

Министерство науки и высшего образования
Российской Федерации
Белгородский государственный технологический
университет им. В.Г. Шухова
Институт экономики и менеджмента



Актуальные проблемы экономического развития

**XI Международная научно-практическая
конференция**

Сборник докладов

Белгород 2020

УДК 33
ББК 65
А 43

А 43 Актуальные проблемы экономического развития: сб. докл.
XI Междунар. заочной науч.-практ. конф. – Белгород:
Изд-во БГТУ им. В.Г. Шухова, 2020. – 462 с.

ISBN 978-5-361-00832-2

Рассмотрены различные организационно-экономические проблемы современного периода – стратегического менеджмента, инновационной, маркетинговой и инвестиционной деятельности, управление предприятием и др.

Сборник предназначен руководителям административных, производственных и финансовых структур, научным работникам, аспирантам, студентам экономических специальностей.

Редакционная коллегия: д-р экон. наук, проф. Ю.А. Дорошенко; д-р экон. наук, проф. С.Н. Глаголев; д-р экон. наук, проф. И.В. Сомина; д-р экон. наук, проф. Ю.И. Селиверстов; д-р экон. наук, проф. С.М. Бухонова; д-р экон. наук, проф. Е.Д. Щетинина; д-р экон. наук, проф. С.В. Куприянов; канд. экон. наук, доц. Е.В. Арская; д-р экон. наук, проф. Е.Н. Чижова.

ISBN 978-5-361-00832-2

© Белгородский государственный
технологический университет
(БГТУ) им. В.Г. Шухова, 2020

**ДОЛГОСРОЧНЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ,
ПРОИЗОШЕДШИЕ В СФЕРЕ ЗАНЯТОСТИ В СВЯЗИ
С ПАНДЕМИЕЙ КОРОНАВИРУСА**

Авдеева Е.А., канд. экон. наук, доц.,

Готовцева В.И.

*Воронежский государственный
технический университет*

Аннотация. Пандемия вывела из равновесия надёжный и занятый рынок труда изменила и ухудшила условия занятости людей. Рассмотрены общемировые изменения, происходящие в сфере занятости, имеющие долгосрочную перспективу: переход большей части женщин на сокращенный рабочий день, массовые дистанционные формы занятости, цифровой рекрутинг, забота о здоровье сотрудников, усиление экологической составляющей.

Ключевые слова: сфера занятости, дистанционная работа, цифровой рекрутинг, домашний офис, пандемия.

Конец кризису с коронавирусом пока не просматривается. Сегодня никто не может сказать, как в конечном итоге будет выглядеть переходная фаза с постепенным ослаблением и насколько серьезными будут среднесрочные и долгосрочные последствия пандемии для общества, экономики и рынка труда. Вирус окажет долгосрочное влияние на работу, профессиональную жизнь и даже нашу карьеру. Выделим общемировые изменения, происходящие в сфере занятости вызванные пандемией коронавируса.

Во-первых, большая часть женщин перешла на сокращённый рабочий день. Эта тенденция ушедшей эпохи, сейчас как никогда актуальна благодаря пандемии.

Поскольку детские сады и школы были закрыты, а регулярная работа еще не началась, за многими детьми приходится ухаживать и обучать дома. И для этого женщины, в частности, сократили свой рабочий день. Согласно исследованию Института экономических и социальных наук, 27 процентов опрошенных матерей с детьми в возрасте до 14 лет работали меньше, по сравнению только с 16 процентами мужчин. Даже в тех парах, которые раньше работали вместе, теперь женщины все чаще берут на себя работу по уходу. Пандемия вызывает ретрадиционализацию образа жизни женщин, что еще больше усложняет и без того неравные возможности женщин в сфере труда [1].

Во-вторых, очевиден значительный прорыв в мобильной работе. Домашний офис стал для большинства работников совершенно новой ситуацией. По оценкам, доля работающих из дома в результате пандемии увеличилась более чем вдвое. И эта тенденция будет сохраняться. Кризис заставил компании провести серьезное тестирование домашнего офиса. Даже компании, критически относящиеся к работе на дому, вынуждены были пойти на это. Так что видеосвязь и видеоконференции в будущем станут частью повседневной работы и отдыха. У сотрудников будет возможность работать из дома или время от времени приходить в офис. Однако, если компании хотят привлекать лучшие таланты, дистанционные формы занятости здесь не подойдут [4,7].

В-третьих, проявилась потребность в новой культуре управления. С развитием мобильной работы менеджеры тоже должны адаптироваться. Они должны научиться более точно направлять своих сотрудников на расстоянии и более осторожно справляться со своими страхами и потребностями. Менеджерам нужно больше доверять своим сотрудникам. Доверие - это новый контроль. Отказ от контроля и укрепление доверия - то, что все еще сложно для многих менеджеров. И еще не так-то просто управлять удаленно: чаще хвалить, уделять время обсуждениям один на один, общаться более четко - это лишь некоторые из новых задач [2].

В-четвёртых, цифровой рекрутинг становится все более важным. Пандемия вынудила компании оцифровать свои процессы подачи заявок. Хотя во многих компаниях действует мораторий на прием на работу, но те, кто нанимает в настоящее время, сталкиваются с серьезными проблемами. Согласно исследованию, каждый второй рекрутер во время кризиса обнаружил, что ему не хватает ноу-хау и опыта в процессах цифровых приложений. Но опыт последних нескольких месяцев должен был оказаться ценным: 56% опрошенных ожидают, что вскоре они будут чаще набирать кандидатов, используя виртуальные каналы. И поэтому в будущем соискателям придется готовиться к виртуальному собеседованию, по крайней мере, во время первого собеседования. Соискателей труднее убедить с помощью веб-камеры, а специалисты по персоналу не могут познакомиться с кандидатами так подробно, как на реальной встрече, но вариант веб-камеры также имеет преимущества: соискатели экономят свое время и нервы, не имеют дорожных расходов [9]. Что касается финальных собеседований, большинство компаний, вероятно, продолжают полагаться на то, чтобы узнать друг друга лично - если это снова станет

возможным. Менеджеры по персоналу утверждают, что ничто не может заменить личное впечатление о построении отношений. Таким образом, пандемия еще больше оцифровывает процесс найма, но личные встречи также будут необходимы в будущей рабочей среде, особенно для собеседований при приеме на работу и начале работы [3].

В-пятых, забота о здоровье и участие в жизни ценных сотрудников (талантов). Здоровье сотрудников не было главным приоритетом для большинства компаний. Благодаря вирусу приоритеты изменились, здоровье стало важным! В условиях нынешней пандемии важность охраны труда и соблюдение техники безопасности становится очевидной почти каждый день, иногда даже слишком. Динамичная среда, вызванная цифровизацией и демографическими изменениями, значительно повысила необходимость поддерживать здоровье, благополучие и производительность труда сотрудников. В будущем компания будет не только заботиться о здоровье своих сотрудников, но и поддерживать всю личную и профессиональную жизнь своих сотрудников. К примеру, компании Кремниевой долины уже заботятся о своих сотрудниках. Они поддерживают новых сотрудников в поиске жилья, финансируют поездки на общественном транспорте, поддерживают финансирование ухода за детьми, заказывают тренеров для личных и профессиональных вопросов, заказывают здоровую пищу в столовой, предлагают сотрудничество с фитнес-студиями, содержат парикмахерскую на территории компании, организуют техническое оборудование в домашнем офисе или предоставляют приложение, в котором все вопросы о заработной плате и контактные лица хранятся на интуитивном уровне - для всех сотрудников [5,6].

В-шестых, не паниковать, а выработать цель. Для компаний в условиях пандемии как никогда важно иметь цель. Если сотрудники знают, почему они что-то делают и для чего они здесь, то это дает им стабильность и ориентацию, особенно во время кризиса, и предотвращает их панику. Таким образом, кризис, вероятно, заставит все больше и больше компаний проявлять решимость. Потому что в компаниях, которые имеют четкую самооценку, сотрудники будут вносить предложения по инновациям даже в условиях кризиса, и они с большей охотой переключаются. Эксперты сходятся во мнении, что даже после кризиса лучшие таланты хотят вернуться домой с чувством, что они сделали что-то полезное. Компания также выигрывает от этого. Потому что те, кому удастся каждый день давать своим сотрудникам ощущение, что они преследуют более высокую цель в своей работе, получают сотрудников, которые будут более преданными и, возможно, с

более низкой зарплатой. Это должно радовать финансовых директоров компаний - и не только во время кризиса [8].

В-седьмых, эко-имидж становится решающим. Поскольку почти все самолеты остались на земле, многие компании обнаружили, что виртуальные деловые встречи иногда более эффективны, чем когда менеджеры ранее объезжали полмира. Эксперты ожидают, что кризис еще больше усилит экологические усилия компаний. 90% хотят более тщательно проверять необходимость командировок в будущем, как показывает опрос, проведенный Ассоциацией немецкого туристического менеджмента (VDR) среди входящих в нее компаний. Шесть из десяти компаний могут представить себе, что они чаще прибывают на машине или поезде по назначению внутри страны. Действительно ли это должен быть рейс или же вопрос нельзя прояснить с помощью видеоконференци. Со всеми экологическими усилиями: компания также экономит деньги, если ставит своего менеджера перед экраном и не должна бронировать билеты бизнес-класса. Более того: экологические меры компаний становятся все более важным маркетинговым инструментом при поиске персонала и помогают удерживать и мотивировать молодых сотрудников. Поскольку для них, как показывает исследование консалтинговой компании McKinsey, при выборе карьеры устойчивый работодатель даже важнее, чем высокая зарплата.

Список литературы:

1. E. Avdeeva, T. Davydova, N. Skripnikova, L. Kochetova, E3S Web of Conferences (110), 02139 (2019) DOI: 10.1051/e3sconf/201911002139
2. Аверина, Т.А., Баргенева, А.А., Перевалова О.С. Направления развития социального предпринимательства в регионе // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Компьютерные технологии, управление, радиоэлектроника. 2019. Т.19. № 2. С.117-127.
3. T. Averina, E. Avdeeva and O. Perevalova, Introduction of management innovations in the work of municipal organizations // E3S Web of Conferences, 01121 (2018).
4. Аверина Т.А., Кунова Е.С. Мероприятия по повышению кадрового потенциала для обеспечения экономической безопасности коммерческого банка // Управление строительством. 2018. № 2 (11). С. 116-126.
5. Давыдова Т.Е., Баркалов С.А. Человеческий потенциал в стратегии развития региона: государственно-частное партнерство в системе высшего образования // Экономика и менеджмент систем управления. 2018. №2.3(28). С.348-359.

6. Давыдова Т.Е. Формирование и историческое развитие концепции социального рыночного хозяйства // Историко-экономические исследования. Научный журнал, Иркутск. 2006. т.7. №1. DOI: 10.24412/Ff8x2eiOFwA
7. Давыдова Т.Е. Социальная ориентация системы высшего образования как принцип формирования эффективной социальной рыночной экономики // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 3. Экономика. Экология. 2012. № 1 (20). С. 45-52.
8. Гасилов В.В., Карпович М.А., Крючкова И.В. Модель реализации проекта государственно-частного партнерства в природоохранной деятельности // Сборник трудов конференции «The international scientific and practical congress of economists and lawyers «The genesis of genius»». Geneva (Switzerland). 31 января 2014 г. С. 93-98.
9. Сироткина Н.В., Филатова М.В. Сетевой формат взаимодействия: вызовы цифровой экономики, проблемы и перспективы // Регион: системы, экономика, управление. 2019. № 3 (46). С. 31-35.

АКТУАЛЬНОСТЬ ПРОБЛЕМ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ПРОФИЛЬНОГО ПЕРСОНАЛА В ЛОГИСТИЧЕСКУЮ КОМПАНИЮ

**Адова И.Б., д-р экон. наук, проф.,
Кутафина А.А.**

*Новосибирский государственный
технический университет*

Аннотация. В статье освещаются актуальные проблемы персонала в транспортных компаниях. Исследовано состояние рынка труда в сфере логистики по данным HeadHunter. Рассмотрены требования работодателя к ключевым навыкам соискателя. Приведена характеристика специалистов в логистической деятельности. Как результат в статье обобщены проблемы требования к персоналу с точки зрения профессиональных стандартов и цифровизации.

Ключевые слова: компетенции, логистическая компания, профессиональные стандарты, рынок труда.

В настоящее время Российская Федерация находится на 9-м месте по объему экспорта транспортных услуг [8]. Это порождает увеличение количества различных организаций, предоставляющие транспортные услуги, и укрупнение транспортных (логистических) отделов на предприятиях. В совокупности возникает необходимость улучшения качества профессиональных кадров в данной сфере.

Проблема подготовки специалистов в сфере логистики актуальна. Высокий спрос на специалистов в сфере логистики и дефицит готовых кадров на рынке труда порождает переход специалистов из разных сфер деятельности, таких как продажи, маркетинг.

Проанализируем состояние рынка труда в сфере логистики, используя банк вакансий и резюме одного из самых крупных сайтов по поиску работы и сотрудников в мире. По данным рейтинга Similarweb, это HeadHunter [6].

В период с января по август 2020 года hh.индекс изменялся от 5,5 в январе до 4,5 в августе с максимумом в мае – 8,4 (рисунок 1).

