих значимых мотивов в рамках компании. Считается, что при «правильном» стимулировании сотрудники организации выполняют свои обязанности в соответствии с целями этой организации и ее стратегией [1, с. 17].

В научной литературе, посвященной мотивации и стимулированию трудовой деятельности сотрудников субъекта бизнеса, отмечается, что мотивация представляет собой и создание условий, способных к регулированию трудовых отношений, при которых у всех без исключения работников возникает потребность самоотверженно трудиться, поскольку это является единственным путем достижения целей, задач и удовлетворения потребностей персонала и самой организации [2, с. 12]; это и процесс сопряжения целей компании и целей работника для наиболее полного удовлетворения потребностей обоих, процесс побуждения к деятельности для достижения общих

целей [3, с. 30]; это и создание условий отождествления интересов предприятия и работника, при которых то, что выгодно и необходимо одному, становится столь же необходимо и выгодно другому.

В самом общем виде мотивационная функция руководителя отдела сводится к побуждению сотрудников данного отдела к реализации трудовой деятельности, что может быть осуществлено через принятие руководителем определенных мотивационных мер, как совокупности движущих сил, побуждающих персонал к осуществлению определенных действий. Эти силы находятся вне и внутри каждого работника, заставляя их осознанно или неосознанно совершать трудовые действия. При этом, связь между отдельными силами и действиями работников опосредована очень сложной системой взаимодействий, в результате чего различные сотрудники могут совершенно по-разному реагировать на одинаковые воздействия со стороны одного руководителя. Более того, поведение работника, осуществляемые им действия в свою очередь также могут влиять на его реакцию, в результате чего может меняться как степень влияния воздействия, так и направленность поведения, вызываемая определенным воздействующим мотивом.

Существующие в сфере труда мотивы упрощенно можно разделить на три вида [3, с. 34]:

— материальные, когда работник определенного отдела субъекта бизнеса выполняет работу, исходя из побуждений, не связанных ни с характером и содержанием труда, ни с социальной средой, потому что работа для него экономическая необходимость, средство заработать деньги и обеспечить самостоятельность существования;

— духовные, когда работник определенного отдела предприятия выполняет свою работу потому, что ему нравятся его профессия, содержание трудовой деятельности, он ощущает радость творчества, эмоциональный подъем, испытывает эстетическое наслаждение самим процессом труда;

— социальные, когда работник определенного отдела субъекта бизнеса выполняет свою работу, руководствуясь не столько её содержанием, сколько тем, что она обеспечивает ему определенное место в социальной структуре коллектива, в об-

ществе, работник четко понимает общественную значимость своей трудовой деятельности, получает моральное удовлетворение трудом.

На практике эти виды мотивов тесно переплетаются, и в какой-то конкретной ситуации можно выделить лишь доминирующий вид.

Роль руководителя отдела в данном случае первостепенно важна, поскольку именно от руководящего лица во многом зависит то, какие мотивы будут превалировать в его отделе, то есть в работе тех сотрудников, которые подчинены данному руководителю.

Важно понимать, что и сам руководитель должен быть склонен к повышению производительности труда работников своего отдела, он должен быть активен, проявлять инициативу, обладать комплексом положительных качеств для достижения цели повышения эффективности работы своего подразделения [4, с. 10].

Руководитель отдела может использовать самые различные способы мотивации. Среди нематериальных можно выделить, например, грамоты, всеобщее признание и похвала на собраниях отдела, похвала по местным телевизионным каналам, похвала на городских общественных мероприятиях (приглашение на сцену, всеобщая благодарность), написание о таких работниках статей в газетах и пр. Материальные меры стимулирования наиболее действенны и могут включать, например, денежные вознаграждения, премии, подарки и многое другое. Особенно популярные в последнее время балльные системы мотивации работников и программы лояльности для персонала [5, с. 104].

Эффективным способом мотивационного воздействия руководителя, например, может стать разработка и внедрение современной системы мотивации сотрудников отдела. Например, можно предложить разработать и внедрить систему мотивации с использованием современных информационных технологий. При этом, важно, чтобы мотивационное воздействие прямо влияло на объемы производства товаров и их качество.

В частности, можно предложить создать приложение для смартфона, например, под названием «Я работник». В этом предложении выделить разделы, в которых будут учитываться социальные, коллективные, производственные и качественные достижения, за которые будут начисляться баллы, которые будут в конце месяца преобразовываться в рубли и начисляться как надбавка к заработной плате. Так же в этом приложении можно выделить отрицательную зону с штрафами, прогулами, опозданиями, например, под названием «черный список». В результате приложение для смартфона будет состоять из следующих разделов:

— «социальные баллы». Здесь можно предложить и учитывать к зачислению баллы за социальные достижения в дея-

тельности организации. Например, это может быть написание статьи в журнале о предприятии, выступление на пресс-конференции о производстве, общение со СМИ о работе предприятия, участие в качестве представителя предприятия в спортивных и культурных мероприятиях города и пр.;

— «коллективные баллы». Здесь можно предложить и учитывать к зачислению баллы за активное участие в коллективе предприятия, за проведение мероприятий внутри организации, за разрешение конфликтных ситуаций, за участие в разработке локальных актов, оформлении стендов и пр.;

— «производственные баллы». Здесь можно предложить и учитывать к зачислению баллы за конкретные результаты работы отдела. Например, за производство определенного количества продукции, продажи товаров или услуг сверх плана, сотруднику будет начислено определенное количество баллов;

— «качественные баллы». Здесь можно предложить и учитывать к зачислению баллы за качественно произведенную продукцию или качественно оказанные услуги. Например, за один положительный отзыв о хорошем качестве от покупателя этой продукции, работнику будет начислено определенное количество баллов;

— «черный список». Здесь можно предложить ввести баллы с минусовым знаком «-». Здесь штрафы за опоздания на работу, за пренебрежение правилами внутреннего трудового распорядка, за создание конфликтов на работе и пр.— учитывать в баллах с отрицательным значением.

В результате суммирования всех баллов в конце месяца у каждого сотрудника будет накоплена сумма баллов, которая меняется на рубли и выражается как доплата к основному заработку.

А для карьерного роста можно предложить набрать определенную необходимую сумму баллов уже за год или за несколько лет, чтобы сотрудник мог быть повышен в должности.

Таким образом, изучение роли руководителя в системе мотивации труда сотрудников отдела позволяет сделать вывод о важности мотивационной функции руководящих лиц, поскольку именно руководители, о многом определяют то, как будет развиваться работа отдела, насколько эффективно будут трудиться сотрудники. В противном случае, при безразличии руководящего лица к мотивационной составляющей, персонал станет менее продуктивным. В связи с вышесказанным предложена система мотивации «Я работник», которая будет очень эффективной и будет стимулировать работников к эффективному расходованию своего рабочего времени, к повышению производительности труда. А руководитель, как администратор такой системы сможет следить за результатами работы каждого сотрудника, каждого отдела и предприятия в целом.

Литература:

1. Родионова Е. А. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности: учебник / Е. А. Родионова, В. И. Доминяк, Г. Жушман, М. А. Экземпляров. — М.: Юрайт, 2022. — 279 с.
2. Соломанидина Т. О. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности: учебник, 3-е изд., перераб. и доп. / Т. О. Соломанидина, В. Г. Соломанидин. — М.: Юрайт, 2022. — 323 с.
3. Лобанова Т. Н. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности: учебник / Т. Н. Лобанова. — М.: Юрайт, 2022. — 482 с.

4. Разгуляев В. Современный линейный руководитель и его роль в мотивации сотрудников / В. Разгуляев // Молочная промышленность. — 2019. — № 7. — С. 10–11.
5. Груздева Е. А. Роль руководителя в мотивации персонала на предприятии / Е. А. Груздева, Л. Л. Орехова // Экономика и менеджмент в условиях цифровизации, новые решения и перспективы. — 2022. — С. 103–107.

Пути повышения финансовой устойчивости предприятий агропромышленного комплекса

Дан Василина Нуцувна, студент;

Дуленинских Людмила Николаевна, кандидат сельскохозяйственных наук, доцент
Пермский государственный аграрно-технологический университет имени академика Д. Н. Прянишникова

В работе предлагаются авторские пути повышения финансовой устойчивости на предприятиях агропромышленного комплекса страны. Тема актуальна по причине того, что компаниям этой сферы сложно поддерживать финансовую устойчивость по причине сложности ведения сезонного производства. Нынешнее экономико-политическое положение России лишь ухудшает ситуацию. В статье предлагаются мероприятия для наибольшего эффекта достижения финансовой устойчивости предприятий агропромышленного комплекса.

Ключевые слова: финансовая устойчивость, агропромышленный комплекс, анализ финансово-хозяйственной деятельности, страхование урожая, лизинг сельскохозяйственного оборудования.

Предприятия агропромышленного комплекса (АПК) имеют повышенные риски финансовой неустойчивости. Причиной являются особенности их функционирования. Сельскохозяйственная продукция имеет ограниченный срок хранения, к тому же на результаты деятельности существенно влияют неконтролируемые природно-климатические условия. Это лишь основные негативные факторы, заставляющие компании АПК постоянно контролировать собственную финансовую устойчивость. К тому же тяжелая экономическая и геополитическая обстановка в стране повышает уровень угроз — внешний рынок сократился, доходы граждан снизились. Все вышеизложенное подтверждает актуальность выбранной нами темы.

Первым важнейшим способом повышения финансовой устойчивости предприятий АПК является ежемесячная, возможно, даже еженедельная диагностика финансово-хозяйственной деятельности (ФХД). Она должна состоять из вертикального, горизонтального, трендового, факторного и коэффицентного анализов.

Вертикальный анализ позволит выявить долю каждого актива и пассива в балансе компании [1]. Это важно, например, для отслеживания количества запасов и обязательств. Именно эти два аспекта чрезвычайно важны для предприятий АПК — затоваривание склада может привести к потере урожая, а чрезмерные долги — напрямую ухудшают финансовую устойчивость компании. Горизонтальный анализ позволит выявить динамику по каждому активу и пассиву [2]. Это даст возможность определить, насколько темпы сокращения, например, обязательств, согласуются с планами предприятия. Трендовый анализ позволит сравнить достижения предприятия со значениями конкурентов [3]. Это важно для общего мониторинга ситуации на рынке. Факторный анализ позволит выявить, какие элементы наиболее влияют на основные показатели фирмы. Для АПК, например, важно учитывать природно-климатические условия. Здесь рекомендуется применять теорию игр с при-

родой, так как она позволит, исходя из всех выявленных факторов, сделать наиболее верный выбор возделываемых культур, посевных площадей, средств обработки, применяемых технологий и иных аспектов. Коэффициентный анализ напрямую выделит проблемы в сфере финансовой устойчивости предприятия [5]. Именно этот анализ в данном случае ключевой, так как он выделит проблемы, а предыдущие элементы диагностики позволят изучить динамику и ситуацию по этим параметрам. Зачастую предприятия АПК не проводят или реализуют такую диагностику редко, что ведет к отсутствию сведений об ухудшении финансовой устойчивости. Это, в свою очередь, не дает возможности предпринять необходимые меры. В результате, именно диагностика ФХД является первым направлением в повышении изучаемого параметра.

Как уже было сказано выше, от природно-климатических условий значительно зависит финансовая устойчивость предприятий АПК. Исходя из этого, одним из важнейших направлений стабильно высоких значений этого параметра является страхование. На данный момент многие страховые компании предлагают застраховать урожай от гибели по различным причинам. Данный метод позволяет не только получить необходимую компенсацию за низкий полученный урожай по климатическим причинам (засуха, наводнение), но и по природным (поражение культур вредителями). В результате, предприятие АПК сможет компенсировать ущерб, ликвидировав существенный риск банкротства.

Государство активно субсидирует предприятия АПК, при этом некоторые лица не пользуются этими льготами по незнанию специалистов хозяйства или иным причинам [4]. Применение на практике субсидий дает возможность существенно снизить риски финансовой неустойчивости компаний сферы АПК.

Необходимо отметить агролизинг. Такой вид приобретения оборудования и сельскохозяйственной техники позволит снизить расходы на кредитование или полное разовое приобре-

тение основных средств. Данный метод обязательно нужно применять предприятиям АПК, к тому же можно получить государственную поддержку в виде возмещения части затрат на приобретение техники.

Некоторые методики косвенно улучшают финансовую устойчивость предприятий АПК. Например, уменьшение времени на сельскохозяйственные работы, интенсификация использования почвы с помощью удобрений, улучшение производительности труда работников через автоматизацию, увеличение вооруженности основными средствами, повышение мотивации работников, развитие широкой специализации компании. Каждое мероприятие положительно отражается на предприятии, улучшая его финансовую устойчивость.

Для предприятий АПК могут быть полезны и достаточно универсальные рекомендации. В первую очередь необходимо постоянно выявлять направления уменьшения себестоимости продукции. Это может быть увеличение автоматизации, которая приведет к снижению расходов на персонал, применение новейших технологий, контроль издержек менеджеров и работников в целом. Рекомендуется регулярно проводить инвентаризацию. Она поможет выявить наиболее ликвидные и неликвидные товары, недостаток и избыток определенной техники, оборудования, сырья, условия хранения, которые могут не соответствовать определенным требованиям. Неиспользуемую технику можно реализовать или сдать в аренду, что увеличит приток денежных средств и способствует улучшению финансового бла-

гополучия предприятия. К тому же есть вероятность выявления складских помещений, которые не используются в производственном процессе. Передача в аренду складских, технических и производственных помещений так же может стать источником дополнительного дохода. Важно изучать формируемые компаниями резервы. Некоторые из них могут быть чрезмерными, в некоторых случаях наоборот, недостаточными. Нужно изучать систему сбыта продукции, возможно, существуют покупатели, заинтересованные в экологически чистой продукции и готовые приобретать ее по большей цене. Можно рассмотреть снижение логистических издержек компании, уменьшить расходы на документооборот, сформировать более жесткие условия для покупателей (снижение срока оплаты полученного товара) и лояльные условия для себя при контакте с поставщиками (например, оплата товаров только после их получения в течение двух недель). Рекомендуем изучать обязательства компании, так как долгосрочные обязательства являются наиболее приемлемыми, по сравнению с краткосрочными. Если есть возможность переклассифицировать их, этим нужно воспользоваться.

Исходя из вышеизложенного, делаем вывод, что на данный момент необходимо повышать финансовую устойчивость компаний АПК. Для этого существует множество способов, однако, рекомендуем в первую очередь использовать характерные для АПК элементы, переходя постепенно к более универсальным. Все предложенные нами рекомендации позволят улучшить финансовую устойчивость компаний сферы АПК.

Литература:

1. Вронская, А. А. Аналитические аспекты управления финансовой устойчивостью в организациях аграрного сектора / А. А. Вронская, О. В. Назарова // Актуальные вопросы современной экономики.— 2022.— № 4.— С. 193–200.— DOI 10.34755/IROK.2022.80.28.007.
2. Горбунова, О. А. Направление развития финансовой стратегии сельскохозяйственного предприятия / О. А. Горбунова, О. В. Кравченко // Вестник Международного института рынка.— 2021.— № 1.— С. 22–27.
3. Доброродный, В. С. Оценка финансовой устойчивости и финансового состояния сельскохозяйственного производственного кооператива «Поиск» Муромцевского района Омской области / В. С. Доброродный, О. С. Евдохина // Актуальные вопросы современной экономики.— 2021.— № 12.— С. 286–293.
4. Лихолетова, Н. В. Современные направления повышения платежеспособности и финансовой устойчивости сельскохозяйственного предприятия / Н. В. Лихолетова // Вестник Донского государственного аграрного университета.— 2020.— № 3–2(37).— С. 98–107.
5. Тыняная, А. П. Анализ финансовой устойчивости сельскохозяйственного предприятия и пути ее повышения / А. П. Тыняная, В. А. Лубков // Матрица научного познания.— 2021.— № 9–1.— С. 113–119.

Оценка эффективности деятельности органов местного самоуправления (на примере Волгоградской области)

Евтушенко Анастасия Александровна, студент магистратуры

Научный руководитель: Восканян Саркис Суренович, доктор политических наук, профессор

Волгоградский институт управления — филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации

В статье анализируется методика оценки эффективности деятельности органов местного самоуправления на основании показателей из докладов глав «о достигнутых значениях показателей» и отчетов статистики. Рассматриваются результаты оценки и составление рейтинга муниципальных образований.

Ключевые слова: глава муниципального района, муниципальное образование, эффективность деятельности, показатели эффективности, статистика, формы статистики, гранты.

Assessment of the effectiveness of the activities of local self-government bodies (on the example of the Volgograd region)

Yevtushenko Anastasia Alexandrovna, student master's degree

Scientific adviser: Voskanyan Sarkis Surenovich, doctor of political sciences, professor

Volgograd Branch of the Russian Academy of National Economy and Public Administration under the President of the Russian Federation

The article analyzes the methodology for assessing the effectiveness of the activities of local governments, based on indicators from the reports of the chapters «on the achieved values of indicators» and statistical reports. The results of evaluation and rating of municipalities are considered.

Keywords: head of a municipal district, municipal formation, performance, performance indicators, statistics, forms of statistics, grants.

В современном обществе публичная власть охватывает все уровни государственного управления в России и, конечно же, и муниципальное управление. С формальной точки зрения местный уровень представляется низшей ветвью публичной власти. Особенность муниципальной власти, в том, что она находится ближе всех к населению, к источнику публичной власти.

Все мы понимаем, что качество жизни населения сегодняшней России в тесной связи с эффективностью и результативностью государственного управления. И как в настоящее время можно оценить эффективность деятельности исполнительных органов (на примере Волгоградской области)?

Рассмотрим, как же можно оценить деятельность определенного органа местного самоуправления или главы городского округа. Главной задачей, которых является предоставление населению качественных услуг, а не конкретной вещественной продукцией, которую возможно оценить как материальные ценности, посмотреть рост продаж как в коммерческой организации. Да еще и при присутствии проблемы в управление, которая зависит от доверия населения к органам власти, которое сейчас на низком уровне, так как между процентом доверия населения к органам власти и их эффективной службой, есть прямая зависимость.

Так начало положил в 2008 г. указ Президента РФ об оценке эффективности деятельности органов местного самоуправления муниципальных, городских округов и муниципальных районов [1, с. 2] и постановление Правительства РФ [2, с. 1]. В указе предусмотрена разработка системы отчетности муниципальной власти перед региональной властью, которая ежегодно предоставляет доклад региональной власти и мониторинг эффективности деятельности органов местного самоуправления, расположенных в его границах.

На их основании были созданы следующие документы: дополнительные перечни показателей; способы и методика мониторинга эффективности; стандартный вид доклада глав местных администраций о достигнутых значениях показателей; методические рекомендации о выделении за счет бюджетных ассигнований из бюджета субъекта РФ грантов; перечень рекомендуемых показателей, используемых для определения

размера грантов; правила и критерии оценки населением, эффективности деятельности руководителей органов местного самоуправления [2]. При оценке эффективной работы органов местного самоуправления, используется балльная система, подобную той, по которой оценивается деятельность губернаторов и их администрации, федеральным центром.

Предметом оценки деятельности органов местного самоуправления, являются следующие сферы: экономическое развитие; дошкольное и общее и дополнительное образование; культура; спорт; жилищное строительство и обеспечение населения жильем; ЖКХ; муниципальное управление.

На основании результатов оценки, докладов глав о достигнутых показателях, делаются рекомендации органам исполнительной власти субъектов, для повышения качества управления. После формируются доклады Правительства Президенту об оценке эффективности деятельности субъектов РФ по итогам прошедшего года.

В итоге формируются рейтинги регионов России по достигнутым показателям эффективности в сфере государственного управления, здравоохранения, образования и ЖКХ. Все это проводится на основании методики, утвержденной Правительством РФ по присвоению грантов субъектам. После, на основании всех проведенных анализов, докладов и рейтингов, выделяются гранты субъектам РФ, которые распределяются соответственно с оценкой достигнутых показателей и их динамикой эффективности.

Настоящая концепция оценки, эффективности деятельности региональной власти субъектов РФ достаточно хорошо проработана и законодательно утверждена, явно видна слаженная система менеджмента.

Так на примере Волгоградской области, в целях реализации Указа Президента РФ, утверждено постановление Правительства Волгоградской области [3, с. 1]. В этом постановлении указано: ход мониторинга эффективности; список-перечень органов исполнительной власти области, отвечающих за исполнение мониторинга эффективности; правила о подготовке текста в докладе о достигнутых результатах и показателей для оценки за отчетный год и их запланированных значениях на трех летний период.

Главы муниципальных образований Волгоградской области обязаны представлять в Комитет экономической политики и развития, доклады о достигнутых результатах и показателях, ежегодно до 01 мая. Далее размещают их на своих официальных сайтах в сети Интернет. Это значительно расширяет информационную открытость и доступность к работе местных властей и дает возможность каждому жителю муниципалитета, оценить работу избранной им власти, и сравнить ее с прошлыми итогами работы или работой других муниципалитетов. А до 15 сентября года, следующего за отчетным периодом, на основании докладов глав муниципалитетов, Ко-

митет экономической политики по Волгоградской области, проводит анализ эффективности деятельности органов местного самоуправления, и формирует сводный доклад о результатах деятельности муниципальных образований и глав муниципалитетов Волгоградской области. В сводном докладе публикуются итоги проведенного мониторинга, эффективности деятельности органов местного самоуправления. По результатам оценки, эффективности деятельности органов местного самоуправления составляется рейтинг муниципальных образований Волгоградской области, пример рейтинг муниципалитетов за 2021 г. (рис. 1)



Рис. 1. Рейтинг муниципалитетов Волгоградской области за 2021 г.

Оценка рейтинга сформирована на основании итогов комплексной оценки, эффективности деятельности муниципальных районов Волгоградской области за 2021 год, в соответствии со всеми методологиями [4, с. 1].

После губернатор Волгоградской области в целях поощрения муниципальных образований с лучшими результатами показателей, эффективности деятельности, определяет, кому будет предоставлен грант из бюджета Волгоградской области, в форме межбюджетного трансферта. Гранты предоставляются на основе установленных нормативных правовых актов, выс-

шего исполнительного органа государственной власти Волгоградской области.

Так откуда же берутся показатели в докладах, на основании которых составляются рейтинги, получают гранты и разрабатывая, дальнейшая политика развития регионов. Многие показатели к докладу с 2019 года по распоряжению премьер-министра России, на то момент Дмитрия Медведева, рассчитывает Росстат. На основе данного распоряжения в федеральный план статистических работ Росстата [5, с. 120] включили показатели для оценки эффективности деятель-

ности высших должностных лиц и органов исполнительной власти субъектов для достоверной оценки. Данные меры позволяют получить достоверные показатели, а в следствии и достоверную оценку эффективности деятельности органов исполнительной власти.

Росстатом были разработаны формы статистической отчетности в рамках показателей в федеральном плане статистических работ. Росстат является ответственным за формирование многих показателей для мониторинга оценки эффективности

деятельности субъектов, наглядно можно посмотреть ниже на рисунке (Рис. 2) [6].

Всю информацию и методику по расчету всех показателей можно найти сайте Росстата. Рассмотрим механизм сбора показателей, например «Доля протяженности автомобильных дорог общего пользования местного значения, не отвечающих нормативным требованиям, в общей протяженности автомобильных дорог общего пользования местного значения» для доклада на рисунке ниже (Рис. 3)

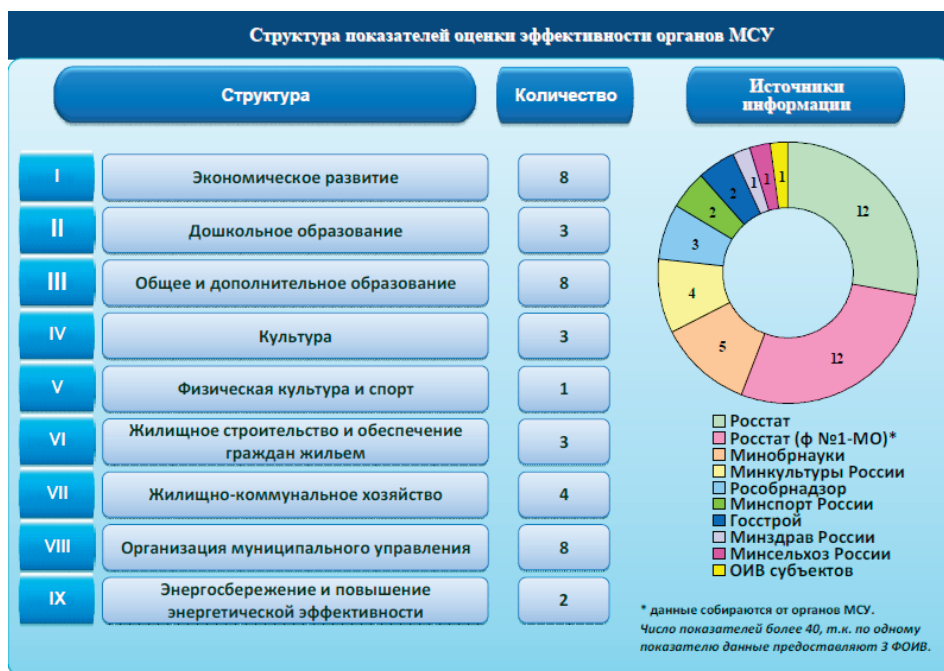


Рис. 3. Структура показателей оценки эффективности органов МСУ

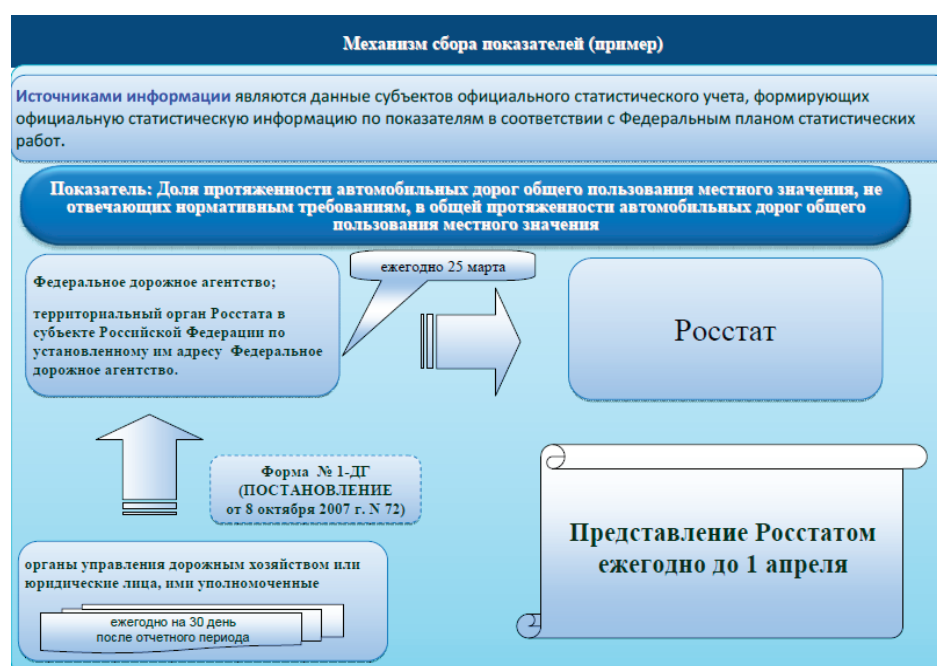


Рис. 3. Механизм сбора показателей

Так органы местного самоуправления делают и сдают в ФСН 105 форм статистического наблюдения, в Росстат — 55 форм, в другие органы власти, которые занимаются статистическим учетом — 70 форм. Вся информация опубликована в Федеральном плане статистических работ.

Раньше статистические отчеты сдавались на бумажных носителях в территориальные подразделения ведомства (надо было заполнить анкету и отправить ее статистикам по почте), а с 2022 года все сведения направляются только в электронном виде. Предоставлять отчет по формам, в Росстат, можно следующими способами: на сайте Росстат; через портал Госуслуг; с помощью офлайн-модуля; с помощью операторов электронного документооборота.

Росстат принял новые годовые формы статистических отчетов для муниципальных образований формы это, № 1-МО «Сведения об объектах инфраструктуры муниципального образования» и Приложение к форме № 1-МО «Показатели для оценки эффективности, деятельности органов местного самоуправления городских округов и муниципальных районов». В отчетности указываются первичные статистические данные по организациям, расположенным на территории муниципаль-

ного образования, независимо от подчиненности и источников финансирования. Узнать, какие формы отчетов надлежит сдавать в Росстат, можно на сайте ведомства.

Получить статистические сведения можно на сайте Росстата, там самая полная база данных. Эта информация позволяет властям совершенствовать налоговую, инвестиционную и таможенную политику, анализировать экономическое состояние регионов, определять отрасли для субсидирования. Также анализируя данные Росстата, можно увидеть и понять, в каком регионе, стоит открывать свое дело или искать новых партнеров по бизнесу.

Эффективность деятельности органов местного самоуправления, зависит от многих причин, факторов, действий. Одним из важнейших факторов является, конечно, взаимопонимание и взаимодействие с населением. И это должно создавать эффективный механизм взаимодействия с обществом. Своевременно в необходимом объеме информировать население о своей деятельности, путем открытости и публичности, прозрачности деятельности администрации. Вся эта отлаженная и понятная работа органов местного самоуправления позволит решить острые проблемы с доверием населения к власти.

Литература:

1. Указ Президента РФ от 28.04.2008 N607 (ред. от 11.06.2021) «Об оценке эффективности деятельности органов местного самоуправления муниципальных, городских округов и муниципальных районов» URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_76576/ (дата обращения: 09.11.2022)
2. Постановление Правительства РФ от 17 декабря 2012 г. N1317 «О мерах по реализации Указа Президента Российской Федерации от 28 апреля 2008 г. N607 «Об оценке эффективности деятельности органов местного самоуправления муниципальных, городских округов и муниципальных районов» и подпункта «и» пункта 2 Указа Президента Российской Федерации от 7 мая 2012 г. N601 «Об основных направлениях совершенствования системы государственного управления» (с изменениями и дополнениями) URL: <https://base.garant.ru/70286210/> (дата обращения: 09.11.2022)
3. Постановление Правительство Волгоградской Области от 13 Мая 2013 Г. N222-П «Об оценке, эффективности деятельности органов местного самоуправления городских округов и муниципальных районов Волгоградской области». URL: <https://docs.cntd.ru/document/460110286> (дата обращения: 09.11.2022)
4. Официальный интернет-портал «Комитет экономической политики и развития Волгоградской области. Доклад о результатах мониторинга эффективности, деятельности органов местного самоуправления городских округов и муниципальных районов Волгоградской области по итогам 2021 года. URL: <https://economics.volgograd.ru/other/efficiency/oms/> (дата обращения: 09.11.2022)
5. Распоряжение Правительства РФ от 06.05.2008 N671-р (ред. от 12.09.2022) «Об утверждении Федерального плана статистических работ» (вместе с «Федеральным планом статистических работ») URL: <https://base.garant.ru/6388294/> (дата обращения: 09.11.2022)
6. Показатели для оценки эффективности деятельности высших должностных лиц субъектов Российской Федерации и деятельности органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации, утвержденные постановлением Правительства Российской Федерации от 3 апреля 2021 г. № 542 URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/65402> (дата обращения: 09.11.2022)

Формирование и учет финансовых результатов деятельности предприятия

Елохова Марина Александровна, студент

Научный руководитель: Старкова Ольга Яковлевна, кандидат экономических наук, доцент
Пермский государственный аграрно-технологический университет имени академика Д. Н. Прянишникова

В статье отражены основные аспекты формирования финансового результата, представляющий не только итоговый финансовый показатель деятельности предприятия, а также часть учетного процесса, оказывающий прямое влияние на качественные

характеристики бухгалтерской финансовой отчетности. Финансовые результаты являются одним из важнейших элементов в управлении деятельностью современной организации.

Ключевые слова: финансовый результат, учет, отчет о финансовых результатах.

Финансовый результат — это экономический итог хозяйственной деятельности предприятия. Главной составляющей финансового результата деятельности организаций является:

1) прибыль, характеризующая эффективность производства и качество производимой продукции и способствующая удовлетворению потребностей самих предприятий и государства в целом;

2) убыток, характеризующийся материальными потерями и финансовыми издержками. [1, с. 62]

Прибыль является важнейшим условием развития коммерческого предприятия и определяется как часть чистого дохода, созданного в процессе производства и реализации продукции. [3, с. 24]

С помощью финансового результата можно охарактеризовать степень стабильности осуществления хозяйственной деятельности предприятия абсолютно по всем направлениям его деятельности — от производственной до инвестиционной. То есть получить максимально полную информацию о всех процессах, происходящих на предприятии. Финансовый результат отражается в бухгалтерской финансовой отчетности и соответственно на его основе оценивается привлекательность организации для внешних инвесторов. Поэтому правильный и информативный учет и анализ финансовых результатов важен для любой организации.

Бухгалтерский баланс характеризует основные показатели финансового состояния организации. В обязательном порядке в нем должны быть отражены данные о движении денежных средств в отчетном периоде. [6, с. 159]

При учете финансовых результатов используются следующие счета:

- 90 «Продажи»;
- 91 «Прочие доходы и расходы»;
- 99 «Прибыли и убытки»;
- 84 «Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)».

Формирование финансового результата за отчетный год осуществляется накопительным путем по счету 99 «Прибыли и убытки». Дебет по данному счету отражает убытки, а кредит — прибыль предприятия. Путем сопоставления дебетового и кредитового оборотов этого счета получается конечный финансовый результат хозяйственной деятельности организации.

Окончательный финансовый результат включает в себя:

- финансовый результат основного вида деятельности (от продажи продукции, товаров, работ, услуг), за минусом причитающихся государству косвенных налогов и себестоимости;
- финансовый результат от прочих видов деятельности (прочие доходы прочие расходы, а также доходов от участия в других организациях и процентов к получению и к уплате);
- доходы и расходы, относимые на уменьшение прибыли (налог на прибыль в т.ч. отложенные налоговые активы за минусом отложенных налоговых обязательств).

Различие между этими составными частями состоит в том, что финансовый результат основного вида деятельности отражается вначале по счету 90 «Продажи», а затем списывается с него на счет 99 «Прибыли и убытки». Финансовый результат от продажи имущества, прочие доходы и расходы вначале отражаются на счете 91 «Прочие доходы и расходы», а затем также списывается с него на счет 99 «Прибыли и убытки».

Также по дебету счета 99 отражаются начисленные платежи по налогу на прибыль и суммы причитающихся налоговых санкций в корреспонденции со счетом 68 «Расчеты по налогам и сборам».

Стоит отметить существенную разницу между выявлением конечного финансового результата за год и в промежуточном отчетном периоде с точки зрения его отражения в учете. Путем сопоставления оборотов к счету 99 «Прибыли и убытки» определяется конечный финансовый результат промежуточных отчетных периодов. Он выражается в виде сальдо по этому счету без его записи в бухгалтерском учете. А финансовый результат по итогам деятельности предприятия за год, отражается соответствующей записью в учете. [5, с. 30]

В конце отчетного года составляется запись, списывающая сумму чистой прибыли (убытка) со счета 99 «Прибыли и убытки» в кредит (дебет) счета 84 «Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)». В результате конечный финансовый результат (прибыль) включается в состав капитала организации. Убыток отчетного периода может быть покрыт за счет средств добавочного и резервного капиталов, а также при помощи привлечения дополнительных вкладов участников общества.

Соответственно, основной функцией счета 99 является — обобщение информации о формировании конечного финансового результата деятельности организации в отчетном году, включаемого в состав собственного капитала организации.

Детальное формирование финансового результата отображается в «Отчете о финансовых результатах» годовой бухгалтерской отчетности организации.

Финансовый результат характеризует эффективность коммерческой деятельности предприятия. Поэтому, помимо полного и своевременного учета финансовых результатов, важно проводить анализ данного показателя.

Цель анализа состоит в выявлении резервов роста уровня финансовых результатов предприятия. Задачами являются изучение состава, структуры и динамики прибыли от обычной деятельности; количественная оценка влияния факторов, вызвавших изменение прибыли; оценка качества прибыли; выявление резервов роста прибыли; анализ факторов формирования чистой прибыли; анализ показателей рентабельности и возможностей их повышения. [4, с. 79]

Анализ финансовых результатов направлен на анализ показателей прибыли (прибыль от продаж, бухгалтерская прибыль, прибыль от обычной деятельности, чистая прибыль, сальдо прочих доходов и расходов) и показателей рентабель-

ности (рентабельность затрат, рентабельность продаж, рентабельность капитала, рентабельность инвестиций).

При исследовании финансовых результатов можно использовать такие виды анализа как:

1. Сравнительный анализ — заключается в сопоставлении одних и тех же показателей за аналогичные промежутки времени, а также выявлении отклонения между ними в наибольшую или наименьшую сторону;

2. Структурный анализ — направлен на расчет структуры каждого показателя в общем весе всех данных и динамику ее изменения;

3. Факторный анализ — применяется для определения влияния каждого фактора на экономический результат и выявления взаимосвязей между ними.

Рассмотрим анализ динамики финансовых результатов ООО «Русь», Пермского муниципального района Пермского края.

Таблица 1. Динамика финансовых результатов ООО «Русь» за 2019–2021 гг.

Показатель	За год, тыс. руб			Отклонение 2021/2019, тыс. руб	Темп прироста, в %
	2019	2020	2021		
Выручка	816 367	993 999	1 097 625	281 258	34,45
Себестоимость продаж	809 708	961 442	1 071 097	261 389	32,28
Валовая прибыль (убыток)	6 659	32 557	26 528	19 869	298,38
Коммерческие расходы	-	-	-	-	-
Управленческие расходы	25 197	23 309	25 371	174	0,69
Прибыль (убыток) от продаж	- 18 538	9 248	1 157	19 695	-
Доходы от участия в других организациях	-	-	-	-	-
Проценты к получению	8 298	529	255	-8 043	-96,93
Проценты к уплате	13 914	12 332	12 307	-1 607	-11,55
Прочие доходы	104 705	126 728	160 085	55 380	52,89
Прочие расходы	63 891	19 462	49 445	-14 446	-22,61
Прибыль (убыток) до налогообложения	16 660	104 711	99 745	83 085	498,71
Налог на прибыль	846	181	30	-816	-96,45
Прочее	0	0	6 342	6 342	-
Чистая прибыль (убыток)	15 814	104 530	93 373	77 559	490,45

Как показывают данные таблицы, в 2021 году по сравнению с 2019 годом наблюдается увеличение выручки на 281 млн руб. (34,45%), что обусловлено увеличением объемов производства продукции, соответственно себестоимость за анализируемый период тоже увеличилась.

Показателем эффективности деятельности предприятия можно назвать более высокий рост выручки по отношению к росту себестоимости. Рост выручки, (в то время как себестоимость выросла на 32,28%) составил 34,45%.

Следует отметить невысокий уровень коммерческих и управленческих расходов в структуре отчета о прибылях и убытках организации. На конец анализируемого периода их доля составила 2,3% от себестоимости реализованной продукции.

Положительным моментом является наличие дохода по прочим доходам и расходам. На 2021 г. сальдо по ним установилось на уровне 110 млн руб., и на протяжении всего времени наблюдается положительная тенденция — за 2019 по 2021 год сальдо по прочим доходам и расходам увеличилось на 70 млн руб.

Прибыль от продаж увеличилась на 19 млн руб., Чистая прибыль предприятия в отчетном году значительно увеличилась на 77 млн руб. или на 490,45%. На увеличение чистой прибыли оказали влияние увеличение прибыли от продаж и увеличение прочих доходов на 55 млн руб. (52,89%).

За анализируемые периоды с 2019–2021 гг. можно сделать вывод, что предприятие ООО «Русь» значительно улучшило финансовые показатели и работает стабильно.

Любое предприятие стремится к получению положительного финансового результата. Однако неправильное отражение операций, связанных с формированием финансового результата, приводит к искажению информации и делает финансовый результат не достоверным.

Учет и анализ финансовых результатов является центральным и одним из наиболее важных вопросов в работе предприятия, так как по его данным формируется информация о ее прибыли, на основании которой руководители получают необходимые данные позволяющие вывести организацию на траекторию экономического роста.

Литература:

1. Арсанукаев, М. М. Современные проблемы формирования, учета и анализа финансовых результатов предприятия / М. М. Арсанукаев, М. Р. Асабаева // Современная экономика: актуальные вопросы, достижения и инновации: сборник статей XXX Международной научно-практической конференции. — Пенза: «Наука и Просвещение» (ИП Гуляев Г. Ю.), 2019. — С. 61–64.

2. Воронченко, Т. В. Бухгалтерский финансовый учет. В 2 ч. Часть 2: учебник и практикум для вузов / Т. В. Воронченко. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 366 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15730-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/509555>
3. Старкова, О. Я. Финансовые показатели предприятий сельского хозяйства Российской Федерации / О. Я. Старкова // Znanstvena misel. — 2022. — № 6, Vol. 1. — С. 23–26.
4. Кайран, А. В. Учет и анализ финансовых результатов / А. В. Кайран — Текст: непосредственный // Молодёжь Сибири — науке России: материалы международной научно-практической конференции. — Красноярск: Сибирский институт бизнеса, управления и психологии, 2018. — С. 79–81.
5. Несолена, А. С. Учет выявления конечного финансового результата деятельности организации / А. С. Несолена // Актуальные вопросы права, экономики и управления: Сборник статей XXI Международной научно-практической конференции. — Пенза: «Наука и Просвещение» (ИП Гуляев Г. Ю.), 2019. — С. 29–31.
6. Фейгель, М. Л. Организация учета финансовых результатов на предприятии / М. Л. Фейгель, О. М. Тынянская // Заметки ученого. — 2020. — № 2. — С. 157–161.

Сельскохозяйственный кооператив как основа развития села (на примере Акмолинской области Республики Казахстан)

Жакипова Асем Серикановна, доктор DBA;
Кусаинова Жанна Жумабаевна, студент магистратуры;
Байбекова Динара Докдырбековна, студент магистратуры
Университет КАЗГЮУ имени М. С. Нарикбаева (г. Астана, Казахстан)

В статье рассматривается создание сельскохозяйственного кооператива на примере Акмолинской области. Обоснована актуальность данного предприятия, которое способно обеспечить рост благосостояния жителей села. При этом за счет организации такой кооперации можно решить ряд проблем как безработица и рост цен на продукты питания.

Ключевые слова: сельскохозяйственная кооперация, доходы, население села, сельскохозяйственная продукция, продовольственная инфляция

Несмотря на то, что современные условия представляются всем как индивидуализм капиталистической системы, кооперация при правильном её использовании может оказывать более ощутимый вклад в повышение благосостояния её участников, нежели если отдельные индивиды будут действовать в одиночку. Синергия и объединение усилий ради одной общей цели позволяет объединить разрозненные частички и получить максимальный эффект.

Одним из таких объединений или коопераций, которая имеет все предпосылки для успешной реализации, является сельскохозяйственная кооперация в Казахстане. Так как пока ещё имеется определенный потенциал и возможности для создания сельскохозяйственных кооперативов в этом регионе [1]. Можно отметить следующие предпосылки и причины создания сельскохозяйственных кооперативов в Казахстане:

- то сельское население, которое ещё находится в сельской местности, частично обладает сравнительно значительным поголовьем скота и в некоторых видах овощеводства (по сравнению с крестьянскими хозяйствами и крупными сельскохозяйственными предприятиями);

- уровень доходов сельского населения почти на 70% ниже доходов городских жителей [2];

- хозяйства населения не требуют серьезной финансовой поддержки от государства, так как объемы их хозяйства незначительные;

- минихозяйства среди сельского населения имеют потенциал для развития органического животноводства и растениеводства;

- уровень безработицы на селе выше, чем в городе;

Данные предпосылки обуславливают необходимость использования хозяйства населения, отдельных семей и минихозяйств для объединения в более крупную организацию с целью реализации произведенной продукции потребителям в ближайших городах. Тем самым сокращая уровень транзакционных издержек, предоставлять на рынок определенный объем продукции. Тот объем, который может обеспечить беспрепятственный поток продукции ограниченному кругу потребителей.

Организация сельскохозяйственного кооператива решает несколько стратегически важных задач в масштабах государства или как минимум отдельного региона [3]. Во-первых, развитие села требует финансирования и поддержки со стороны государства, при создании такой кооперации данная проблема частично сокращается, так как в сельскую местность будут возвращаться денежные потоки. Во-вторых, ликвидируется цепочка различного рода посредников в оптово-розничной торговле на рынке города. Функции посредников будет выполнять один сельскохозяйственный кооператив, который будет обеспечивать возврат денежных потоков обратно в село его участникам и на другие проекты. В-третьих, цена на продукцию может стать ниже для потребителей, которые будут приобре-

тать товары сельскохозяйственного кооператива. В-четвертых, усилит взаимодействие между городским и сельским населением. В-пятых, решается проблема безработицы на селе и обеспечивается рост уровня доходов. Это приведет к мультипликативному эффекту в целом на социально-экономическое положение села и его развития.

На сегодняшний день уже назрели следующие проблемы социально-экономического развития регионов:

- Уровень урбанизации усиливается и достиг почти 60% в целом по стране;

- Продовольственная инфляция превысила 20% в последний год, при этом около половины всех доходов расходуется именно, на продовольствие;

- В городах существует нагрузка на социальную инфраструктуру: переполнены школы, детские сады, не хватает больниц, проблемы с доступным жильем и т.д. При этом на селе эти социальные объекты закрываются из-за нехватки контингента или из-за экономической нецелесообразности.

То есть наблюдается дисбаланс развития по стране. Основная проблема в данной ситуации заключается в том, когда фермер не имеет возможности продать свой товар по достойной цене, а потребитель товара (городское население) вынужден покупать товар с высокой торговой наценкой через торговые сети. Бывает случаи, что цена на продукт возрастала в разы от места его производства до полок в магазинах. При этом речь идет не об импортных товарах, а о товарах местного производства.

Проблема заключается в том, что мелкие фермерские хозяйства не имеют возможности реализовывать свою продукцию в крупные торговые сети. Во-первых, потому что физически они не могут поставлять соответствующие объемы продукции, во-вторых, логистические неудобства — доставлять малую партию на склады снижает экономический смысл в этом.

На сегодняшний день развитие сельскохозяйственных кооперативов поддерживается на государственном уровне и созданы все необходимые законодательные и правовые нормы по регулированию отношений этих организаций. Закон о сельскохозяйственной кооперации был принят в 2015 [4] году. И с тех пор количество кооперативов достигло 3030 по стране

Нами предлагается организация сельскохозяйственного кооператива в Акмолинской области. Прогнозирование успешности данного проекта строится на основе того, что платежеспособное население в городе способно купить натуральный продукт отечественного производства, если сельскохозяйственный кооператив обеспечит желаемый сервис для клиентов. На сегодняшний день многие мелкие поставщики поставляют свою продукцию в город и реализуют её стихийно в небольших объемах. Уникальность проекта заключается в том, чтобы создать высокий сервис обслуживания клиентов из множества разрозненных поставщиков, объединив их в одну компанию.

Акмолинская область была выбрана по причине того, что в этой области находится столица и город республиканского значения, а также ряд других городов. Совокупное население на территории области на данный момент составляет более 2 млн человек. Из них около 1,3 млн человек в городе Астана и около 780 тысяч человек в области. Вторая причина логистика, так как эта область располагает несколькими автобусами. Третья причина — более платежеспособное население столицы, по сравнению с сельскими жителями области.

Продукция — мясная и молочная и некоторые овощи (картофель, огурцы, помидоры). Такой выбор продукции был обоснован тем, что официальная статистика свидетельствует о том, что мясо и молоко — это те продукты, в которых сельское население может конкурировать с другими производителями данных товаров. Так как есть сельскохозяйственные предприятия и крестьянские хозяйства — они больше всего сконцентрированы на растениеводстве, а именно зерновых и масличных культурах (Акмолинская область), а в отрасли животноводства их позиции скромнее. А по количеству молока и поголовья скота крупные сельскохозяйственные товаропроизводители отстают от объемов населения.

Реализация — курьерская доставка до дома и собственный склад и минимаркет в городе Астане.

По данным бюро статистики расходы на продукты питания в 2021 году по г. Астана составили в среднем 414616 тенге на одного человека в год. Из них на мясо, птицу и рыбу около

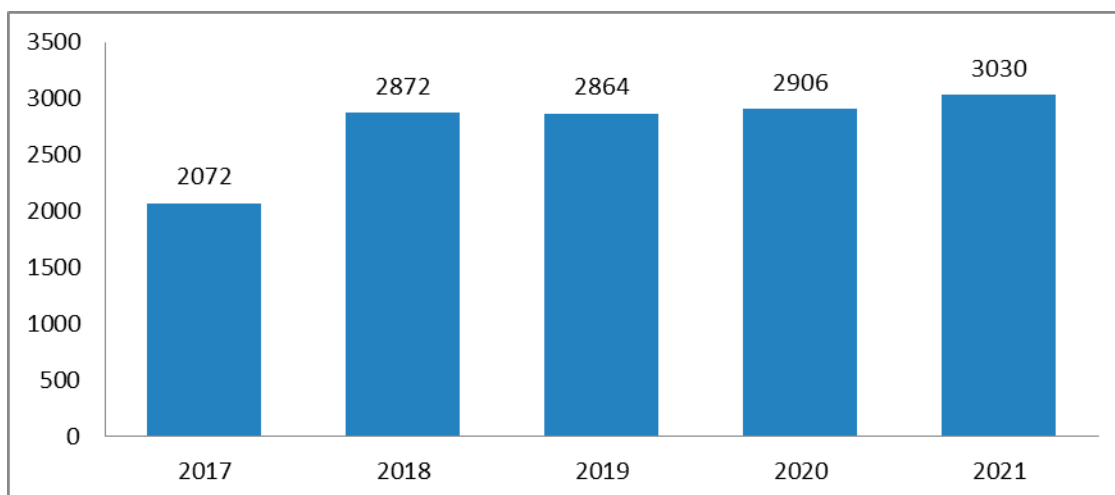


Рис. 1. Количество действующих кооперативов в Казахстане [5]

Таблица 1. Структура производства основных видов продукции животноводства в разрезе хозяйств по Акмолинской области [6]

	все хозяйства				
	2017	2018	2019	2020	2021
Мясо скота и птицы, тыс. тонн	61,3	66,6	90	99,7	126,8
Молоко, тыс. тонн	385,3	387,4	397,9	404,7	406,2
Яйца, млн шт	796,9	890	863,8	808,3	793,2
	СХТП				
Мясо скота и птицы, тыс. тонн	24	29,7	52,9	62,6	89,8
Молоко, тыс. тонн	71,3	70,6	77,2	80,9	77,8
Яйца, млн шт	702,5	796,8	770,7	713,4	698,6
	КХ				
Мясо скота и птицы, тыс. тонн	4,3	4,3	4,6	4,6	4,6
Молоко, тыс. тонн	19,5	19,9	20,6	22,2	23,6
Яйца, млн шт	0,1	0,3	0,3	2	2
	Население				
Мясо скота и птицы, тыс. тонн	33	32,6	32,5	32,4	32,3
Молоко, тыс. тонн	294,5	296,9	300,1	301,6	304,9
Яйца, млн шт	94,3	92,9	92,8	92,9	92,6

152000 тенге, на молочные продукты 56675 тенге. Все эти расходы на протяжении последних пяти лет стремительно увеличились в корзине потребления. Например, в 2017 году средний житель города Астана в год тратил на покупку мяса, птицы и рыбы 92343 тенге, а в 2021 году он стал тратить 152635 тенге.

Падение реальных доходов населения и рост цен на продукты питания подталкивает население искать более дешевую

продукцию или покупать напрямую у производителей этой продукции. Поэтому организовав систему маркетинга, логистику можно успешно реализовывать продукцию сельскохозяйственного кооператива жителям города. Тем самым повысить уровень жизни сельских жителей и села в целом. Возможно, это привлечет больше население в сельскую местность и смягчится дисбаланс между городом и селом.

Литература:

1. Шомшекова Б. К., Кыдырбаева Э. О., Мухамадиева А. А., Сейсекенова М. Б. Проблемы развития сельскохозяйственной кооперации в Республике Казахстан // Вестник КРСУ. 2019. Том 19. № 3. — с. 72
2. Статистический сборник «Социально-экономическое развитие Акмолинской области, 2021» // Бюро статистики Министерства национальной экономики РК.
3. Акимбекова Г. У. Стратегические направления развития сельскохозяйственной кооперации в АПК Республики Казахстан // Central Asian Economic Review. Economy of Agriculture. № 3 (116) 2019. с. 126
4. «О сельскохозяйственных кооперативах» (Закон Республики Казахстан от 29 октября 2015 года № 372-V ЗРК.)
5. Статистика сельхозкооперативов в РК. Электронный ресурс: <https://inbusiness.kz/ru/news/kolichestvo-selskohozyajstvennyh-kooperativov-v-rk-prevysilo-3-tysyachi>
6. Акмолинская область в 2021 году / Статистический ежегодник / на казахском и русском языках / 219 стр.

Сущность финансовых инструментов

Ильясов Ильмырат Сапардурдыевич, преподаватель;

Аннадурдыева Айлар, студент;

Аннамухаммедова Мяхри, студент

Туркменский государственный институт экономики и управления (г. Ашхабад, Туркменистан)

Мяммедова Говхер Хакмырадовна, преподаватель

Туркменский государственный университет имени Махтумкули (г. Ашхабад, Туркменистан)

В данной статье рассматриваются особенности использования финансовых инструментов и их роль в развитии экономики. Проведен перекрестный и сравнительный анализ влияния технологий на экономическое развитие финансовой структуры. Даны рекомендации по внедрению технологий в отрасль.

Ключевые слова: анализ, метод, финансы, инструмент.

Финансовые инструменты представляют собой нематериальные активы, которые, как ожидается, принесут будущие выгоды в виде требования о получении денежных средств в будущем. Это торгуемый актив, представляющий собой юридическое соглашение или договорное право, подтверждающее денежную стоимость / долю собственности предприятия.

В рамках управления финансами финансовые инструменты могут быть классифицированы как денежные инструменты и производные инструменты. Финансовые инструменты обычно торгуются на финансовых рынках, где цена ценной бумаги определяется на основе рыночных сил.

Денежные инструменты являются предметом торговли и получают свою стоимость на финансовых рынках. Денежные инструменты могут быть дополнительно классифицированы на долевыми инструментами и долговыми инструментами.

Долевые инструменты относятся к инструментам, которые представляют право собственности на актив. Типы долевого инструмента следующие:

— Обыкновенные акции: Обыкновенные (обыкновенные) акции представляют собой частичную собственность компании и обеспечивают их владельцам права на будущие потоки доходов, выплачиваемые из прибыли компании и обычно называемые дивидендами.

— Привилегированные акции — это финансовый инструмент, который представляет собой долю в капитале фирмы и обычно не дает право голоса своим владельцам. Обычно инвестор в него имеет право только на получение фиксированной договорной суммы дивидендов, и это делает этот инструмент похожим на долг. Привилегированные акции также могут быть некумулятивными, погашаемыми, конвертируемыми, долевыми и т.д.

— Частный капитал: Когда компании организованы как товарищества и частные компании с ограниченной ответственностью, их акции не торгуются публично. Форма инвестиций в акционерный капитал, которая осуществляется посредством частных размещений, называется частным капиталом. Наиболее важные источники прямых инвестиций поступают из фондов венчурного капитала, фондов прямых инвестиций и в форме выкупа заемных средств.

— АДР, ГДР: Инвесторы могут инвестировать в иностранные акции, покупая акции напрямую, покупая американ-

ские депозитарные расписки (АДР), глобальные депозитарные расписки (ГДР).

— Биржевые фонды (ETF) — это пассивные фонды, которые отслеживают определенный индекс. Таким образом, инвестор может инвестировать в определенный индекс, представляющий фондовый рынок страны (например, иностранного).

Долговые инструменты представляют собой долг/заем, предоставленный финансовым инвестором владельцу актива. Типы облигаций, выпущенных на рынках долгового капитала, включают облигации с правом отзыва и продажи, конвертируемые облигации, еврооблигации, облигации с плавающей процентной ставкой, иностранные облигации, облигации, привязанные к индексу, мусорные облигации, стрипы и т.д.

Инвестиции, основанные на некоторых базовых активах, известны как деривативы. Как правило, контракты с деривативами обещают поставку базовых продуктов в будущем или дают право покупать или продавать их в будущем. Типы производных инструментов следующие:

— Форвардный контракт: Форвардный контракт дает держателю обязательство купить или продать определенный базовый инструмент в определенную дату в будущем по определенной цене.

— Фьючерсный контракт: Фьючерсные контракты — это форвардные контракты, торгуемые на организованных биржах. Фьючерсный контракт представляет собой юридически обязывающее обязательство купить или продать стандартное количество по цене, определенной в настоящем (фьючерсная цена) на определенную дату в будущем.

— Свопы: Своп — это соглашение, по которому две стороны (называемые контрагентами) соглашаются обмениваться периодическими платежами. Денежная сумма обмениваемых платежей основана на некоторой заранее определенной основной сумме.

— Опционы: опцион — это контракт, по которому продавец опциона предоставляет покупателю опциона право заключить сделку с продавцом на покупку или продажу базового актива по указанной цене в указанную дату или до нее.

Финансовые рынки:

— Финансовый рынок — это рынок, на котором осуществляется обмен или торговля финансовыми инструментами. Финансовые рынки выполняют три основные экономические

функции, т.е. определение цены, ликвидность и снижение транзакционных издержек.

— Обнаружение цены относится к сделкам между покупателями и продавцами финансовых инструментов на финансовом рынке, определяющих цену торгуемого актива. Именно эти функции финансовых рынков сигнализируют о том, как средства, доступные от тех, кто хочет ссудить или инвестировать средства, будут распределяться между теми, кто нуждается в средствах, и привлекать эти средства путем выпуска финансовых инструментов.

— Функция ликвидности предоставляет инвесторам возможность продать финансовый инструмент, поскольку под

ней понимается мера способности продать актив по его справедливой рыночной стоимости в любой момент времени. Без ликвидности инвестор был бы вынужден держать финансовый инструмент до тех пор, пока не возникнут условия для его продажи или пока эмитент не обязуется погасить его по договору.

— Функция снижения транзакционных издержек выполняется, когда участники финансового рынка взимают и/или несут расходы по торговле финансовым инструментом. В рыночной экономике экономическое обоснование существования институтов и инструментов связано с транзакционными издержками, поэтому выживают те институты и инструменты, которые имеют самые низкие транзакционные издержки.

Литература:

1. Галанов В. А. Производные финансовые инструменты; ИНФРА-М — М., 2015. — 208 с.
2. Галанов В. А. Производные финансовые инструменты. Учебник. Гриф МО РФ; ИНФРА-М — М., 2017. — 582 с.
3. Джон К. Халл Опционы, фьючерсы и другие производные финансовые инструменты; Вильямс — М., 2015. — 428 с.
4. Михайлов, Д. М. Мировой финансовый рынок. Тенденции развития и инструменты; Экзамен — М., 2017. — 768 с.
5. Сафонова Татьяна Операции с производными финансовыми инструментами. Учет, налоги, правовое регулирование; Альпина Паблишер — М., 2016. — 442 с.
6. Сафонова Татьяна Операции с производными финансовыми инструментами; LAP Lambert Academic Publishing — М., 2015. — 328 с.

Governance, growth and human development in the resource-rich countries: a tale of three African countries (Botswana, Democratic Republic of the Congo and Equatorial Guinea)

Kieu Thanh Nga, phd, researcher employee;
Le Kim Sa, phd, senior researcher employee
Vietnam Academy of Social Science (Hanoi)

While many resource-rich countries have turned this «gift from heaven» into an advantage for economic growth and social development, many countries also suffer from what is called the «resource curse». In particular, this curse often falls on low- and middle-income countries, with weak institutions and governance resources in addressing the challenges of converting resource wealth into service benefits. People. Some observations suggest that resources tend to be significantly correlated with human well-being in countries with relatively good institutional quality, but not significantly in countries with lower institutional quality. (Mehlum et al., 2006). The stories of three African countries — Botswana, Equatorial Guinea and the Democratic Republic of the Congo (DRC) are prime examples of how resources (nature) affect growth in very different ways. economy and living standards of the people. This difference is closely related to the specific political and governance characteristics of each country.

Whether (natural) resources are a «blessing» or a «curse» for a country's development is still controversial among academic scholars as well as policy makers. Intuition, the abundance of resources will be an advantage, bringing a blessing for the development. However, there have been many empirical studies that contradict this. In the 1990s, Sachs and Warner (1995, 1999, 2001) have shown a negative relationship between resource dependence and economic growth for the period 1970–1990, the hypothesis of «resources curse» has become increasingly popular. In addition, a number of studies have provided evidence that resource-dependent countries tend to have poorer human development, such as life expectancy, education, child mortality, etc. In addition, the abundance of natural resources can create adverse institutional and political effects. Accordingly, due

to its negative effects on institutional quality, resource wealth can impede long-term growth (Rosser, 2006; Kolstad and Wiig, 2009).

Eventhough, several studies have suggested that the finding on the resource curse are not exactly clear. Some scholars argue that the «Dutch disease» tends to be overblown because it ignores the role of national policies (Davis and Tilton, 2005). Also, in some empirical studies, trade patterns are a non-significant variable in the cross-country regression on growth (Sala-i-Martin and Subramanian, 2003).

Several other studies have shown that resource impacts are heterogeneous and closely related to national institutional contexts (Costantini and Monni, 2008). From the perspective of political economy, Robinson et al. (2006) demonstrated that, in countries

with good institutions, limited cronyism and corruption, natural resource returns tend to increase national income. Without these institutions, resources become a curse. Brunnschweiler and Bulte (2008) have shown that resource abundance (as measured by the amount of natural capital and mineral resource assets) is significantly associated with both growth and institutional quality. From this perspective, the resource curse seems to be a problem in measurement, while resource abundance can be an important factor in economic development.

To demonstrate that natural resources can have heterogeneous effects across countries, the article will examine the relationship between national governance, economic growth, and a number of human development indicators through case studies in three resource-rich African countries as Botswana, Equatorial Guinea and the Democratic Republic of the Congo since the early 1970s, when these countries achieved independence and built major institutions local governance, up to the years 2007–2008, before the global financial crisis. The 2008–2009 global financial crisis, which had strong negative effects on the global economy as well as on the African economy, even recalled the previous efforts for development in many

countries. The negative effects of the global financial crisis can be very different from the resource impacts discussed in this study. The data used in this article are collected and calculated from the World Development Indicators dataset of the World Bank published at <http://databank.worldbank.org>. However, with some data not available will be collected from a number of other international organisations.

1. Economic growth in three African countries

Three African countries, Botswana, Equatorial Guinea and the Democratic Republic of the Congo (DR Congo), after gaining independence, experienced different growth stages and patterns, depending on the policies of each country. The different growth patterns of the three countries illustrated in Figure 1 show real GDP per capita for the period 1970–2008. The difference is striking: in Botswana, during the period under consideration, the average growth rate was 6.5% per year; Equatorial Guinea, since 1985, has grown at a rate of 9.5%; in the Democratic Republic of the Congo, GDP per capita is falling, in real terms, at a rate of 3.5% per year. This tells three different stories in these three resource-rich countries in Africa.