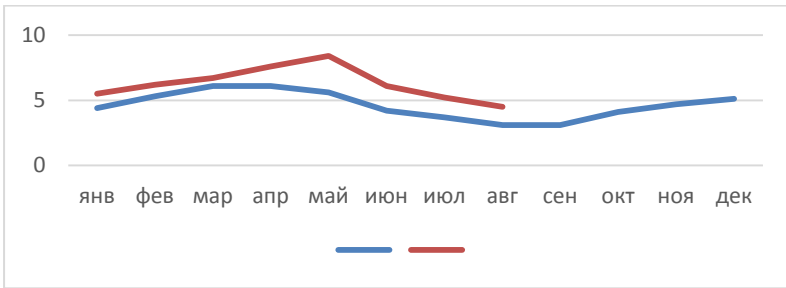


Рисунок 1 – Динамика hh.индекса в сфере транспорта и логистики по месяцам за 2019-2020 годы (составлено авторами по [7])

Динамика hh.индекса показывает дефицитность специалистов через отношение количества активных резюме к вакансиям. Резюме считается активным, если оно открыто для работодателей, и в последние два месяца соискатель хоть раз откликнулся на вакансии, обновлял резюме или редактировал его. Чем ниже индекс, тем ниже конкуренция среди соискателей в этой сфере.

Из анализируемой гистограммы видно, что hh.индекс по сфере логистики и транспорта в 2020 году превышает аналогичный показатель 2019 года, при этом, динамика вакансий (рисунок 2) демонстрирует отрицательный рост, начиная с апреля текущего года.

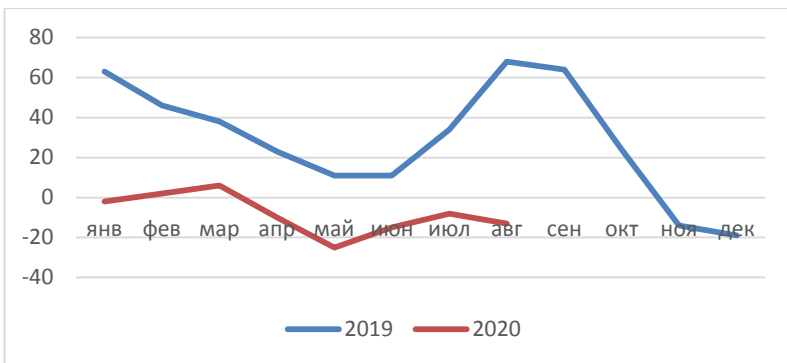


Рисунок 2 – Динамика вакансий в области транспорт и логистики по месяцам за 2019-2020 годы (составлено авторами по [7])

Пандемия COVID-19, закрытие границ между странами, введение режима самоизоляции в разных странах и регионах по-разному (по

срокам и жесткости принятых мер) нарушило привычные цепочки поставок между производителями и потребителями. Динамика вакансий по всем отраслям (январь – июль 2020 г. к январь–июль 2019 г.) составила -2%, а по отрасли «транспорт, логистика» - 9%. Максимальный спад количества вакансий наблюдался в мае 2020 года. Работодатели столкнулись со многими проблемами, которые решались в очень сжатые сроки (вывод сотрудников на удаленную работу, отладка бизнес-процессов в новых условиях), открытие вакансий откладывалось на более «благополучные времена».

По структурному составу в числе соискателей вакансий в сфере логистика и транспорт доля мужчин составила 79 %, 72% соискателей – в возрасте от 26 до 45 лет, 54 % имеют высшее и незаконченное высшее образование, 32% средне профессиональное. Следует отметить, что большая доля соискателей не имеют профильного образования (лишь в 20 % просмотренных резюме соискатели указали наличие диплома о профессиональной переподготовке по логистике, остальные имели образование от педагога до маркетолога) [7].

В Российской практике бизнеса наблюдается очень широкий разброс трактовок, как в наименовании должностей, так и в описании трудовых функций и обязанностей в должностных инструкциях и регламентах. Предлагаемые работодателями должности в вакансиях (HeadHunter – www.hh.ru) могут называться одинаково, независимо от уровня должностей: логист, менеджер по логистике, специалист по логистике, специалист по логистике и таможенному оформлению, логистика ВЭД, менеджер ВЭД, logistics manager, ассистент ВЭД, ассистент менеджера ВЭД, международные перевозки. Требования работодателей к ключевым навыкам соискателей самые разные – от организации и координации перевозок, распределение машин по маршрутам (логист по транспорту), знание транспортной логистики, оптимизации логистических процессов, складской логистики, заключение договоров, контроль отгрузок (руководитель отдела логистики), а для логистов ВЭД - логистика поставок, MS Outlook, 1С: Предприятие 8, контроль поставок, английский язык, китайский язык, SCALA, оформление документации, планирование запасов, хорошее знание ERP систем, ABC-анализ. Общим требованием является активность, ориентация на результат, желание обучаться, высокие коммуникационные навыки.

Важное место в профессиональном развитии специалистов по логистике должны сыграть профессиональные стандарты. С июля 2016 года для многих видов деятельности стали обязательными к

применению профессиональные стандарты — государственные требования к исполняемым функциям и необходимой квалификации. В сфере логистической деятельности принят ряд профстандартов, касающихся работы специалистов в разных областях (таблица 1).

Таблица 1 – Характеристика профессиональных стандартов для специалистов в области транспортно-логистической деятельности (составлено авторами по [9])

Наименование и номер профессионального стандарта	Дата и номер приказа Минтруда РФ	Уровни квалификации
Специалист по логистике на транспорте, № 186	08.09.2014 г. № 616н (с изм. 12.12.2016)	5 – 7
Специалист по организации постпродажного обслуживания и сервиса, № 191	31.10.2014 г. №864н	5 – 7
Логист автомобилестроения, №225	14.10.2014 г. №721н	2 – 7
Специалист по организации сетей поставок машиностроительных организаций, № 393	25.12.2014 г. №1142н	6 – 7
Специалист по управлению цепью поставок в авиастроении, № 704	21.12.2015 г. №1055н	6 – 7
Специалист по логистике в сфере обращения с отходами, № 759	07.04.2014 г. №203н (с изм. 12.12.2016)	5 – 6

В заключение отметим следующие проблемы привлечения профильного персонала в транспортно-логистическую компанию. Недостаточный уровень профессиональных: компетенций выпускников, обусловленный использованием инструментария обучения в вузе 15-20-летней давности. Компетенции выпускника вуза зачастую не устраивают работодателя, и компании вынуждены тратить много времени и средств на обучение и адаптацию нового сотрудника.

Отсутствие взаимоувязанных требований в поле профессиональных стандартов относительно коммуникативных навыков (soft skills), а

также цифровых навыков, что особенно актуально для текущего уровня использования технологий. Традиционный перекося в сторону регламентации и оценки исключительно профессиональных компетенций обуславливает и отсутствие модельной рамки компетенций, увязывающей когнитивные и некогнитивные компетенции, реализуемые в цифровой среде.

Слабая практика использования информационно-аналитического инструментария объективной оценки уровня компетенций логистического менеджера как работодателями, так и специалистами рекрутинговых агентств. Отсутствие навыков самооценки компетенций и разработки программ саморазвития у большинства работников.

Все это свидетельствует о необходимости разработки практикоориентированной системы проактивного управления компетенциями профильного персонала логистических компаний.

Список литературы:

1. Сподина А.С. Эффективность деятельности логистического персонала как важнейший показатель развития предприятия // Проблемы Науки. 2017. №15 (97).С. 56-60.
2. Кадыров Ф.Н., Кулбужева Л.Ю. Актуальные проблемы внедрения профессиональных стандартов // Менеджер здравоохранения. 2016. № 4. С. 69-73
3. Покровский А.К., Миротин Л.Б., Башмаков И.А. Базис логистического менеджмента: Учебное пособие. М.: Техполиграфцентр, 2018. 335 с.
4. Дыбская В.В., Сергеев В.И. Логистика: Учебник. М.: Юрайт, 2016. 317 с.
5. «Сквозные» профстандарты: специалист по логистике на транспорте. [Электронный ресурс]. URL: <http://znaybiz.ru/kadry/kadrovaya-politika/obshhie/profstandart-specialista-po-logistike-natransporte.html> (дата обращения 20.09.2020)
6. Аналитическая платформа SimilarWeb [Электронный ресурс]. URL: <https://www.similarweb.com/> (дата обращения 20.09.2020)
7. Статистика по России: hh.индекс [Электронный ресурс]: сайт кадрового агентства «HeadHunter». URL: <https://stats.hh.ru/> (дата обращения 20.09.2020)
8. РЖД-Партнер.РУ: информационное агентство [Электронный ресурс]: URL: <https://www.rzd-partner.ru/> (дата обращения 20.09.2020)
9. Справочная правовая система КонсультантПлюс [Электронный ресурс]. URL: <http://www.consultant.ru/> (дата обращения 20.09.2020)

СТРАТЕГИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ КЕМЕРОВСКОЙ ОБЛАСТИ В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ

**Адова И.Б., д-р экон. наук, проф.,
Добрецкая А.А.,
Хабинова М.Б.**

*Новосибирский государственный университет
экономики и управления*

Аннотация. в данной статье рассматривается недавно принятая стратегия социально-экономического развития Кемеровской области до 2035 года, а также факторы, которые повлияли ее на разработку. Стратегия была утверждена еще в 2018 году, но пандемия 2020 заставила внести свои коррективы.

Ключевые слова: стратегия, развитие, регион, СФО, пандемия, последствия

В связи с пандемией коронавируса и ее отрицательного воздействия на мировую общественность, пострадали экономики мира, российская не является исключением. Несмотря на все предпринятые меры, в данный момент сложно оценить реальные масштабы и последствия от COVID-19 для России.

Губернатор Кемеровской области Сергей Цивилёв совместно с высшими должностными лицами субъекта представили разработанную стратегию развития региона на период до 2035 года. Губернатор области подчеркнул, что благодаря ей Кузбасс вошёл во все федеральные программы, данный факт положительно сказался на развитии региона [2].

Данная стратегия направлена на комплексное решение задач, которые способны сгладить или значительно сократить влияние глобальных рисков, максимально использовать открывающиеся возможности, связанные с цифровой трансформацией экономики и социальной сферы страны. Поэтому стратегической целью социально-экономического развития области является обеспечение опережающих темпов развития и конкурентоспособности экономики и социальной сферы, а также достижение лидирующих позиций по качеству жизни населения и уровню развития человеческого капитала.

В документе сформированы 36 основных направлений в рамках, которых будет происходить развитие региона. Эксперты их систематизировали в стратегические контуры:

1. «Кузбасс — регион достойной жизни людей!»;

2. «Стратегическое обеспечение безопасности Кузбасса»;
3. «Стратегическая диверсификация экономики Кузбасса»;
4. «Стратегическое развитие систем жизнеобеспечения Кузбасса (водоснабжение и водоотведение)»;
5. «Стратегирование внешнеэкономических, научно-образовательных, культурных, спортивных связей и международной кооперации»;
6. «Стратегирование научно-технологического потенциала Кузбасса и цифровизации региональной экономики»;
7. «Стратегирование финансовой системы и финансовой безопасности Кузбасса» [2].

Стратегия социально-экономического развития Кемеровской области призвана обеспечить новый социальный динамизм региона. Разработчики уверены, что она также поможет в улучшении воспитания молодежи в духе патриотизма, стойкости и толерантности. Разработчиками являлись лучшие ученые страны, которые использовали весь свой научный потенциал и опыт зарубежных стран.

При формировании учитывались внутренние и внешние факторы, носящие характер возможностей и ограничений социально-экономического развития.

Для раскрытия внутренних ограничений экономика области условно разделилась на несколько секторов:

1. Базовые отрасли, к которым относится металлургия, большая химия и добыча полезных ископаемых. Здесь преобладает экспортная политика и высокий уровень апгрейда основных средств. Риски развития данных отраслей определяются мировой конъюнктурой.

2. Поддерживающие отрасли – транспорт, тепло и электроэнергия, строительство, торговля, обрабатывающая промышленность, сельское хозяйство. Данные отрасли ориентированы на внутрирегиональное потребление. Характерными признаками является финансовая нестабильность, стремительный износ основных средств. Рекомендуется переход на высокотехнологичные уровни и системное обновление.

3. Развивающие отрасли, такие как: медицина, образование, культура и спорт, информационные технологии, также, как и поддерживающие нацелены на внутрирегиональное потребление. Характерными чертами является низкий уровень ресурсного обеспечения, потребность в инвестициях.

К основным внешним факторам, оказавшим влияние на экономику Кузбасса относят: высокий уровень волатильности на сырьевых и

финансовых рынках, замедление темпов роста мировой экономики с параллельными процессами развития распределенных независимых систем в области энергетики (массовые автономные производители энергии в частных хозяйствах и отдельных хозяйствующих субъектах) и финансов (распределенные системы «умных» контрактов, криптовалюты или их альтернативы), сохранение очагов политической нестабильности и нарастание террористических угроз, отток капитала из России, рост государственных социальных обязательств перед населением, обусловленный его старением.