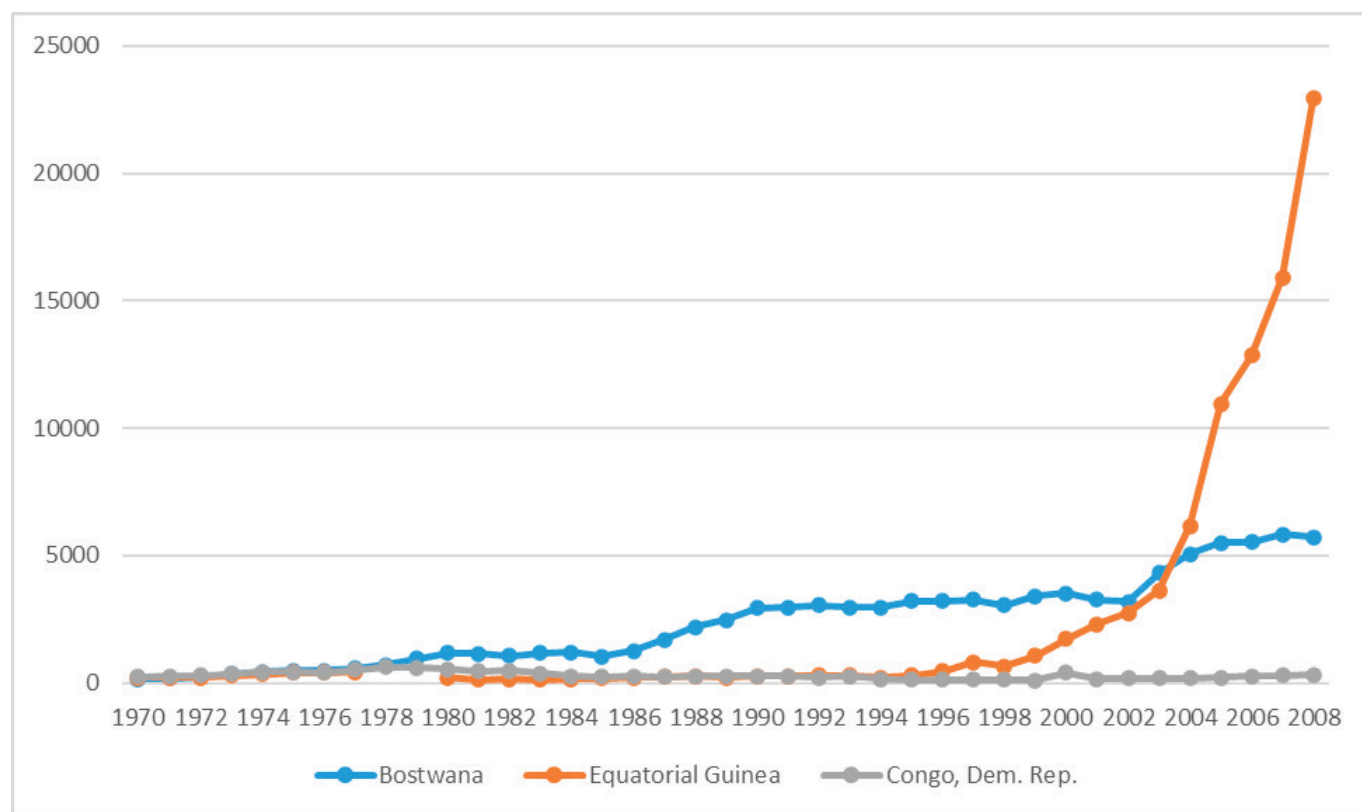


Fig. 1. GDP per capita in Botswana, DR Congo and Equatorial Guinea at current prices (USD), 1970–2008. Note: Equatorial Guinea data is only available from 1980. Source: World Bank, World Development Indicators, <https://databank.worldbank.org>

Republic of Botswana

The Republic of Botswana is a purely continental country in Southern Africa, and has a small population, around 2.33 million in 2019. In 1966, when it gained independence from the United Kingdom, Botswana was the second poor country in the world. At

that time, Botswana had only 13 km of asphalt, without any urban infrastructure and national capital. In fact, at that time Botswana had no secondary school, only 22 citizens in Botswana with university degrees. Most of the population is subsistence herders as the average income is 60 USD per year (Sebudubudu and Lotshwao, 2009). Given the backward conditions and hostile environment, at the time of in-

dependence, no one could have predicted what would change in the following decades.

Botswana's economic growth improved dramatically in 1967, when the Dee Beers Company discovered a diamond mine in Orapa. Botswana became exposed to the international diamond market in the 1970s, and Dee Beers discovered other diamond deposits in the Letlhakane and Jwaneng regions. By establishing the 'Debswana Diamond Company', the Botswana government fully benefits from the revenue from diamond mining. In fact, Botswana has become a resource rent-based economy (Dunning, 2008). Since the 1970s, the role of the mining industry in the Botswana economy has increased significantly. Currently, the mining industry contributes 40% of GDP and 85% of total exports, while 65% of national exports are from diamonds. The economic growth that helped make the world's second-poorest country in 1968 was classified as a high-middle-income country for just under a decade. In 2007, GDP per capita was \$12,311 in purchasing power parity (PPP), more than four times the sub-Saharan African average (World Bank 2021).

Reports of international organizations have emphasized that Botswana has enjoyed impressive economic growth due to sound macroeconomic policies, avoiding problems related to resource trade; In particular, the goal is to avoid external debt, stabilize growth, and prioritize economic diversification. These policies have been implemented within an institutional and governance system of higher standards than in other African countries and have been consistent over a long period of time (AfDB2021, UNDP 2020).

According to Robinson (2009), the formation of state institutions in Botswana was built on the historical legacy of 'defensive modernisation', but also on the self-interest of the political elites, who desire to expand economic opportunities. This institutional system was consolidated in the post-colonial period, especially under the government of Seretse Khama. After independence, the government of Botswana formed a stable political alliance that lasted for decades and established institutions such as the Ministry of Finance and Development Planning, which laid the foundation for major budget management. Governments with specific development projects, have encouraged the adoption of fundamental, growth-promoting policies to manage diamond mining and its revenues (Sebudubudu and Lotshwao, 2009).

Equatorial Guinea

Resource revenues have had other implications for Equatorial Guinea, a tiny country of about 633,000 people located in the Gulf of Guinea. For 11 years after gaining independence from Spain (1968), the country suffered from the disastrous dictatorship of Francisco Maci' Nguema, who established an oppressive post-colonial regime. During the Maci' regime, Equatorial Guinea's small economy, based on agriculture, mainly cocoa, (accounting for more than 50% of GDP and 97% of exports), collapsed. GDP per capita decreased by about 40%, most of the population lived in a state of subsistence. The government stopped providing public services such as schools or health care and the public financial system was completely disrupted (Toto Same, 2008). Thousands of people died because of the regime, while about 100,000 people, about a third

of the population at the time, left the country, including European technical and managerial elites and foreign workforce, especially Nigerians, who worked in cocoa and coffee plantations. Within a few years of the dictatorship, economic mismanagement and widespread corruption devastated the economy and the infrastructure system fell into disrepair.

In 1979, Maci's dictatorship was overthrown by a coup, ending the period of terror but continuing the police state and maintaining the previous dictatorship (Mcsherry, 2006). When Mbasogo came to power, Equatorial Guinea was the poorest country in the Central Africa and one of the most indebted in the world (HRW, 2009). Over the next decade, however, the government attempted to rebuild its political and economic institutions, developing a reconstruction program and then a medium-term adjustment program to receive foreign aid and create conditions to promote agricultural production and export.

Equatorial Guinea began to change and experienced growing in 1992 when the oil company 'Walter International' built the first background for oil exploration, followed a few years later by the 'Mobil Oil' Company. Oil production increased rapidly, rising from 6,200 bpd to about 350,000 in 2007, with output of 16 million tons and today, and now around 1.136 million bpd (OPEC2021). In 2007, oil revenues were valued at \$4.8 billion, while its production contributes almost 90% of GDP and national exports, with the remainder coming from several other products: methanol, timber, cocoa and coffee. This heavy dependence on oil has fueled economic growth significantly: in 2007, Equatorial Guinea's GDP per capita was \$30,577 (PPP), 15 times higher than the sub-Saharan African average. However, efforts to promote further growth have failed because oil revenues are channeled through oil monopoly networks and not used to improve public welfare (Mcsherry, 2006).

Democratic Republic of the Congo

Despite extreme poverty, the Democratic Republic of the Congo (DRC, formerly Zaire) is one of the countries rich in natural resources, notably coltan, uranium, gold, zinc, copper, oil, diamonds and vast forests. The Democratic Republic of the Congo is also one of the major producers of alluvial diamonds. However, there are almost no official statistics on the DR Congo's exports of raw materials. Instead, only a handful of UN investigative reports on the illegal exploitation of the resources of the Democratic Republic of the Congo indicate that a large disparity between production and exports is attributable to the illegal exploitation of natural resources, showing illegal exploitation of the natural resources of the Democratic Republic of the Congo, which produces substantial alluvial diamonds, which by some estimates account for more than 50% of national exports (Basedau, 2005).

The country's history shows that in the context of weak institutions, resource abundance is a cause of conflict and negatively affects development. During the 1990s, Zaire was previously involved in a major conflict caused by Uganda, Rwanda and various rebel groups. In 1998, Ugandan and Rwandan leaders again occupied part of the Congo, bringing in Angola, Namibia, Chad, Rwanda, Burundi, Sudan and Zimbabwe, along with 25 armed rebel groups. A new, larger conflict, known as the «Great African War», lasted for four years (Lalji,

2007). This conflict is fueled by the fact that all parties want to control the conspicuous natural resources — copper, cobalt, diamonds, gold, uranium — of the Democratic Republic of the Congo. This resource (especially diamonds) was the main source of funding for conflicts in the period 1998–2003 (Le Billon, 2008).

The 2002 Peace Agreement (the Pretoria Agreement), and the coming to power of Joseph Kabila officially ended the conflict. However, a large part of the territory of the Democratic Republic of the Congo remains outside of government control. According to the United Nations assessment, corruption, smuggling and violence have systematically exploited the resources of the Democratic Republic of the Congo, without any benefit to the people. Even so, illegal mining and trading activities in the Kivu area are completely under the control of armed groups, both insurgents and the regular army of the DRC (Global Witness, 2009). Thus, in the Democratic Republic of the Congo, in a time of weak institutions, abundant resources fueled conflict and corruption, and this impeded economic development, creating a kind of poverty trap that relied on resources. In the Democratic Republic of the Congo, in 2007, GDP per capita was \$305 (PPP), only 15% higher than in sub-Saharan Africa.

2. National governance and human development issues

Comparative international indicators of governance also show sizable differences among the three countries. Despite its impressive growth rates, Equatorial Guinea ranks among the countries with the highest levels of corruption, inefficient governance and regulation, and the weakest rule of law. According to the World Bank Governance Report (2009), Equatorial Guinea and the Democratic Republic of the Congo rank relatively low in terms of corruption and governance (Table 1). According to the Index of Failing States developed by the Foundation for Peace (2009), the Democratic Republic of the Congo occupies fifth place in the international rankings and is among the countries most at risk of failure, while Guinea The Equator ranks in forty-seventh and Botswana ranks one hundred and sixteenth.

The different impacts of the natural resources in the three countries are related not only to growth rates but also to people's well-

being, as shown in human development indicators (Table 2). The worst can be seen in the DRC, which has one of the lowest life expectancy, child mortality and malnutrition rates, and lowest human development index in the world. In Equatorial Guinea, despite sustained growth in per capita income, key indicators of human development have not improved significantly compared with the situation in the 1990s: rising child mortality, remaining high birth rate and comparable to countries with lower GDP per capita, while the average life expectancy is 50 years.

Equatorial Guinea has the largest gap between GDP per capita and the human development index which shows that economic growth has not changed the standard of living of the people. In other words, in this country the rapid increase in oil production has resulted in a relatively high GDP per capita increase, but the poor quality of institutions has not increased the welfare of the people. In Botswana, lower mortality and malnutrition rates and higher school attendance indicate an improved standard of living. However, the spread of HIV has affected a quarter of the population, dramatically reducing health-related indicators, such as life expectancy, and is a national tragedy with enormous human and economic costs.

Concluding Remarks

Case studies in three African countries show that the natural resource-generated impacts can vary widely, depending on the country's context, especially the quality of governance. The case of three resource-rich African countries shows that governance is crucial for economic growth and human development. In Botswana, revenue from diamond mining has fueled sustainable growth and relative improvements in human development standards. In Equatorial Guinea, oil revenues have also fueled rapid economic growth but have had a negligible effect on the well-being of the population. In contrast, in the DRC, abundant natural resources fueled conflict and corruption, leading to negative effects on economic development.

As such, resources can be a blessing for a country, but this blessing can become a curse when the revenue from resources is used to finance conflicts, nurturing weak and corrupt institutions or simply wasted.

Table 1. Comparison of Country Governance Indicators (2008)

	Voice and Accountability	Political Stability	Government Effectiveness	Regulatory Quality	Rule of Law	Control of Corruption
Botswana	62	81	73	67	69	80
DRC	9	2	1	5	2	5
Equatorial Guinea	3	40	4	7	7	5
The United States	86	68	93	93	92	92

Note: Ranked by a list of 211 countries and territories compared to the United States. The higher the index, the better the governance of the country. Nguồn: World Bank (2009). Governance Matters.

Table 2. **Several Human Development Indicators in Botswana, Equatorial Guinea, Democratic Republic of the Congo (2007)**

	Botswana		Guinea Xích đ̣ao		CHDC Congo	
	1990	2007	1990	2007	1990	2007
Birth rate	4,6	2,	5,9	5,4	6,7	6,3
High School Completion rate	88,9	88,9	-	67	46	51
Life expectancy at birth	63	51	47	52	46	46
Chidren Malnutrition rate	-	10,7	-	15,7	-	33,6
Mortality rate under 5 years old (per 1,000 population)	57	39,7	170	206	200,4	161,4
HIV spread	4,7	23,9	1	3,4	-	3,2
Human Development Index (HDI) Ranking	-	126	-	115	-	177

Note: The extent of HIV transmission spread is determined by the proportion of the infected population in the total population aged 15–49 years.

Source: UNDP (2009) Human Development Report 2009 (New York: United Nations)

Thus, the impacts that the natural resources have on human well-being do not seem to depend on the resources themselves, but on the social and institutional capacity to manage them. In this respect,

the concept of resource curse has not yet highlighted the nature of the source of the negative development impact in some countries — weak resource management capacity.

References:

1. African Development Bank (2021). Botswana Economic Outlook 2021. African Development Bank Group
2. Auty, R.M. (ed.) (2001) Resource Abundance and Economic Development (Oxford and New York: Oxford University Press).
3. Basedau, M. (2005) Context matters — rethinking the resource curse in sub-Saharan Africa. Working Paper, No. 1, Global and Area Studies, German Overseas Institute.
4. Brunnschweiler, C.N. and Bulte, E.H. (2008b) The resource curse revisited and revised: a tale of paradoxes and red herrings. *Journal of Environmental Economics and Management*, 55(3), pp. 248–264.
5. Costantini, V. and Monni, S. (2008) Environment, human development and economic growth. *Ecological Economics*, 64(4), pp. 867–880.
6. Davis, G.A. and Tilton, J.E. (2005) The resource curse. *Natural Resources Forum*, 29(3), pp. 233–242.
7. Dunning, T. (2008) *Crude Democracy. Natural Resource Wealth and Political Regimes* (New York: Cambridge University Press).
8. Global Witness (2009) *Faced with a Gun, What Can You Do? War and Militarisation of Mining in Eastern Congo*. A Report from Global Witness, London.
9. Human Rights Watch (HRW) (2005), *The curse of gold. Democratic Republic of Congo*, Human Rights Watch, New York. Accessed at: <http://www.hrw.org/en/node/11733/section/9>
10. Human Rights Watch (HRW) (2009) *Well oiled: Oil and human rights in Equatorial Guinea*, Human Rights Watch, New York. Accessed at: <http://www.hrw.org/node/84253>
11. Kolstad, I. and Wiig, A. (2009) Political economy models of the resource curse: implications for policy and research. Occasional Paper, No. 40, South African Institute of International Affairs (SIIA), Johannesburg.
12. Lalji, N. (2007) The resource curse revised: conflict and coltan in the Congo. *Harvard International Review*, 29(3), pp. 34–38.
13. Le Billon, P. (2008) Diamond wars? Conflict diamonds and geographies of resource wars. *Annals of the Association of American Geographers*, 98(2), pp. 345–372.
14. Mcsherry, B. (2006) The political economy of oil in Equatorial Guinea. *African Studies Quarterly*, 8(3), pp. 23–45.
15. Mehlum, H., Moene, K. and Torvik, R. (2006) Cursed by resources or institutions? *The World Economy*, 29(8), pp. 1117–1131.
16. OPEC (2021). Equatorial Guinea facts and figures. https://www.opec.org/opec_web/en/about_us/4319.htm
17. Robinson, J.A. (2009) Botswana as a role model for country success. Research paper, No. 2009/40, United Nations University UNU-Wider.
18. Robinson, J.A., Torvik, R. and Verdier, T. (2006) Political foundations of the resource curse. *Journal of Development Economics*, 79(2), pp. 447–468.
19. Rosser, A. (2006) The political economy of the resource curse: a literature survey. Working paper, No. 268, Institute of Development Studies.

20. Sachs, J.D. and Warner, A.M. (1995) Natural resource abundance and economic growth. NBER Working Paper, No. w5398, National Bureau of Economic Research.
21. Sachs, J.D. and Warner, A.M. (1999) The big push, natural resource booms and growth. *Journal of Development Economics*, 59(1), pp. 43–76.
22. Sachs, J.D. and Warner, A.M. (2001) The curse of natural resources. *European Economic Review*, 45(4–6), pp. 827–838.
23. Sala-i-Martin, X. and Subramanian, A. (2003) Addressing the natural resource curse: an illustration from Nigeria. NBER Working Paper, No. 9804, National Bureau of Economic Research.
24. Sebudubudu, D. and Lotshwao, K. (2009) Managing resources and the democratic order: the case of Botswana. Occasional Paper, No. 31, South African Institute of International Affairs (SAIIA).
25. The Foundation for Peace (2009). The Fail Nations Index. Washington DC. USA
26. Toto Same, A. (2008) Mineral-rich countries and Dutch disease: understanding the macroeconomic implications of windfalls and the development prospects. The case of Equatorial Guinea. Policy Research Working Paper, No. 4595, World Bank.
27. UNDP (2009) UNDP, Human Development Report 2009 (New York: United Nations).
28. UNDP (2020): Human Development Report 2020.
29. World Bank (2009) Governance Matters 2009. Aggregate Governance Indicators 1996–2008. Washington, DC: World Bank.
30. World Bank (2021). World Development Indicators. <https://databank.worldbank.org>

Основные тенденции в обращении банковских карт

Куделина Татьяна Юрьевна, кандидат экономических наук, преподаватель;

Валикова Елена Александровна, преподаватель;

Крюкова Альбина Анатольевна, преподаватель;

Петрянкина Елена Сергеевна, преподаватель

Бузулукский финансово-экономический колледж — филиал Финансового университета при Правительстве Российской Федерации (Оренбургская обл.)

В статье авторы проводят анализ показателей рынка дебетовых и кредитных карт.

Ключевые слова: пластиковая карта, кредитная карта, дебетовая карта, Мир.

Развитие банковского бизнеса неразрывно связано с новыми технологиями и поиском инструментов, повышающих эффективность и привлекательность банковских услуг. Одним из таких инструментов, является банковская пластиковая карта — универсальный платежный инструмент, который является ключом доступа к управлению банковским счетом. Она позволяет ее держателю оплачивать товары и услуги в различных торговых и сервисных предприятиях, получать наличные деньги. Проведение операций с помощью платежных карт показывает степень интегрированности банковской системы и общества.

Основным нормативным документом, регулирующих эмиссию и использование банковских пластиковых карт в Российской Федерации, является Положение Банка России от 24 декабря 2004 г. № 266-П «Об эмиссии платежных карт и об операциях, совершаемых с их использованием». Согласно указанному Положению, кредитная организация вправе одновременно осуществлять эмиссию, а также распространение платежных карт, эквайринг платежных карт. На основании Положения Банка России № 266-П кредитная организация в зависимости от особенностей ее деятельности должна разработать свои внутрибанковские правила работы с пластиковыми картами [1]

Клиент — физическое лицо осуществляет с использованием банковской карты операции, представленные на рис. 1 [1, п. 2.3]

Клиент — юридическое лицо, индивидуальный предприниматель осуществляет с использованием расчетных (дебетовых) карт, кредитных карт операции, представленные в таблице 1 [1, п. 2.5].

По состоянию на начало 2022 года на российском рынке платежных карт более востребованными были национальная система платежных карт «Мир», карты международных платежных систем «Visa» и «MasterCard», (зарегистрированные в США и работающие в России с 19 июня 2015 года).

В Российской платежной системе по состоянию на 01.01.2022 года из 369 кредитных организаций 250 КО (67,8%) проводили и эквайринг, и эмиссию платежных карт, 246 КО (66,7%) — только эмиссию, 220 КО (56,9%) — эквайринг [7].

Несмотря на сокращение числа кредитных организаций, общее количество выпущенных платежных карт, из года в год неизменно увеличивалось: самый больший прирост за последние три года наблюдался в 2021 году (9,5%), в 2020 году (6,9%), в 2019 году — (4,9%). При этом, больший прирост количества выпущенных карт получен за счет роста выпуска банками карт для физических лиц. Так как, в общем количестве банковских карт они занимают больший удельный вес (на 01.01.2022 года — 98,2%), удельный вес корпоративных карт не большой (1,8%).

Из общего количества выпущенных платежных карт больший удельный вес приходился на расчетные карты

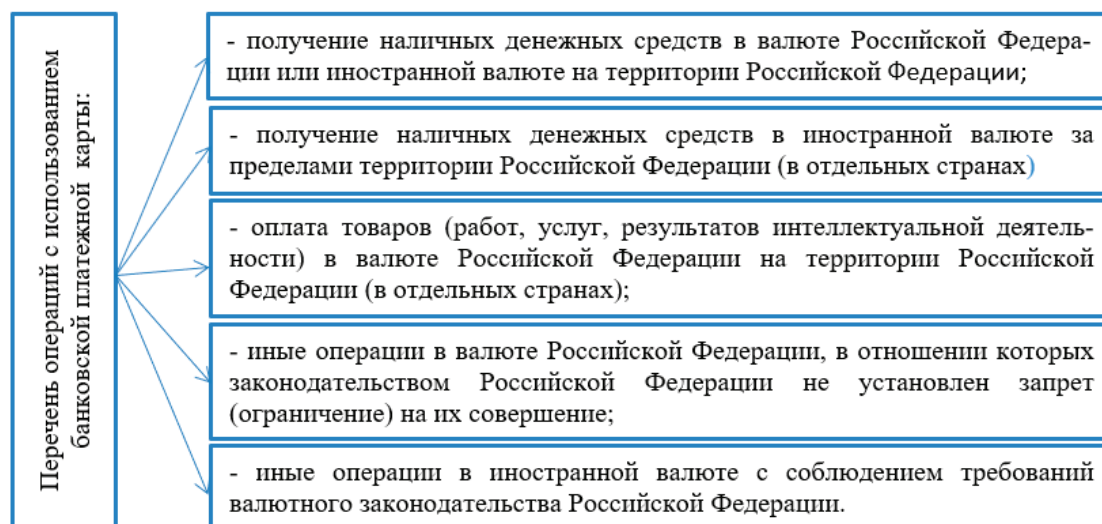


Рис. 1. Перечень операций, совершаемых физическим лицом с использованием банковской платежной карты

Таблица 1. Операции, совершаемые индивидуальным предпринимателем или юридическим лицом с использованием платежных карт

№ пп	Содержание операции
1.	Получение наличных денежных средств (оплата расходов и иные операции) в валюте РФ, связанных с деятельностью юридического лица, индивидуального предпринимателя, в том числе, оплатой командировочных и представительских расходов для осуществления расчетов на территории РФ.
2.	Получение наличных денежных средств (или оплата расходов) в иностранной валюте за пределами территории РФ для оплаты командировочных и представительских расходов.

(на 01.01.2022 года — 87,9%). Большой прирост приходился также на расчетные (дебетовые) карты (за 2021 год — 10,4%, за 2020 год — 7,2%, за 2019 год — 4,7%) [7].

Удельный вес кредитных карт в общем их количестве составлял на 01.01.2022 года всего около 12,1%. Последние годы интерес клиентов к кредитным картам и показатели процента прироста количества их выпуска снижаются (2021 год — рост 2,5%, 2020 год — 5,3%, за 2019 год — 6,0%).

Последние годы (2019–2021 гг.) увеличивался объем и количество операций, проведенных с применением платежных карт, как внутри страны, так и за рубежом. Общее количество операций с применением банковских карт (включая операции за рубежом) по результатам 2021 года выросло на 25,3% (по объему на 26,4%), за 2020 год — по количеству на 16,8%, (по объему на 15,2%), за 2019 год — по количеству — на 34,0% (по объему — на 18,9%) [7].

Из общего количества и объема операций с применением платежных карт (включая операции за рубежом) около 98,0% (по объему — около 96,%) приходится на операции, совершаемые физическими лицами.

На операции, проводимые с применением банковских карт внутри страны, по результатам 2021 года приходилось по количеству — 79,2% (2020 года — 81,5%, 2019 года — 81,8%), по объему — 50,3% (54,0% и 57,8%), соответственно, однако, темпы роста объема операций с платежными картами за рубежом увеличивались более быстрыми темпами.

При этом, и количество, и объем внутрироссийских операций, с использованием платежных карт, эмитированных российскими банками, внутри, также увеличивалось, хотя и меньшими темпами. Так, за 2021 год рост операций внутри страны, с применением платежных карт, по количеству составил — 21,8% (по сумме — 17,6%), за 2020 год — 16,2% (по сумме — 7,6%), за 2019 год — 30,2% (по сумме — 8,2%), соответственно.

Более 90,0% (на 01.01.2022 года — 95,3%) в общем количестве операций, совершенных на территории России с использованием карт, занимают безналичные переводы по оплате товаров и услуг. Причем, прирост количества безналичных операций по оплате товаров и услуг ежегодно составляет более чем 20% (за 2019 год — на 34,7%, за 2020 год — на 19,5%, за 2021 год 23,7%). Однако, по сумме, удельный вес указанных операций, хотя и растет, но занимает пока чуть более 50,0% (за 2021 год — 56,2%).

В общем объеме платежных карт даже до февральских (2022 года) событий доля карт «Мир» национальной платежной системы увеличивалась. По данным НСПК в 2021 году в России было выпущено более 108,6 млн карт «Мир», что на 14,3% больше, чем за 2020 год. Удельный вес карт «Мир», в общем объеме выпуска всех карт, составлял на 01.01.2022 года — 32,4%. Для 42,0% российских держателей карта национальной платежной системы «Мир» являлась основной. Доля внутрироссийских операций по платежным картам «Мир» в общем объеме операций за 2020 год увеличи-

лась на 4,7% и составила 24%, а по состоянию на 01.01.2022 года выросла до 25,0% [3].

Последние тенденции в экономике и банковском секторе показали, что российский рынок платежных карт до 2022 года успешно развивался и активно способствовал эффективному функционированию денежного обращения страны в целом и увеличению объемов безналичных переводов.

Стратегией развития национальной платежной системы на 2021–2023 годы, предусматривался рост количества выпуска карт национальной платежной системы «Мир» к 2023 году до 27,0–30,0%. Однако, имеются проблемы и факторы, которые оказывают существенное влияние на дальнейшее развитие российского рынка платежных карт.

Основной фактор, который с февраля 2022 года кардинально и резко повлиял на развитие российского рынка платежных карт является то, что в связи с принятием беспрецедентных санкций странами ЕС, США и другими странами карты международных платежных систем «Visa» и «MasterCard», приобретенные их владельцами за рубежом, прекратили действие как внутри России, так и за рубежом. Но карты этих систем, выпущенные российскими банками, продолжают действовать внутри страны в том

же режиме. Национальная платежная карта «Мир» в этих условиях стала даже более востребованной.

Второй серьезной проблемой развития рынка платежных карт является высокий уровень мошенничества с банковскими картами. Хотя, по данным МВД России в абсолютном выражении количество преступлений с применением банковских карт по результатам 2021 года и сократилось до 165,6 тысяч (рост за год — 12,9%), в 2020 году — 190,2 тыс.ед. (рост 453,1%). В связи со стремительным развитием интернет и мобильных технологий, прогнозируется, что в ближайшие три — пять лет место пластиковых карт займут цифровые карты, по прогнозам уже в 2022 году их доля на рынке составит примерно 25,0%, а в 2023 году — увеличиться до 30–40%.

Как показывает анализ, потенциал развития российского рынка платежных карт еще очень большой и Банком России, кредитной системой на перспективу были разработаны конкретные мероприятия по дальнейшему его развитию. Однако, первоочередной задачей ЦБ РФ и коммерческих банков сегодня остается поддержка и дальнейшее развитие национальной системы платежных карт «Мир» и выпуск кобейджинговых карт «Мир-UnionPay» или других карт.

Литература:

1. Положение Банка России от 24.12.2004 г. № 266-П «Об эмиссии платежных карт и об операциях, совершаемых с их использованием» [Электронный ресурс] // Консультант плюс Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_
2. Банки в год пандемии увеличили выдачи карт до рекорда за семь лет [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://www.rbc.ru/finances/>
3. Иванова Е. И. О национальной платежной системе в 2021 году [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://online-buhuchet.ru/fz-161-o-nacionalnoj-platěžnoj-sisteme-v-2021-godu/>
4. Киреев В.Л., Козлова О.Л.. Учебник «Банковское дело». /В. Л. Киреев, О. Л. Козлова/. 2 изд. перераб. и доп. — М.: КНОРУС, 2019, 239 с.
5. Коробова Г.Г. Банковское дело: учебник — /Г. Г. Коробова / . 2 — е изд. перераб. и доп. — М.: Магистр: ИНФРА — М, 2018, 592 с.
6. Результаты наблюдения в национальной платежной системе за 2020 год. Вестник Банка России от 30 июля 2021 № 53. Нормативные акты и оперативная информация [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://docs.yandex.ru/docs/view?tm=>
7. www.cbr.ru. Официальный сайт Центрального Банка России.

Анализ депозитной политики банка на примере ПАО «Сбербанк»

Куляев Михаил Владимирович, студент;

Фалеев Александр Васильевич, кандидат экономических наук, доцент
Новосибирский государственный университет экономики и управления

Анализ доли ПАО «Сбербанк» на рынке депозитов позволил сделать вывод о ее сокращении в периоды экономических кризисов, обусловленном активной конкуренцией с использованием процентных ставок. Это позволяет банку после начала восстановления экономики в более короткие сроки нарастить объемы кредитования, поскольку стоимость депозитной базы ниже. Отмечено несоответствие доли банка его потребностям в ресурсах исходя из их срочности в зависимости от состояния экономики. Решением может выступать развитие платежных сервисов.

Ключевые слова: вклады, депозитная политика, ресурсная база, кредитная организация.

Формирование ресурсной базы преимущественно за счет депозитов является одним из ключевых элементов «классической» модели банковского дела, в которой за счет ранее

привлеченных средств проводятся активные операции, составляющие, за вычетом платы в виде процентов по вкладам и операционных расходов, прибыль банка. Сегодня многие банки от-

ступают от этой модели в пользу других способов ведения дела, обеспечивающих большую рентабельность, но для крупнейших участников банковского рынка «классическая» модель продолжает являться основной. Исключением не является и ПАО «Сбербанк».

Для этого банка реализация «классической» модели в части депозитной политики имеет особенное значение, обусловленное историческим развитием его бизнес-модели, основанной на «сберегательной» функции. Несмотря на отступление от нее с реорганизацией этой кредитной организации, депозитная база по-прежнему является основой источников финансирования ее активных операций. Это подтверждает рис. 1.

Совокупная доля вкладов в ресурсах ПАО «Сбербанк» уменьшается с 70,41% на 01.01.2012 до 65,74% на 01.01.2022, но в данном интервале поведение доли вкладов в ресурсах банка было неравномерным, снижаясь до минимума в начале экономического кризиса 2014–2016 гг. и достигая наибольшего значения в 76,10% на 01.01.2016 с последующим уменьшением. Причины определяются как замедлением роста прибыли самого банка, вынужденного привлекать дополнительные объемы вкладов для расширенного проведения активных операций в отсутствие достаточной прибыли, способной увеличить объем источников за счет реинвестирования, так и под воздействием внешних факторов. В условиях экономического кризиса и роста конкуренции на депозитном рынке ПАО

«Сбербанк» использовало ключевое преимущество в виде доверия этому банку, но позиции на депозитном рынке в эти периоды ослабевали.

Это подтверждают данные рис. 2. Доля ПАО «Сбербанк» в целом по рынку привлеченных ресурсов уменьшилась с 21,21% на 01.01.2012 до 17,78% на 01.01.2022, в начале экономического кризиса достигая наименьшего значения в 19,05% (для интервала 2012–2016 гг.) и составив 22,57% на 01.01.2017. В дальнейшем происходило снижение доли банка, причем по депозитам населения доля, в целом, уменьшалась, на рынке корпоративных вкладов возрастала.

Эта же тенденция прослеживается и в начале экономического кризиса 2014–2016 гг., поскольку доля ПАО «Сбербанк» на рынке корпоративных ресурсов увеличилась с 19,66% на 01.01.2014 до 44,50% на 01.01.2016, а уже к 2019 году сократилась до 21,99%. Напротив, доля банка по депозитам населения на 01.01.2014 составляла 45,04%, уже на 01.01.2015 снизившись до 43,09% и составив на 01.01.2016 только 44,50%.

Преимущество ПАО «Сбербанк» как надежной кредитной организации действительно существовало и реализовывалось, но только относительно корпоративного сегмента рынка, в то время как по вкладам населения происходило, скорее, ослабление позиций банка. Главной причиной можно считать активную конкуренцию за вклады населения, которая развернулась в условиях экономических санкций и ограничения доступа

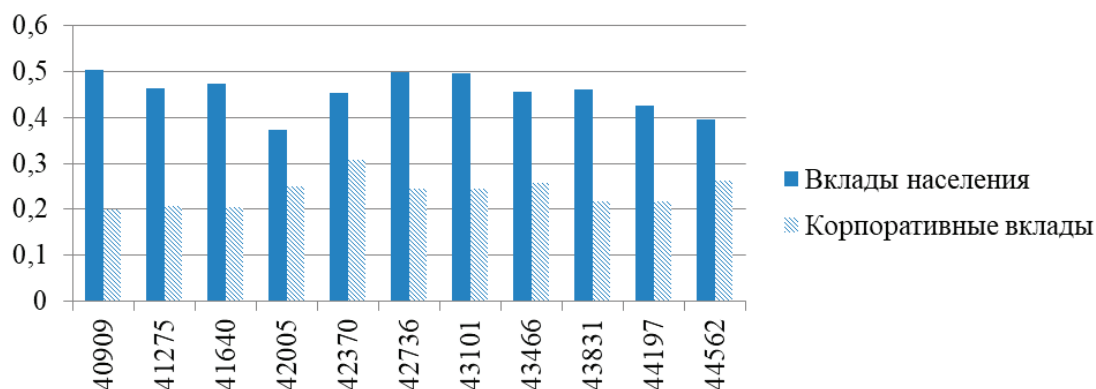


Рис. 1. Доля вкладов в ресурсах ПАО «Сбербанк» на 01.01.2021–01.01.2022, % [1]

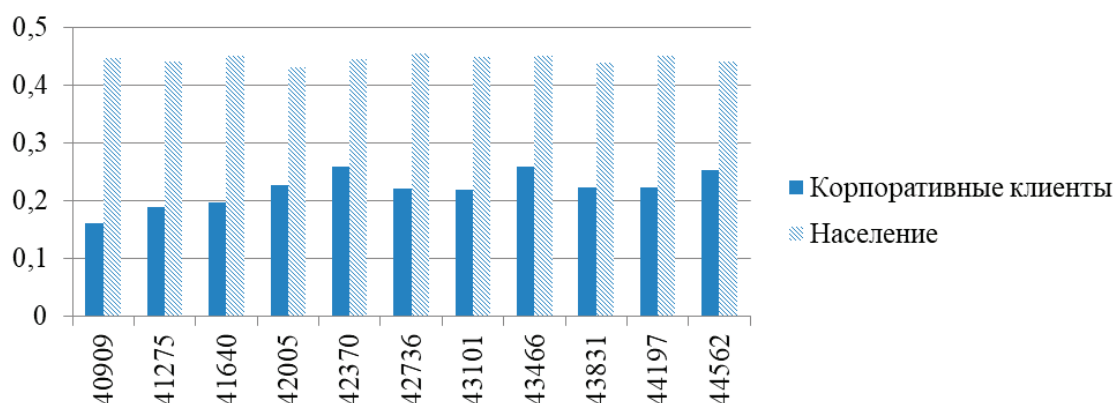


Рис. 2. Доля ПАО «Сбербанк» на рынке привлеченных ресурсов на 01.01.2021–01.01.2022, % [1, 2]

государственных банков к зарубежным финансовым рынкам. Процентные ставки выступали основным инструментом конкурентной борьбы, ПАО «Сбербанк» их активно не использовало, поэтому, с увеличением доли вкладов в ресурсной базе кредитной организации по мере усиления кризиса, сокращалась его доля на депозитном рынке. Последующему ее восстановлению способствовала относительная стабилизация российской экономики.

Подобная же динамика наблюдалась и в 2020 году, когда ограничения вследствие пандемии стали причиной экономического кризиса и, одновременно, сокращения потребительского спроса. Причиной были фактические ограничения на покупки, что привело к увеличению объема вкладов, но доля ПАО «Сбербанк» на депозитном рынке в целом уменьшилась с 20,99% на 01.01.2020 до 20,03% на 01.01.2021. Одновременно ПАО «Сбербанк» достаточно быстро восстановило позиции на депозитном рынке, особенно по корпоративным вкладам, доля банка по которым увеличилась с 22,22% на 01.01.2021 до 25,35% на 01.01.2022.

Наиболее очевидным выводом является краткосрочное снижение конкурентоспособности ПАО «Сбербанк» в условиях экономического кризиса, обусловленное уходом от конкуренции с использованием высоких процентных ставок, позволяющее затем усилить позиции, не столкнувшись с уменьшением прибыли за счет необходимости обслуживания при-

влеченных по высоким ставкам вкладов, но следует учитывать различия по сегментам депозитов.

Доля ПАО «Сбербанк» на рынке счетов представлена на рис. 3.

Счета более привлекательны для банков в условиях нестабильной экономики, поскольку ниже их стоимость, а объемы долгосрочного кредитования сокращаются. Доля ПАО «Сбербанк» по счетам населения сократилась с 28,33% на 01.01.2014 до 25,49% на 01.01.2016. Хотя на 01.01.2019 она достигала 45,16%, на 01.01.2022 составила только 41,33%. В корпоративном сегменте рынка, напротив, произошло увеличение доли банка с 22,28% на 01.01.2014 до 26,81% на 01.01.2016, на 01.01.2019 доля ПАО «Сбербанк» достигла 45,16%, на 01.01.2022 составила только 23,78%.

Ключевой причиной существенного увеличения доли банка на рынке счетов по итогам 2018 года стало развитие платежных инструментов, сделавшее ПАО «Сбербанк» наиболее привлекательным для всех сегментов, но в последующем его доля сокращалась, несмотря на увеличение объема вкладов, наблюдавшееся в условиях пандемии.

Напротив, позиции банка по срочным депозитам в этот период только усиливались. Данные представлены на рис. 4.

В отличие от рынка счетов, доля ПАО «Сбербанк» на рынке срочных вкладов населения, после сокращения с 45,06% на 01.01.2019 до 44,12% на 01.01.2020, на 01.01.2021 составила 47,72%, а на 01.01.2022 уменьшилась до 45,79%. Подобным же образом,

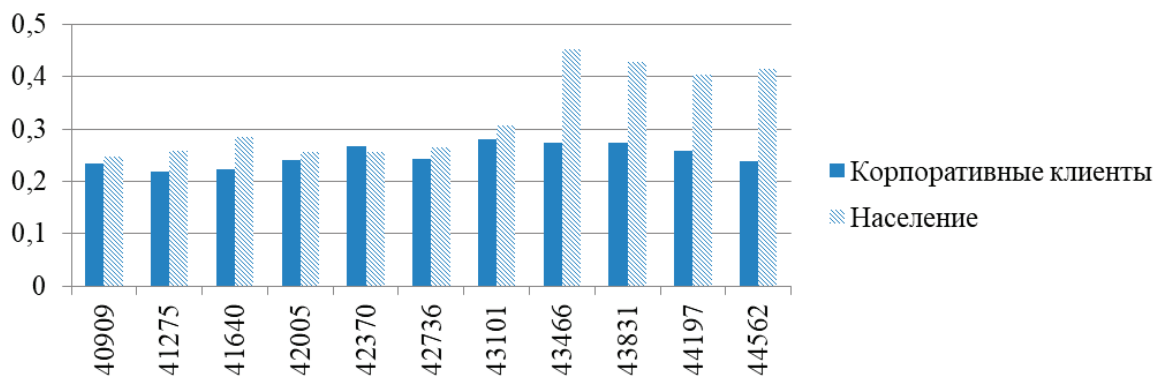


Рис. 3. Доля ПАО «Сбербанк» на рынке счетов на 01.01.2021–01.01.2022, % [1, 2]

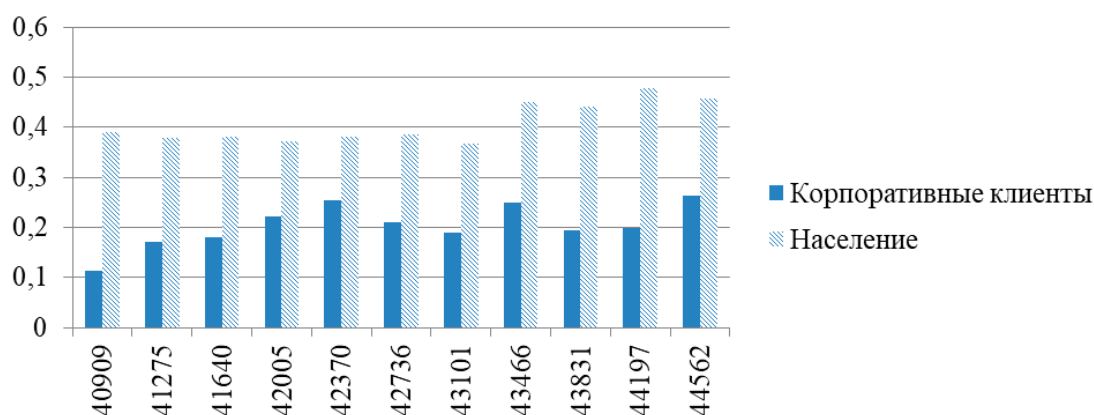


Рис. 4. Доля ПАО «Сбербанк» на рынке срочных вкладов на 01.01.2021–01.01.2022, % [1, 2]

доля банка по срочным корпоративным вкладам уменьшилась с 25,00% на 01.01.2019 до 19,46% на 01.01.2020, на 01.01.2021 она составила уже 19,82%, а на 01.01.2022 возросла до 26,44%.

Учитывая соотношение между потребностью в счетах и срочных вкладах в зависимости от состояния экономики, в этом аспекте депозитная политика ПАО «Сбербанк» не вполне эффективна, поскольку увеличение доли банка по вкладам происходит в условиях нестабильной экономики, тогда как доля на рынке счетов уменьшается. Одновременно, это позволяет банку в дальнейшем, с началом восстановления экономики

в более короткие сроки наращивать объемы долгосрочного кредитования в ответ на возросший спрос, причем делать это на лучших условиях по сравнению с конкурентами, сформировавшими депозитную базу с высокой стоимостью и низкой срочностью. Принимая во внимание сохраняющееся значение для ПАО «Сбербанк» вкладов как источника формирования ресурсной базы, наиболее обоснованным было бы развитие платежных инструментов и сервисов, повышающих удобство оплаты, что особенно привлекательно с учетом активного развития ПАО «Сбербанк» небанковского бизнеса.

Литература:

1. Публичное акционерное общество «Сбербанк России» [Электронный ресурс] https://www.cbr.ru/banking_sector/credit/coinfo/?id=350000004 (дата обращения 25.11.2022).
2. Статистические показатели банковского сектора Российской Федерации [Электронный ресурс] https://www.cbr.ru/statistics/bank_sector/review/ (дата обращения 25.11.2022).

Коммерческая тайна организации и механизм ее обеспечения

Лычневая Ольга Дмитриевна, студент
Московский финансово-юридический университет МФЮА

В основе коммерческой деятельности организации лежат конфиденциальные сведения, которыми владеет организация. В данной статье рассматривается коммерческая тайна компании и ее роль в системе экономической безопасности хозяйствующего субъекта. Также рассмотрены, какие меры необходимы для защиты конфиденциальной информации компании.

Ключевые слова: конфиденциальная информация, коммерческая тайна, информационная безопасность, экономическая безопасность, утечка информации.

Trade secret of the organization and the mechanism of its provision

The organization's business is based on confidential information held by the organization. This article discusses the trade secret of the company and its role in the system of economic security of an economic entity. It also considers what measures are necessary to protect the confidential information of the company.

Keywords: confidential information, trade secret, information security, economic security, information leakage.

Креативность и инновации дают предприятиям конкурентное преимущество. Некоторые инновации держатся компаниями в секрете, и, поскольку они представляют большую ценность для этих компаний, они принимают меры для обеспечения защиты информации. Коммерческая тайна — это вид интеллектуальной собственности, и зачастую она является ключом к конкурентному преимуществу.

Под коммерческой тайной понимается это режим конфиденциальности информации, при котором владелец, в случае сложившихся обстоятельств, может увеличить свои доходы, снизить расходы или сохранять свою позицию на рынке товаров и услуг.

В отличие от другой интеллектуальной собственности, такой как авторское право, изобретение, товарный знак, коммерческая тайна не может быть измерена или зарегистрирована. Таким образом, владельцы бизнеса должны принимать

взвешенные меры для защиты своей коммерческой тайны, устанавливая надлежащие юридические процедуры и процедуры безопасности для обращения с ней.

Конфиденциальная информация — это закрытая информация, полученная в ходе деловых отношений. Эта информация может включать, помимо прочего, организационную структуру, управление, стратегии, политику, финансы, коммерческую тайну и деятельность. Целесообразно обеспечить надлежащую защиту этой информации, поскольку раскрытие такой информации может нанести ущерб бизнесу. Информация, составляющая коммерческую тайну, представляет собой закрытую информацию о коммерческой деятельности организации. Сюда входит информация о процессах или методах производства и предоставления продуктов и услуг, схемах, конструкциях или другая информация, с помощью которой физическое или юри-

дическое лицо может получить экономическую выгоду по сравнению с другими лицами, ведущими аналогичный бизнес.

В целом, чтобы квалифицироваться как коммерческая тайна, информация должна иметь:

- коммерческую ценность, потому что это секрет,
- быть известной только ограниченному кругу лиц,
- быть объектом разумных шагов, предпринятых законным владельцем информации для сохранения ее секретности, включая использование соглашений о конфиденциальности для деловых партнеров и сотрудников.

Несанкционированное получение, использование или разглашение такой секретной информации в порядке, противоречащем добросовестной коммерческой практике, другими лицами считается недобросовестной практикой и нарушением защиты коммерческой тайны.

Как правило, любая конфиденциальная коммерческая информация, которая обеспечивает предприятию конкурентное преимущество и неизвестна другим, может охраняться как коммерческая тайна.

Коммерческие тайны охватывают как техническую информацию, такую как информация о производственных процессах, данные фармацевтических испытаний, проекты и чертежи компьютерных программ, так и коммерческую информацию, такую как методы распространения, список поставщиков и клиентов и рекламные стратегии.

Коммерческая тайна может также состоять из комбинации элементов, каждый из которых сам по себе является общественным достоянием, но такая комбинация, которая хранится в секрете, обеспечивает конкурентное преимущество.

В зависимости от правовой системы правовая охрана коммерческой тайны является частью общей концепции защиты от недобросовестной конкуренции или основывается на конкретных положениях или прецедентном праве о защите конфиденциальной информации.

Хотя окончательное решение о том, нарушена или нет защита коммерческой тайны, зависит от обстоятельств каждого отдельного случая, в целом недобросовестные действия в отношении секретной информации включают промышленный или коммерческий шпионаж, нарушение контракта и нарушение конфиденциальности.

Владелец коммерческой тайны, однако, не может запретить другим использовать ту же техническую или коммерческую информацию, если он самостоятельно приобрел или разработал такую информацию в ходе собственных исследований и разработок, обратного проектирования или маркетингового анализа и т.д. Поскольку коммерческая тайна не передается гласности, в отличие от патентов они не обеспечивают «защитной» охраны, как предшествующий уровень техники. Например, если конкретный процесс получения соединения X охраняется коммерческой тайной, кто-то другой может получить патент или полезную модель на то же изобретение, если изобретатель пришел к этому изобретению самостоятельно.

Компании должны принимать превентивные меры для защиты коммерческой тайны от кражи или незаконного присвоения, в том числе:

— Соглашение о неразглашении (NDA): сотрудники и деловые партнеры должны подписать соглашение о неразглашении, которое не позволит им разглашать конфиденциальную информацию компании.

— Соглашение о неконкуренции (NCA): работодатели должны просить сотрудников, подрядчиков и консультантов подписать соглашение о неконкуренции, чтобы предотвратить их участие в конкуренции после истечения срока действия их трудового/служебного договора.

— Надежная инфраструктура ИТ-безопасности

— Контроль доступности важных документов

Для того чтобы информация была отнесена к коммерческой тайне, она должна обладать следующими качествами:

— Компания предпринимает достаточно шагов для того, чтобы информация оставалась секретной.

— Это коммерчески выгодно, и утечка этой информации может нанести ущерб организации.

— Это известно лишь небольшому кругу людей.

Разглашение коммерческой тайны считается недобросовестным и является нарушением законных прав компании.

Компания может развиваться и получать доход от своей интеллектуальной собственности. Хотя вы можете захотеть продемонстрировать преимущества своей инновации, внутренние процессы могут храниться в секрете, чтобы конкуренты не могли их использовать. Вот некоторые наиболее распространенные виды коммерческой тайны:

1) Программный код программного обеспечения вашей компании

2) Секретные инструменты или процессы, используемые компанией для получения конечного продукта

3) Организационные планы, бизнес-стратегии и юридическая информация

Когда руководство компании определяет какую-либо информацию как свою коммерческую тайну, компания должна предпринять разумные шаги, чтобы не допустить ее раскрытия. Эти «разумные шаги» отличаются от одной компании к другой. Например, для небольшой компании достаточно поместить файл в картотеку, чтобы сохранить что-то в секрете. Но крупной корпорации, возможно, придется нанять сотрудников службы безопасности для обеспечения безопасности своих секретов.

Компании должны предпринять следующие шаги для защиты своей коммерческой тайны:

1) Определить свои торговые секреты

2) Распознавать фрагменты информации, которые должны храниться в секрете.

3) Изолировать документы, содержащие секрет. Все эти документы или файлы должны быть помечены как конфиденциальные и защищены.

4) Провести аудит

5) Найти, где эта информация обменивается

6) Все сотрудники, которые работают с конфиденциальными файлами, должны подписать соглашение о неразглашении, чтобы гарантировать, что секреты компании не будут раскрыты.

Коммерческая тайна дает владельцу право защищать свою информацию от разглашения. Степень, в которой компания

предпринимает шаги для защиты своей информации, зависит от ее индивидуальных обстоятельств.

Если коммерческая тайна компании получена кем-то, кто законно получил эту информацию, это не считается незаконным.

МИТ является сегодня единственным отечественным предприятием, разрабатывающим твердотопливные перспективные стратегические ракетно-ядерные межконтинентальные системы как наземного, так и морского базирования. В настоящее время институт продолжает работы по ряду научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ.

Источниками информации, являющимися коммерческой тайной, а, следовательно, потенциальными источниками утечки на анализируемом предприятии АО «Корпорация »МИТ» являются:

- 1) Документация предприятия (входящие-исходящие, приказы, бизнес планы, деловая переписка и т.п.);
- 2) Рабочий персонал или просто люди (в это понятие входят все без исключения работники предприятия, в том числе и сам директор);
- 3) Партнеры, контрагенты или клиенты, пользующиеся или пользовавшиеся услугами АО «Корпорация »МИТ», являются наиболее осведомленными источниками, зачастую обладающими важнейшими секретами.
- 4) Производимая продукция или оказываемые услуги.
- 5) Технические средства обеспечения производственной деятельности.
- 6) Косвенные источники (мусор, реклама, публикации в печати).

На анализируемом предприятии АО «Корпорация »МИТ» разработана и утверждены следующие документы, обеспечивающие сохранность коммерческой информации:

- Инструкция по обеспечению сохранности коммерческой тайны.
- Положение о коммерческой тайне.
- Обязательство о неразглашении коммерческой тайны.

Литература:

1. Косенцев, Е. А. Ответственность за разглашение коммерческой тайны: проблемы и пути решения / Е. А. Косенцев // Проблемы государства и права в исследованиях студентов.— Москва — Тюмень: АНО ВО «Институт деловой карьеры», 2022.— С. 82–84.
2. Зантария, А. Б. Использование и охрана информации, составляющей коммерческую тайну: актуальность внедрения методических рекомендаций для предпринимателей / А. Б. Зантария // Молодой ученый.— 2022.— № 42(437).— С. 101–103.
3. Штрауб, И. А. Коммерческая тайна и организация ее защиты на предприятии / И. А. Штрауб // Актуальные проблемы использования специальных знаний при выявлении и доказывании экономических преступлений.— Нижний Новгород: Типография «Марко Поло», 2021.— С. 231–238.
4. Балан, Я. Г. Концептуальные подходы к определению способов защиты коммерческой тайны / Я. Г. Балан // Вестник ВИЭПП.— 2021.— № 1.— С. 122–126.

- Памятка работнику о сохранении коммерческой тайны.
- Перечень сведений, составляющих коммерческую тайну.
- Положение регламентирующее режим документооборота предприятия.

Сотрудник АО «Корпорация »МИТ» обязан работать только с теми сведениями и документами, содержащими коммерческую тайну, к которым он получил доступ в силу своих служебных обязанностей, знать какие конкретно сведения подлежат защите, а также строго соблюдать правила пользования ими.

На анализируемом предприятии АО «Корпорация »МИТ» организована служба безопасности. В службу предприятия входят: подразделение защиты информации, подразделение технических средств связи и противодействия техническим средствам разведки, подразделение охраны.

Система организации защиты коммерческой тайны АО «Корпорация »МИТ» включает в себя комплекс заранее разработанных на определенный срок мер, охватывающих совокупность всех видов деятельности, направленных на совершенствование обеспечения сохранности информации с учетом изменений внешних и внутренних условий и предписывающих конкретным лицам или подразделениям определенный порядок действий.

В работе по сохранению коммерческой тайны применяются современные технические меры защиты информации, проводится грамотная работа с персоналом предприятия.

Итак, каждая организация обладает коммерчески ценной информацией, которая делает ее уникальной и отличной от конкурентов. Это называется коммерческая тайна. Коммерческая тайна — это конфиденциальная информация, которая может позволить стороне получить экономическое преимущество перед конкурентами. Это информация об организации, которая делает бизнес особенным и ценным. Они включают бизнес-формулы или методы и методы работы.

Влияние западных санкций на бюджет Российской Федерации

Морунова Галина Владимировна, доктор экономических наук, доцент;

Тимошенко Дарья Ильинична, студент;

Королева Василиса Андреевна, студент;

Аптекарев Алексей Алексеевич, студент

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

В статье раскрыты основные ветви влияния санкций коллективного Запада на расходы и доходы федерального бюджета РФ. Данная тема является актуальной, так как происходит это в текущий момент написания этой статьи.

Ключевые слова: санкции, специальная военная операция, бюджет РФ, нефть, газ, деньги, финансы, Запад.

После начала специальной военной операции, которая началась 24 февраля 2022 года, Российская Федерация подверглась резкому наплыву русофобии со стороны Запада.

После объявления Западом гибридной войны Российской Федерации, а именно введение беспрецедентных экономических санкций, перед органами власти встала задача — разработать комплекс мероприятий, которые в дальнейшем обеспечат нормальную работу экономики России, а также минимизируют последствия санкций.

Например, в марте 2022 года, Правительство, на основании распоряжения Правительства № 411-р от 4 марта 2022 года, выделило из федерального бюджета 500 млн рублей на продление программы по компенсации расходов малому и среднему бизнесу при осуществлении покупок с помощью системы быстрых платежей. Система быстрых платежей Банка России позволяет в кратчайшие сроки осуществлять переводы денежных средств по номеру мобильного телефона, а также оплачивать товары и услуги по QR-коду.

29 августа 2022 года прошло заседание президиума Правительственной комиссии по повышению устойчивости российской экономики в условиях санкций. На нём действующий Премьер-Министр РФ Михаил Мишустин заявил, что из федерального бюджета будут выделены дополнительные средства на гранты. Гранты можно будет расходовать на создание новых отечественных сортов сельскохозяйственных культур и средства защиты растений. Из средств грантов допускается и оплата услуг по монтажу специализированной техники и приборов, включая специальные лаборатории, а также приобретение и установка оборудования для питомников, которые заняты развитием виноградарства.

На этом же заседании Правительство сообщило, что был изменён порядок распределения межбюджетных трансфертов, что позволит аграриям получать финансирование авансом, а не только по факту выполненных работ. Для выполнения заданных целей из федерального бюджета на текущий год предусмотрено 10 млрд рублей, 2 млрд из которых уже направлены в регионы.

Центральный Банк РФ последовательно снижает ключевую ставку, благодаря чему растёт объём кредитования. Также на рост положительно повлияли льготные программы и высокий уровень скоординированной работы Правительства с Банком России. Свыше 2 трлн рублей было выдано предприятиям, четверть из них — малому и среднему бизнесу. В настоящее время,

малый и средней бизнес больше всех пострадал от санкций, поэтому такая поддержка им необходима. К тому же планируется, что компании данного сектора заменят выпавшие из цепочки поставщиков из недружественных стран.

Необходимо коснуться темы поддержки импорта, для этого было предоставлено займов на 35 млрд рублей. С мая текущего года действует программа льготного кредитования закупок приоритетной продукции. С помощью кредитов по льготной ставке, компании смогут приобретать необходимую для их нормального функционирования машины и технику, производство которых в нашей стране пока что недоступно.

Благодаря целевой поддержки экономики, антироссийские санкции запада значительно не повлияли на рост инфляции в стране, за исключением роста цен на исключительно импортные товары. В целом за год ожидается уровень инфляции примерно в диапазоне 12–13% с учётом тех тенденций, которые уже сегодня проявляются. Это, конечно, гораздо позитивнее и гораздо более оптимистично, чем ожидалось ещё в первые месяцы начала специальной военной операции, и, кстати сказать, сопоставимо с уровнем инфляции в западных странах.

Также как и в федеральном бюджете, в региональных бюджетах в основном были сохранены параметры бюджетов, госзаказы, региональные, муниципальные заказы, что было чрезвычайно важно для экономики. В целом сохранены были и государственные инвестиции. В целом объём инвестиций практически не упал во II квартале. Во многом это произошло за счёт активной позиции государства и на федеральном уровне, и на региональном. Системные инвестиции, проекты, которые были задуманы и решения, по которым были приняты ещё в прошлом году, были сохранены. Много появилось новых проектов.

Всё это вместе не могло не сказаться на инвестиционном климате. Вызвало доверие бизнеса, который видит, что и государство продолжает активно вкладывать свои ресурсы.

Согласно постановлению от 28 сентября 2022 года № 1703 и распоряжению от 29 сентября 2022 года № 2847-р, более 25 млрд рублей будет направлено на реструктуризацию кредитов, взятых представителями крупного бизнеса под плавающую процентную ставку. Ранее представителям крупного бизнеса было разрешено реструктурировать кредиты, взятые по плавающей ставке, в рамках плана развития экономики под давлением внешних санкций. Эта мера позволила оказать поддержку заёмщикам, которые брали кредиты до повышения ключевой

ставки до 20% годовых, а после этого попали в невыгодное положение, столкнулись с дефицитом ликвидности и резким ростом расходов на обслуживание долга. Таким организациям была оказана значительная поддержка, был установлен трёхмесячный льготный переходный период. Ставка по их кредитам росла постепенно, и выходила на рыночный уровень лишь к четвёртому месяцу. Разница в процентах с рынком начислялась и подлежит уплате заёмщиком начиная с 1 января 2023 года. Но если компания отвечает установленным Правительством критериям, от неё она полностью освобождается. 70% этой суммы должно будет погасить государство, а остаток будет считаться исполненным.

Согласно Распоряжению от 27 сентября 2022 года № 2796-р Правительство расширило объём льготного кредитования на закупку дорожной техники, которая входит в перечень приоритетной импортной продукции. Решение позволит поддержать на высоком уровне темпы ремонта и строительства дорог. Речь идёт об увеличении с 30 млрд до 120 млрд рублей объёма субсидируемых кредитов. На эти средства будут закуплены бульдозеры, самосвалы, асфальтоукладчики и другая техника. В дальнейшем она будет передаваться в аренду подрядчикам для проведения строительных и ремонтных работ.

Согласно Распоряжению от 15 сентября 2022 года № 2634-р правительство утвердило решение о докапитализации Фонда развития промышленности — 8,2 млрд рублей будет направлено на реализацию различных проектов в сфере импортозамещения, а также модернизацию и расширение производства. Финансирование позволит оказать поддержку уже работающим предприятиям — они получают возможность повысить уровень автоматизации и цифровизации своих производств.

Кроме того, выделенные средства помогут запустить 17 новых проектов. Их реализация позволит привлечь около 2 млрд рублей частных инвестиций и создать не менее 500 рабочих мест.

Фонд развития промышленности предоставляет льготные займы предприятиям, которые занимаются разработкой перспективных технологий, производством продукции, способной заменить зарубежные аналоги.

Из-за западных санкций импорт в нашу страну существенно сократился. Центральный Банк России ожидает падение импорта в размере до 37%. Однако, благодаря продолжающему поступлению валютной выручки и снижению импорта, наблюдается укрепление национальной валюты — рубля.

По данным ЦБ РФ, на фоне начала специальной военной операции на Украине и санкций коллективного Запада, объём обращения наличных денег в России составил 15,82 триллиона рублей, то есть вырос на 14,7% или же на 2 триллиона рублей. Даже на фоне первой волны пандемии коронавируса в марте 2020 года, когда в России вводился период самоизоляции, а также был повышенный спрос населения на наличные деньги, показатель объёма обращения наличных денежных средств вырос на 1,29 триллиона рублей, а в общем за 2020 год — на 2,9 триллиона рублей.

В нынешнее непростое время на плечи Центрального Банка РФ возложена тяжёлая ноша, а именно поддержание финансовой стабильности в стране. Банк России держит на контроле

ситуацию на финансовом рынке, принимает следующие необходимые меры для сохранения экономической стабильности: обязал экспортёров продавать 80% валютной выручки с конца февраля 2022 года для того, чтоб банки и компании могли купить эту валюту и рассчитаться по внешним контрактам, постепенно снижает ключевую ставку, установил курсы иностранных валют, в частности доллара и евро, например курс доллара около семидесяти трёх рублей особых убытков для бюджета не принесет, так как на доходы бюджета влияют различные факторы: цена в долларах, санкции, оборот энергоресурсов.

14 ноября стало известно, что Росавиация выбрала компании, которым будут направлены субсидии в качестве меры поддержки, в общей сумме 9 миллиардов рублей к уже выделенным 50 миллиардам в качестве частичной компенсации расходов при выполнении внутренних рейсов. Также национальная авиационная отрасль страдает из-за запрета полётов в страны Запада, а также запрет на ремонтирование самолётов импортными материалами, поэтому компании несут убытки. Авиация является важной стратегической отраслью, поэтому поддержка данной сферы является жирным пунктом в расходах федерального бюджета.

Если рассматривать ситуацию с субъектами РФ, то по расчётам Министерства Финансов доходы субъектов в 2022 году составят 19,174 трлн рублей, что на 1,6 трлн рублей больше, чем в 2021 году. Бюджеты субъектов будут пополняться за счёт собственных доходов, трансферты из федерального бюджета увеличатся незначительно, на 30 трлн рублей по сравнению с 2021 годом.

Нефтегазовые доходы занимают большую часть доходов федерального бюджета, поэтому коллективный Запад, дабы ослабить российскую экономику, ввёл запреты на поставки нефти, газа и других энергоресурсов. Хотя и Россия стала меньше продавать энергоресурсов, но доходы в бюджет значительно увеличились, 2,3 миллиарда долларов, так как цены на энергоресурсы резко возросли, например сейчас в Европе цена 1 тыс. куб. м. газа составляет 1350 долларов.

Серьёзной проблемой для федерального бюджета является снижение налоговых поступлений. Многие иностранные компании из-за нарушенной логистики, давления зарубежного головного офиса и по другим причинам, решили покинуть российский рынок, из-за чего резко снизилось количество компаний, приносящих большой доход в бюджет РФ. По мимо иностранных налогоплательщиков, снизилось и количество отечественных, так как местные компании также закрываются из-за нарушенной логистики.

Также стоит сказать о том, что под санкциями оказались золотовалютные резервы Банка России в западных странах, что нанесло федеральному бюджету убыток примерно в 300 млрд долларов.