Последствия пандемии отразились и на рабочей силе. Сильнее всего это прослеживается в таком виде деятельности как «добычи полезных ископаемых», а именно в добыче угля. Кузбасс является один из крупных месторождений угля в целом мире. Ведь в Кемеровской области добывается около 60% российского угля и более 80% наиболее ценных коксующихся марок. Общая численность человек занятых в добыче полезных ископаемых на период с января по июнь составила 98166 человек, но на июнь 2020 года, общая численность занятых составляет уже 96261 человек [3].

Стратегия социально-экономического развития Кемеровской области направлена на сглаживание многих факторов, резвившихся в последствии пандемии и максимального использования открывающихся возможностей. Губернатор подчеркнул, что благодаря ей Кузбасс вошёл во все федеральные программы, что положительно сказалось на развитии региона. Но на данный момент Кемеровская область не занимает лидирующие позиции по СФО, что обуславливает необходимость реализации жесткой экономической политики, системного оздоровления экономики и последующего привлечения инвестиций в высокотехнологичные виды экономической деятельности.

Список литературы:

1. «Стратегия социально-экономического развития кемеровской области на период до 2035 года» от 26.12.2018 № N 122-О3 // Российская газета
2. Власти Кузбасса одобрили Стратегию развития до 2035 года // ВашГород.ru URL: <https://vashgorod.ru/kemerovo/news/1136855> (дата обращения: 23.09.2020)
3. Численность работников организаций по видам экономической деятельности // Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Кемеровской области URL: <https://kemerovostat.gks.ru> (дата обращения: 21.09.2020)

СТРАТЕГИИ ВЫЖИВАНИЯ И РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ

**Адова И.Б., д-р экон. наук, проф.,
Сатабаева З.И.**

*Новосибирский государственный университет
экономики и управления*

Аннотация. В данной статье рассматривается, почему выживание малых и средних бизнесов важно для государства и экономики, стратегии, которые предприятия могут рассмотреть во время экономического спада и стратегии, которые помогут сохранить бизнес в разгар пандемии, анализируются отрасли, которые попали в список пострадавших от коронавируса. Сделан вывод о том, как с наименьшими потерями сохранить бизнес и с чего лучше начать антикризисные мероприятия.

Ключевые слова: предприятия, стратегии выживания, пандемия, экономика, бизнес, кризис, антикризисная программа.

Учитывая неблагоприятные последствия пандемии для экономики, правительственные меры по оказанию чрезвычайной помощи будут направлены на предотвращение банковского кризиса и кризиса безработицы, с чем и связана актуальность темы. К числу многих секторов экономики, требующих немедленного внимания, относятся малые и средние бизнесы, которые составляют огромную часть экономики. На данный момент правительства во всем мире используют различные политические меры для смягчения экономического удара. Однако бизнес не может рассчитывать только на внешнюю помощь и стимулирование. Именно поэтому сейчас многие предприниматели начали искать способы адаптации к этой новой экономической среде и быстро меняющемуся рынку.

В условиях кризиса компаниям не зависимо от их размера, необходимо провести антикризисную работу, включающую анализ и сравнение с докризисным периодом финансовых показателей и объема продаж, определение целей, плана и задач, и, наконец, выбор стратегии. Все это возможно при создании антикризисной команды. Стратегия антикризисного управления позволяет установить: каким образом компании могут противостоять изменениям внешней среды и с помощью каких предварительных мер можно сохранить свою жизнеспособность и достигнуть намеченных целей.

С чего же лучше всего начать антикризисные мероприятия? Большинство практиков предлагают первым шагом определить базовую стратегию, адекватную рыночной ситуации, состоянию бизнеса, возможностям и целям компании.

Например, стратегия экспансии, предполагающая расширение на своих и смежных рынках. Данная стратегия применима для компаний, которые оказались «на гребне волны» в период пандемии. К ним относятся: Интернет-сервисы, службы доставки, интернет-продажи, фармацевтические компании и другие.

Еще одной эффективной стратегией является стратегия прорыва, которая предполагает делать ставку на новую технологическую разработку, товар-продукт или рыночную возможность. При этом все ресурсы компании вкладываются в эту разработку. В последнее время мы все чаще говорим о цифровизации, много интересных разработок к области микробиологии (в частности открытие вакцины от пандемии и т.д.).

Следующая стратегия - стратегия выхода из бизнеса. Специфическая стратегия, в рамках которой предпринимаются меры для изъятия прибыли и ее максимизации любой ценой. Сокращаются инвестиции, прекращается воспроизводство и увеличивается износ активов — всё в целях увеличить сумму, полученную от продажи и изъятия средств. И наконец, стратегия сохранения бизнеса. Это самая распространенная стратегия, когда компания не просто сохраняет и развивает ключевые функции и компетенции, но и их носителей — сотрудников. Одновременно компания избавляется от второстепенных и непрофильных функций, процессов, активов. Возможна даже частичная или полная консервация активов. Расширение присутствия и рост объемов происходит после восстановления роста экономики.

Первоначальный список пострадавших отраслей был утвержден правительством 6 апреля. В перечень вошло девять сфер, в том числе общепит, гостиничный бизнес, авиаперевозки, бытовые услуги. Позднее список дополнили кинотеатрами и стоматологиями. Сейчас в этот перечень включили музеи и зоопарки. Также появился раздел, посвященный розничной торговле непродовольственными товарами. В него вошла торговля: автомобилями, автотранспортными средствами и мотоциклами, автозапчастями и другими товарами для авто; информационным и коммуникационным оборудованием; товарами культурно-развлекательного назначения; текстилем, одеждой и обувью; торговля на рынках.

Вывод: подводя итог сказанному, следует отметить, что любой кризис-это не только экономический спад производства и безработица, это время для поиска новых стратегий и способов развития бизнеса. Пандемия актуализировала необходимость цифровизации и внедрения новых технологий, меняющих операционные процессы в бизнесе. Карантинные меры позволили в режиме онлайн повысить свое профессиональное образование, на онлайн курсах преподаватели-практики продемонстрировали возможности новых направлений в бизнесе. Оптимальная стратегия выживания в современных условиях, «идти вперед», пассивная стратегия «выжидания» приведет только к краху.

Список литературы:

1. Ансофф И. Стратегический менеджмент.-СПб.: Питер, 2009. 154 с.
2. Виханский О.С. Стратегическое управление. М.:Экономистъ. 2006. С. 57-58.
3. Минцберг Г. Структура в кулаке: создание эффективной организации. СПб.: Питер, 2004. С. 94-95.

ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ: ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И ВЛИЯНИЕ НА СИСТЕМУ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ ПРЕДПРИЯТИЯ

Акимов А.А., аспирант

Московский Авиационный Институт

Аннотация. В статье рассматриваются вопросы развития цифровой экономики в период интенсивного развития информационно-коммуникационных технологий. Развитие интернета и мобильных коммуникаций являются базовыми технологиями современной цифровой экономики, которые в итоге повлияли на все секторы экономики и социальной деятельности и вызвали масштабную цифровую трансформацию нашего общества. Авторы рассматривают последовательное развитие этапов глобальной цифровизации и перехода на вышестоящий уровень интеграции широкого спектра цифровых сервисов, продуктов в киберфизическую систему.

Ключевые слова: управление персоналом, цифровая трансформация, организационно-экономический механизм, интернет вещей, искусственный интеллект, аналитика.

Бурно развивающаяся цифровая экономика стремительно меняет современные модели ведения бизнеса, требует от руководства компаний перестройки всех бизнес-процессов для достижения конкурентоспособности как в текущей, так и долгосрочной перспективе. Происходящее сегодня слияние онлайн и офлайн-сфер подтверждает перспективы цифровой экономики. Помимо людей, интернетом сегодня «пользуются» около 10 млрд машин и механизмов – устройств, датчиков и приборов, а к концу 2020 года прогнозируется двукратное увеличение этого числа. 99% мировых данных уже оцифровано и более 50% имеет IP-адрес. В дальнейшем, согласно прогнозу The Boston Consulting Group (BCG), объем данных будет удваиваться каждые два года [6].

Благодаря подключенности и обмену данными, возникает возможность более эффективного использования ресурсов, совместного пользования инфраструктурой, более полноценной загрузки мощностей - это так называемая «экономика взаимопомощи», или «экономика совместного потребления», - все эти явления принципиальным образом меняют устройство глобальной экономической системы: возможности потребителей, структуру отраслей, роль государств [1].

Цифровизация бизнес-процессов или диджитализация - это переход компаний на электронные платформы. Нередко цифровизацию приравнивают к автоматизации, позволяющей перенести часть задач с персонала на программные решения. Однако автоматизация это лишь первый этап цифровизации. Автоматизация - это перенос бизнес-процессов в электронные системы для хранения и обмена данными в существующем виде, так, как они работают в компании. Цифровизация - это следующий этап, на котором происходит оптимизация бизнес-процессов с адаптацией к инструментам и технологиям цифровой экономики. Но важно понимать, что в результате цифровизации повышается производительность труда, но бизнес-модель не меняется (рисунок 1) [8].



Рисунок 1

Но речь идет не только о технологиях в жизни людей: не все процессы цифровой трансформации связаны с технологиями, многие из них - культурные, меняющие также и мышление коллектива, целеполагание и мотивацию. Появилось большое количество новых профессий и компетенций, были созданы совершенно новые методологии управления проектами и подразделениями, появились полностью цифровые компании и крупнейшие глобальные инфраструктуры.

Получается, что цифровая трансформация - это глубокое преобразование продуктов и услуг, структуры организации, стратегии развития, работы с клиентами и корпоративной культуры. Иными словами, это революционная трансформация модели организации. Но в центре успешной стратегии цифровой трансформации все равно стоит человек: нет смысла развивать инновации ради инноваций. Организация может приспособить для своих нужд только те технологии, которые понимают, ценят и используют ее сотрудники, такую технологическую

трансформацию, что может раскрыть их человеческий потенциал в полной мере. Технологии - это часть мозаики, а её основной, связующий элемент - люди. Цифровая трансформация - это переосмысление способов организации работы сотрудников для их эффективного взаимодействия с клиентами за счёт использования современных технологий и анализа данных. Это целый путь к привлечению набора возможностей и изменению ряда процессов, функций, моделей и многого другого с целью использовать эти изменения и возможности цифровых технологий и их влияние на общество в целом стратегическим и приоритетным способом [5].

Можно утверждать, что структура HR предприятия играет в процессе цифровой трансформации одну из ведущих ролей, ведь знание о том, какие ресурсы доступны бизнесу, где их взять и как организовать под конкретную задачу, может стать ключевым фактором конкурентоспособности. Главная задача HR в процессе трансформации бизнеса - это создание новой корпоративной культуры, формирование новых ценностей, которые выражаются в компетенциях и личностных качествах, необходимых сотрудникам в новых условиях работы бизнеса. Для этого HR-руководитель должен, в первую очередь, трансформироваться сам, обладать стратегическим видением, быть интегратором изменений и найти способ помочь командам трансформироваться, не потеряв ценности и преимущества традиционного бизнеса.

Польза цифровой трансформации для бизнеса невероятно высока: это и более легкое управление ресурсами, и доступ к большему количеству информации о клиентах, рост гибкости и привлечение инноваций, выход на новый уровень прозрачности, расширение прав и возможностей сотрудников, формирование цифровой культуры [4].

Цифровая экономика – это среда, которая будет формироваться не один год и потребует привлечения компетенций огромного количества высокопрофессиональных специалистов. В настоящий момент бизнес в России пришел к пониманию, что управление человеческими ресурсами это не просто модерирование второстепенного поддерживающего бизнес-процесса. Такое обособление создает условия, когда HR может перестать ставить во главу угла интересы бизнеса в целом, живя своей самодостаточной жизнью. Чтобы избежать такого положения вещей, HR-директор должен не просто возглавлять подразделение, но быть полноценным бизнес-партнером, активно включенным в жизнь бизнеса [6].

В сфере управления человеческими ресурсами возникает понятие

HR диджитализации: компания трансформирует модель ведения бизнеса, меняя продуктовую направленность на технологическую. В условиях цифровизации экономики возникает необходимость разработки диджитал-стратегии, определяющей портфель используемых ИТ-активов компании [2]. Специалист по управлению персоналом «цифровой» организации должен:

- измерять и непрерывно повышать производительность труда каждого сотрудника организации, конечной целью является увеличение дохода, приходящегося на одного сотрудника;

- стимулировать внедрение процессных инноваций в практику деятельности организации, поскольку они в 5 раз увеличивают экономическую добавленную стоимость в сравнении с повышением производительности труда. Итак, рынок технологий и инструментов в HR растет и будет расти в будущем, причем в двух направлениях - захватывая новые области применения внутри HR (от рекрутинга до аналитики) и повышая производительность в отмеченных «диджитализацией» сферах деятельности менеджеров.

Вместе с компаниями предстоит измениться и самим HR-специалистам, способным осуществлять найм, подготовку и обучение персонала в цифровой экономической реальности. Необходимо подчеркнуть, что компетенции будущего и актуальные сегодня компетенции менеджера по управлению персоналом будут сильно отличаться. Поэтому задачей сегодняшнего HR-специалиста является задача подготовки сотрудников к трансформации «профессий» и компетенций в будущем [3].

В завершении можно констатировать, что цифровая трансформация, без преувеличения, магистральное направление технологического развития любой сферы, в том числе и авиакосмической промышленности: она позволяет решать на новом уровне непрерывно усложняющиеся задачи, стоящие перед предприятиями отрасли. В современных условиях экономики достаточно трудно определить правильный вектор для движения и построения стратегий развития в передовых отраслях современной высокотехнологичной промышленности любой страны, особенно России. И только в одном можно быть абсолютно уверенным: инновации в наукоемких отраслях на сегодняшний день являются главной движущей силой и отличным конкурентным преимуществом.

Список литературы:

1. Андреева О. HR: новые тренды управления персоналом //

- BusinessExcellence. 2019. №2. С. 23-27.
2. Золотар С. Итоги HR-диджитал 2018: Smart-рукрутинг, Employment Value, Proposition и HR-аналитика // Bussines Stor. 2018. ?5. с. 12-16.
 3. Костенко Е.П. Современные тренды в управлении персоналом: отечественный и зарубежный опыт // Hjournal. Вопрос регулирования экономики. 2018. №4. С. 17-19.
 4. Нагибина Н.И., Шукина А.А. HR-диджитал: цифровые технологии в управлении человеческими ресурсами // Науковедение. 2017. Том 9. №1. С. 62-64.
 5. Свиридов П. HR-тренды: скоро ли ждать цифровой трансформации найма [Электронный ресурс]. Систем. требование: AdobeAcrobatReader. URL:<https://mcs.mail.ru/blog/hr-trendy-skoro-li-zhdat-cifrovoj-transformacii-najma> (дата обращения: 10.07.2020).
 6. Цифровизация: история, перспективы, цифровые экономики России и мира [Электронный ресурс]. Систем. требование: AdobeAcrobatReader. URL:<http://www.up-pro.ru/library/strategy/tendencii/cyfvovizaciya-trend.html> (дата обращения: 12.07.2020).
 7. Цифровой HR: новые тренды управления персоналом. По материалам конференции «Основные тренды управления персоналом в условиях цифровой экономики» Московской международной высшей школы бизнеса МИРБИС [Электронный ресурс]. Систем. требование: AdobeAcrobatReader. URL: <https://ria-stk.ru/ds/adetail.php?ID=175634> (дата обращения: 10.07.2020).
 8. Чухно Ю. Управление изменениями в VUCA-мире: как вовлечь людей и помочь им стать лидерами новых решений [Электронный ресурс]. Систем. требование: AdobeAcrobatReader. URL: <http://novaterracoaching.su/change-management-in-vuca> (дата обращения: 17.08.2020).

АНАЛИЗ СИСТЕМЫ СБЫТА И РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЯ МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ

Александрова С.А., ст. преподаватель,
Блохина А.А.

Белорусско-Российский университет
Могилев, Республика Беларусь

Аннотация. В статье проведён анализ системы распределения продукции одного из производителей молочной продукции Республики Беларусь. Рассмотрено соотношение объёмов реализации продукции на внутренний и внешний рынки. Более подробно изучена структура и динамика продаж на внутренний рынок и на экспорт.

Ключевые слова: канал распределения, объём продаж, структура, динамика, внутренний рынок, внешний рынок.

Организация системы доставки и распределения продукции является одной из важнейших задач, решаемых всеми крупными производителями. Исследование было проведено на примере одного из ведущих предприятий в молочной отрасли, которое выпускает широкий ассортимент молочной продукции, включающий в себя цельномолочную продукцию, масло, сыры, сухие молочные продукты и пр. Продукция реализуется по всем четырём возможным каналам распределения: от нулевого до трехуровневого (рисунок 1).



Рисунок 1 – Каналы распределения ОАО «Бабушкина крынка»

Нулевой канал – продукция реализуется потребителю напрямую в пределах Республики Беларусь через филиалы и торговые представительства, (реализация крупным кондитерским предприятиям).

Реализации товаров по Республике Беларусь через сеть предприятий розничной торговли – одноуровневый и двухуровневый каналы.

Выход продукции на внешние рынки – канал третьего уровня. Закупка продукции первоначально производится дистрибьюторами, которые перепродают ее оптовым торговцам, а те – торговцам розничным

На рынках стран СНГ у ОАО «Бабушкина кринка» есть свои крупные представители – оптовые склады, с которых продукция попадает на мелкооптовые склады, затем в розничную торговлю.

На рисунке 2 представлена карта расположения основных представителей и дилеров ОАО «Бабушкина кринка».

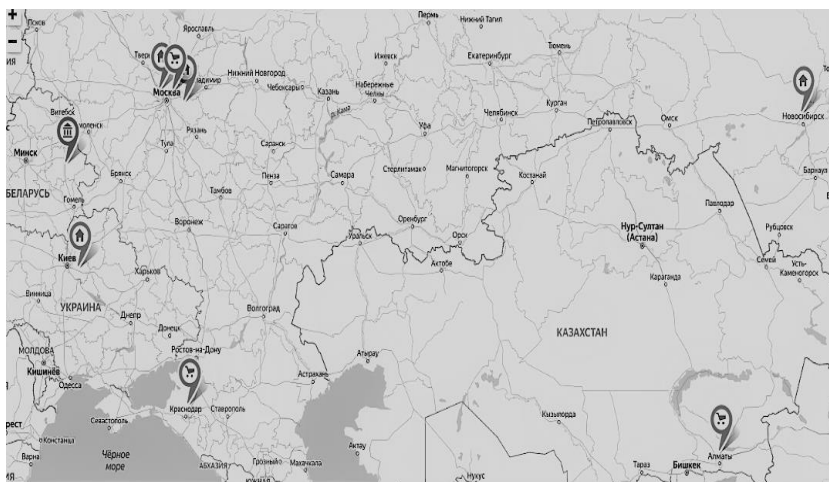


Рисунок 2 – Карта расположения основных представителей и дилеров ОАО «Бабушкина кринка»

Официальными представителями за пределами Республики Беларусь являются совместные предприятия: ООО СП «Бабушкина кринка-Элан» (г. Москва), ООО «Бабушкина кринка-Новосибирск», ООО "Торговый дім "Бабушкина кринка" (г. Киев), ООО «Бабушкина кринка МСК» (г. Москва). В дилерскую структуру входят такие участники как Торговый дом «Милк Вест» (г. Москва), ЗАО "Тандер" (г. Краснодар), ТОО «Торговый Дом «Бабушкина кринка-Казakhstan», (г. Алматы) и др.

Таким образом, близкорасположенные представители и дилеры находятся в г. Москве и г. Киеве. Они обладают наиболее широким ассортиментным перечнем продукции, а также более низкими ценами на продукцию, благодаря низким транспортным издержкам. Представители, расположенные в городах Новосибирск, Краснодар, Алматы, находятся на далёком расстоянии от головного предприятия ОАО «Бабушкина крынка», поэтому транспортные издержки увеличиваются, следовательно, растёт цена продукции. Из-за низких сроков годности сужается ассортиментный перечень продукции, поэтому сюда, в основном, поставляются молоко, сливки, сыворожка и смеси в твердых формах.

Реализация продукции производится на основании заявок потребителей. Расчёты за товары производятся платёжным требованием и платёжным поручением, а также по предоплате. Доставка продукции иногородним покупателям на условиях франко-станция назначения, при одnogороднем отпуске – на условиях франко-станция отправления.

Авторами был проведён анализ продаж продукции предприятия, а также соотношение объёмов реализации продукции на внутренний и внешний рынки по основным товарным группам (таблица 1).

Таблица 1 – Анализ объёма продаж на внутренний и внешний рынки

Наименование продукции	Реализовано продукции на внутренний рынок, т.			Реализовано продукции на внешний рынок, т.		
	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.
Цельномолочная продукция	105 993	89 391	99 386	4 769	2 060	5 847
Нежирная молочная продукция	2 256	4 130	4 428	650	531	621
Молоко жидкое и сливки	45 141	43 545	48 651	335	175	290
Молоко, сливки и смеси в твердых формах	2	0	0	23 955	27 120	35 691
Масло сливочное	2 573	2 293	3 038	1 838	14 100	16 897
Сыр и творог	4 276	3 711	4 076	5 053	7 060	9 362
Йогурт	19 360	18 677	19 731	357	312	412
Сыворожка	0	0	0	1 670	3 235	3 522
Мороженое и прочие замороженные десерты	607	592	713	5	1	5
Всего	180 208	162 339	180 023	38 632	54 594	72 646

Из данных, представленных в таблице 1, видно, что основным для производителя является внутренний рынок – продажи внутри страны в пять раз больше, чем продажи за её пределами.

По отдельным группам продукции сложилось неодинаковое соотношение внутренних и внешних продаж. Так, сухие молочные продукты (молоко, сливки и смеси в твёрдых формах) в основном экспортируются; к экспортным товарам также можно отнести масло и твёрдые сыры. При этом такие позиции как цельномолочная продукция, а также мороженое, молоко и сливки, сыворотка, йогурт, сыр мягкий и плавленый почти в полном объёме реализуются на внутреннем рынке.

Более детально объём и структура продаж продукции на внутренний и внешние рынки представлены на рисунках 3 и 4.

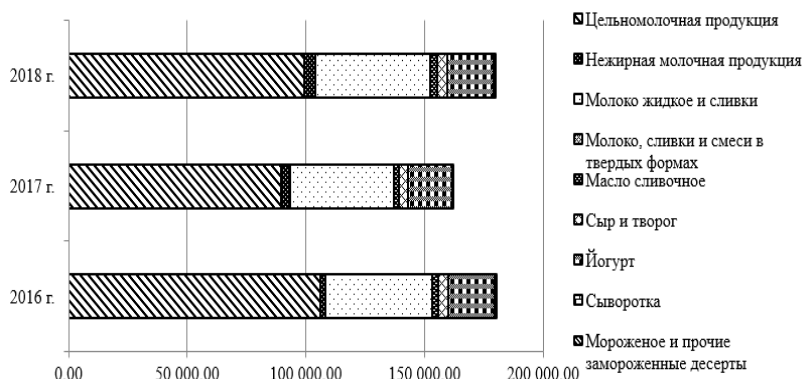


Рисунок 3 – Состав и динамика продаж продукции на внутренний рынок за 2016-2018 гг.

По рисунку 3 видно, что основной продукцией, реализующейся на внутренний рынок, является цельномолочная продукция, молоко жидкое и сливки, йогурт.

По рисунку 4 видно, что основой экспорта предприятия являются молоко, сливки и смеси в твёрдых формах, масло сливочное, сыр и творог, которые формируют до 50 % общего объема экспорта. По существенности роли отдельных групп продукции в экспорте следует также выделить масло сливочное – более 25 % экспорта в 2018 г., а также, сыр и творог – 13 % в 2018 г. В целом, динамика экспорта нестабильная. Это связано с изменчивостью рынка, его высокой насыщенностью и конкуренцией между производителями как на внутреннем, так и на внешнем рынках.

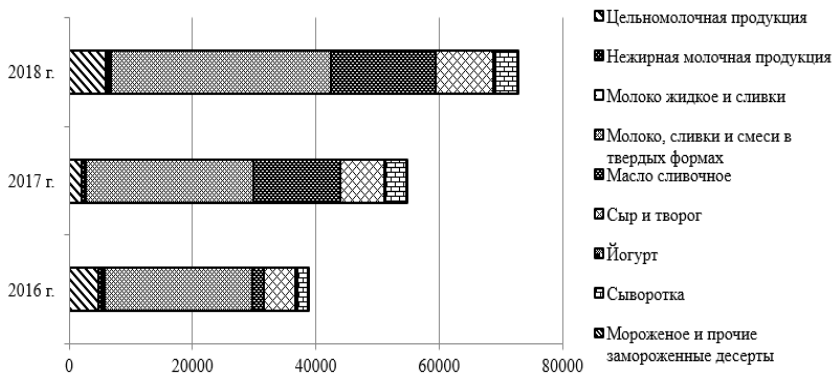


Рисунок 4 – Состав и динамика продаж продукции на экспорт за 2016-2018 гг.

Таким образом, ОАО «Бабушкина крынка» имеет налаженную систему распределения продукции, так как продукция реализуется в пределах Республики Беларусь через филиалы и торговые представительства, сеть предприятий розничной торговли, а за пределами Республики Беларусь посредством официальных представителей и дилеров. В то же время высокая неопределенность на рынках сбыта и конкуренция со стороны большого количества других производителей заставляет постоянно искать пути совершенствования существующей системы. По итогу выполненного анализа можно обратить внимание на следующие направления работ: внедрение в сознание покупателей представления об отличительных характеристиках продукции с помощью рекламы; проведение мероприятий в рамках маркетингового продвижения продукции; разработка системы скидок для оптовых покупателей; гарантия возврата денег в случае неудовлетворенности покупателя качеством или потребительскими свойствами товара.

ОЦЕНКА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СОБСТВЕННОГО ТРАНСПОРТА В ТРАНСПОРТНОЙ СИСТЕМЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

**Александрова С.А., ст. преподаватель,
Котвицкая Е.В.**

Белорусско-Российский университет

Аннотация. В статье проведен результат анализа основных результативных показателей использования транспортных средств в корпоративной транспортной системе на предприятии по оцинкованию металлоконструкций в Республике Беларусь. Отмечены ключевые проблемы и намечены направления их решения.

Ключевые слова: транспорт, перевозки, объем перевозок, грузооборот, пробег, выручка, прибыль.