По данным Государственной думы, доходы бюджета в 2023 году запланированы в сумме 26,1 трлн рублей, а расходы в сумме 29 трлн рублей. В 2024 доходы составят 27,2 трлн рублей, а расходы 29,4. И в 2025 году доходы будут 28 трлн рублей, а расходы уже 29,2 трлн рублей. Несмотря на расходы, в бюджет заложено выполнение всех социальных обязательств государ-

ства. Как можно заметить, в ближайшие несколько лет планируется дефицитный бюджет, чем закрывать дефицит пока что не ясно, однако, скорее всего в дальнейшем будущем мировая экономика изменится, Россия сможет заменить Западных пар-

тнёров на других, наладится импортозамещение, выровняется экономическая ситуация в стране, и тем самым, через какое-то время, доходы федерального бюджета выровняются с его расходами.

Литература:

1. Морунова Г. В., Бюджетная система Российской Федерации: учебник и практикум для вузов / Н. Г. Иванова [и др.]; под редакцией Н. Г. Ивановой, М. И. Канкуловой. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. 398 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15625-6. Текст: электронный / Образовательная платформа Юрайт URL: <https://urait.ru/bcode/509237> (дата обращения: 15.11.2022).
2. Центральный Банк Российской Федерации // Электр. ресурс. Режим доступа — <https://cbr.ru/> (дата обращения: 16.11.2022)
3. Министерство Финансов Российской Федерации // Электр. ресурс. Режим доступа — Министерство финансов Российской Федерации (minfin.gov.ru) (дата обращения: 16.11.2022)
4. Министерство экономического развития Российской Федерации // Электр. ресурс. Режим доступа — Министерство экономического развития Российской Федерации (economy.gov.ru) (дата обращения: 16.11.2022)
5. Федеральная служба государственной статистики // Электр. ресурс. Режим доступа — Федеральная служба государственной статистики (rosstat.gov.ru) (дата обращения 16.11.2022)
6. Федеральная служба по финансовому мониторингу // Электр. ресурс. Режим доступа — Федеральная служба по финансовому мониторингу (fedsfm.ru) (дата обращения 16.11.2022)

Роль информационно-коммуникационных технологий в экономическом развитии

Оразбердиева Язжемал Аннамередовна, преподаватель;
Аманмырадова Гулзада Чарымырадовна, преподаватель
Институт телекоммуникаций и информатики Туркменистана (г. Ашхабад)

Сбор информации и накопление знаний стали неизбежной частью экономического роста и развития. Нынешняя информационная эпоха сталкивается со многими новыми вызовами для достижения этих столь необходимых целей. В этой статье предпринята попытка осветить, как информационный продукт влияет на экономическое развитие с помощью различных средств сбора информации.

Ключевые слова: информационная экономика, информационная система, информационный продукт, экономическое развитие.

Информация играет важную роль в преобразовании экономического развития, о чем неоднократно говорилось в литературе. Ожидание сбора информации и создания знаний ускорит экономическое развитие за счет решения существующих проблем, которые уже были разработаны в прошлом. Информационные продукты с помощью информационных технологий являются основным ресурсным центром для расширения прав и возможностей любого сообщества путем снижения уровня бедности, что действительно помогает нам в экономическом развитии. Информационные технологии и их влияние на производство экономических ресурсов позволяют нам осуществлять экономическое развитие.

Информация как то, что есть, уменьшает неопределенность. Информационная система — это совокупность технических (аппаратных и программных) и человеческих ресурсов, которые обеспечивают хранение, вычисление и передачу информации, необходимой организации. Экономика информации оценивает

роль информации во всех видах экономической деятельности как фактора производства, роста и развития организации. По словам Стиглица, информационная экономика исследовала степень, в которой рынки и другие институты практикуют и передают информацию миру. Проблемы, возникающие сами по себе, могут привести к дорогостоящей информации. Здесь мы исследовали (рис. 1), как информация и информационные системы вместе влияют на экономику, а именно:

Влияние ИТ на организации — Хорошие информационные системы вместо организаций также, как правило, снижают их внутренние управленческие расходы, то есть затраты на мониторинг и надзор за персоналом.

Эффекты электронного рынка — Электронные рынки относятся к использованию Интернета и возможностей цифровых медиа для маркетинга продуктов. Это означает, что должно быть реализовано применение всех маркетинговых принципов и методов с помощью электронных средств массовой информации для бизнеса.



Рис. 1. Различные факторы экономики на информации и информационных системах

Сетевые эффекты — Этот эффект относится к эффекту, при котором товары или услуги становятся более ценными, когда ими пользуется больше людей.

Влияние социальных сетей — Социальные сети являются движущей силой в нынешней глобальной экономике. Сегодня сайты социальных сетей используются не только для личного взаимодействия, но и для серьезного бизнеса. Социальные сети помогли создать миллионы рабочих мест по всему миру.

Эффекты телемаркетинга — телемаркетинг напрямую мотивировал людей на покупку продуктов по самой низкой цене.

Информация играет активную экономическую роль, как обсуждается ниже:

- Информация необходима для того, чтобы помочь нам принять правильное решение во всех видах организаций;
- Системы управленческой информации (СУИ) помогают в оперативном управлении организациями;
- Информация играет очень важную роль на рынке для улучшения обслуживания клиентов;
- Поскольку информация может быть заменена человеком, материалом и землей по причине, это может снизить стоимость производства товаров;
- — Информация через рекламу и рекламные акции влияет на людей и побуждает их покупать их товары;
- Информация имеет важное значение в образовании, исследованиях и разработках. Преподавание и учебный процесс могут осуществляться с помощью информации;
- Информация необходима для принятия законов и для судебной системы;
- Информация — это сущность индустрии развлечений; будь то художественный фильм, театр, теле- или радиопередача;
- Информация жизненно важна для туристических секторов, таких как транспорт и индустрия гостеприимства;
- Информация также поддерживает такие сферы услуг, как банковское дело, страхование, логистика, средства массовой информации и т.д.;
- Информационные услуги могут продаваться частными лицами в качестве консультантов;

– Информация сама по себе является предметом научного изучения.

Информационно-коммуникационные технологии (ИКТ) значительно упростили создание, сбор, организацию и распространение информационных продуктов. Технология также решает проблему гибкости этих продуктов, обеспечивая максимально возможную кастомизацию в соответствии с требованиями пользователя. Информационные услуги распространяются среди пользователей в виде продуктов (Рис. 2). Следующие продукты по существу являются деятельностью, связанной с информацией, для развития экономики.

Автономные информационные продукты на CD-ROM, VCD, DVD и некоторых внешних устройствах хранения данных широко распространены во многих областях человеческой деятельности. Задние тома научных баз данных, журналов или энциклопедий, словари доступны на компакт-дисках и DVD-дисках по различным дисциплинам. В то же время у нас есть целая индустрия развлечений, процветающая на компакт-дисках с музыкой и кинофильмами, VCD и DVD.

Информация вместе с ее продуктами сыграла важную роль в расширении возможностей инструмента для сбора знаний и, что более важно, для понимания экономического развития во всем мире. Несколько факторов, например, телемаркетинг, электронный рынок, социальные медиа, сеть и т.д. в области информации и информационных систем была установлена их роль в экономическом развитии. Также отмечается, что информационная экономика может играть очень важную роль в эффективном управлении информацией. Ее значение возросло из-за перехода к информационной экономике, которую лучше всего описать как сетевую экономику. Социологи изучали последствия «разрыва в знаниях» между сельскими и городскими жителями, необразованными и образованными, женщинами и мужчинами и т.д. Сотрудничество и координация присоединились к конкуренции как важнейшие стратегии долгосрочного экономического успеха. Описанные рамки, а также предлагаемые рекомендации будут способствовать будущему информационных услуг как продукта для экономического развития.

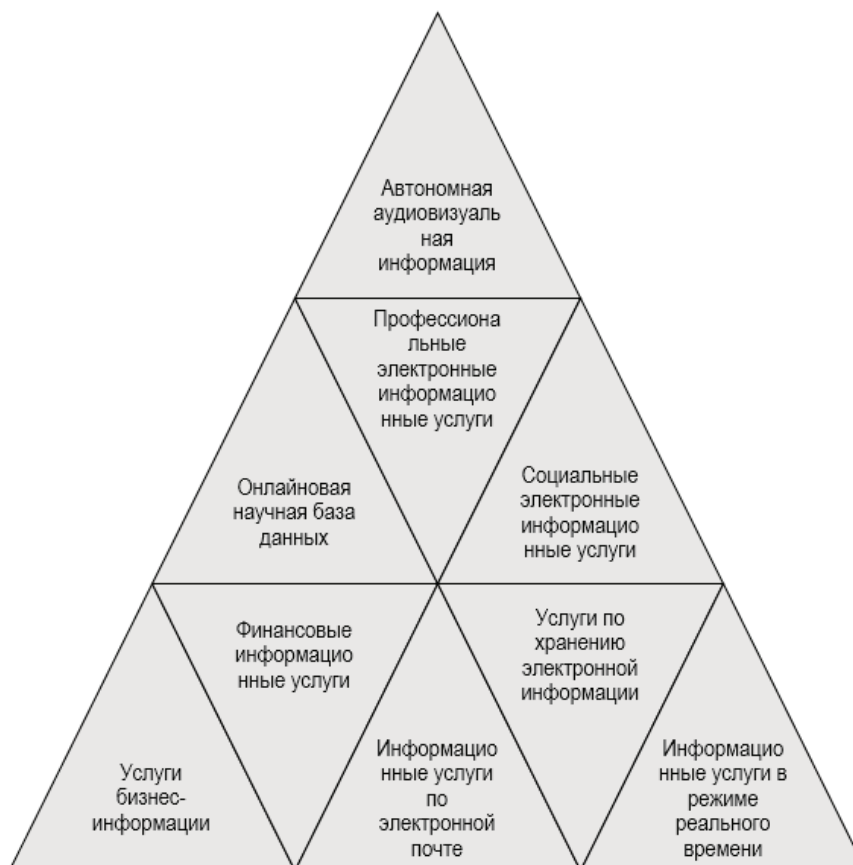


Рис. 2. Информационные услуги как продукт

Литература:

1. Пятковский, М. (2004). Влияние ИКТ на экономический рост в странах с переходной экономикой, Варшава;
2. Лечман, Э. (2018). Сетевые внешние эффекты как социальное явление в процессе распространения ИКТ. Экономика и социология, 11(1);
3. Стиглиц, Дж. Э. (2008). Информация. В книге Дэвида Р. Хендерсона (ред.), Краткая экономическая энциклопедия (2-е изд.).

Оценка инвестиционной составляющей функционирования российского рынка страхования в контексте внешнего санкционного давления

Пияльцев Александр Игоревич, студент

Научный руководитель: Беляева Ольга Владимировна, кандидат социологических наук, доцент
Юго-Западный государственный университет (г. Курск)

В данной статье рассматриваются теоретические и статистические аспекты инвестиционной составляющей функционирования российского рынка страхования в контексте внешнего санкционного давления. С использованием информационно-аналитических материалов Банка России и рейтингового агентства «Эксперт РА» построена сравнительная динамика структуры активов российских страховщиков, определены факторы, оказавшие влияние на их инвестиционную деятельность. По результатам проведенного исследования были сделаны соответствующие выводы и рекомендации.

Ключевые слова: страхование, риски, санкционное давление, инвестиционная деятельность, активы.

Рынок страхования в современных социально-экономических условиях является одним из важнейших эле-

ментов экономической системы. Его эффективное функционирование является своего рода защитным механизмом

рыночных отношений между хозяйствующими субъектами. Говоря о функциональных целях рынка страхования, исследователи отмечают сохранение финансовой устойчивости предприятий, государства, граждан при наступлении неблагоприятных событий имущественного и неимущественного характера [1, с. 67].

Одним из важнейших источников получения прибыли для страховой компании является инвестиционная деятельность, возможности по осуществлению которой, как отмечают исследователи, определяется инвестиционным потенциалом самой страховой организации [2, с. 1]. На траекторию и темпы развития российской экономики в начале 2022 года определенное влияние оказало усилившееся беспрецедентное внешнее санкционное давление со стороны ряда зарубежных стран, что привело к ряду структурных и количественных изменений на рынке страхования.

В первом и втором кварталах 2022 года отмечается ухудшение внешнеторговых и финансовых условий, объем страхового рынка сократился до 410 млрд рублей (падение в 1 и 2 кварталах составило 1,6% и 5,6% соответственно) [3, с. 3; 4, с. 3], что во многом оказалось обусловлено влиянием ряда макроэкономических факторов (рис. 1).

Одним из наиболее используемых финансовых инструментов для рискованного наполнения продуктов страховщиков являлись структурные облигации иностранных инвестиционных

банков, масштабность и доступность которых значительно снизилась в условиях внешнего санкционного давления [4, с. 6], что можно охарактеризовать как ограниченные инвестиционные возможности. Повышение ключевой ставки Банком России привело к росту популярности для населения депозитов как инструмента получения дохода, вследствие чего снизился спрос на полисы индивидуального страхования жизни.

Характер и масштабы произошедших изменений на макроэкономическом уровне в 2022 году привели и к изменению структуры активов российских страховщиков, сравнительная динамика за 1 и 2 кварталы 2021–2022 годов которой отражена на рисунке 2.

За рассматриваемый период времени отмечается уменьшение доли облигаций, государственных и муниципальных ценных бумаг, в структуре активов российских страховщиков. При этом объем дебиторской задолженности и банковских вкладов (депозитов) увеличился. При этом согласно проведенному опросу рейтинговым агентством «Эксперт РА» среди участников рынка страхования сохраняется пессимистичные ожидания: 60% опрошенных страховщиков ожидают дальнейшего падения рынка примерно на 5–10% [6].

Таким образом, российский рынок страхования подвергся серьезному воздействию от последствий введенных санкционных ограничений, в том числе, и в аспекте инвестиционной деятельности. Ухудшение внешнеэкономических финансовых



Рис. 1. Факторы, оказавшие влияние на инвестиционную составляющую деятельности российских страховщиков в первой половине 2022 года

Источник: составлено авторами

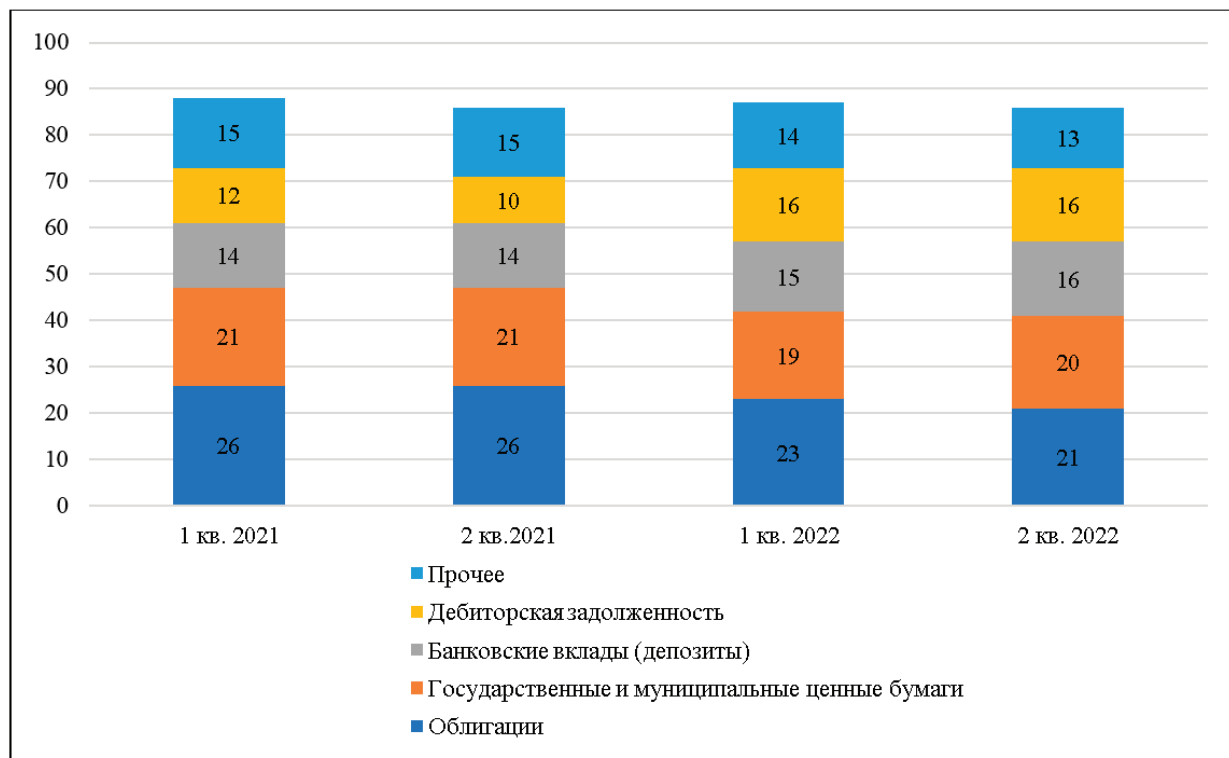


Рис. 2. Динамика структуры активов страховщиков в Российской Федерации

Источник: составлено авторами по данным [5]

условий, ограничения в сфере инвестиционной деятельности и созданные искусственные барьеры привели к необходимости изменения структуры активов российских страховщиков. В результате отмечается сокращение страхового рынка до 410 млрд рублей (падение в 1 и 2 квартала составило 1,6% и 5,6% соответственно). Также сохраняются пессимистичные настроения относительно дальнейших перспектив развития. В сложившихся

условиях целесообразным является переориентация инвестиционной деятельности на внутренний рынок, поиск новых источников получения прибыли для российских страховщиков, внедрение новых и развитие существующих инвестиционных инструментов. Одними из наиболее перспективных в данном аспекте являются накопительное и инвестиционное страхование жизни.

Литература:

1. Прокопьева Е.Л. Современный страховой рынок России: проблемы и потенциал развития // Дайджест-Финансы.— 2022.— Т. 27, № 1.— С. 66–88. <https://doi.org/10.24891/df.27.1.66>.
2. Макейкина, С. М. Инвестиционная деятельность страховых компаний как фактор повышения их финансовой устойчивости в условиях экономической рецессии / С. М. Макейкина, С. С. Лешин // Системное управление.— 2012.— № 1(14).— С. 29.
3. Обзор ключевых показателей деятельности страховщиков № 1 • I квартал 2022 года // Официальный сайт Банка России — [электронный ресурс] — Режим доступа: https://cbr.ru/Collection/Collection/File/41060/review_insure_22Q1.pdf.
4. Обзор ключевых показателей деятельности страховщиков № 2 • II квартал 2022 года // Официальный сайт Банка России — [электронный ресурс] — Режим доступа: https://cbr.ru/Collection/Collection/File/42295/review_insure_22Q2.pdf.
5. Официальный сайт Банка России — [электронный ресурс] — Режим доступа: <https://cbr.ru/>.
6. Итоги 1-го полугодия 2022-го на страховом рынке и прогноз до конца года: инфляция поддержит рынок // Официальный сайт рейтингового агентства «Эксперт РА» — [электронный ресурс] — Режим доступа: https://raexpert.ru/researches/insurance/ins_1h_2022/.

Понятие, цели и задачи аутсорсинга в организации международного бизнеса

Романова Юлия Владимировна, студент магистратуры

Нижегородский институт управления — филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации

Одним из решений, которое может существенно повлиять на рыночное преимущество международных компаний, является аутсорсинг. Это ответ предприятий на постоянно меняющиеся условия функционирования в турбулентной среде и появление новых направлений и концепций в управлении. Целью настоящей статьи является изучение понятия, цели и задачи аутсорсинга в организации международного бизнеса. Для этого был использован анализ теоретической литературы, индукция и дедукция, мысленное моделирование. Результатом исследования является вывод, что аутсорсинг имеет конкретно определенные причины, являющиеся целями аутсорсинговых проектов.

Ключевые слова: аутсорсинг, компания, хозяйствующий субъект, процесс, услуга, конкурентное преимущество.

Аутсорсинг — это бизнес-процесс найма другой компании или стороннего поставщика для выполнения и обработки операций, задач и услуг. Внешняя компания несет ответственность за своих сотрудников и системы для предоставления или выполнения необходимых задач [8]. Наиболее распространенные работы и операции, передаваемые на аутсорсинг, включают услуги в области информационных технологий (ИТ), маркетинг и техническую поддержку.

Компании передают на аутсорсинг другие виды деятельности, такие как операции с персоналом, производство, в основном задачи цепочки поставок, начисление заработной платы и бухгалтерские процессы.

Многие владельцы бизнеса и руководители выбирают аутсорсинг в стремлении к творчеству или развитию кадрового резерва. Поначалу эта концепция может показаться контрпродуктивной, но эксперты отмечают, что обычно это разумный ход для местных и международных компаний. Однако, по словам профессора Роберта С. Хакмана: «...развитие важных личных отношений с поставщиком аутсорсинговых услуг может повысить эффективность и, возможно, качество предоставляемых услуг...» [3, с. 124].

Компании передают на аутсорсинг задачи, которые добавляют или оптимизируют операции при одновременном снижении затрат и экономии времени. Когда в 90-х ключевым фактором для нескольких компаний была экономия средств, аутсорсинг стал популярным. Процесс начался с аутсорсинга второстепенных задач и операций, таких как уборка, охрана и кейтеринг.

Сегодня аутсорсинг больше не ограничивается этими второстепенными видами деятельности, а расширился за счет включения чувствительных операций, таких как кадровые услуги, производство, распространение, ИТ, маркетинг, фармацевтика и многое другое. МСП сосредотачиваются на аутсорсинге таких функций, чтобы реализовать стратегии экономии для повышения производительности и прибыльности [3, с. 127].

ИТ, например, является одной из важных операций, переданных на аутсорсинг различными компаниями. Большинство компаний отдадут на аутсорсинг традиционные услуги по разработке программного обеспечения в Соединенных Штатах, особенно команды, работающие в офшорных зонах. ИТ-функции были разделены на аутсорсинг инфраструктуры или приложений.

Как правило, большинство аутсорсинговых поставщиков и подрядчиков попадают в различные категории. Они определяются объемом потребностей компании и могут включать:

- Веб-дизайн и разработка.
- Услуги виртуального помощника.
- Маркетинговая и продажная поддержка.
- Исходящий телемаркетинг.
- Бухгалтерский учет и управление персоналом.
- Поддержка бэк-офиса.
- Входящие службы поддержки клиентов.
- Интернет и SEO-маркетинг.
- Производство и цепочка поставок. [7, с. 15]

Большинство задач, переданных на аутсорсинг, — это операции, которыми могут легко управлять независимые или сторонние организации.

Есть несколько факторов, которые следует учитывать при определении целей и задач аутсорсингового проекта.

1. Тип процесса, который компания будет передавать на аутсорсинг: какие конкретные задачи связаны с этим процессом? Насколько сложен процесс? Ответы на эти вопросы помогут определить наилучший способ передать процесс на аутсорсинг и определить, какой уровень контроля потребуется для его поддержания.

2. Масштаб проекта: компания хочет передать на аутсорсинг весь процесс или только его часть? Ответ на этот вопрос окажет значительное влияние на поставщиков услуг, которых она может рассмотреть. Если компания хочет передать на аутсорсинг только часть процесса, она может работать с фрилансером или небольшим агентством. Однако, если компания хочет передать весь процесс на аутсорсинг, ей потребуется найти более крупного поставщика услуг с ресурсами и опытом для выполнения проекта.

3. График проекта: когда нужно завершить процесс? Есть ли гибкость в отношении графика? Ответы на эти вопросы помогут определить лучший способ передать процесс на аутсорсинг и найти поставщика услуг, который уложится в сроки.

После того, как рассмотрены все эти факторы, необходимо понять свои цели и задачи аутсорсингового проекта. Обладая этой информацией, компания может приступить к поиску поставщика услуг, который поможет в достижении целей.

Основной целью процесса аутсорсинга обычно является возможность сосредоточения процесса управления на так на-

зываемых ключевых компетенциях (т.е. способностях компании, дающих ей конкурентное преимущество) [6, с. 528]. Это позволяет максимально использовать совокупность ресурсов компании, представляющих ее ключевые возможности, для построения конкурентного преимущества на рынке [1, с. 1550]. Это связано с тем, что каждый хозяйствующий субъект представляет собой автономную единицу, функционирующую в строго определенной структуре, среде и времени, а значит, при применении аутсорсинга требуется индивидуальный подход. Большое влияние на определение видов аутсорсинга оказывает также мультикультурализм (культурные условия). Их можно интерпретировать по-разному, например, национальные культуры, в которых работают партнеры по аутсорсингу, культуры отдельных компаний или индивидуальные культурные условия отдельных сотрудников [5, с. 368].

Задачи аутсорсинга выделяют следующие:

1. Сокращение и контроль эксплуатационных расходов.
2. Улучшение фокуса компании.
3. Освобождение внутренних источников для новых целей.
4. Повышение эффективности некоторых трудоемких функций, для которых у компании может не хватать ресурсов.
5. Максимальное использование внешних ресурсов.
6. Разделение рисков с фирмой-партнером [2, с. 112].

Иными словами, главная задача аутсорсинга — дать компании время и ресурсы, необходимые для того, чтобы сосредоточиться на других аспектах, при этом предоставляя клиентам высококачественный сервис, которого они ожидают от своих любимых брендов.

Предметом аутсорсинга могут быть также отдельные функции головного хозяйствующего субъекта, которые выполняются в рамках его организационной структуры. Одно из наиболее лаконичных, и в то же время точно отражающих суть вещей, определение конкретизирует функции компании как: «отдельные и связанные между собой логические группы деятельности, непрерывное выполнение которых определяет

достижение целей компании». В широком смысле аутсорсинг может включать в себя следующие функции:

- базовый;
- вспомогательный (дополнительный);
- управленческий.

Некоторые из наиболее распространенных аутсорсинговых фирм предлагают финансовые услуги, производство фармацевтических препаратов, розничную торговлю и, конечно же, ИТ, тестирование технологий и программного обеспечения, услуги веб-разработки [4, с. 220]. Некоторыми из крупнейших примеров компаний, использующих аутсорсинг, являются ZS, Synoptek, Fidelity IT Solutions и т.д. Есть и другие, но они освещают только ключевых игроков внутри компании, занимающейся аутсорсингом [9].

Жилищный и коммерческий сектор Аризоны из года в год переживает бум. Именно в эти годы наша фирма по дизайну интерьеров начала предоставлять услуги аутсорсинга местным архитекторам, дизайнерам интерьеров и подрядчикам по благоустройству дома. Аутсорсинг адаптации для нас сводится к 2 областям; быстрая окупаемость и надежность. Компании понимают, что нужно платить больше за невероятный сервис, на который они могут положиться с минимальным стрессом.

Подытожим, что под аутсорсингом мы будем понимать стратегическое решение компании по сокращению затрат и повышению эффективности путем найма другого лица или компании для выполнения задач, предоставления услуг или выполнения операций, которые ранее выполнялись сотрудниками компании. Другими словами, аутсорсинг — это практика выполнения определенных рабочих функций за пределами компании.

Следует отметить, что аутсорсинг имеет конкретно определенные причины, являющиеся целями аутсорсинговых проектов, и во многом определяет поведение хозяйствующего субъекта, что проявляется в порождении конкретных событий, которые важно с точки зрения функционирования каждого предприятия.

Литература:

1. Акбари, М. Аутсорсинг логистики: структурированный обзор литературы. Сравнительный анализ Дж. 2018, 25. — с. 1548–1580.
2. Михалкин, В. А. Организация и формы международного бизнеса: Учебное пособие / Михалкин В. А. — М.: Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2019. — 448 с.: — (Магистратура). — ISBN 978–5–9776–0360–7. — Текст: электронный. — URL: <https://znanium.com/catalog/product/1009790> (дата обращения: 24.10.2022). — Режим доступа: по подписке.
3. Мураталиева, М. А. Действия HR аутсорсинга в период пандемии ковид-19 / М. А. Мураталиева, Г. Ш. Артыкбаева // Вестник Кыргызского государственного университета имени И. Арабаева. — 2021. — № 3. — С. 123–127. — DOI 10.33514/1694–7851–2021–3–123–127. — EDN YXLVPV.
4. Невская, Н. А. Макроэкономическое планирование и прогнозирование в 2 ч. Часть 1: учебник и практикум для вузов / Н. А. Невская. — 2-е изд., испр. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 310 с. — (Высшее образование). — ISBN 978–5–534–02360–2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/492324> (дата обращения: 24.10.2022).
5. Ромеро, М.; Сандефур, Дж.; Sandholtz, WA Аутсорсинг образования: экспериментальные данные из Либерии. Являюсь. Экон. 2020, 110. — с. 364–400.
6. Турсукова, И. И. Методические основы оценки эффективности аутсорсинга на предприятии / И. И. Турсукова, Т. И. Гусева, А. Ю. Серебрякова // Креативная экономика. — 2021. — Т. 15. — № 2. — С. 527–538. — DOI 10.18334/ce.15.2.111732. — EDN VFHKNM.
7. Умарова, Э. А. Аутсорсинг как инструмент повышения эффективности управления фирмой / Э. А. Умарова // М. Рыскуловбеков атындагы Кыргыз экономикалык университетинин кабарлары. — 2021. — № 2(51). — С. 132–134. — EDN EACSDJ.

8. Podolianchuk, O. A. Outsourcing: semantics, types and forms / O. A. Podolianchuk // Colloquium-Journal. — 2021. — No 2–4(89). — P. 46–54. — EDN LLRPQK.
9. Why Do Companies Outsource? [Электронный ресурс] // Официальный сайт Arizona State University, 2019. — URL: [https://web.asu.edu/accolades/why-do-companies-outsource#:~: text=Outsourcing%20allows%20you%20the%20time, expect%20from%20 their%20favorite%20brands.&text=Even%20with%20all%20the%20pros, run%20a%20successful%20business%20model](https://web.asu.edu/accolades/why-do-companies-outsource#:~:text=Outsourcing%20allows%20you%20the%20time,expect%20from%20their%20favorite%20brands.&text=Even%20with%20all%20the%20pros,run%20a%20successful%20business%20model) (дата обращения 19.10.2022 г.) — Режим доступа: свободный.

Качество 4.0 — симбиоз бережливого производства и интеллектуальных технологий?

Рябко Владислав Владимирович, студент магистратуры;

Пучка Евгений Олегович, студент;

Пучка Олег Владимирович, доктор технических наук, профессор;

Буряк Юрий Юрьевич, кандидат исторических наук, доцент

Белгородский государственный технологический университет имени В. Г. Шухова

Статья посвящена актуальной на сегодняшний день проблеме дальнейшего этапа совместного развития бережливого производства и интеллектуальных технологий.

Ключевые слова: бережливое производство, производственная линия, цифровая трансформация, использование инструментов, данные, интеллектуальные технологии.

В настоящее время часто возникает вопрос, особенно на Западе, а что будет дальше после бережливого производства? Этот вопрос подразумевает, что вы или «заканчиваете» с бережливым производством, или отбрасываете его в сторону в пользу следующего большего этапа. Обусловлено это тем, что идея удаления отходов, улучшения потока и максимизации потребительской ценности вышли из моды, а lean — термин, придуманный в прошлом (более 30 лет назад), — является старомодным понятием, не имеющим актуальности в 2022 году.

Сейчас интеллектуальные технологии внедряются на всех предприятиях, обещая предоставить производителям более корректные данные для принятия взвешенных и разумных решений, а также, давая возможность, более быстро реагировать на потенциальные риски и простои.

Отсюда возникает новый вопрос, а не являются ли интеллектуальные технологии «следующим» этапом после бережливого производства? Может быть, настало время отбросить бережливое производство? Иначе говоря, как бережливое производство вписывается в этот все более цифровой производственный ландшафт?

Все это актуальные вопросы. И лишь для некоторых производителей ответ очевиден.

«Я думаю, если взглянуть на бережливое производство, то многие его основы неподвластны времени», — говорит менеджер по инженерному моделированию в Flex, глобальном поставщике услуг по производству электроники. «Они действительно никогда не устаревают. Они никогда не устаревают. С точки зрения технологии, для Flex или любой другой компании очень важно иметь бережливую основу».

Бережливое производство — это визуализация проблемы, поиск решения и, собственно, само это решение проблемы. То есть, это все то, что помогает делать процесс более эффективным и менее затратным.

Правильное использование умных технологий может значительно повысить или ускорить способность компании внедрять бережливое производство и стимулировать улучшения в значительной степени.

Но технологии не исправят плохой процесс, они лишь ускорят его. Точно так же способность умных технологий улучшить внедрение бережливого производства во многом зависит от навыков и мастерства команды бережливого производства. Первое серьезное влияние цифровой трансформации заключается в обеспечении видимости в реальном времени тех частей системы, которые ранее были невидимыми. Новая видимость дает ясность в том, какие проблемы следует решать в первую очередь, и какую ценность они принесут.