Современный производитель для обеспечения конкурентоспособности своей продукции и бизнеса в целом заинтересован в повышении эффективности своей работы как по основному виду деятельности, так и обеспечивающим. В цепочке создания ценности конечного продукта важно организовать и контролировать не только производство. Но и доставку готового продукта, для чего производители организуют собственное транспортное хозяйство.

Исследование было проведено на примере завода горячего цинкования, который осуществляет защиту металлоконструкций с применением новейших технологий. На предприятии постоянно ведутся работы по эффективному использованию всех видов ресурсов с целью снижения себестоимости продукции и соответственно повышению конкурентоспособности оказываемых услуг.

Анализируемое предприятие доставляет готовую продукцию, как собственным транспортом, так и предоставляет покупателям возможность самовывоза.

Для оказания услуг по доставке на балансе предприятия числятся три единицы грузового подвижного состава марки МАЗ-544019, которые были введены в эксплуатацию в 2016 г. Срок их полезного использования составляет 8 лет. Седельный тягач МАЗ – 544019 предназначен для региональных и междугородних перевозок различных грузов в составе автопоезда по дорогам с асфальтобетонным покрытием.

Прямыми показателями использования подвижного состава являются объемные показатели – объем перевозок и грузооборот. Основной объем поставок продукции предприятия идет за пределы страны, поэтому выполнен анализ данных показателей в международном сообщении (таблица 1).

Таблица 1 – Объемные показатели использование грузовых транспортных средств в международном сообщении

Показатель	Год				Темп роста, %		
	2016	2017	2018	2019	2017 г. / 2016 г.	2018 г. / 2017 г.	2019 г. / 2018 г.
Перевезено грузов, тыс. т	3,9	3,7	3,2	2,9	94,87	86,49	90,63
Грузооборот, тыс. т·км	3711	3514	3348	3255	94,69	95,27	97,23
Общий пробег, тыс. км	366	351,4	305	351,1	96,01	87	114,8

Из таблицы 1 можно сделать вывод, что объемные показатели деятельности подвижного состава с каждым годом снижаются. Так, объем доставки грузов потребителю в 2019 г по сравнению с 2016 г. составил 74,36%. ($2,9 / 3,9 \cdot 100\%$).

Снижение по техническим показателям деятельности подвижного состава по кварталам было замечено в 2018 и 2019 гг., что является отрицательной тенденцией. Так как главным потребителем предприятия является Российская Федерация, где рынок в последнее время очень нестабилен из-за экспортных санкций и ограничений, а также колебания курса российского рубля, что влечет за собой снижение объемов поставок. Также уменьшение объемных показателей может быть вызвано увеличением заявок на самовывоз.

Ритм формирования данных показателей в разрезе кварталов с 2016 г. по 2019 г. представлен в таблице 2.

Ритм формирования объемных показателей позволяет оценить удельный вес показателя к годовому значению. Анализ данных показателей показывает, как повторяется ритм и какой он имеет характер (устойчивый, скачкообразный и т.д.).

Таблица 2 – Ритм формирования транспортных показателей по кварталам

Год / Показатель	Квартал			
	1	2	3	4
Перевезено грузов в процентах к годовому показателю				
2016 г.	23,08	25,64	30,77	20,51
2017 г.	21,62	27,03	24,32	27,03
2018 г.	15,63	28,13	34,38	21,88
2019 г.	20,69	24,14	31,03	24,14
Грузооборот в процентах к годовому показателю				
2016 г.	22,55	25,06	32,34	20,05
2017 г.	21,17	26,47	23,90	28,46
2018 г.	25,57	24,97	28,07	21,39
2019 г.	25,04	22,89	30,38	21,69
Общий пробег в процентах к годовому показателю				
2016 г.	21,31	25,41	32,79	20,49
2017 г.	21,17	26,47	23,90	28,46
2018 г.	23,32	29,27	29,95	17,46
2019 г.	21,08	25,92	32,47	20,54

Из таблицы 2 можно сделать вывод, что максимальные значения по объемным показателям в процентах к годовым показателям наблюдается в 3 квартале. Именно в это время наблюдается максимальная загруженность производственных мощностей предприятия и, соответственно возникает необходимость в большем объеме грузоперевозок.

Наблюдается достаточно высокая стабильность годового ритма показателей в 1-м, 2-м и 3-м кварталах, в то время как в 4-м квартале наблюдается неустойчивый ритм формирования показателей. На это могут повлиять как внутренние, так и внешние факторы. Для выравнивания данных показателей в 4 квартале предприятию необходимо изучить причины снижения спроса на свои услуги в данный период года.

Финансовые показатели, характеризующие использование подвижного состава на предприятии в 2016 – 2019 гг. представлены в таблице 3.

Проанализировав динамику показателей таблицы 3, можно сделать вывод, что имеется преобладающая тенденция их снижения.

Таблица 3 – Финансовые показатели транспортных средств за 4 года

Наименование	Год				Темп роста, %		
	2016	2017	2018	2019	2017/ 2016	2018/ 2017	2019/ 2018
	Выручка от эксплуатации автомобильных транспортных средств, тыс. р.	486,1	565,1	484	468	116,25	85,65
Прибыль, от эксплуатации автомобильных транспортных средств, тыс. р.	50	94,4	-8	32	188,80	8,47	400
Затраты, связанные с эксплуатацией автомобильных транспортных средств, тыс. р.	436,1	470,7	492	436	107,93	104,5	88,62

Нетипичная динамика характерна для показателя прибыли от эксплуатации автомобильных транспортных средств – последовательный ежегодный рост и снижение, с отрицательным значением в 2018 г.

Таким образом, обеспечение стабильного и эффективного использования подвижного состава непосредственно связано с успешностью основной производственной деятельности. Нестабильность спроса приводит к колебаниям объемов деятельности, загрузки производственных мощностей, а также неравномерному и неполному использованию подвижного состава.

Для улучшения результатов хозяйствования, увеличения доходов и снижения зависимости и рисков производителю рекомендуется постоянно осуществлять поиск новых заказчиков. Также следует рассмотреть возможность усиления независимости предприятия и максимального ухода от толлинга, который не дает высокой добавленной стоимости.

АНАЛИТИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УПРАВЛЕНИЯ ЗАТРАТАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Асатиани Н.И., магистрант
*Новосибирский государственный университет
экономики и управления*

Аннотация. Исследованы вопросы совершенствования аналитического обеспечения управления затратами предприятия в современных условиях. Затраты предприятия и себестоимость продукции являются важнейшими показателями, определяющими его финансовые результаты и эффективность хозяйственной деятельности в целом. Эффективность управления затратами позволяет определить резервы их снижения и возможности интенсивного развития. Рассмотрены основные направления аналитических процедур по управлению затратами и себестоимостью выпускаемой продукции. Рассмотрены отдельные элементы себестоимости и возможность ее снижения, а также резервы управления себестоимостью в перспективе. Представленный анализ рекомендован к использованию на предприятиях машиностроительной отрасли, а также на предприятиях, выпускающих широкую номенклатуру изделий.

Ключевые слова: аналитическое обеспечение, затраты предприятия, инфляция, повышение эффективности, показатели себестоимости, себестоимость продукции, снижение себестоимости, управление затратами.

Значимость учетно-аналитической системы в принятии научно обоснованных управленческих решений в условиях быстро меняющейся внешней среды, неопределенности поведения хозяйствующих субъектов рынка существенно возрастает и зависит от качества учетно-отчетного пространства.

Современные экономические отношения, в которых функционируют организации, настоятельно требуют использования эффективных управленческих технологий, способствующих сохранению их финансовой устойчивости и платежеспособности. В такой ситуации принятие управленческого решения как тактического, так и стратегического характера должно базироваться на достоверной оперативной информации в необходимых аналитических разрезах, обеспечить которую традиционная система бухгалтерского учета не может [1].

В условиях рыночной конкуренции каждый производитель должен соизмерять свои затраты по производству и реализации продукции с возможностями рынка, платежеспособным спросом покупателей и издержками основных конкурентов. Для этого необходимо рассчитывать и вовремя корректировать себестоимость товаров, которая может постоянно изменяться под воздействием внутренних производственных и внешних рыночных факторов [2].

В современной экономике эффективность управления затратами является определяющим элементом экономической и финансовой политики предприятий. Процесс управления затратами включает:

- планирование, контроль и корректировку себестоимости всех видов выпускаемой продукции;
- анализ структуры себестоимости товаров и ее изменения;
- определение эффекта масштаба производства при выпуске технологически подобной продукции для оптимальной корректировки ценовой политики;
- изучение влияния изменения уровня инфляции на затраты и другие аспекты.

При анализе себестоимости текущего ассортимента выпускаемых товаров чаще всего применяют следующие показатели [3].

1. Полная себестоимость единицы всех товаров, планируемых к производству и реализации.

Очевидна проблема необходимости отслеживания постоянного изменения затрат предприятия для планирования ценовой политики предприятия, поскольку они определяют в конечном итоге его финансовые результаты. Целевое и эффективное управление затратами предприятия предполагает выявление и использование резервов снижения себестоимости всего товарного ассортимента продукции.

2. Себестоимость реализованной продукции в динамике может иметь различные тенденции:

- увеличиваться в связи с ростом объемов производства или инфляцией;
- уменьшаться в связи с освоением новых материалов, технологий и оборудования;
- оставаться относительно стабильной.

Однако в случае, если темпы роста себестоимости всей продукции ниже, а лучше, значительно ниже темпов роста выручки, можно констатировать тенденцию роста эффективности управления затратами.

3. Затраты на один рубль реализованной продукции Z_{1p} определяют затратную стоимость 1 рубля этой продукции. Экономический смысл

этого показателя заключается в определении прибыли на каждый рубль реализованной предприятием продукции. Например, этот показатель составляет 0,75 руб./руб., что означает – каждый рубль выручки предприятия приносит ему 25 коп. прибыли. При этом одни товары могут очень прибыльными для предприятия, другие на грани прибыльности, а третьи убыточными. Однако необходимо отметить, что управление затратами предприятия в данном периоде имеет высокий уровень эффективности.

По изменению этого показателя можно в значительной степени судить об эффективности производственных процессов на предприятии.

Рост данного показателя определяет снижение основного показателя в рассматриваемом интервале времени и означает рост эффективности производственно-коммерческой деятельности предприятия. При использовании цен на товары базисного года при расчете затрат на 1 рубль продукции дает возможность нейтрализовать в определенной мере изменение цен и инфляции при определении эффективности производства продукции, которая характеризует возможности предприятия к повышению эффективности использования всех видов ресурсов и технологий.

Поиск резервов снижения себестоимости товаров является важным элементом плановой работы предприятия. При этом учитывается внедрение новых средств труда, материалов, технологий, снижающих трудоемкость продукции, а также проведение целого комплекса организационно-технических мероприятий, направленных на снижение производственного цикла товаров, которые в комплексе способны ускорить оборачиваемость средств предприятия, сократить потребность в кредитных ресурсах и, соответственно, повысить эффективность производственно-коммерческой деятельности предприятия [2].

Основные возможности снижения себестоимости выпускаемой продукции имеют различную природу:

- часть из них определяется внешними факторами, зависящими от рыночной конъюнктуры как по производимой продукции, так и по используемым видам ресурсов;

- другая часть относится к внутренним факторам, которые определяют возможности эффективного использования предприятием всех видов ресурсов и технологий, как экстенсивных, так и интенсивных методов развития.

Наиболее подробно снижение себестоимости продукции целесообразно рассматривать в рамках калькуляционных статей.

1. Материальные затраты, которые определяются стоимостью приобретения материалов и их необходимым количеством. Стоимость материалов обусловлена ценой предприятия поставщика, который при использовании долговременных хозяйственных договоров может давать определенные скидки, а также льготные условия поставки и оплаты, которые в свою очередь непосредственно влияют на снижение затрат предприятия.

Количество используемых материальных ресурсов также является величиной переменной, так как при совершенствовании технологии предприятия стремятся сократить отходы и оптимизировать различные виды подготовительных операций, включая контроль качества.

2. Затраты на полуфабрикаты и комплектующие изделия также имеют свои возможности снижения вследствие повышения уровня отраслевой кооперации производства при развитии рынка данной продукции. Общеизвестно негласное правило, при котором чем выше уровень кооперации производства, тем ниже себестоимость конечной продукции.

3. Затраты на заработную плату основных производственных рабочих могут снижать себестоимость выпускаемой продукции посредством снижения трудоемкости, которая в свою очередь зависит от используемых технологий, уровня прогрессивности оборудования, квалификации рабочих и т. д.

Необходимо отметить влияние уровня организации производства. Например, чем меньше время цехового и межцехового пролеживания изделий, тем меньше длительность их производственного цикла, тем выше оборачиваемость оборотных средств и, соответственно, объективно снижается себестоимость товаров.

При повышении эффективности использования трудовых ресурсов предприятия возникает вопрос соответствия уровня квалификации всех категорий промышленно-производственного персонала уровню сложности выполняемых заданий и работ. Это относится как к инженерно-техническим работникам (конструкторам, технологам, разработчикам и т. д.), так и рабочим.

Если уровень сложности выполняемых заданий значительно ниже уровня квалификации и творческой инициативы исполнителей, то возможно снижение качества результатов выполняемых задач. В противном случае предприятие может столкнуться с повышенными затратами, что непосредственно отразится на себестоимости выпускаемой продукции.

Достичь паритета в этой задаче практически не удастся.