В теории эти слова являются потрясающей новостью для бережливых организаций, целью которых является создание организации, в которой большинство членов коллектива выступают решателями проблем. На практике немногие организации находятся на таком уровне бережливости. Таким образом, интеллектуальные технологии могут улучшить стремление к постоянному совершенству, но на начальном этапе они могут добавить сложностей, которые могут оказаться трудными для внедрения бережливого подхода.

Также многие компании не устанавливают связь между первой фазой цифровой трансформации (она выявляет проблемы, а не решает их) и функциями бережливости, которые часто являются скорее всего обучающими, чем решающими проблемы.

Внедрение интеллектуальных технологий не сможет заменить использование инструментов бережливого производства для решения проблем, с которыми всегда сталкивается бережливое производство на фронте лидерства. А именно, без приверженности руководства к бережливому производству или любой другой инициативе непрерывного совершенство-

вания. Умные технологии не могут заменить целеустремленного руководства.

Поэтому руководство компании должно создать для работников атмосферу сотрудничества и поддержки. Отображение данных в режиме реального времени является важным шагом на пути к улучшению, но оно практически бесполезно, если команда сотрудников не уполномочена принимать быстрые, обоснованные решения о том, как реагировать на сигналы, выходящие из-под контроля. Более того, расширение прав и возможностей без надлежащего обучения также является провалом, что тоже ложиться на плечи руководства.

Примером совместного использования бережливых и интеллектуальных технологий может служить создание новой производственной линии. Команда бережливого производства обсуждает, как установить производственную линию, рассматривая такие вопросы, как количество необходимых станций и людей, время выполнения, время такта и время цикла, необходимое для удовлетворения спроса, скорость, с которой материал должен поставляться с одной операции на другую на линии, проводит картирование процесса и т.д. После того, как эти основы установлены, моделируется предлагаемая планировка с помощью технологии дискретно-событийного моделирования (DES). Что позволяет проверить сценарии «что, если...?», обнаружить потенциальные узкие места и оптимизировать производственные планы в виртуальной среде.

Современным компаниям и руководству необходимо использовать совместный подход к достижению операционного совершенства, а также создать структурированный процесс решения проблем и использовать интеллектуальные технологии.

Литература:

1. Пучка Е. О., Рябко В.В. Концепция «качество 4.0» как основное направление развития экономики в XXI веке // Международная научно-техническая конференция молодых ученых БГТУ им. В.Г. Шухова, посвященная 300-летию Российской академии наук: Сборник докладов Национальной конференции с международным участием, Белгород, 18–20 мая 2022 года. — Белгород: Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, 2022. — С. 104–107. — EDN ZIUPHR (дата обращения: 20.11.2022).
2. Пучка О. В., Буряк Ю. Ю., Пучка Е. О., Рябко В. В. Подготовка специалистов в сфере управления качеством на основе принципов бережливого управления // Содействие профессиональному становлению личности и трудоустройству молодых специалистов в современных условиях: Сборник материалов XIII Международной научно-практической конференции. В 3-х частях, Белгород, 19 ноября 2021 года / Под редакцией С. А. Михайличенко, Ю. Ю. Буряка. — Белгород: Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, 2021. — С. 335–339. — EDN UGMMTK (дата обращения: 20.11.2022).
3. Пучка Е. О., Рябко В. В. Использование методов и инструментов повышения качества технологических процессов // Образование. Наука. Производство: XIII Международный молодежный форум, Белгород, 08–09 октября 2021 года. — Белгород: Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, 2021. — С. 2191–2194. — EDN WZGEYW (дата обращения: 20.11.2022).
4. Jill Jusko Lean Manufacturing in a Digital World / Jusko Jill. — Текст: электронный // IndustryWeek: [сайт]. — URL: <https://www.industryweek.com/operations/article/21126050/lean-manufacturing-in-a-digital-world> (дата обращения: 20.11.2022).

Lean — это скорее методология решения проблем, а умные технологии — это вспомогательное средство, потому что они делают многоую информацию легкодоступной.

Без соответствующего обучения потенциал воздействия бережливого производства и умных технологий ограничен. Поэтому компании должны обучать сотрудников и руководителей не только тому, что такое Lean и как он работает, но также программе по инструментам и методологии науки о данных, и о том, как применять эти знания для решения проблем.

Обучение науке о данных, предназначено не только для ИТ-персонала. На самом деле, основное внимание уделяется бизнес-персоналу, а цель, в конечном счете, состоит в том, чтобы повысить квалификацию любого человека, заинтересованного в обучении. Массивы данных затрагивают людей всех профессий и должностей. Более того, они помогают оперативно решать проблемы во всей организации, от бэк-офиса до производственного цеха.

В результате данные получаем быстрее, быстрее проводим аналитику, что дает возможность людям внутри бизнеса использовать новые инструменты и платформы для выполнения этих задач. Знания методологии бережливого производства позволяет скорректировать процесс, выявив области для улучшения. А далее — принимаются правильные управленческие решения на основе информационных данных по аналитике и использованию инструментов бережливого производства.

Таким образом, интеллектуальные технологии и технология бережливого производства работают вместе, более эффективно и оперативно позволяют улучшать процессы и поднимать производство на новый качественный уровень.

Пути эффективного взаимодействия участников инвестиционно-строительного процесса

Савинова Людмила Анатольевна, студент магистратуры
Санкт-Петербургский государственный архитектурно-строительный университет

В статье рассмотрена стратегия экономического развития инвестиционно-строительной сферы, выявлены недостатки и предложены модели сбалансированного инвестирования инвестиционно-строительных проектов.

Ключевые слова: инвестиционный процесс, строительство, стратегия, стратегическое управление, модели сбалансированного проекта.

Стратегия экономического развития, как понятно, предполагает формирование набора правил управления всеми видами ресурсов во времени. Стратегия детализируется в форме субстратегии, пакета стратегических программ и проектов по изменению экономической системы, конкретизирующих концептуальные положения государственной экономической политики [3]. Механизм стратегического управления экономическим развитием реализуется через систему управленческих актов и процедур, призванных реализовать стратегические цели и задачи [2].

Стратегия экономического развития инвестиционно-строительной сферы региона определяет рамочные ориентиры для программ, ориентированных на развитие РИСС. Стратегия экономического развития должна:

- обеспечить единство понимания содержания ситуации в РИСС и ориентиров развития;
- сформировать условия для конструктивного диалога между органами власти, строительными организациями, инвесторами (девелоперами), предприятиями других отраслей, общественностью и т.д. относительно направлений развития региона;
- обеспечить эффективное сотрудничество государственных, коммунальных, частных и общественных организаций по развитию РИСС.

Целью разработки стратегии экономического развития РИСС является: точное отражение имеющегося и желаемого экономического состояния РИСС с определением конкретных ориентиров для региональных и местных органов власти, предприятий и организаций этой сферы.

Этапы процесса эффективного развития субъектов РИСС должны соответствовать следующим условиям:

- на каждом этапе стратегического развития необходимо осуществление оценки функционирования РИСС по специфическим для этого этапа показателям (частичным, интегральным, синтетическим), которые в полной мере описывают состояние субъектов инвестиционно-строительной деятельности;
- изменение направлений развития и концентрации производственных мощностей организаций РИСС в соответствии с изменениями факторов внешней среды и стратегии развития РИСС в целом;
- повышение уровня мобильности организаций РИСС путем формирования резервов (внешних и внутренних);
- качественные показатели продукции РИСС должны соответствовать условиям конкурентоспособности и формиро-

вать инвестиционную привлекательность конкретных субъектов и РИСС в целом;

— стратегический производственный потенциал РИСС должен находиться на таком уровне, что позволил бы не только повысить инвестиционную привлекательность региона базирования, но и перемещение этого потенциала на другие территории для участия на рынке подрядных работ других регионов.

Процессы стратегического развития РИСС раскрывают содержание стадий реализации концепции стратегического развития РИСС, ориентированной на рост эффективности всех ее субъектов, что предполагает формирование организационно-управленческих и социально-экономических предпосылок их развития.

Формирование стратегии развития РИСС также требует качественного прогнозирования социально-экономических показателей. В качестве методического базиса исследования тенденций социально-экономического развития РИСС могут быть использованы статистические ряды динамики [4], на основе которых можно осуществлять оценку уровня развития строительного производства во времени, измерять динамику развития по системе статистических показателей, определить и оценить главный тренд развития, исследовать периодические колебания основных показателей и альтернативные прогнозы для принятия стратегических и оперативных управленческих решений.

Создание соответствующей современным рыночным условиям стратегии развития РИСС требует формирования системы мониторинга ее функционирования, основными задачами которой должны быть следующие:

- осуществление наблюдения, сбор качественной (достоверной и объективной) информации о социально-экономических процессах в РИСС;
- комплексный анализ и оценка получаемой первичной информации, определение факторов негативного влияния на деятельность РИСС;
- обеспечение мониторинговой информации менеджмента предприятий и организаций РИСС, органов власти и государственных учреждений, общественности;
- прогнозирование социально-экономического развития РИСС;
- разработка и обоснование рекомендаций, преодоление негативных факторов и содействие положительным тенденциям в развитии РИСС, доведение этих рекомендаций до лиц, принимающих решение.

Стратегическое управление развитие РИСС требует от руководящих органов способности консолидировать рассредоточенные знания, навыки, хозяйственный опыт, способы производства и превратить их в новые компетенции, определяющие потенциал развития РИСС в условиях неопределенности и риска. Такой подход позволит повысить экономическую эффективность и конкурентоспособность организаций РИСС, а также результативность инвестиционно-строительных проектов.

Сегодня основное внимание менеджмента инвестиционно-строительной деятельности перемещается с общегосударственного на региональный и местный уровень. Обретение регионами РФ большей самостоятельности ведет к распределению ответственности за реализацию инвестиционно-строительной политики в регионе между общегосударственными и местными органами власти, что позволяет предоставить развитию РИСС конкретного социально-экономического содержания только на региональном уровне.

Недостатком существующих моделей инвестирования является определенная ограниченность их применения для проектов инвестиционно-строительной сферы, что связано с достаточной их проработанностью только для отдельных этапов инвестиционного процесса и использования типовых методик проектных расчетов [3]. Модели не учитывают региональную специфику реализации проектов. А значит, необходимо внедрение в практику инвестиционного менеджмента в РИСС таких моделей, позволяющих повысить эффективность инвестиционно-строительных проектов с учетом региональной специфики.

Кроме того, модель содержит область инвестиционно-строительных проектов, которая формируется между аналитическим и организационно-управленческим блоками. Основные элементы модели взаимодействуют с областью инвестиционно-строительных проектов на уровне ключевых блоков и более мелкими составляющими, что обеспечивает целостность структуры модели.

Первым блоком модели сбалансированного инвестирования инвестиционно-строительных проектов является блок

формирования стратегии, прямо связанный с аналитическим блоком, и в обратном — с получением эффекта. Обратная связь обеспечивает корректировку региональной стратегии социально-экономического развития, что из-за наличия прямых связей между блоками вносит изменения в стратегию развития РИСС и её структурных единиц.

Второй блок — аналитический — обеспечивает исследование комплексного взаимодействия институциональных критериев и специфики организаций РИСС, учитывающего объективные законы жизнедеятельности социально-экономических систем. Использование эффективных форм и методов управления становится ключевым критерием эффективной деятельности организаций и эффективной реализации инвестиционно-строительных проектов.

Третий блок — организационно-управленческий, где формируется стратегия развития организаций РИСС. В рамках этой стратегии организации

РИСС выбирают методы и инструменты управления по отдельным направлениям своей деятельности. В организационно-управленческом блоке обосновывается необходимость внедрения в инвестиционно-строительный процесс сбалансированной системы показателей. Менеджмент организаций РИСС принимает решение, какую систему ЗСП использовать при разработке и реализации инвестиционно-строительного проекта. Таким образом, образуются связи между аналитическим блоком и блоком реализации стратегии и их структурными элементами, обеспечивающими обобщение опыта реализации инвестиционно-строительных проектов с учетом особенностей организаций РИСС.

Четвертый блок подразумевает реализацию и оценку эффективности реализации инвестиционно-строительного проекта и стратегии в целом. Он находится в прямой связи с организационно-управленческим блоком и в обратной — с аналитическим блоком. При оценке эффекта и эффективности проекта и стратегии в целом необходимо определить взаимосвязи между микроуровнем (уровнем предприятий и организаций РИСС) и мезоуровнем — уровнем РИСС и региона.

Литература:

1. Ломонова Н. Н. Анализ эффективности реализации реновационно-инвестиционного проекта строительства многоэтажного жилого дома в Пензе. // Аллея науки. 2017. № 6.
2. Манухина О. А., Спасский А. И. Система сетевого управления при реализации инвестиционных проектов строительства объектов транспортной инфраструктуры. // Экономика и предпринимательство. 2017. № 8–3 (85). С. 634–639.
3. Приветкина А. М. Риски при реализации инновационно-инвестиционных проектов в строительстве. // Вопросы экономики и управления. 2017. № 1 (8). С. 22–25.
4. Беззубко Л. В. Инновационный потенциал строительства / Л. В. Беззубко // Строительство РФ. — 2008. — № 7. — С. 8–11.

Основные проблемы во взаимоотношениях сторон инвестиционного процесса в строительстве

Савинова Людмила Анатольевна, студент магистратуры
Санкт-Петербургский государственный архитектурно-строительный университет

В статье рассмотрены основные проблемы участников инвестиционно-строительной деятельности. Проведен анализ и предложены способы реструктуризации отношений участников инвестиционного процесса.

Ключевые слова: инвестиционный процесс, инвестиционный проект, строительство, инвестор, эффективность деятельности, финансово-строительные группы, департамент.

Инвестиционная стратегия материализации накопления включает в себя исследование современных приоритетов и параметров инвестиционного процесса, инвестиционной политики, создание эффективного механизма функционирования и управления инвестиционным процессом в строительстве. Целесообразно объединить все эти фирмы в единую интегрированную структуру, осуществляющую свою деятельность либо самостоятельно, либо в составе крупной корпоративной структуры (в данном случае рассмотрим интеграцию этих фирм в структуру финансово-строительных групп (ФСХ)). При увеличении масштабов деятельности ФСХ рациональной будет интеграция специфических участников инвестиционного процесса, т.е. (далее департамент). В функцию этого департамента входит доведение соинвесторам и финансовой составляющей ФСХ целесообразности и привлекательности именно данного инвестиционного проекта, согласование направлений и механизмов инвестирования с возможностями и потребностями ФСХ и соинвесторов, сопоставление ожидаемого эффекта с возможными рисками и потерями, предложение оптимального механизма взаимодействия соинвесторам инвестиционного процесса, а также принятие на себя полного объема функций по планированию, мониторингу и организации воплощения проекта [2, 3]. Алгоритм, функционально структурирующий деятельность департамента по оказанию консультативных и управленческих услуг в инвестиционной сфере в процессе реализации инвестиционного проекта, можно кратко изложить как совокупность таких этапов [4]: Первоочередной задачей департамента является его организационно-правовое оформление в виде определенной организационной структуры. Департамент должен определиться по приемлемым для него формам взаимодействия с руководством ФСХ и другими участниками инвестиционного проекта. После окончательной разработки функционального назначения и стратегии департамента и адекватной оценки собственных возможностей в предоставлении специфических услуг на инвестиционном рынке при наличии избыточных департамент имеет возможность прибегнуть к поиску потребителей собственных услуг — внешних инвесторов. Результатом согласования роли, места, функций и возможностей департамента в обеспечении интересов ФСХ в процессе реализации инвестиционного проекта является разработка бизнес-плана инвестиционного проекта и заключение сделок с дополнительными внешними инвесторами. Следующим шагом является анализ инвестиционных возможностей ФСХ, ее мотивации, намерений и ожиданий от реализации инвестиций.

В соответствии с пятым этапом осуществляется анализ рынка объектов реальных инвестиций. Приняв решение о целесообразности реализации конкретного инвестиционного проекта руководство ФСХ поручает департаменту провести его технико-экономическое исследование. Последующая оценка объектов инвестирования осуществляется на этапе технико-экономического обоснования. Проверка технической способности объектов вложений — проектов включает три направления: производственное, строительное, инвестиционное [5]. Заключительным шагом к началу инвестиционного процесса является разработка комплексного инвестиционного бизнес-плана (инвестиционного паспорта) с участием департамента для дальнейшего его представления на рассмотрение и утверждение в банк или другое учреждение, осуществляющее финансово-кредитное обслуживание проекта в составе ФСХ или его совместное инвестирование вместе с внешними инвесторами. В этом плане на основе ранее проведенных ТЭД и ТЭО обосновывается целесообразность и эффективность реализации проекта, гарантирующих возвратность реализации проекта, гарантирующих возврат кредитных средств и процентов по ним [7].

Кредит имеет высокую цену, пользование им требует безупречной мотивации. Кроме мотивированной функции быстрого реагирования на своевременный возврат кредитов для инвестирования, предлагаемого к строительству объекта, инвестиционный план решает оперативно-тактическую функцию комплексной подготовки и реализации инвестиционной деятельности (проектирование, строительство, эксплуатация). В инвестиционном плане указываются механизмы управления инвестиционным проектом, функции и отношения участников, формы контроля за проектированием, строительством и эксплуатацией готовых производственных мощностей. Инвестиционный план рассчитывается на эффективный жизненный цикл до полной амортизации основных фондов. Утверждением инвестиционного плана руководством ФБХ и соответствующим финансово-кредитным учреждением завершается первая стадия деятельности департамента. Теперь можно подвести первые выводы относительно эффективности выполнения департаментом своих функций в данном инвестиционном проекте и внести необходимые коррективы в процесс управления в дальнейшем департаментом в соответствии с делегированными полномочиями департамент принимает на себя ответственность за организацию конкурсов на выполнение проектно-изыскательских работ, участвует в организации тендера на выполнение подрядных работ с целью выбора

подрядчика, который лучше удовлетворял бы условиям инвесторов, а также в разработке соглашений заказчика с генподрядчиком и другими функциональными участниками проекта. Если департаменту условиями соглашения делегированы соответствующие полномочия, то он может осуществлять определенную работу по непосредственному управлению натурной реализацией проекта, выполняя мониторинг отклонений в реализации проекта и разрабатывать основы для их устранения. Завершением работы департамента в рамках данного инвестиционного проекта является прием готовых к эксплуатации вновь (реконструированных) зданий и сооружений, введение их в эксплуатацию для производства продукции, то есть завершение натурной реализации инвестиционного проекта. Важность и сложность задач, стоящих перед департаментом в процессе реализации инвестиций, требующих взвешенных подходов к формированию такой организационной структуры управления, которая бы отвечала стратегическим планам ФСХ, обеспечивала бы департаменту эффективное взаимодействие с руководством ФСХ и внешними инвесторами и другими участниками инвестиционного проекта, стала бы залогом достижения намеченных целей и задач. Понятно, что организационная структура не может оставаться устойчивой, поскольку претерпевают изменения ее внешнее окружение, а также стратегия и задачи. При ее построении следует использовать преимущества функциональной департаментализации и адаптивных (проектных и матричных) структур. Департамент по предоставлению управленческих услуг в инвестиционной сфере как эффективное звено, интегрированное в состав организационной структуры ФСХ при предоставлении должного уровня полномочий от совета инвесторов на осуществление действий по управлению инвестиционным проектом, может стать одним из важных участников и активных регуляторов инвестиционной рыночной среды в строительной отрасли [2, 3]. Такой подход расширяет возможности инвестиционной деятельности, позволяет использовать параметрические эффекты, в случае необходимости дает право добавлять новые эффекты, теоретически не ограничивая их количество, упрощая процедуру экспертной оценки данных. Вместе с тем оптимальная последовательность выполнения проектов станет известна только после разработки по методам управления проектами расписания мультипроекта и его оптимизации. Когда известна реальная картина основного производства и четко осознаны направления его дальнейшего развития, не существует принципиальных трудностей оценки затрат, необходимых для модернизации предприятий или строительства новых для соответствующих отраслей. Затруднения возникают как при получении инвестиций, так и при оплате за их использование, особенно если заказать их на покрытие всей суммы необходимых инвестиционных расходов или, по крайней мере, большей части. Поэтому, во-первых, следует тщательно проанализировать выполняемый мультипроект на предмет поиска внутренних резервов, способных покрыть хотя бы часть инвестиционных проектных расходов [7]. Такие возможности есть даже в неприбыльных социально значимых проектах модернизации предприятий, на которых существует прибыль, хотя и в неявном виде. Следовательно, объединенные в одну фи-

нансово-строительную группу структуры дают возможность более эффективно использовать инвестиции.

Правомерным будет рассмотрение взаимоотношений между участниками инвестиционного процесса в виде сложной и вероятностной системы. Ниже представлен ряд признаков, которые об этом говорят:

- единая цель;
- большое количество элементов;
- каждый из этих элементов относительно независим в своем поведении;
- сложные внутренние связи и взаимоотношения;
- состояние системы обладает вероятностным характером.

Цель ее функционирования заключается в том, чтобы своевременно ввести объекты в эксплуатацию. Элементами системы являются взаимоотношения, которые складываются между теми или иными участниками определенного инвестиционного цикла.

На ее функционирование влияет большое количество различных случайных факторов, поэтому и нужно говорить о вероятностном характере состояния этой системы [2].

В процессах строительства объекта принимают участие поставщики, заказчики, проектировщики, специализированные строительные компании, подразделения МТС, производственно-технической комплектации и механизации. Их взаимоотношения должны быть урегулированы.

И в этих целях требуется правовая база, не имеющая каких-либо недостатков, что наблюдается во многих современных договорах. Далее будут представлены некоторые противоречия отношений заказчика и генподрядчика в рамках договоров.

Управление такими взаимоотношениями нужно рассматривать в:

- экономическом;
- организационном;
- правовом аспектах.

Экономический аспект. Он предполагает, что необходимо создать такой механизм мотивации, который побуждал бы каждого участника неукоснительно соблюдать условия договоров. В числе его составляющих: улучшение показателей оценки, работа над финансово-кредитным механизмом, над механизмами нормирования и ценообразования, улучшение форм организации процессов инвестиций и системы экономического стимулирования [3].

Организационный аспект. Данный аспект предполагает совершенствование системы отношений в рамках договоров, которая используется в качестве инструмента для управления интенсификацией. Помимо этого, важно обосновывать условия договоров, что заключается в работе над порядком согласования договоров и их заключения на основании пообъектных графиков взаимодействий между участниками процесса строительства, а также в обосновании выбора конкретных экономических партнеров.

Вероятностный характер строительного производства также должен учитываться для того, чтобы улучшать надежность взаимоотношений между участниками данного процесса.

Правовой аспект заключается в том, чтобы создать систему имущественной ответственности, которая была бы эффек-

тивной. В этих целях нужно улучшать методы, используемые для расчета экономических потерь.

Как показала практика, наиболее важный партнер генподрядчика — это заказчик. От заказчика зависит своевременное начало финансирования, обеспечение проектно-сметными документами, всей необходимой техникой, подготовка стройплощадки. Тем не менее, ввиду того, что существуют различия в ведомственном подчинении, а также в системе, используемой для оценки деятельности предприятий генподрядчика, заказчика, иногда генподрядчикам практически невозможно оказывать влияние на заказчика [1].

Отметим, что ранее, когда применялись административно-командные методы управления, были утрачены очень важные принципы правовой, экономической дисциплин, и это стало причиной формализма в подготовке подрядных договоров и их заключении. На это указывает и неучастие юристов в их подготовке, отсутствие взаимосвязи оплаты их труда с результатами работы субъекта хозяйствования. Основной составляющей экономического механизма соблюдение договорной дисциплины по-прежнему не является. Нужно сказать, что этот механизм предполагает совокупность самых разных правовых, экономических, организационных, научно-регламентированных отношений между участниками процесса производства.

Важно реструктуризировать отношения участников инвестиционного процесса, происходящего в строительной сфере, потому что она, предполагая изменения условий ведения предпринимательской деятельности, дает возможность оптимизации сотрудничества между гражданами и предприятиями, создавая за счет этого основу для того, чтобы инвестиции успешно реализовывались в социальную инфраструктуру и производственные сферы в экономике.

Реструктуризацией можно считать ту перестройку взаимоотношений участников инвестиционного процесса как между собой, так и с государством, которая протекает в текущих условиях, когда в экономике страны происходят глобальные перемены. За счет этой реструктуризации участники получили возможность адаптации к внешним изменениям, поиска новых возможностей для себя, а также достижения того, что позицию каждого участника данного процесса признали на законодательном уровне [4].

Сегодня существуют такие наименования для каждого из основных участников инвестиционного процесса (с учетом тех изменений, которые были внесены в ГрК РФ): застройщики; инвесторы; заказчики; лицо, выполняющее инженерные изыскания; лицо, осуществляющее подготовку проектной документации (ранее — проектировщик); лицо, осуществляющее строительство (ранее — подрядчик).

В отношении позиционирования участника инвестиционного процесса как застройщика, который осуществляет долевое строительство МКД, предъявляют ряд особых требований:

- он должен юридически оформить осуществляемую им деятельность;
- у него должно быть разрешение на строительство;
- на нем лежит обязанность предоставлять проектную декларацию в федеральный государственный орган и любым за-

интересованным лицам в целях ознакомления, в целях ее опубликования в СМИ при рекламном способе привлечения денежных средств;

- он должен пройти государственную регистрацию прав собственности застройщика либо же договора аренды земельных участков на цели строительства;

- он должен соблюдать определенный размер собственных денежных средств и пр.

В результате может быть сделан вывод о том, что определения таких понятий, как «застройщик», «заказчик», «заказчик-застройщик», в законодательстве отражают специфику взаимоотношений участников инвестиционно-строительного процесса, которая присуща требованиям того или иного закона. В целом, нужно сказать о тождественности данных понятий, так как этим участникам отводится роль управления процессами создания недвижимости [6].

Сложнее всего разработать методологию, используемую для выбора участников процесса, а также для развития партнерства. Ввиду редкой публикации материалов, в которых проводится анализ системы партнерских бизнес-отношений или в которых были бы предложены определенные методики по выбору партнеров и выработке отношений с ними, после обобщения публикаций в рамках данной работы предпринята попытка систематизировать критерии, которые используются в целях отбора наиболее эффективных вариантов партнерских отношений. Предложены два их вида: первый вид данных критериев дает застройщику возможность определения способности того или иного претендента к развитию партнерства (достичь нужного результата с условием взаимодействия с остальными участниками), тогда как второй вид критериев дает возможность оценки каждого кандидата по тем показателям, которые указывают на его потенциал в различных сферах (к примеру, финансовый, кадровый, технический) [5].

Партнерство начнет развиваться после того, как будут рассмотрены уже имеющиеся деловые связи, будут оценены будущие партнеры по предложенным критериям, и после того, как взаимоотношения участников будут развиваться в рамках разработанной программы реструктуризации.

Наконец, нужно сделать вывод о проведенной серьезной реструктуризации инвестиционных взаимоотношений в стране в ходе адаптации ключевых участников данных процессов в строительной сфере к тем реформам, которые проводились в Российской Федерации. Сегодня реструктуризация по-прежнему необходима, но нацеленная она должна быть уже именно на развитие партнерских отношений, что даст участникам таких процессов возможность обеспечения интенсивного, качественного и долговременного сотрудничества. Помимо этого, реструктуризация даст возможность расширения объемов осваиваемых прямых инвестиций.

Нужно вновь сказать о том, что проблема, связанная с организацией согласования совместной деятельности участников, становится первостепенной из-за сложности отрасли строительства, которая обусловлена особенностями ее продукции и множеством участников;

Сейчас обращается недостаточное внимание на систему отношений в рамках договоров, из-за несоблюдения которых

происходят макроэкономические и локальные потери, ухудшаются возможности в прогнозировании производственных результатов, в управлении инновационным развитием, а также замедляется введение различных инноваций в практическую деятельность. За счет совершенствования отношений между

участниками инвестиционного процесса можно существенно улучшить интенсификацию, а чтобы грамотно и слаженно организовать управление процессами введения инноваций, важно использовать строгую договорную дисциплину и научно обоснованные обязательства по договорам.

Литература:

1. Федоренко В.Г. Создание промышленно-денежных групп и трудности управления корпоративными правами // О приватизации: Гос. информ. бюл. — 1999. — № 2.
2. Латутин Г.В. Интеграция строительных организаций в финансово-строительные группы // Основы и фундаменты: Науч.-техн. сб. Вып.12. — К.: КНУСА, 2001. — С. 47–58.
3. Латутин Г.В. Организационные базы сотворения и функционирования финансово-строительных групп // Градостроение и территориальное планирование: Сб. науч. стир. Вып.8. — К.: КНУСА, 2001. — С. 125–136.
4. Латутин Г.В. Формирование структур корпоративного уровня управления финансово-строительных групп // Пути повышения эффективности строительства в условиях формирования рыночных отношений: Сб. науч. стир. Вып. 9. — К.: КНУСА, 2000. — С. 122–126.
5. Шпаков А.В. Организационные составляющие внутрифирменного планирования в интегрированных предпринимательских структурах // Пути повышения эффективности строительства в условиях формирования рыночных отношений: Сб. науч. стир. Вып.9. — К.: КНУСА, 2001. — С. 264–272.
6. Шпаков А.В. Организационное проектирование фирм по оказанию управленческих услуг в инвестиционной сфере и основы их эффективного функционирования // Пути повышения эффективности строительства в условиях формирования рыночных отношений: Сб. науч. стир. Вып.10. — К.: КНУСА, 2002. — С. 35–44.
7. Попов А.Э. Управление развитием водопроводно-канализационного хозяйства города. — Харьков: Основа, 2000. — 160 с.

Как выстроить дальнейшие отношения среди коллег после повышения одного из сотрудников до начальника отдела

Хисамутдинов Шамиль Ринатович, студент магистратуры

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

Основная задача современного руководителя заключается в умении четко выстраивать отношения внутри коллектива, создавая при этом благоприятный социально-психологический климат. Особенно важно это сделать молодому начальнику, который еще вчера был со всеми на одном уровне. От того, насколько быстро новый руководитель сможет найти общий язык с коллегами и выстроить верную иерархию отношений, зависит в конечном итоге эффективность работы команды в целом.

Ключевые слова: деловая карьера, коллеги, отношения в коллективе, психология, социально-психологический климат.

Повышение по служебной лестнице является, пожалуй, для каждого сотрудника заветной целью. Карьерный рост — это приобретение большей власти, рост самоуважения и конечно увеличение достатка. Особенно приятно, когда карьерный рост происходит на фоне поступательной оценки руководством достижений, т.е. когда каждодневный, порой весьма непростой труд наконец-то дает свои плоды и приводит к заслуженному итогу.

Казалось бы, заслуженное развитие деловой карьеры, сотрудник назначен на должность начальника отдела, при этом есть все: знание специфики, изученный коллектив, четкое понимание целей организации! И именно в этот момент новый начальник сталкивается с непониманием и даже иногда с ярко выраженной агрессией со стороны коллег, с которыми еще вчера находился на одном уровне и по-приятельски беседовал на

различные темы. Под угрозу ставится выполнение производственных задач, нарушение социально-психологического климата, появление неприкрытых конфликтов. Попытаемся разобраться, как можно сгладить сложившуюся ситуацию и не допустить трудовые несогласованности.

На рис. 1 представим в общем виде схему выстраивания отношений с подчиненными (вчерашними коллегами).

Рассмотрим эти этапы более подробно.