Аналогично, существует проблема соответствия уровня квалификации рабочих уровню сложности выполняемых работ. При этом сравниваются средние тарифные разряды работ и средний тарифный разряд рабочих.

4. Накладные расходы также являются важным элементом анализа и возможного сокращения затрат предприятия через:

- оптимизацию численности управленческого персонала;
- использование современных компьютерных технологий и программ в управлении;
- освоение сотрудниками новых методов и средств управления и т. д.

Для отечественных машиностроительных предприятий сегодня существует проблема выбора ассортимента выпускаемой продукции, которая имеет разный уровень прибыли и рентабельности. Для оптимизации перспективной прибыли обязательно нужны маркетинговые исследования и разработка стратегии маркетинга [4].

Планирование затрат в современной деятельности предприятий должно иметь достаточно надежное обоснование с учетом оценки конъюнктуры цен на все виды экономических ресурсов, а также инфляционного ожидания. Это необходимо делать как для краткосрочных, так и долгосрочных стратегических планов.

Оценку инфляционного ожидания необходимо учитывать при прогнозировании:

- уровня оплаты труда всех категорий работающих;
- себестоимости отдельных видов выпускаемой продукции;
- уровня прибыльности и развития инвестиционных возможностей;
- наиболее перспективной производственной программы, рассчитанной на инновационное обновление ассортимента выпускаемых товаров;
- устойчивости предприятия к изменениям рыночной конъюнктуры выпускаемой продукции, в том числе учитывая запас финансовой устойчивости предприятия и уровня зависимости от внешних источников финансирования [3].

При прогнозировании инфляционного ожидания учитывают результаты анализа специалистов предприятия и внешнюю информацию.

В современных экономических расчетах планирование себестоимости товаров с учетом изменения конъюнктуры цен на используемые ресурсы и инфляционные ожидания чаще всего основано на индексации стоимостных показателей.

В процессе проведения расчетов планируемой себестоимости на предстоящий год целесообразно использовать наиболее значительные изменения в ценах материальных ресурсов и других затрат предприятия.

При разработке ценовой политики предприятия необходимо расчетное значение планируемой себестоимости товара сопоставить с прогнозируемым уровнем инфляции в стране и ценовыми показателями рыночной конъюнктуры [4].

В связи с необходимостью использования нового комплексного подхода к управлению затратами предприятия важно осуществлять следующие мероприятия:

- проводить подбор и подготовку персонала, способного планировать и управлять затратами предприятия наиболее эффективно;
- проводить регулярный анализ затрат на выпуск плановой номенклатуры выпускаемой продукции и осуществлять ее ранжирование по уровню текущей и перспективной доходности и прибыльности предприятия;
- планировать и прогнозировать ценовую политику с учетом полученных трендов изменения затрат на производство наиболее значимых видов продукции для сохранения (увеличения) ее прибыльности и доходности в перспективе и другие.

Список литературы:

1. Майкова Е.Н., Ермаков В.Е., Хайитов Х.О., Цыплов Е.А. Управление затратами на предприятии // Форум молодых ученых. 2018. № 3 (19). С. 368-372.
2. Арсеньева Н.В., Пуяткина Л.М., Углова Л.А. Эффективность управления затратами предприятия в современных условиях // Вестник университета. 2020. № 6. С. 5–10.
3. Пуяткина Л.М., Родинов В.Б., Пуяткина Л.М. Экономика и финансы предприятия, учебник. М.: Экономика и финансы, 2016. 648 с.
4. Желтенков А.В., Сюзева О.А. Управление организацией в условиях функционирования механизма развития // Сервис в России и за рубежом. Т. 10. № 5 (66). 2016. С. 3-12.

ОБ АКТУАЛЬНЫХ ВОПРОСАХ ОЦЕНКИ ГОТОВОЙ ПРОДУКЦИИ В УЧЕТЕ

Атабиева Е.Л., канд. экон. наук, доц.,

Ковалева Т.Н., канд. экон. наук, доц.

*Белгородский государственный технологический
университет им. В.Г. Шухова*

Аннотация. В зависимости от вида готовой продукции предусматриваются различные бухгалтерские процедуры оценки произведенной и проданной готовой продукции. Данный аспект является элементом учетной политики организации. Организация должна принять и оформить в учётной политике ряд основополагающих принципов и методов по учёту готовой продукции

Ключевые слова. Налоговые льготы, эффективность налоговых льгот, специальные налоговые режимы, налоговая политика.

Бухгалтерский учет готовой продукции — это наиболее ответственная часть бухгалтерской работы. От достоверности, своевременности и точности учета готовой продукции во многом зависит финансовый результат деятельности организации. Готовая продукция очень разнообразна: это могут быть изделия массового производства или изделия, выполненные по индивидуальным проектам, работы и услуги, выполненные для собственного производства или предоставленные заказчику, объекты капитального строительства и так далее. Разнообразие готовой продукции обуславливает разные подходы в организации бухгалтерского учета. В зависимости от вида готовой продукции предусматриваются различные бухгалтерские процедуры учета произведенной и проданной готовой продукции. Наибольшее значение в организации учета имеет оценка готовой продукции. Данный аспект находит свое отражение в приказе об учетной политике организации [5].

Учет готовой продукции влияет на такие показатели как расчет себестоимости, прибыли, налога на прибыль, налога на добавленную стоимость, акцизных сборов. Проблема состоит в том, что налоговый и бухгалтерский учет готовой продукции могут различаться. Тем не менее, данные бухгалтерского учета должны использоваться и в налоговом учете, как самые объективные, полные и документально обоснованные.

Для правильного и своевременного осуществления учёта результатов производственной деятельности, организация должна

принять и оформить в учётной политике ряд основополагающих принципов и методов по учёту готовой продукции.

Предприятие занимается изготовлением продукции, исходя из спроса своих клиентов и условий договора, разработанных заданий по ассортименту, качеству и количеству выпускаемой продукции, изучая конкурентоспособность своего продукта на рынке.

Движение готовой продукции составляет поступление из производства на склад и отпуск покупателю в порядке реализации.

Под отгруженной продукцией понимают товар, не оплаченный покупателем, хранящийся на складе, учтённый в балансе вместе с готовой продукцией в составе оборотных средств предприятия.

Выполнение плана по конкретному объёму реализации является основным критерием определяющим эффективность и целесообразность хозяйственной деятельности. Невыполнение плана ведёт к замедлению оборачиваемости оборотных средств, штрафам за непогашенные договорные обязательства перед государством, покупателями и кредиторами, и в целом ухудшает финансовое положение организации. Помимо плана по объёму продаж, составляется план по объёму прибыли. Это необходимо для отслеживания затрат на производство продукции, варьирования цены за единицу продукции, и извлечения максимальной прибыли (дохода). Эти показатели будут учитываться при расчёте авансовых платежей или ежемесячных отчислений в бюджет налога на прибыль [4].

Расчеты с бюджетом по налогам ведутся на основании данных налогового учета. Налоговый учет готовой продукции в значительной степени отличается от бухгалтерского учета. Прежде всего, это касается оценки готовой продукции. Российским законодательством.

Для целей бухгалтерского учета готовая продукция должна оцениваться по фактической себестоимости ее производства. При этом, фактическая себестоимости может рассчитываться по-разному. Зависит это, прежде всего, от вида продукции, технологии производства, документального обеспечения производственного процесса, в том числе и планирования затрат. Расчет фактической себестоимости возможен один раз в месяц, при закрытии счетов. В этом случае себестоимость готовой продукции за месяц рассчитывается сложением стоимости остатка незавершенного производства на начало месяца и текущих затрат за месяц и вычитанием стоимости остатка незавершенного производства на конец месяца, а также стоимости забракованных изделий и отходов.

Очевидно, что в данном случае на себестоимость готовой продукции влияет способ оценки незавершенного производства для бухгалтерского и налогового учета. Этот аспект должен быть отражен в приказе об учетной политике организации. Фактические остатки незавершенного производства также могут быть различными в зависимости от методов подсчета и видов производимой продукции.

Итак, в бухгалтерском учете незавершенное производство по состоянию на начало и конец месяца могут определяться следующим образом:

- по фактической или нормативной производственной себестоимости остатков;
- по сумме прямых затрат на фактические остатки незавершенного производства;
- по сумме материальных затрат на объем незавершенного производства [3].

Если себестоимость незавершенных изделий определяется по сумме материальных затрат, то в цену незавершенного изделия включаются только расходы на сырье и материалы. Такой способ оценки незавершенного производства целесообразно применять в материалоемких производствах.

Если себестоимость незавершенных изделий определяется по сумме прямых затрат, то в стоимость незавершенного производства включаются не только материальные затраты, но и прямые затраты на оплату труда с начислениями.

При использовании любого из указанных способов, необходимо определить количество незаконченных изделий и степень их готовности. С этой целью на производственных предприятиях проводится инвентаризация остатков незавершенного производства. Инвентаризационная комиссия подсчитывает и вносит в акт инвентаризации количество незавершенных изделий, а также указывает процент готовности изделия. Степень готовности определяется по технологическим картам. Фактическая производственная себестоимость определяется путем умножения количества единиц незавершенного производства на расчетную среднюю стоимость незаконченных изделий.

В условиях массового, непрерывного производства себестоимость готовой продукции удобно оценивать по нормативной или другой расчетной стоимости [2]. Назовем ее учетной себестоимостью готовых изделий. На таких предприятиях экономисты рассчитывают условную цену готовой продукции. Действует такая цена в установленные на

предприятия сроки. Она может изменяться при необходимости: при изменении нормативов затрат, при изменении рыночных условий производства. На предприятиях разрабатывается номенклатура-ценник, содержащий перечень выпускаемой продукции, номенклатурный номер каждого вида продукции и установленную учетную цену. Это внутренний документ предприятия, утверждается он руководителем организации и действует до появления нового приказа. В бухгалтерском учете готовая продукция расценивается по установленным учетным ценам в каждой накладной при сдаче ее на склад. Это может происходить каждую смену или в любые другие сроки, установленные графиком документооборота. Применение учетных цен необходимо в тех видах производств, где продукция имеет маленькие сроки хранения и часто отгружается потребителям в тот же день, когда она произведена.

При использовании в учёте плановой себестоимости, оптовых и рыночных цен, в конце месяца необходимо рассчитывать разницу между плановой и фактической себестоимостью продукции, так называемые отклонения. Далее рассчитанные отклонения распределяются между стоимостью проданной продукции и готовой продукции, оставшейся на складах. Для распределения отклонений производится специальный расчет. Процент отклонений можно определить в качестве отношения фактической себестоимости остатка готовой продукции на начало периода и готовой продукции, выпущенной из производства, к стоимости этого же объёма продукции, выраженного в учётных ценах.

В бухгалтерском учете возможно применение сокращённой плановой производственной себестоимости (без учёта общехозяйственных расходов). Сокращённая производственная себестоимость применяется для определения финансовых результатов с выделением периодических постоянных расходов и производственных переменных расходов. По сокращённой производственной себестоимости оцениваются продукция, работы и услуги вспомогательных производств, при их потреблении в основном производстве. Она применяется для оценки забракованных изделий, полуфабрикатов, деталей (окончательный брак), а также в управленческом учёте для аналитических расчётов.

В налоговом учете готовая продукция учитывается в оценке, предусмотренной Налоговым кодексом. Статья 319 НК устанавливает, что для целей налогообложения готовая продукция должна оцениваться по сумме прямых затрат на ее производство [1]. При этом, для целей налогового учета могут использоваться учетные документы и регистры бухгалтерского учета. Из таких регистров должны быть получены

сведения о количестве выпущенной и проданной продукции, а также продукции, оставшейся непроданной на начало и конец месяца. Далее в учетной политике для целей налогообложения должен быть приведен перечень прямых затрат. В Налоговом Кодексе нет четкого ограничения этого перечня, он зависит от вида продукции, технологии производства. Статья 318 НК устанавливает, что расходы, не являющиеся прямыми, считаются косвенными и полностью включаются в состав налоговых расходов в том налоговом периоде, в котором они возникли.

Подводя итог, следует отметить, что в бухгалтерском и налоговом учете готовой продукции имеются значительные различия. Они затрудняют организацию ведения учета, а, главное, расчета налогов. Решение этой проблемы лежит в плоскости унификации налогового и бухгалтерского учета готовой продукции. В частности, исходя из представленных материалов, следует, что использование метода оценки готовой продукции по сумме прямых затрат позволит существенно снизить риск возникновения налоговых разниц и сделать расчет налога на прибыль проще и достовернее.

Список литературы:

1. Налоговый кодекс Российской Федерации часть 2 (НК РФ ч.2) от 5.08.2000 № 117-ФЗ (ред. от 31.07.2020) // СПС Консультант Плюс [Электронный ресурс].
URL:http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28165 (дата обращения 15.09.2020)
2. Ковалева Т.Н., Атабиева Е.Л. Подходы к обобщению затрат в системе бухгалтерского учета // Проблемы современной экономики. 2017. № 2 (62). С. 107-111.
3. Слабинская И.А., Атабиева Е.Л., Слабинский Д.В., Ковалева Т.Н. Незавершенное производство: сущность понятия, методы оценки и расчета остатков // Белгородский экономический вестник. 2016. № 1 (18). С. 102-114
4. Слабинская И.А., Ткаченко Ю.А. Выделение бизнес-процессов в системе внутреннего контроля // Вестник БГТУ им. В.Г. Шухова. 2016. № 1. С. 190-194.
5. Усатова Л.В., Арская Е.В. Аспекты формирования учетной политики организации // Белгородский экономический вестник. 2013. № 3 (71). С. 71-79.