Итак, на начальном этапе следует сразу исключить неопределенность в отношениях, т.е. дать понять своим подчиненным, что прежними эти отношения уже не будут. В нашем случае, когда речь идет об отделе, необходимо побеседовать с каждым из сотрудников и перечислить возложенные на него задачи в рамках достижения тех или иных производственных целей. В процессе данной беседы необходимо обрисовать каналы по-

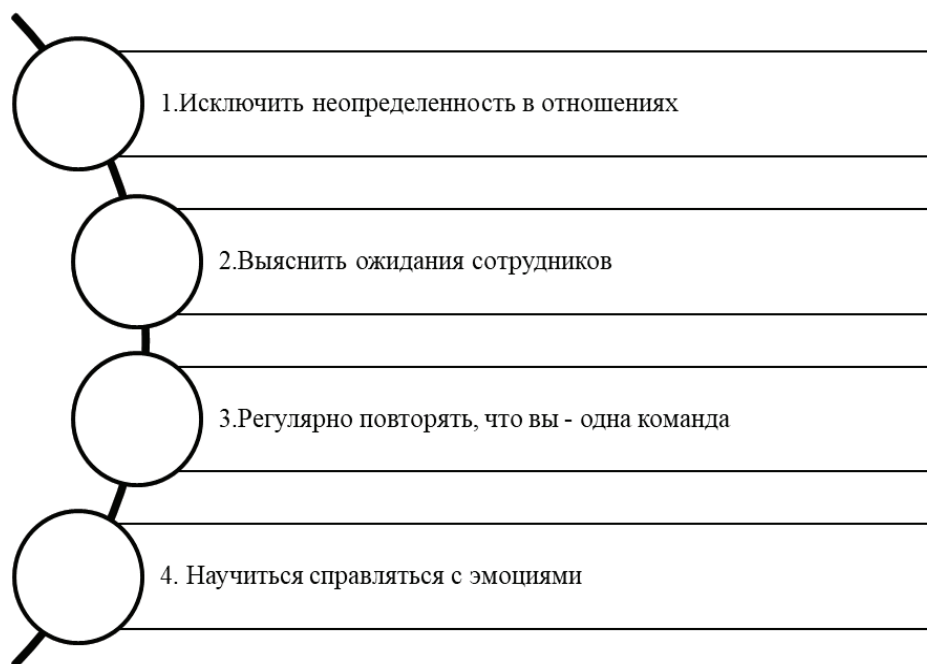


Рис. 1. **Схема выстраивания отношений с подчиненными**
Составлено автором самостоятельно.

ступления поручений (почта, телефон, устные указания). Стоит также указать на необходимость соблюдения трудовой дисциплины, упомянув при этом, что в случае наличия каких-то личных или семейных проблем, сотрудник может рассчитывать на помощь и понимание руководителя. На этом этапе очень важно дать понять, что так, как было раньше, уже не будет. Здесь важно найти грамотный баланс между установлением субординации и сохранением благоприятной психологической обстановки в коллективе.

На этапе выяснения ожидания новому начальнику отдела необходимо узнать у сотрудников, какие у них существуют пожелания к новому руководителю. Важно дать понять, что, зная проблемы коллег не понаслышке, новый руководитель готов участвовать в трудовой деятельности каждого, может оказать необходимую поддержку в плане профессионального роста,

а также направить усилия подчиненных в нужное русло. Самая большая ошибка в новой должности — изменения «с места в карьер» [3]. Необходимо в самом начале своей трудовой деятельности на новом месте дать понять коллективу, что поддержка во всех благих начинаниях сотрудникам от нового руководителя гарантирована.

На следующем этапе, который будет сопутствовать руководителю постоянно, необходимо дать понять всем и каждому, что сотрудники отдела и всего трудового коллектива являются одной командой. Надо озвучить, что у коллектива общие цели, начальник отдела полностью открыт к диалогу. При этом следует вовлекать подчиненных в решение производственных вопросов, делегировать им решение интересных задач, благодарить за ценные вклады публично, а критиковать стоит наедине по принципу «сэндвича» (рис. 2).

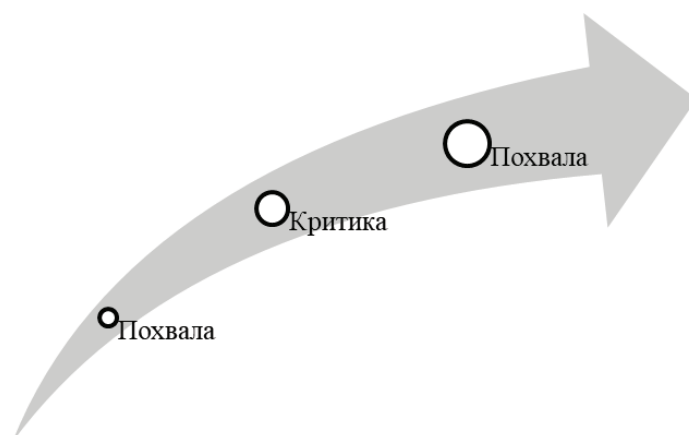


Рис. 2. **Принцип «сэндвича» при критике подчиненного**
Составлено автором самостоятельно.

На четвертом этапе, который также, как и предыдущий, является постоянным процессом, важно научиться справляться со своими эмоциями. Стоит помнить, что если эмоциональные всплески рядовые сотрудники все же могут себе позволить, то для должности начальника отдела — это крайне нежелательно. Нужно научиться быть максимально корректным и уравновешенным, чтобы не допустить психологических срывов внутри коллектива. Начальник, не умеющий справляться со своими эмоциями, может быть весьма опасным и нежелательным элементом как для своих подчиненных, так и для вышестоящего руководства. Также стоит отметить, что сохранение хладнокровия важно начальнику еще и потому, что могут возникнуть различные негативные реакции вчерашних коллег на случившийся карьерный взлет [1]:

- зависть, уязвленное самолюбие, обида из серии «почему он(а), а не я»;
- скептицизм, недоверие к возрасту и отсутствию опыта руководящей работы. Обычно такие реакции свойственны более возрастным коллегам;
- настороженность;

Литература:

1. Герасимова А. С. Коллеги стали подчиненными: выстраиваем отношения. — URL: <https://glavkniga.ru/elver/2013/18/1194> (дата обращения: 03.11.2022).
2. Ионов Н. П. С повышением! Как руководить бывшими коллегами и не нажить врагов. — URL: <https://www.forbes.ru/karera-i-svooy-biznes/352077-s-povysheniem-kak-rukovodit-byvshimi-kollegami-i-ne-nazhit-vragov> (дата обращения: 04.11.2022).
3. Покало Е. И. От панибратства до прогулов. Какие сложности ждут сотрудника при повышении. — URL: <https://probusiness.io/management/5310-ot-panibratstva-do-progulov-kakie-slozhnosti-zhdut-sotrudnika-pri-povyshenii.html> (дата обращения: 03.11.2022).

Повышение производительности труда и эффективность производства

Ходжамухамедова Мяхри Бяшимовна, преподаватель;

Мырадов Пенамырат Максатмырадович, студент

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

В данной статье рассматривается повышение производительности труда предприятий, основные показатели эффективности предприятия и взаимосвязь между ними.

Ключевые слова: производительность, труд, предприятие, эффективность, рост.

Производительность труда — производительная способность живого труда. Означает результат (продукт, прибыль), полученный на единицу затрат труда. Производительность труда рассчитывается в масштабах всей экономики, по отраслям, предприятиям и отдельным отраслям. Производительность труда определяется из расчета на 1 работника, 1 человеко-день и 1 человеко-час.

Существуют натуральные и затратные показатели производительности труда.

Натуральные показатели рассчитываются по отдельным продуктам. Например, производство хлопка на 1 арендатора, зерна на человека в час и т.д.

— саботаж, причем чаще не в открытом, а в завуалированном виде. Его могут инициировать неформальные лидеры коллектива.

Именно поэтому эмоциональная зрелость очень важна для нового руководителя. Коллеги должны понимать, что новый начальник стрессоустойчив, а значит надежен и уверен в себе и возглавляемом им коллективе.

Также хотелось бы отметить, что в назначении нового начальника значительную лепту внесли и его теперешние подчиненные. Отношения с ними, несомненно, сыграли значительную роль в повышении. Новому начальнику необходимо это помнить и стараться возвратить коллективу этот «долг». Ведь недаром бытует мнение, что чем счастливее и спокойнее подчиненные, тем более успешен их руководитель [2].

Важно обращать внимание на атмосферу в коллективе и не разрушать сформированные правила и традиции. Всегда хорошо срабатывают благодарность и комплименты по делу. Стоит сохранять единомышленников, при этом стараться выйти на новый уровень, так можно быстрее вжиться в новую роль и преумножить авторитет среди своих подчиненных.

$$Z_n = \Gamma_n / t \text{ или } R \text{ центнер/час}$$

Z_n — натуральный показатель производительности труда в центрах;

Γ_n — процент готовой продукции;

T — время, затраченное на производство продукции, чел/час;

R — численность занятых в производстве, чел.

При расчете стоимостных показателей рассчитывается стоимость валовой продукции, валовая прибыль, чистая прибыль, количество работников, человеко-дни или отработанные человеко-часы.

$$PT_n = C_n / T; \text{ манат/человеко-час}$$

$ПТ_{и}$ — труд — индекс цен производительности труда, в манатах;

$C_{и}$ — стоимость произведенной продукции, манат.

При оценке непрерывного производства на уровне предприятия важнее определить производительность труда как отношение затрат на живой труд, поскольку валовая прибыль является прямым продуктом живого труда и является источником как потребления, так и накопления капитала.

Инверсия производительности труда называется трудоемкостью продукта. Она представляет собой затраты труда на единицу продукции.

Основными причинами повышения производительности труда являются научно-технический прогресс, который проявляется в увеличении капитала труда. Чем выше это отношение, тем больше основных средств, особенно машин, перемещается одним рабочим и тем больше выработка на единицу затрат живого труда.

Кроме того, каждый фактор, влияющий на использование трудовых ресурсов и повышающий общую эффективность производства, находит свое отражение в производительности труда. К ним относятся улучшение качественных показателей технических средств, совершенствование технологий, организация производства и труда, а также связанные с ними ситуации и события.

Финансовая стоимость любого труда предприятия повышается за счет комплексной механизации и автоматизации производства. Поэтому автоматизация ручного труда и внедрение новой техники считаются основным направлением повышения производительности труда.

Одним из важных способов повышения производительности труда является материальное стимулирование. В таком случае наиболее эффективной мерой будет позволить рабочему владеть продуктом и доходом.

Совершенствование орудий труда, развитие внутрихозяйственного учета и ренты положительно сказываются на повышении производительности труда.

Повышение производительности труда, повышение эффективности производства ведет к увеличению заработной платы. Конечно, каждый из них по-разному влияет на рост заработной платы. В каждом конкретном случае рост заработной платы зависит от сил, под действием которых повысилась производительность труда. Например, если производительность труда или эффективность труда повышается за счет увеличения затрат физической энергии работника, то заработная плата увеличивается пропорционально эффективности. Если эффективность не зависит от трудоемкости работников, а повышается за счет внедрения в производство новых высокопроизводительных машин и технологий, то заработная плата растет низкими темпами по отношению к эффективности.

Равная оплата за равный труд является одним из основных принципов структуры заработной платы. Равная заработная плата выплачивается за равный труд независимо от пола, возраста и национальности работника по условиям выполнения, количеству и качеству.

В условиях перехода к рыночной экономике содержание этого принципа меняется. Это связано с тем, что общие показатели предприятий, получаемые ими доходы отличаются друг от друга. Следовательно, работники одного и того же предприятия, выполняющие одинаковую работу, могут получать разную заработную плату в зависимости от дохода предприятия.

Размер заработной платы может различаться в зависимости от производительности труда, уровня квалификации рабочего, тяжести труда, условий производства и труда, экономической значимости отрасли.

Литература:

1. Akmämmedow A. O. Fermerçilik işiniň esaslary. Aşgabat TOHU — 2000ý.
2. Ýazmuradow O., Nabatowa A. Kärhananyň ykdysadyýeti. Aşgabat TDNG 2017ý.
3. T.Uwdiýew, G. Pökgiýewa. Oba hojalygynda zähmeti guramak, normalaşdyrmak we zähmete hak tölemek. — Aşgabat: TOHU, 2010.
4. M.Atabayew, A. Ýazgulyýewa. Oba hojalyk önümçiligini dolandyrmak. Tejribe okuwlary üçin okuw gollanmasy. — Aşgabat: TOHU, 2014.
5. S.Garajayewa, T. Ýusupowa. Oba hojalyk önümçiliginiň guralyşy. Amaly okuwlary üçin okuw gollanmasy. — Aşgabat: TOHU, 2017.

Инновационные технологии и разработки

Хыдырова Жахан Меретгелдиевна, преподаватель английского языка;

Чарыева Ширин Реджепмурадовна, преподаватель английского языка;

Аннаганова Огулнияз Бердиевна, преподаватель русского языка

Международный университет нефти и газа имени Ягшигельды Какаева (г. Ашхабад, Туркменистан)

Ключевые слова: экономика, развитие, цифровые технологии.

В результате глубоко продуманной экономической политики, проводимой в стране под руководством Президента, в последние годы открыт широкий путь для эффективного усвоения положительных достижений мирового опыта во всех

отраслях народного хозяйства. Основательно модернизировать и улучшить все сферы общественной и государственной жизни. Примером этого является то, что нынешняя эпоха называется Возрождением новой эры государства. Политический, эконо-

мический и культура страны, достижения в науке, образовании и общественной жизни — черты, характеризующие эту эпоху.

Как известно из мирового опыта, одним из главных условий развития экономики любой страны является высокий уровень развития науки и системы образования в этой стране. Ярким примером тому являются страны с развитой экономикой, а также такие страны, как Япония, Китай, Южная Корея, сумевшие за короткий промежуток времени выйти на передовые позиции в XX веке. Учитывая этот факт, Уважаемый Президент Туркменистана Сердар Бердымухамедов с первых дней своей работы на посту главы страны выдвинул в качестве главной задачи заботу о доведении науки и системы образования до уровня развитых стран.

Конечно, невозможно перечислить все меры, реализованные в реформировании сферы науки и образования. Но и здесь, в эпоху Возрождения, было принято специальное Постановление в целях подготовки специалистов и научных работников высокого уровня, необходимых для народного хозяйства страны, внедрения новейших достижений науки и техники, реализации задачи, предусмотренные в государственных программах всестороннего развития страны.

Уважаемый Президент Сердар Бердымухамедов уделяет особое внимание системе науки и образования Туркменистана. Основной причиной этого является модернизация всех сфер государства Туркменистан и направление их на путь инновационного развития. Эти условия имеют большое значение для успешного всестороннего развития туркменского общества, повышения уровня науки и образования, повышения уровня жизни народа, эффективного развития экономики. Все это вместе увеличивает и развивает могущество нашей Родины, растет ее авторитет во всем мире.

Выбор инновационной модели развития Туркменистана требует высокого профессионального мастерства специалистов всех систем и отраслей, постоянного наращивания современного научного потенциала, т.е. высокообразованных, творчески мыслящих кандидатов наук, докторов наук, нового поколения специалистов, принимающих. Использование всех достижений современного научно-технического развития требует подготовки. «Не случайно программа коренного реформирования системы образования, включая академическую, высшую профессионально-техническую и среднюю школу, объявлена одной из основных и важнейших программ в нашей стране» [1] рассматриваются как одно из важнейших направлений социальной политики. Реформы в этих системах направлены на создание научной и образовательной базы, развитие экономики в соответствии с новым качественным уровнем развития. Сегодня наша страна стремится быть наравне с самыми развитыми странами мира. Передовое общество сегодняшнего дня требует объединения мощи науки и направления ее в конкретные сферы и развития могущества государства для реализации новых достижений науки и инновационных технологий. Чтобы доказать нашу точку зрения, обратимся к примерам двух крупнейших стран мира.

Во-первых, образцовым является опыт США. В Силиконовой долине особое внимание уделяется решению научных задач, стоящих перед этой страной. Эти силы служат решению

задач создания инновационных технологий и использования их на благо общества.

Еще одним показательным примером в этой области является город Сколково в России. Строящиеся в этом городе научные учреждения, условия, созданные для людей, которые будут там работать, проблемы инфраструктуры города, все проблемы ученых, работающих в этом городе, находятся под повседневным контролем руководителей государства. Считается, что этот научный город станет одним из главных научных центров мира после того, как заработает на полную мощность.

В сегодняшнюю эпоху стремительного развития науки и техники туркменское общество стремится занять достойное место. В ответ на обращение Уважаемого Президента Туркменистана Сердара Бердымухамедова к участникам международной выставки и научной конференции «Наука, техника и инновационные технологии в эпоху могущества и счастья», состоявшихся в столице в начале этого года, «Наука и инновационное развитие являются главной опорой национальной экономики Туркменистана. Восстановление реального места науки в обществе, формирование высокоустойчивого самоукрепленного и передового сектора науки, укрепление научного и интеллектуального потенциала страны, укрепление науки и производства, внедрение в Туркменистане передового мирового опыта и инновационных разработок является основным направлением нашей научно-технической политика» [2].

Из этих слов уважаемого Президента вытекает задача, стоящая перед туркменским обществом. Первая и одна из важнейших из них — восстановить реальное место науки в обществе. Как известно, туркменский народ существует с древнейших времен. Это народ, который служил поговорке: «Будь среди тех, кто учит науке, будь среди тех, кто изучает науку, и будь среди тех, кто любит тех, кто учит науке, и тех, кто учится» [3]. Туркменские ученые смогли оставить глубокий след в области религиоведения, естествознания и истории. Достаточно назвать имена аль-Хорезми аль-Фараби, Ас-Сули, Мухаммеда Гаймаза Туркмена Замахшарийского и сотен других туркменских ученых, чтобы доказать истинность нашего утверждения. Перед туркменским народом открылся широкий путь подготовки ученых, которые унаследуют наследие этих ученых и проведут работы, достойные их имени. В полную силу заработала Академия наук Туркменистана, образовательные учреждения стали давать образование, соответствующее мировым стандартам. Благодаря поддержке и неустанным усилиям Президента туркменские ученые получили возможность ознакомиться с достижениями мировой науки, внести свой вклад в происходящие процессы на мировом научном пространстве. В результате в подготовке ученых внедряются самые современные инновационные технологии.

Еще один момент, который следует подчеркнуть, это то, что подготовка молодых ученых, отвечающих требованиям времени, невозможна без создания современной системы образования. О том, что страна добилась больших успехов на этом поприще, свидетельствует и международная научно-методическая конференция «Роль новых технологий и современных методов обучения в реализации реформы образования Президента Туркменистана Сердара Бердымухамедова». Внедрение инновационных

методов в систему образования страны, как сказано в данном совете, основано на требованиях Президента Туркменистана по созданию системы электронного правительства, продолжению внедрения новейших технологий в систему образования, и направлено на расширение роли инновационного развития в науке и образовании, образовательной деятельности в высших учебных заведениях. Это способствует более широкому внедрению новых технологий в средних и высших учебных заведениях.

Гармония между наукой и производством свидетельствует о выполнении этого требования. Принимая во внимание роль науки в экономике нашей страны, современные достижения научной техники основаны на разработке и внедрении учеными страны новых технологий для различных целей экономики независимого Туркменистана, в том числе энергетического и химической промышленности, топливно-энергетического и сельского промышленного общества, медицины и производства лекарственных средств, модернизации информационно-телекоммуникационной системы.

Особое внимание они уделяют положительному влиянию инновационного подхода на окружающую среду и планомерное использование природных ресурсов, развитие экономики, международное сотрудничество, развитие гуманитарных наук. В этих утверждениях твердо убеждены в том, что наука и производство будут развиваться в тесной связи, и что наука является не только требующей инвестиций отраслью, но и будет способствовать экономическому развитию.

Одной из задач, которую уважаемый Президент поставил перед научной общественностью страны, является укрепление научно-интеллектуального потенциала страны, внедрение в Туркменистан передового мирового опыта и инновационной продукции. Еще одним способом решения этой проблемы является внедрение новых методик и мирового опыта разработки инновационных технологий. Это направление реализуется в ходе регулярно организуемых в нашей стране научных, научно-методических консультаций, форумов, многопрофильных выставок.

Литература:

1. Концепция развития цифровой экономики в 2019–2025 годах в Туркменистане
2. science.gov.tm, 2022
3. Гурбангулы Берdimухамедов. Образование — счастье, благополучие, успех. TDKP № 294, 2014
4. Гурбангулы Берdimухамедов. Государственное регулирование социально-экономического развития Туркменистана: Учебное пособие для высших учебных заведений. — I том. — Ашхабад: Туркменская государственная издательская служба, 2010.
5. «Программа Президента Туркменистана социально-экономического развития страны в 2022–2028 годах». — А., 2022.

МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА И PR

Современные тенденции в формировании персонального бренда музыканта

Еремина Вероника Юрьевна, студент магистратуры

Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна

В статье представлены тенденции развития музыкальной индустрии, анализ формирования персонального бренда музыканта, его основа и необходимые элементы для построения.

Ключевые слова: личный бренд, персональный бренд музыканта, репутация, экспертность, популярность, известность, позиционирование, целевая аудитория, легенда бренда, архетипы.

Сегодня музыка является той сферой, в которую пробуются специалисты абсолютно разных областей, особенно это касается блогеров, актеров, телеведущих, спортсменов и др. Поэтому так сложно среди огромного количества контента выделиться начинающим музыкантам.

Наличие развитого персонального бренда музыканта привлечет внимание слушателей и будет способствовать благоприятному отношению со стороны различных каналов распространения информации (социальные сети, интернет-ресурсы, радио, телевидение и др.).

В девяностые годы XX века во взаимодействии сотрудников с компанией преобладала концепция Company to Resources — от компании к ее ресурсам. Бизнес был заинтересован только в результатах, но никогда не в конкретном человеке. В начале двухтысячных появилась модель Company to Employers, когда бизнес начал видеть ценность в личностях [5].

Сегодня персональный брендинг является одним из ключевых трендов в сфере PR в целом, поскольку с каждым годом, концепция h2h (от человека к человеку), развивается и внедряется в различные сферы жизни в геометрической прогрессии.

На наш взгляд, персональный (личный) бренд — это образ человека, построенный на ассоциациях с комплексом его личных и профессиональных качеств. Основой личного бренда является сама личность, а также ее экспертность, репутация и популярность.

Личность — это черты характера, таланты, ценности и убеждения. Это то, что не нуждается в изменениях для формирования аутентичного бренда [6]. На этом этапе стоит выявить свои сильные и слабые стороны, чтобы затем знать, какие преимущества можно представить в лучшем свете.

Экспертность проявляется в профессионализме определенной сферы деятельности личности, глубине знаний и большом опыте. Идеальный фундамент экспертности будет включать в себя наличие мнения окружающих о вас, как об эксперте. К примеру, знаменитая песня «I Will Always Love You» бла-

годаря своему превосходному исполнению, в лице Уитни Хьюстон, получила многочисленные награды, лидирующие места в главных музыкальных чартах мира (Billboard, RPM, Kent) и вечную любовь слушателей. Однако не все знают, что изначально эту песню исполнила и выпустила, в 1974 году на лейбле RCA Records, американская кантри-певица Долли Партон.

Репутация также играет немаловажную роль в формировании персонального бренда и характеризуется в определенном мнении, которое закрепилось о человеке. Завоевывать ее нужно годами, а потерять можно за одно неверное действие. Так, например, известный американский рэпер Канье Уэст высказался о движении «Black Lives Matter» (с англ. — «Жизни черных имеют значение»), придя на неделю моды в Париже в черной толстовке с надписью «White Lives Matter» (с англ. — «Жизни белых важны»), после чего с Канье разорвали контракты такие бренды как GAP, Adidas, Balenciaga и др., он потерял порядка 1,5 миллиарда долларов и перестал считаться миллиардером [1].

Если репутация — это то, что о вас говорят, то известность — это, то как часто о вас говорят. Популярность личного бренда, отличается от известности, проявлением любви слушателей к музыканту. Популярность будет жить долго только с наличием персонального бренда. К примеру, Майкл Джексон, по сей день, продолжает собирать зрительскую любовь и за 10 лет, после смерти в 2009 году, его личный бренд заработал 2,4 миллиарда долларов [3].

Говоря о формировании персонального бренда музыканта, стоит сказать, что важными элементами будут являться цель личного бренда, целевая аудитория, позиционирование, легенда и архетипы.

Для музыканта главной целью развития персонального бренда является распространение своей музыки на целевую аудиторию. Однако, иногда, цели могут выходить за рамки изначальной сферы деятельности. Так, например, Алла Борисовна Пугачёва, собирая огромные залы в 70-х годах СССР, сня-

лась в фильме Александра Орлова «Женщина, которая поёт», и стала любима не только в качестве певицы, но еще и в качестве актрисы.

При создании личного бренда важно понимать на какую аудиторию будет рассчитана твоя деятельность. Невозможно понравиться всем, поэтому любой бренд нуждается в сегментации. Для каждой группы надо определить ожидания, проблемы, возможные опасения, и на их основании составить контент-план. С каждым сегментом слушателей работать отдельно. Охваты и отклики помогут понять, на кого надо делать упор, а какие сегменты не проявляют интереса. Одну из групп потребителей нужно сделать приоритетной, и затем формировать позиционирование под ее ожидания [4].

Касаемо позиционирования личного бренда, то здесь следует определить, что именно личность готова предложить в ответ на ожидание аудитории. Важно правильно отобразить свои преимущества, главные отличительные особенности и скрыть недостатки. Определить образ, имя, конкретизировать профессию, выбрать стиль общения со слушателями.

Легенда поможет приблизить аудиторию к личности. У каждого человека, на протяжении жизни, возникает множество трудностей и препятствий, мешающих реализации задуманных планов. Рассказав свою историю жизни публике, на пути к достижению целей, можно вызвать массу положительных эмоций. Иначе, аудитория придумает легенду самостоятельно.

Также, для простоты понимания и запоминания, при создании персонального бренда, используются архетипы, которые заключены в коллективном бессознательном и ясны всем, вне зависимости от их культурного кода.

В брендинге часто придерживаются подхода 12 архетипов от Кэрола Пирсона:

1. Простодушный олицетворяет безопасность;
2. Мудрец — понимание;
3. Искатель — свободу;
4. Бунтарь — независимость;
5. Маг — силу;
6. Герой — мастерство;
7. Шут — удовольствие от жизни;
8. Славный малый — принадлежность;
9. Заботливый — комфорт;
10. Любовник — наслаждение другими людьми;
11. Правитель — контроль;
12. Творец — инновации [2].

Для выбора нужного стоит опираться на свой сложившийся образ, черты характера, внешний вид, личные качества и цели. Архетипы можно использовать как в чистом виде, так и смешивать несколько в одной личности. Используя их, важно не загонять себя в определенные рамки, а лишь задавать курс для построения персонального бренда.

Подводя итоги, стоит сказать, что сегодня мы живем в эпоху большого количества контента, в связи с чем, музыкальные композиции нуждаются в правильной подаче и представлении для его целевой аудитории. Зачастую наличие развитого личного бренда музыканта играет более важную роль, нежели качество самой композиции и его исполнения, но, несомненно, сочетание высококлассной музыки и успешного персонального бренда будет иметь огромное культурное влияние на многие поколения вперед.

Литература:

1. Больше не миллиардер: как антисемитизм Канье Уэста сыграл с ним злую шутку. (Электронный ресурс) // Forbes. 2022. Режим доступа: <https://www.forbes.ru/milliardery/480354-bol-se-ne-milliardier-kak-antisemitizm-kan-e-uesta-sygral-s-nim-zluu-sutku>;
2. Двенадцать архетипов Пирсона или как создать запоминающегося персонажа. (Электронный ресурс) // ArtCraft.Media. 2022. Режим доступа: <https://artcraft.media/akademika/73-12-arhetipov-pirsona-ili-kak-sozdat-zapominajushchegosya-personazha>;
3. Первый после смерти: как Майкл Джексон заработал \$2,4 млрд за 10 лет после кончины. (Электронный ресурс) // Forbes. 2022. Режим доступа: <https://www.forbes.ru/milliardery/386511-pervyy-posle-smerti-kak-maykl-dzheksjon-zarabotal-24-mlrd-za-10-let-posle-konchiniy>;
4. Создание личного бренда. (Электронный ресурс) // Digital Агентство Александра Костюка. 2022. Режим доступа: https://www.alkosto.ru/blog/sozdanie-lichnogo-brenda/?utm_referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F;
5. Человек человеку — человек: главные черты концепции Human2Human в работе с персоналом в ритейле. (Электронный ресурс) // New Retail. 2022. Режим доступа: https://new-retail.ru/business/personal/chelovek_cheloveku_chelovek_glavnye_cherty_kontseptsii_human2human_v_rabote_s_personalom_v_riteyle3635/;
6. Эффективный брендинг руководителя. (Электронный ресурс) // BITOBE. 2022. Режим доступа: <https://blog.bitobe.ru/article/effektivnyy-brening-rukovoditelya/>.

Совершенствование программы маркетинговых коммуникаций компаний сотовых операторов под влиянием постпандемии Covid-19

Михайлова Александра Сергеевна, студент магистратуры
Российский университет дружбы народов (г. Москва)

В научной статье рассмотрены основные направления совершенствования программы маркетинговых коммуникаций компаний сотовых операторов. В работе рассмотрены тенденции развития маркетинговых коммуникаций в современности. Определены факторы результативных маркетинговых коммуникаций компаний сотовых операторов. Актуальность исследования связано с периодом новой реальности, которая характеризуется последствиями пандемии Covid-19, развитием цифровых технологий и периодом экономических санкций.

Ключевые слова: маркетинговые коммуникации, программа маркетинговых коммуникаций, компании сотовых операторов.

Совершенствование программы маркетинговых коммуникаций для компаний рынка сотовых операторов в России предполагает поиск решений и разработку мероприятий, направленных на увеличение эффективности внешних коммуникаций организации с целевой аудиторией (потребителями). Это обусловлено конкурентной борьбой между компаниями, которые для привлечения ограниченных возможностей клиентского спроса, проводят работу по улучшению своей маркетинговой деятельности.

В результате сложившихся тенденций и процессов, наблюдаемых в период проходящей четвертой промышленной революции, сформировались условия цифровой трансформации маркетинговых коммуникаций для компаний сотовых операторов. Поскольку в 2022 году, в период постпандемии Covid-19, наблюдается стремительный процесс цифровой трансформации международной и российской экономики, продукты цифровизации оказывают влияние на трансформационные изменения в маркетинге и маркетинговых коммуникациях коммерческих организаций.

Наиболее перспективным направлением повышения результативности программы маркетинговых коммуникаций сотовых компаний в России выступает использование новых технологий цифровой трансформации, где на уровне технологий обеспечивается эффективное решение задач в продвижении и реализации услуг операторов [4].

Благодаря эффективному управлению трансформацией маркетинговой деятельности в условиях цифровизации российского рынка сотовых операторов, обеспечивается решение следующих важных задач, таких, как [1]:

- формирование вокруг компании благоприятной обстановки, которая привлекает новых клиентов;
- распространение важной информации и информационных предложений компании по предоставлению ею услуг;
- периодическое распространение информации об эффективности и особенностях деятельности компании через средства массовой информации и социальные сети;
- налаживание обратной связи с обществом для получения отклика и оценки качества и эффективности своей деятельности на рынке сотовых услуг.

Особенно заметно влияние цифровых технологий на маркетинговые коммуникации компаний сотовых операторов в России наблюдается через тенденции рынка рекламы, дина-

мика структуры которого за 2019–2021 гг. изображена на графике рисунка 1.

Объем рекламы с применением интернет-технологий за период с 2019 по 2021 год увеличился с 244 млрд рублей до 313,8 млрд рублей. На долю интернет-рекламы сейчас приходится более половины всей рекламной индустрии страны. Как видно из данных, представленных на рисунке, в анализируемом периоде наблюдалось заметное снижение доли традиционных носителей.

Тенденция увеличения доли Интернета, как средства рекламы означает уход от традиционных носителей к цифровым маркетинговым коммуникациям. Цифровизация программы маркетинговых коммуникаций компании сотовых операторов имеет высокую степень влияния на потребителей через следующие моменты [3]:

1. Производитель не только коммуницирует со своими клиентами, но и собирает исходные данные при обратной связи, которые позволяют совершенствовать услуги.
2. Обеспечивается мультиканальность маркетингового продвижения компании, что обусловлено одновременным использованием инструментов и технологий офлайн-маркетинга и онлайн-маркетинга.
3. Создается омниканальность маркетингового продвижения компании, что крайне важно при работе в секторе электронной коммерции.

Развивая и распространяя новые технологии в маркетинговых коммуникациях, направленные на совершенствование программы маркетинговой стратегии компаний сотовых операторов, необходимо учитывать несколько важных моментов [5].

Во-первых, чтобы маркетинговые коммуникации компании были максимально эффективными, необходимо использование различных технологий и инноваций. Их выбор обусловлен тем, на каком этапе находится организация при реализации маркетинговой стратегии. Необходимо своевременно корректировать инструментарий, применяемый в решении поставленных задач.

Во-вторых, важно учитывать то, что общение и обмен информацией между пользователями различных цифровых интерфейсов, маркетплейсов и социальных сетей будут только увеличиваться. Соответственно, эту тенденцию необходимо использовать при анализе реального поведения потребителей, предлагая им оптимальные продукты и решения с целью увеличения лояльности и удовлетворенности брендом.