ISSUES OF GASOLINE AND DIESEL FUEL MARKETS. CHALLENGES OF LIBERALIZATION

Baghdasaryan C., doctor of Economics, Associated professor
Institute of Economics named after M. Kotanyan

Abstract. The purpose of the study is to find out the current situation in the field of gasoline, diesel fuel, as a result of their analysis to assess the possible existing threats, dangers, corruption risks, proposing measures / measures / to counteract or eliminate them.

Keywords: gasoline prices, liberalization, commodity market, economic levers, taxpayers, business culture.

In the gasoline market, as in any product market, nothing is imposed on anyone. It is, in fact, a free market, and gasoline prices are rising and falling under the influence of market factors. It turns out that the gasoline market, due to its economic and legal motives, is an open market, which is influenced by internal and external factors. In particular, if international gasoline prices rise, domestic gasoline prices will rise in the market, and if they fall, they must also fall in the domestic market [1-2]. The changes of this process can be explained by the change of business culture in the RA economy or structural reforms, which will be accompanied by the involvement of representatives of international organizations and corporations. For example, if the competition in the domestic market is significantly affected by the entry of well-known international corporations in this field, such as GULF, Lukoil, Total, British Petroleum, Agip, Wissol, Shell, etc., whose gas stations in importing offices operate freely in neighboring Georgia.[5]

In order to regulate the market for gasoline pricing, the state must control or regulate the wholesale market, for example, wholesale is carried out through electronic auctions. As an approach or metric, it can be confirmed that the import of diesel and gasoline by the state will have a significant impact on market pricing [3-4].

In addition, depending on the international market situation, changes in legislation, etc., price pressures are objectively possible, which absorbing-neutralizing economic "pads" in the case of the Armenian economy are very weak or absent in the commodity markets where monopolies or dominant companies operate. subjects:

According to Figure 1, in the Republic of Armenia in 2011-2018 . Gasoline and diesel fuel prices were the lowest in 2016-2017. For example, the prices of diesel fuel in 2016 decreased by 74 drams in 2015 from 426 drams

to 352 drams, and in 2017 compared to 2016 it increased by 14 drams from 352 drams to 366 drams.

The increase in diesel fuel prices continued in 2018, which increased by 100 drams compared to 2017, from 366 drams to 466 drams (Figure 1).

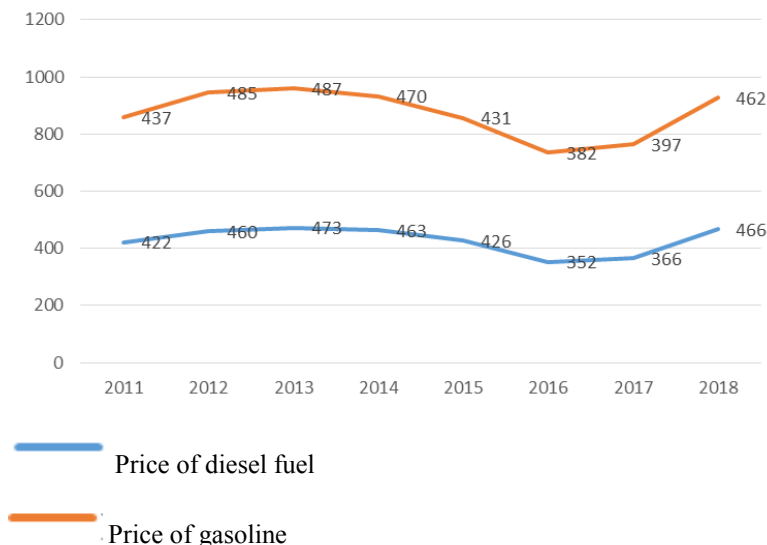


Figure 1 - Prices of gasoline and diesel fuel in Armenia in the period of 2011-2018 (Armenian dram) [6]

Fluctuations in gasoline prices also changed dramatically in 2016-2017. For example, gasoline prices in 2016 decreased by 49 drams compared to 2015, in 2017 compared to 2016, gasoline prices increased by 15 drams, and in 2018 - by 65 drams, amounting to 462 drams.

Economic levers affecting the increase of gasoline and diesel fuel prices:

On January 1, 2018, the main provisions of the new Tax Code of the Republic of Armenia came into force, according to which the excise tax on a number of products was revised, in particular, the revision of excise tax rates for gasoline, diesel fuel and compressed gas led to an increase in prices. The increase in the prices of diesel fuel, gasoline and compressed gas is more sensitive for our economy population, as these products have not only consumer but also economic significance.

The sharp rise in prices for diesel fuel and gasoline directly affects the cost of services, goods, services and services produced in our country. In

particular, the price of diesel fuel (also interesting is compressed gas) has a large impact on agriculture, industry and transport.

In terms of gasoline prices:

From January 1, 2018, the excise tax on gasoline imports has been increased by 15,000 AMD per ton. If before 01.01.18 the amount of excise tax for the import of 1 ton of gasoline was 25,000 drams, now it is 40,000 drams. Besides, until 2018, the total amount of excise tax-VAT paid at the customs border was 120,000 AMD, and now it is 135,000 AMD. As a result, prices rose. The increase in the excise tax rate has had a proportionate effect on the retail price of gasoline, which in no way justifies the common pricing policy pursued in this market for years.

In terms of diesel fuel prices:

According to Part 1 of Article 5 of the RA Law on Excise Tax (Effective until 01.01.2018), the rate of excise tax on diesel fuel per ton was set at 10% of the customs value, but not less than 1 ton 35000 AMD.

According to Article 88, Part 1 of the new Tax Code, which came into force on 01.01.2018, the rate of excise tax on diesel fuel is set at 13,000 AMD per ton, but according to Article 450, Part 3 of the same Code, until 2017 Imported դեկլարացիայի The excise tax paid on the import of diesel fuel product residues available to taxpayers as of January 1, 2018, in the amount of 22,000 AMD per ton.

Until January 1, 2018, the import and alienation of diesel fuel was exempt from VAT. Article 64 of the new Tax Code of the Republic of Armenia regulates transactions exempt from VAT operations, according to which the import and alienation of diesel fuel from January 1 of this year is subject to VAT.

INVESTIGATIONS INTO CHANGES IN DIESEL PRICES.

The primary task was to clarify the methodology of increasing the retail price of diesel fuel, taking into account the existing possibility of VAT offset. Moreover, the methodology for calculating the retail price of diesel fuel does not include the possibility of offsetting the VAT (in proportion) included in the price of goods (services, such as electricity, transport services, equipment, etc.) purchased by the economic entity. If before January 1, 2018, the seller importing diesel fuel was deducting from profit, now he can offset, which will allow him to reconsider the amount of his surplus or profit. Otherwise, it turns out that the entire burden of raising VAT falls on the shoulders of diesel consumers. In case of import and sale of diesel fuel, the amount of VAT offset should be calculated.

CONCLUSIONS ON THE CURRENT PRICE CHANGES IN THE GASOLINE-DIESEL FUEL MARKET

- In the case of the fuel market, almost all price pressures are reflected in price increases, when clear mechanisms for reducing costs or increasing efficiency are visible in other competitive commodity markets. The common pricing policy implemented in this market for many years can prove the anti-competitive agreement of market division.

- All businessmen in Armenia take risks, suffer either economic losses or receive benefits, which can be measured or calculated. The most important thing is that the price of gasoline should be determined by the market, and the prices should become market. And the more players enter the gasoline market, the more competition there will be and the more sensitive the market will be to the international market. In other words, the volatility in the gasoline market will increase, because if the market is absolutely competitive, any change in the international market must affect prices.

References:

1. IEA, 2017, Petroleum & other liquids: exports by destination. https://www.eia.gov/dnav/pet/pet_move_expc_a_EPD0_EEX_mbb1_a.htm
2. MathPro Inc., Assessment of the European refining sector's capability to process unconventional, heavy crude oils, 2015.
3. Fact checking on Keystone XL and exports, Oil Change International, <http://priceofoil.org/2014/11/20/factchecking-keystone-xl-exports/> 54 JRC, 2013, WELL-TO-TANK
4. http://www.transportenvironment.org/sites/te/files/FoEE_TE_03_Final_Project_Report_091015.pdf https://www.fuelseurope.eu/wp-content/uploads/2017/06/20170704-Graphs_FUELS_EUROPE-_2017_WEBFILE-1.pdf
5. Report Version 4.0. https://iet.jrc.ec.europa.eu/about-jec/sites/aboutjec/files/documents/report_2013/wtt_report_v4_july_2013_final.pdf
6. https://www.armstat.am/file/article/f_sec_4_2018_2.pdf

ТЕНДЕНЦИИ УРОВНЯ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ ЭКОНОМИКИ ПРИМОРСКОГО КРАЯ

Баженов Р.И., канд. пед. наук, доц.
*Приморский государственный университет
им. Шолом-Алейхема*

Аннотация. Целью исследования является определение уровня цифровой трансформации экономики Приморского края. Использовались находящиеся в открытых источниках данные Федеральной службы статистики и Статистических сборников ВШЭ. Применялся индексный метод и корреляционный анализ. Расчеты проводились с помощью встроенных функций MS Excel. Выявлено, что происходит цифровая трансформация экономики Приморского края и на нее сильное положительное влияние цифровизация.

Ключевые слова: трансформация, цифровая экономика, индексный метод, корреляционный анализ, Приморский край

Введение. Происходящая в настоящее время смена технологических укладов, сопровождаемая сменой парадигм, порождает трансформацию рыночных систем. Эти процессы сопровождаются научно-техническими, технологическими изменениями в сфере информационных технологий.

С.В. Кадомцева и И.В. Манахова заявляют о необходимости исследования закономерностей цифровой трансформации и развития информационных процессов в обществе. Авторы подчеркивают необходимость новой системы оценки развития информационного сектора экономики, которая, опираясь на определенные критерии, позволяет выявить основные тенденции происходящих в обществе процессов [1]. Актуально внедрение информационных технологий в качестве источника стратегических возможностей для развития депрессивных территорий Российской Федерации. Особенности депрессивных территорий являются наличие значительного экономического спад в основных отраслях, низкий уровень жизни населения, высокая безработица [2].

В настоящее время большая часть территорий Российской Федерации характеризуется неравномерностью развития и высоким уровнем нереализованного потенциала. Так В.Ю. Маслихиной изучены вопросы межрегиональной дифференциации [3], Н.А. Мороз и В.А. Плотниковым - аспекты дифференциации территорий [4].

Р.М. Садыков рассматривает нестабильность развития социально-экономических систем с точки зрения низкого уровня жизни [5].

Целью исследования является определение уровня цифровой трансформации экономики Приморского края.

Материалы и методы. Для проведения данного исследования использовались находящиеся в открытых источниках данные Федеральной службы статистики [6] и Статистических сборников ВШЭ [7]. Применялся индексный метод и корреляционный анализ. Расчеты проводились с помощью встроенных функций MS Excel.

Результаты и обсуждение. В начале исследования потребовалось определить и составить таблицу требуемых показателей для анализа. Данные для таблицы взяты из источников Федеральной службы статистики и статистических сборников ВШЭ, которые находятся в открытом доступе (таблица 1).

Таблица 1 - Показатели для анализа

Наименование показателя	Код
Доля населения - активных пользователей сети Интернет, %	11
Доля домохозяйств, имеющих персональный компьютер, %	12
Доля населения, использовавшего сеть Интернет для получения государственных и муниципальных услуг, %	13
Доля электронного межведомственного документооборота, %	14
Доля размещенных госзаказов с использованием электронных торговых площадок (по стоимости заключенных контрактов), %	15
Организации, использовавшие персональные компьютеры	16
Организации, использовавшие широкополосный доступ к сети Интернет	17
Организации имевшие веб-сайт	18
Число персональных компьютеров с доступом к сети Интернет (в организациях)	19
Организации, использовавшие электронный обмен данными между своими и внешними информационными системами, по форматам обмена	110
Население, использовавшее сеть Интернет каждый день или почти каждый день	111
Число подключенных абонентских устройств мобильной связи на 1000 человек населения	112
Число активных абонентов фиксированного широкополосного доступа к сети Интернет	113
Число активных абонентов мобильного широкополосного доступа к сети Интернет	114

Продолжение табл. 1

Объем инвестиций в основной капитал, направленных на приобретение информационного, компьютерного и телекоммуникационного (ИКТ) оборудования (без субъектов малого предпринимательства и объема инвестиций, не наблюдаемых прямыми статистическими методами)	I15
Удельный вес занятых в секторе ИКТ в общей численности занятого населения	I16
Валовой региональный продукт	GRP

На основании таблицы 1 и статистических данных составляем таблицы индексов цифровизации для региона за 2010-2018 годы (таблица 2).