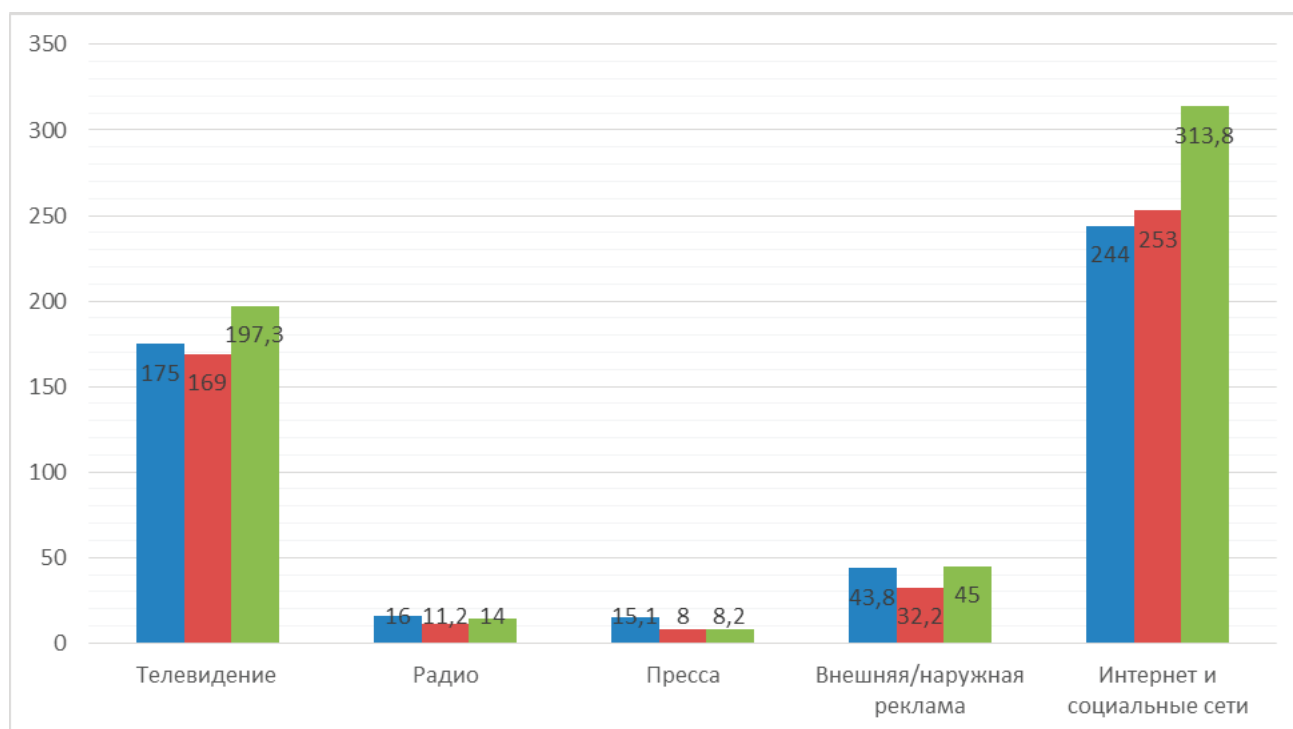


Рис. 1. Динамика структуры рынка рекламы России за 2019–2021 гг., в млрд руб. [2]

В-третьих, маркетинговый анализ рынка сотовых операторов стоит проводить не только посредством исследования общей конъюнктуры рынка, но и через потребительское поведение людей, которых стоит разделять на отдельные категории. Важно собирать и систематизировать информацию, благодаря которой будет проводиться персонализация коммуникационных предложений потенциальным клиентам.

В-четвертых, продажи компаний сотовых операторов через сектор электронной коммерции будут только увеличиваться, что предполагает для повышения результативности маркетинговых коммуникаций использование таких технологий, как геймификация, парсинг, таргетированная реклама, SMM-продвижение, продвижение с помощью блогеров, лидеров общественного мнения и др.

Также одним из направлений совершенствования программы маркетинговых коммуникаций компаний сотовых операторов России выступает проведение активной обратной связи с клиентами. Ее аспектами выступают следующие моменты, как [6]:

- создание вокруг бренда компании положительных условий;

- передача клиентам важной информации;
- налаживание с клиентами обратной связи;
- продвижение своих интересов;
- повышение эффективности коммуникационных процессов.

Таким образом, на данный момент, мы наблюдаем активный переход маркетинговых коммуникаций компаний сотовых операторов России в цифровое пространство. Данный процесс предполагает трансформацию маркетинговой стратегии организаций при помощи применения информационных технологий и систем.

Целью перехода маркетинговых коммуникаций в цифровое пространство является совершенствование продвижения услуг компаний сотовых операторов и увеличение конкурентной доли на новом сегменте рынка электронной коммерции. В дальнейшем данные трансформационные процессы будут только ускоряться, что требует от предприятий принятия решений по переходу маркетинговой деятельности с офлайн на онлайн. Данные решения позволяют увеличить эффективность программы маркетинговых коммуникаций в период постпандемии Covid-19.

Литература:

1. Чижова А. А. Результативность внедрения цифровых технологий автоматизации маркетинга // Маркетинг и логистика. 2022. № 1 (39). С. 77–84.
2. Рекламный рынок России. URL: <http://www.akarussia.ru/node/7849> (дата обращения: 19.11.2022).
3. Будагов А. С., Молчанова Р. В. Будущее цифровых технологий в маркетинге // Актуальные проблемы экономики и управления. 2022. № 2 (34). С. 16–23.
4. Никитенко Ю. В., Болдырева К. А. Эволюция маркетинга: от традиционного к цифровому // Экономика и бизнес: теория и практика. 2021. № 2–2 (72). С. 13–16.

5. Чаева Л. С., Макян М. С., Горячева И. А. Трансформация маркетинговой деятельности в условиях цифровизации // Менеджмент и логистика: перспективы развития в экономике и бизнесе. 2021. С. 149–154.
6. Аладко В. Г. Организация и проведение кампаний по связям с общественностью // Вестник науки. 2022. Т. 4. № 3 (48). С. 58–62.

Стратегия повышения продаж за счет использования инструментария SEO

Таранов Алексей Викторович, управляющий
ООО «МАСТЕРСКАЯ РЕШЕНИЙ» (г. Москва)

Статья посвящена вопросам анализа использования инструментария SEO для повышения продаж компании как эффективного способа проведения маркетинга в сети Интернет. Определено, что SEO-оптимизация представляет собой создание мер по внешней и внутренней оптимизации содержимого интернет-ресурса в целях его последующего продвижения на первые страницы сайта при выдаче в соответствии с запросами в определенной поисковой системе. Уточнено, что для повышения продаж компания может придерживаться следующих стратегий использования SEO инструментария: ведение оптимизированного блога с нативной рекламой, оптимизация страницы с товаром под поисковую выдачу, оптимизация ключевых страниц под выдачу (с формированием лендинга страницы).

Ключевые слова: SEO-оптимизация, инструментарий SEO, интернет-маркетинг, повышение продаж.

Введение. На современном этапе в условиях высокой актуализации вопросов организации активной интернет-маркетинговой политики, особую значимость приобретают исследования, ориентированные на рассмотрение практических аспектов использования инструментария различных методов управления в целях достижения ключевых показателей функционирования и ориентиров деятельности коммерческой фирмы. Инструментарий SEO в этом контексте рассматривается как один из ключевых элементов, обуславливающих возможности продвижения товаров и/или услуг компании за счет использования сетевых форм установления коммуникационных сообщений с потребителями, формирования оптимизированного под поисковую выдачу контента, содержащего в себе рекламные предложения и др.

Актуальность заявленной темы исследования обуславливается и тем, что применение инструментария SEO в целях повышения количества продаж компании сегодня остается не только малоизученным и проблемным, но и противоречивым с точки зрения необходимости оптимального соотношения затрат на SEO продвижение и реализацию оптимизационных процедур размещенных на сайте текстов, являющихся центральным объектом реализуемой маркетинговой политики компании [1].

Цель исследования — произвести теоретический анализ специфических особенностей применения инструментария SEO в деятельности современной организации и обосновать стратегические ориентиры его использования для повышения продаж коммерческой организации.

Основная часть. Затрагивая вопросы описания инструментария SEO, важно четко установить его определение и выявить ключевые черты в деятельности современной организации. Так, под SEO инструментарием в исследовании А.В. Павлова и Д.И. Васюнина понимается комплекс вычислительных алгоритмов, ориентированных на создание мер по внешней и внутренней оптимизации содержимого интернет-ресурса в целях его последующего продвижения на первые страницы сайта при

выдаче в соответствии с запросами в определенной поисковой системе. Иначе говоря, под инструментарием SEO авторы понимают производимые внутренние специфические оптимизационные процедуры, направленные именно на работу с контентом интернет ресурса для обеспечения его продвижения в общей иерархической структуре сайтов [3]. Важно заметить, что инструментарий SEO требует проведения широкого числа процедур оптимизации, причем как на внешнем, так и на внутреннем уровнях.

Внешняя SEO-оптимизация представляет собой обеспечение притока большего числа трафика — обращающихся к сайту пользователей на основании перехода по ссылке на сайт. В качестве одного из наиболее эффективных способов внешней оптимизации становится постепенное приобретение ссылок в целях расширения котируемости сайта в поисковой системе и формирования его большего авторитета на фоне других сайтов. Однако реализовывать подобный способ внешней оптимизации необходимо осторожно — в ином случае, компания грозит потерять трафик ввиду внешних ограничений самой поисковой системы и её алгоритмов. В дополнение к этому, О.Н. Романенкова подчеркивает, что внешняя SEO-оптимизация требует широких рекламных бюджетов — это значительно сказывается на издержках организации в процессе реализации маркетинговой политики в сети Интернет [4].

Внутренняя SEO-оптимизация как показывает опыт автора является одним из наиболее значимых методов управления поисковым продвижением — в этих вопросах внутренняя оптимизация включает в себя процедуры по работе с внутренними элементами размещаемой в сети Интернет страницы: дизайном, контентом, размещаемыми продуктами, частотой публикаций и многих других. Совокупно процедуры по внутренней SEO-оптимизации можно представить в следующей системе:

— разработка качественного и интуитивно понятного дизайна страницы. Представляет собой широкий пласт настройки и доработки сетевой страницы с точки зрения принципов эргономичности, интуитивности, удобства получения

информации, удобства использования сайта и многих других. Совокупно данные показатели прямо влияют на качество и характер удовлетворения посетителя страницы от взаимодействия с ней. В большинстве своем некачественный или отталкивающий дизайн может стать одной из первопричин снижения и/или отсутствия продаж в целом. При этом, сложность организации оплаты и взаимодействия с сайтом в том числе приводит к целой системе трудностей по организации данных процессов со стороны потребителя, и, следовательно, приводит к проблемам с количеством успешно проведенных операций с клиентами через страницу в сети;

- использование внешней поисковой иконки-логотипа (Favicon) при поисковой выдаче заголовков. Этот фактор является отражением восприятия бренда компании и её страницы в сети с точки зрения запоминаемости страницы. Отсутствие индивидуализированного логотипа не всегда является основанием для снижения поисковой выдачи, однако в значительной степени позволяет привлечь клиента и обеспечить запоминаемость бренда компании;

- управление HTML-кодом сайта. Данная процедура в области оптимизации под поисковую выдачу представляет собой необходимость создания равноуровневых тегов в системе ключевых слов, определяющих вероятность выдачи страницы в сети согласно введенным ключевым словам в данной поисковой системе. Наличие заголовков, мета-тегов, а также их выделение полужирным шрифтом становятся позитивными факторами продвижения страницы, её ранжирования в иерархической структуре сайтов по поисковой выдаче;

- управление внутренним контентом (размещаемой информацией) и его оптимизация под поисковую выдачу. В таком случае производятся схожие процедуры управления различными материалами, размещаемыми на сетевом ресурсе, в число которых входит: текст и изображения. В случае текста оптимизация предполагает проведение широкого числа процедур по уникализации текста, обеспечении релевантности заголовков и подзаголовков, расширению объема текста. При этом, значительным фактором становится все то же выделение полужирным шрифтом наиболее важных моментов, что в том числе позитивно сказывается на поисковой выдаче. В случае изображений, оптимизация предполагает учет таких факторов их размещения, как уникальность изображения, формат, вес файла, его размер, наличие названия, внедрение HTML-кодов, водяных знаков. Подобные параметры также сказываются на скорости загрузки страницы после перехода на нее со стороны пользователей, обеспечивают большую узнаваемость, диктуют показатели комфорта при использовании и т.д. Совокупно SEO-оптимизация внутреннего контента является одним из наиболее популярных направлений деятельности компании при применении инструментария SEO; однако, чем большее количество элементов попадет под процедуры оптимизации, тем лучше будет ранжироваться сайт в определенной поисковой системе.

Помимо вышепредставленных инструментативных элементов SEO-оптимизации можно выделить настройку перелинковки страниц (перехода от одной страны к другой; использование лендинга и т.п.); оптимизацию скорости загрузки сайта за счет управления внутренним кодом; обеспечение инте-

грации с поисковыми роботами; настройку карты; обеспечение правильного кода без ошибок, экранирование ссылок, создание семантических единиц и разметки и многие другие. Все они рассматриваются в работе Д.М. Назарова и А. Джураевой в качестве значимых элементов SEO-оптимизации сайтов, позволяющих качественно повлиять на поисковую выдачу в поисковой системе Google [2].

Резюмируя все вышесказанное, определим совокупные преимущества использования процедур SEO-оптимизации в целях обеспечения оптимальной поисковой выдачи в конкретной поисковой системе. Данный подход к организации маркетинговой политики в сети Интернет обеспечивает:

- повышение внешнего трафика живых пользователей, в том числе целевой аудитории;

- наращивание активности в области оптимизированных продуктов и услуг, что становится одним из этапов организации роста продаж;

- позволяет создать эффективные условия использования сайта (управление такими показателями, как эргономичность, привлекательность, удобство и простота интерфейса, дизайн);

- позволяет привлечь новую аудиторию к сайту за счет качественной его наполняемости (ведение оптимизированного блога, внедрение полезных статей и др.).

Все эти позитивные факторы использования SEO инструментария диктуют высокую актуальность и значимость его использования для повышения продаж. В таком случае необходимо придерживаться следующих стратегических направлений:

- первоочередная оптимизация важных элементов сайта — страниц с рекламой товара. Данная стратегия позволит первоначально повысить охват и поисковую выдачу наиболее значимой страницы, а как следствие, станет фактором, стимулирующим продажи;

- внедрение SEO-оптимизированного блога, ориентированного в том числе на нативную рекламу продукции компании. Подобная стратегия позволяет в завуалированной форме презентовать товар компании и деликатно раскрывать его преимущества, что в конечном счете позитивно сказывается на продажах;

- оптимизация важной страницы и формирование оптимизированного продающего лендинга с системой заголовков. Позволит фокусировать внимание клиентов и аудитории — посетителей сайта на «болевых» точках, сформирует условия привлечения и повышения заинтересованности.

Совокупно данные стратегии могут сочетаться и воплощаться в практику функционирования субъекта предпринимательства, становясь значимыми аспектами организации повышения продаж с использованием инструментов интернет-маркетинга, а именно возможностей SEO [5]. При этом также важно масштабировать затраты и учитывать экономическую целесообразность производимой рекламной кампании проекта.

Заключение. Таким образом, по результатам проведенного анализа можно заключить, что:

1. SEO-оптимизация представляет собой создание мер по внешней и внутренней оптимизации содержимого интернет-ресурса в целях его последующего продвижения на первые страницы сайта при выдаче в соответствии с запросами в определенной поисковой системе.

2. Использование SEO инструментария сегодня является одним из эффективных способов повышения трафика на необходимую страницу — при этом всем, чем больше возможностей SEO будет воплощено на странице, тем более качественный эффект получит компания.

3. С целью повышения продаж компания может придерживаться следующих стратегий использования SEO инструмен-

тария: ведение оптимизированного блога с нативной рекламой, оптимизация страницы с товаром под поисковую выдачу, оптимизация ключевых страниц под выдачу (с формированием лендинга страницы).

Все это показывает высокие перспективы использования SEO инструментов в деятельности современной организации при построении маркетинга в сети Интернет.

Литература:

1. Верховцева О. Н. Показатели эффективности маркетинговой деятельности в Интернете // Science Time. 2014. № 3 (3). С. 1–8.
2. Назаров Д. М., Джураева А. Теоретические аспекты seo-оптимизации сайтов строительных компаний в улучшения их позиций в поисковой выдаче Google // Московский экономический журнал. 2022. № 1. С. 484–495.
3. Павлов А. В., Васюнин Д. И. Некоторые особенности внутренней и внешней SEO-оптимизации сайта // НиКа. 2018. № . С. 268–271.
4. Романенкова О. Н. SEO-продвижение как эффективный инструмент интернет-маркетинга // Стратегии бизнеса. 2014. № 1 (3). С. 1–5.
5. Щепакин М. Б., Соболев А. В. К развитию рекламно-маркетингового инструментария в среде интернет // ЭПП. 2021. № 8. С. 2005–2026.

Особенности ребрендинга телекоммуникационной компании

Шмелева Евгения Олеговна, студент магистратуры
Российский университет дружбы народов (г. Москва)

В научной статье проведен анализ характеристики проведения ребрендинга для телекоммуникационных компаний. Определена практическая роль стратегии ребрендинга при управлении брендом телекоммуникационной компании. Выделены основные задачи концепции ребрендинга. Схематически изображены основные этапы разработки стратегии ребрендинга телекоммуникационной компании.

Ключевые слова: телекоммуникационная компания, ребрендинг, стратегия ребрендинга, управление брендом.

Маркетинговая деятельность телекоммуникационных компаний — один из важнейших инструментов и методов по управлению конкурентоспособностью бизнесом, позволяющий увеличивать объем продаж и выручки. При этом в ее основе лежит эффективная рекламная стратегия, которая привлекает новых клиентов и увеличивает объемы потребления продукции телекоммуникационной компании. Лишь реклама и маркетинг не способны обеспечить достижение всех коммерческих целей без комбинации с эффективной системой управления брендом.

Актуальность выбранной тематики связана с тем, что стратегия ребрендинга — это важнейший механизм, которые позволяет проводить перезапуск концепции услуг телекоммуникационной компании, выводя ее на новый уровень клиентского сервиса.

Соответственно, цель статьи — проведение анализа характеристики проведения ребрендинга для телекоммуникационных компаний. Необходимо рассмотреть особенности ее проведения, а также этапы реализации данной стратегии.

Важнейшим направлением формирования успешного развития бизнеса телекоммуникационной компании выступает управление конкурентоспособностью бренда. Под понятием

«конкурентоспособность бренда» подразумевается уровень соотношения конкурентных преимуществ и угроз бренда производителя при ведении конкурентной борьбы с другими брендами конкурирующих компаний сектора телекоммуникационных технологий.

Целью управления конкурентоспособностью бренда выступает создание положительного имиджа, чтобы обеспечить эффективное управление конкурентоспособностью компании на рынках и привлекать новых клиентов и потребителей.

Важнейшим направлением стратегии бренда телекоммуникационной компании выступает проведение активной обратной связи с клиентами. Ее аспектами выступают следующие моменты, как [1]:

- создание вокруг бренда компании положительных условий, привлекающих новых клиентов;
- передача клиентам важной информации, включающей в себя рекламные предложения о новой продукции;
- периодическое распространение информации об особенностях деятельности компании;
- налаживание с клиентами обратной связи и конструктивной взаимосвязи;
- продвижение своих коммерческих интересов;

– повышение эффективности коммуникационных процессов с заинтересованными лицами и клиентами.

Использование инструментов в управлении конкурентоспособностью бренда в практике международных и российских телекоммуникационных компаний позволяет проводить систематическую работу по укреплению взаимоотношений с клиентами. Это увеличивает объем продаж и выручки организации. Данные стратегии управления должны ставить за цель не только продвижение продукции, но и получение обратной связи, благодаря которой известны недостатки каждого товара и возможные проблемные области, которые необходимо улучшить [2].

Однако со стечением времени и обстоятельств конкурентоспособность бренда телекоммуникационной компании может снижаться. Это вызывает надоедливость клиента, из-за чего и снижается конкурентоспособность продукции под данным брендом.

В итоге, объемы продаж снижаются, выручка уменьшается, а ряд финансовых и экономических показателей демонстрируют ухудшение. Из-за такой тенденции руководство телекоммуникационной компании сталкивается с необходимостью проведения реабилитации бренда, что возможно при помощи стратегии ребрендинга.

Под понятием «ребрендинг» подразумевается комплекс мероприятий, направленных на изменение бренда или его составляющих, например, логотипа, названия, визуального оформ-

ления бренда с изменением позиционирования, изменение идеологии бренда в глазах потребительской аудитории [3].

Основными задачами концепции ребрендинга телекоммуникационной компании являются [4]:

- повышение уровня конкурентоспособности бренда;
- увеличение уровня потребительской лояльности клиентов;
- устранение негативных отзывов, которые ранее были о бренде телекоммуникационной компании и ее продуктах.

Главная причина и мотив проведения стратегии ребрендинга телекоммуникационными компаниями является желание сформировать новое позиционирование бренда на рынке, которое обязательно устранить негативные отклики со стороны потребителей [5].

Исходя из этого, стоит рассматривать ребрендинг телекоммуникационной компании не только, как инструмент маркетинговой стратегии внутри экономического субъекта, но и как один из основных элементов в общей системе стратегического управления.

Описывая причины ребрендинга одним понятием, необходимо обратиться к жизненному циклу бренда, который состоит из таких этапов, как идея бренда, становление бренда и старения бренд, после чего приходит или угасание бренда совместно с бизнесом, или ребрендинг и выход телекоммуникационной компании на новый виток своей жизнедеятельности.

Так, основные этапы ребрендинга телекоммуникационной компании и их характеристика изображены на схеме рисунка 1.



Рис. 1. Этапы ребрендинга телекоммуникационной компании с их характеристикой [составлено автором]

В рамках проведения ребрендинга телекоммуникационной компании проводятся пять основных этапов. Начинается все с процесса диагностики бизнеса, конкурентоспособности ее продукции, анализа факторов внутренней и внешней среде. А на завершающей стадии ребрендинга проводится суммирование ранее проведенных этапов, куда относятся аудит, диагностика, целеполагание и план проведения ребрендинга.

Таким образом, исходя из основных процессов формирования стратегии ребрендинга телекоммуникационной компании, стоит отметить, что зачастую менеджеры игнорируют

такие этапы, как диагностика и аудит бренда, а также анализ прошлых действий в рамках маркетингового продвижения.

Подводя итоги статьи, стоит отметить, что разработка концепции ребрендинга телекоммуникационной компании необходима в том случае, если происходит устаревание бренда и его спад. Также причиной ребрендинга может быть полное изменение концепции бизнеса, его продукции, или желание провести перезапуск бренда, репутация которого ранее была среди клиентов негативной, что обусловлено качеством предоставляемого клиентского сервиса.

Литература:

1. Аладко В. Г. Организация и проведение кампаний по связям с общественностью // Вестник науки. 2022. Т. 4. № 3 (48). С. 58–62.
2. Казначеева С. Н., Челнокова Е. А. Бренд как инструмент создания конкурентных преимуществ компании // Современные наукоемкие технологии. Региональное приложение. 2015. № 2 (42).
3. Сидакова Д. И., Побединская Е. А. Ребрендинг как маркетинговый инструмент повышения конкурентоспособности компании // Брендинг как коммуникативная технология XXI века. 2020. С. 98–100.
4. Агаркова Н. В. Роль ребрендинга в корпоративных и промышленных компаниях // Пути повышения эффективности управленческой деятельности органов государственной власти в контексте социально-экономического развития территорий. 2021. С. 5–7.
5. Хромина С. Н. Ребрендинг ПАО «Ростелеком» как маркетинговая стратегия эффективности развития компании // Тенденции развития современной науки. 2021. С. 287–289.

РЕГИОНОВЕДЕНИЕ

Особенности развития инновационной среды в Израиле

Кравцова Дарья Андреевна, студент
Московский педагогический государственный университет

В статье раскрываются основные факторы и причины, способствующие раскрытию инновационного потенциала Израиля. Исследуются международные оценки экспертов уровня развития инновационной среды страны, в которых отражены особенности данного направления. В статье изучаются различные показатели, по которым определяются уровень развития страны, а также приводятся в пример статистические данные различных ресурсов, как например, Индекс благосостояния, глобальный индекс инноваций и другие. Также рассматриваются такие немаловажные аспекты, как образовательная политика, роль ТНК, иммиграционная политика государства и стартап-экосистема для формирования целостной картины развития инновационной среды в Израиле.

Ключевые слова: Израиль, международные оценки, ТНК, иммиграционная политика, образование, стартап-экосистема, инновационная среда.

Израиль выделяется как страна, наиболее развитая среди других стран Юго-Западной Азии по экономическому и индустриальному развитию. Во многом это определяется тем, что Израиль занимается развитием инновационной среды в стране. Наше исследование направлено на комплексное изучение факторов данного развития.

По данным одного из известных рейтингов процветания стран мира, в 2021 году Израиль находится на 32 месте в общем рейтинге по Индексу благосостояния [1]. Отдельно стоит отметить, что в 2017 году он занимал 38-е место, в 2018 году 37-е место, в 2019 он поднялся на 31-е место, в 2020-м был на 30-м месте. То есть Израиль держит уверенные позиции в данном рейтинге, что отражает его динамичное развитие. Кроме того, высокие показатели у данной страны наблюдаются в области инвестиционной среды (17-е место среди всех стран) и в области здравоохранения (6-е место). Также отмечается высокий уровень государственного управления (20-е место) среди других стран.

Согласно другому рейтингу по глобальному индексу инноваций, Израиль находится на 15-м месте [2]. Как указывают авторы исследования, Израиль показывает лучшие результаты по результатам инноваций, чем по затратам на инновации на 2021 год. Что касается результатов инноваций, Израиль занимает 12-е место. Эта позиция выше, чем в прошлом году, но ниже, чем в 2019 году.

Мы определили, что Израиль отличается высокими показателями по экономическому развитию, в особенности в раскрытии его инновационного потенциала. Теперь раскроем то, каким образом Израиль добивается такого успеха.

Во-первых, огромную роль играет образовательная система Израиля, которая насыщает рынок высококвалифицированной рабочей силой. В частности, по данным по данным Органи-

зации стран экономического сотрудничества и развития (ОЭСР, OECD), Израиль имеет 49,7% от всего населения, которое получило формальное образование высшего среднего, включая государственные и частные университеты, колледжи, институты технического обучения и профессионально-технические училища [3]. Израиль отличается высокими расходами на высшее образование, обгоняя многие страны — 47,5% от общих расходов на высшее образование по данным за 2019 год [4]. При этом государственные расходы составляют 4,3% от ВВП, что является высоким показателем [5]. Высокий уровень финансирования научной среды позволяет формировать человеческий капитал и увеличивать потенциал инновационного развития Израиля.

Одним из наиболее оценённых мировым сообществом локальным университетом является Тель-Авивский университет. Рассмотрим его особенности:

1. Есть возможность междисциплинарного подхода, что обеспечивает решение сложных задач на стыке наук. На данный момент интересными проектами являются: «лекарственный препарат, предназначенный для приостановления роста раковых опухолей, 3D-печать сердечной ткани для восстановления поврежденных участков сердца и терапия стволовых клеток у взрослых для лечения бокового амиотрофического склероза» [6].

2. Ведется поиск решений по защите гражданских и оборонных сетей для решения проблем национальной безопасности. В частности, сейчас это: «разработка нового класса гибридных био-электронных датчиков для обнаружения взрывчатых веществ в аэропортах и других местах, токсинов в воздухе и системах водоснабжения, и веществ, используемых в био-терроризме, таких как сибирская язва» [6].

3. Ведутся разработки в области преодоления зависимости от нефтедобычи: «Около 55 коллективов осуществляют десятки исследовательских проектов в таких областях как солнечная энергия, биомассы и биотопливо, энергия ветра, энергетическая политика, экономика и безопасность энергетики и сохранение энергии» [6].

4. Активно ведутся исследования в области нейробиологии: «неврологи ТАУ являются пионерами новых подходов к изучению и лечению нейродегенеративных заболеваний, таких как болезнь Альцгеймера и Паркинсона, в области инсульта и травмы, и психических заболеваний, таких как шизофрения» [6].

5. Разрабатываются нанотехнологии: «Из последних открытий и разработок — сложные наноразмерные устройства для адресной доставки лекарств; меньшие, но более эффективные полупроводники для электроники; более долговечные солнечные батареи для питания электрических машин; новейшие биометрические датчики для обнаружения загрязнений и пищевых бактерий» [6].

Именно сотрудничество с предприятиями напрямую позволяет более эффективно проводить образовательную политику и спонсировать именно те программы, которые необходимы для развития инновационной среды в Израиле. Пример Тель-Авивского университета это хорошо показывает.

Во-вторых, большую роль в развитии инновационного потенциала играют транснациональные компании (ТНК). Сферами их деятельности являются: производство узловых компонентов для своих продуктов, создание центров НИОКР и приобретение израильских стартапов [7]. Мы также можем добавить, что транснациональные компании обеспечивают влияние на бюджет Израиля. Больше всего транснациональных компаний расположено в Тель-Авиве, там располагается самый

большой кластер. Кластер поменьше находится также в Хайфе и в его окрестностях — Тират-Кармель и Йокнеам.

В-третьих, в Израиле создана стартап-экосистема, которая позволяет поддерживать амбициозные проекты. Как указывают журналисты, «в 2021 году израильские стартапы привлекли \$25,71 млрд инвестиционного капитала в 780 сделках» [8]. Важным на пути к такому успеху было создание в 1992 году технологических инкубаторов. Инкубаторы обеспечивали стартапы возможностью заключения международных сделок, проведению экспертизы, а также стартовому подъёмному капиталу. До сих пор такая поддержка работает и продолжает приносить свой вклад в развитие инновационной среды в Израиле.

В-четвертых, нельзя не затронуть и влияние иммиграционной политики Израиля, которая направлена на то, чтобы вытягивать интеллектуальный капитал из других стран. Она имеет свои особенности, так как предпочтение в первую очередь отдается евреям, они проходят более упрощенную процедуру получения гражданства, чем остальные. При этом иностранец, который приехал по работе на Израиль, чаще всего не получает гражданства, как, например, в США, где специалист может претендовать сначала на вид на жительство, а потом и на гражданство. Многие специалисты приезжают также в Израиль работать нелегально, занимая те ниши, в которые не идет местное население.

Таким образом, грамотные подходы к образовательной политике (высокий уровень финансирования, формирование высокотехнологичных направлений, прямая связь с корпорациями) и к иммиграционной (вытягивание интеллектуального капитала из других стран), взаимодействие с ТНК (развитие НИОКР, продажа стартапов), улучшение стартап-экосистемы обеспечивают развитие инновационной среды в Израиле.

Литература:

1. Израильские стартапы: технологии с милитари уклоном. URL: <https://incruasia.ru/understand/israel-startups/> (дата обращения: 17.11.2022).
2. Марьясис Дмитрий Александрович Роль ТНК в развитии экономики инноваций Израиля // КЭ. 2018. № 6. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-tnk-v-razviti-ekonomiki-innovatsiy-izraylya> (дата обращения: 17.11.2022).
3. Центры передового опыта в междисциплинарных исследованиях. URL: https://russian.tau.ac.il/cross_disciplinary (дата обращения: 17.11.2022).
4. Global Innovation Index 2021. URL: https://www.wipo.int/global_innovation_index/en/2021/ (дата обращения: 17.11.2022).
5. OECD (2022), Adult education level (indicator). doi: 10.1787/36bce3fe-en (дата обращения: 17.11.2022).
6. OECD (2022), Public spending on education (indicator). doi: 10.1787/f99b45d0-en (дата обращения: 17.11.2022).
7. OECD (2022), Spending on tertiary education (indicator). doi: 10.1787/a3523185-en (дата обращения: 17.11.2022).
8. The Legatum prosperity index™ 2021. ISRAEL. URL: <https://www.prosperity.com/globe/israel> (дата обращения: 17.11.2022).

Молодой ученый

Международный научный журнал

№ 47 (442) / 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 07.12.2022. Дата выхода в свет: 14.12.2022.

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.