Таблица 2 - Индексы цифровизации для Приморского края за период 2010-2018 годы

Код	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
I1					65.5	65.8	71.5	73.5	78
I2	53.6	63.5	70.5	78.3	74.1	72	78.1	76.5	74.6
I3					17.3	13.6	26.1	35.1	46.3
I4			45.3	59.8	64.3	41.1	28.2	28.1	
I5		72.18	89.09	95.40	95.52				
I6	87.5	89.4	90.8	91.1	92.4	85.7	87.4	87.9	91.8
I7	52.1	56.6	75.2	77.0	82.5	77.3	79.9	85.1	88.7
I8	27.0	31.7	37.1	40.1	41.7	40.9	41.4	42.0	46.6
I9	17	20	22	23	26	29	30	31	32
I10		35.9	26.2	24.9	53.5	59.9	61.9	63.7	66.2
I11					52.2	49.9	57	58.2	65.2
I12	1920. 5	1681. 6	1774. 8	1862. 5	1832. 3	1827	1737. 3	1797. 3	1749. 4
I13		14	15.9	16.4	17.3	16.9	17.6	17.9	18.1
I14		45.9	49.8	60.6	72	75.9	78.4	88.9	94.4
I15	1990. 3	5161. 6	4480. 4	4836. 9	4962. 0	5136. 7	4772. 6	3961. 2	5349. 2
I16	1.13	1.49	1.27	1.56	1.72	1.50	1.95	1.70	1.81
GR P	166.7	203.8	223.9	229.2	234.8	247.7	277.1	301.1	326.9

Для оценки результатов цифровой трансформации экономики, произведен индексным методом расчет коэффициентов, по которым построен график (рисунок 1).

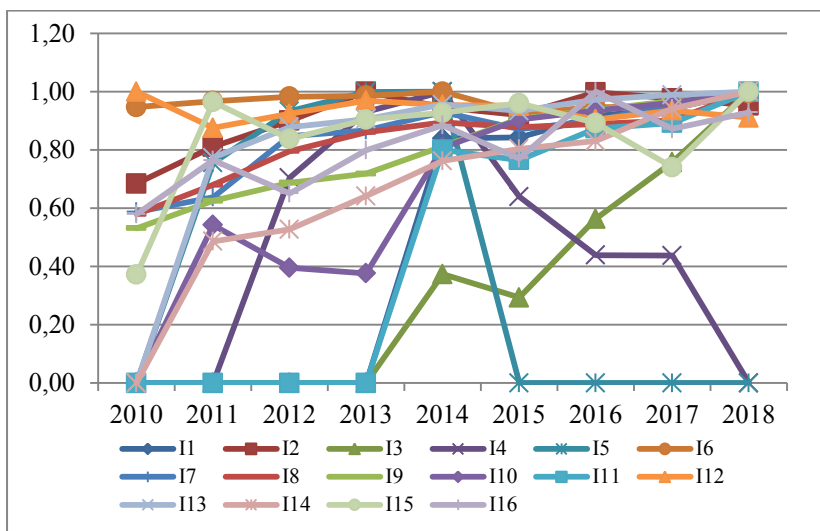


Рисунок 1 - Динамика показателей цифровой трансформации экономики Приморского края на основе индексного метода

Наблюдая за динамикой показателей на основе индексного метода, представленной на рисунке 1, можно заметить, что они практически все возрастают из года в год, показывая, что происходит положительная цифровая трансформация экономики Приморского края. Только показатель I4 (Доля электронного межведомственного документооборота, %) с 2014 падает. О динамике показателя I5 (Доля размещенных госзаказов с использованием электронных торговых площадок (по стоимости заключенных контрактов), %) трудно судить в настоящее время, так как с 2015 года данных нет.

Рассчитаем коэффициенты корреляции выделенных индексов с внутренним валовым продуктом региона (таблица 2).

Таблица 2 - Расчет коэффициентов корреляции выделенных индексов с внутренним валовым продуктом Приморского края

I1	I2	I3	I4	I5	I6	I7	I8
0.99	0.75	0.97	-0.82	0.99	0.11	0.87	0.89
I9	I10	I11	I12	I13	I14	I15	I16
0.95	0.79	0.95	-0.41	0.84	0.93	0.51	0.80

По данным таблицы 2 видно, что имеется сильная положительная связь ($>0,7$) у I1, I2, I3, I5, I7, I8, I9, I10, I11, I13, I14, I16. Такая связь позволяет сказать, что на экономику Приморского края оказывает сильное положительное влияние цифровизация.

Заключение. В результате проведенного исследования, можно сделать следующие выводы:

- происходит положительная цифровая трансформация экономики Приморского края;

- на экономику Приморского края оказывает сильное положительное влияние цифровизация.

Список литературы:

1. Кадомцева С.В., Манахова И.В. Современная парадигма социально-экономического развития. Часть I. Информационная революция // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. 2017. № 5 (69). С. 17-23.
2. Косова Е.Г., Элиханова З.В., Гаева М.А. Депрессивные регионы: проблемы их развития // Новые технологии. 2013. № 1. С. 109-112.
3. Маслихина В.Ю. Приемлемый уровень межрегиональной дифференциации в России для обеспечения устойчивого развития // Теория и практика общественного развития. 2017. №12. С. 93-96.
4. Мороз Н.А., Плотников В.А. Дифференциация российского экономического пространства как фактор обеспечения экономической безопасности // Экономика и управление. 2018. № 1 (147). С. 70-78.
5. Садыков Р.М. Проблемы бедности и благосостояние населения в условиях нестабильности социально-экономических систем // Региональная экономика: теория и практика. 2017. Т. 15. № 7 (442). С. 1299-1310.
6. Федеральная служба статистики [Электронный ресурс]. URL: <https://gks.ru/> (дата обращения: 12.09.2020)
7. Статистические сборники ВШЭ [Электронный ресурс]. URL: <https://www.hse.ru/primarydata/> (дата обращения: 12.09.2020)

СТАРЕНИЕ НАСЕЛЕНИЯ КАК СЛЕДСТВИЕ ДЕМОГРАФИЧЕСКОГО ПЕРЕХОДА

Балабанова Г.Г., ст. преподаватель
*Белгородский государственный технологический
университет им. В.Г. Шухова*

Аннотация. Снижение уровней рождаемости и смертности, повышение продолжительности жизни, старение титульных наций, миграционные прирост населения в развитых странах – процессы, охватившие большинство европейских стран и определяющие направления мирового развития на ближайшие десятилетия.

Ключевые слова: демографический переход, смертность, рождаемость, модель семьи, старение нации, миграция.

Переход к суженному воспроизводству населения, старение населения в развитых странах и продолжающее расширенное воспроизводство в развивающихся в обществе окрестили третьим демографическим переходом. Демографический переход описан как процесс, сопровождающийся сменой типов воспроизводства населения. Эта смена вызвана изменением смертности и рождаемости как следствие социально-экономических преобразований в обществе.

Начало любого демографического перехода совпадает с модернизационными процессами в обществе, ведущими к росту благосостояния в обществе и, в итоге, приводящими к изменению демографического поведения людей, т.е. к изменению семейных ценностей, роли детей в обществе, семейно-брачных отношений [1].

Первый демографический переход в европейских странах связывают со второй половиной XIX в. В среднем, снижение смертности составило 6‰, рождаемости – 4 ‰ [2, с. 83]. Это обусловлено:

- ростом благосостояния капиталистического общества;
- улучшением питания (ростом семейного бюджета и, соответственно, ростом доли расходов на продукты питания);
- улучшением санитарно-гигиенических условий (что изменило эпидемиологическую ситуацию);
- ростом качества медицинского обслуживания (следствием чего явилось снижение влияния эндогенных факторов смертности).

В целом, в снижение смертности, по мнению экспертов [1, с. 85], было заинтересовано капиталистическое общество, поскольку высокая

смертность увеличивала затраты на подготовку работника и снижала прибыль капиталистов.

В 60-е годы XX в. «заканчивается эпоха изобилия человеческих ресурсов и начинается другая, для которой характерна их скудость» [2], расширенное воспроизводство сменяется суженным, т.е. имеет место снижение рождаемости и смертности, рост продолжительности жизни.

Второй демографический переход характеризуется закатом «золотого века» семьи:

1) распространение юридически неоформленных форм совместной жизни и альтернативных форм семьи;

2) сменой детоцентристской модели семьи моделью, ориентированной на самореализацию, т.е. к индивидуалистически ориентированной «зрелой» паре партнеров с одним ребенком;

3) переход от превентивной контрацепции, предназначенной для предотвращения рождений ранних детей, к сознательному планированию рождения каждого ребенка;

4) переход от унифицированной модели к плюралистическим моделям семьи, в которой возможно и разнообразие семейных укладов, и равноправие супругов, и их однополость.

Помимо смены модели семьи, к институциональным причинам снижения рождаемости (таблица 1) можно отнести: изменение функции семьи и степени полезности детей в семье; изменение статуса женщины в семье.

Таблица 1 - Динамика отдельных демографических показателей в Европе XX в. (составлена по [4, 5])

Показатели	1960 г.	1970 г.	1980 г.	1990 г.	2000 г.
Суммарный коэффициент рождаемости, ‰	-	-	1,8	1,6	1,6
Коэффициент смертности, ‰	-	10,8	10,6	10,0	10,6
Абсолютный прирост населения, ‰	0,98	0,81	0,54	0,41	0,11

Анализ литературных источников показал, что демографическое поведение людей определяется типом экономики. В доиндустриальный период семья была производственной ячейкой общества, полезность ребенка была высока: во-первых, после достижения определенного возраста он становился ее производственной единицей; во-вторых, ребенок сам себя содержал. Затраты на его обучения были минимальны, поскольку он получал профессиональное образование, оттачивал свое

мастерство в семье; в-третьих, являлся гарантом старости родителей. Поэтому в доиндустриальный период семья была заинтересована в большом количестве детей.

В период индустриализации меняется функция семьи и, соответственно, роль ребенка в семье, его полезность сокращается, следовательно, потребность иметь большое число детей отпадает. Это объясняется: во-первых, ростом расходов на ребенка. В условиях наемного труда ребенку требуется более высокий уровень образования, специальная профессиональная подготовка. Это требовало существенных инвестиций в образование со стороны родителей. К тому же эти затраты семье не компенсировались. Во-вторых, упущенным доходом матери. В начале XXI в. были сделаны попытки рассчитать альтернативную стоимость ребенка с позиций упущенного дохода матери. Если женщина откладывает рождение ребенка на 1 год, ее доход увеличивается на 9 % [3, с. 147]. Изменение статуса женщины в обществе, рост ее образованности и независимости, как было сказано выше, становится еще одним фактором снижения рождаемости и перехода к однодетной модели семьи.

К причинам снижения смертности (таб. 1) и росту продолжительности жизни следует отнести дальнейшие успехи в области медицины.

Итак, период с 60 гг. XX в. до 2000 г. характеризуется:

- снижением рождаемости ниже уровня простого замещения (2,1), превышающим падение уровня смертности в развитых странах Европы;

- ростом продолжительности жизни. Так, к 2000 г. продолжительность жизни мужчин превысила 70 лет, а женщин – 80 лет.

Анализ литературных источников, статистических данных показал, что снижение уровней рождаемости и смертности, рост продолжительности жизни идут параллельно с ростом научно-технического прогресса и благосостоянием в обществе. Так, в Западной Европе в 1995 г. по сравнению с 1960 г. ВВП вырос в 26,7 раз, а коэффициент рождаемости и коэффициент смертности за этот период снизились на 6,5% и 0,7% соответственно, нетто-коэффициент - с 1,3 до 0,8, суммарный коэффициент рождаемости составил 1,43% [4]. Все это указывает суженное воспроизводство населения. В этой ситуации, по мнению демографов [1, с. 22], в условиях низкого или отрицательного естественного прироста миграция – это один из регуляторов демографического равновесия.

Ситуацию, обусловившую снижение уровней рождаемости и смертности на фоне роста продолжительности жизни в развитых странах и роста численности мигрантов из развивающихся стран, определили как третий демографический переход. Результатом роста миграционного притока становится постепенное изменение этнического, культурного состава стран-реципиентов, вынужденных восполнять убыль населения, принимая большое количество мигрантов [3, с. 21].

В условиях третьего демографического донорами стали развивающиеся страны, выходцы из которых имеют культурные, конфессиональные отличия от населения принимающей страны. Их доля в общей численности населения развитых стран постоянно растет (в 2015 г. составляла 10,72% от населения Евросоюза [6]), что неизбежно приводит:

- к сокращению титульной нации, коренного народа;
- к обновлению населения, изменению его менталитета, исчезновению необходимости в знании национального языка страны-реципиента и усвоении ее культуры;
- к росту уровня безработицы. В силу низкого уровня образования, уровень безработицы среди мигрантов примерно соответствует уровню у коренных жителей. Однако, как отмечают эксперты, у второго поколения мигрантов (особенно мужчин) уровень образования несколько выше, чем у местного населения, что позволяет им претендовать на более квалифицированные рабочие места.

Но, несмотря на это, миграция решает проблему нехватки трудовых ресурсов в условиях «старения» населения (рост доли пожилого населения и сокращение доли молодежи) за счет более высокой рождаемости в семьях мигрантов из развивающихся стран.

Проблема депопуляции актуальна и для России, о чем свидетельствуют данные Росстата. Так, начиная с 1995 г., имел место переход от двухдетной семьи к однодетной, отрицательный естественный прирост населения. В 2019 г. убыль россиян составила 0,317 млн. чел. [7].

К причинам снижения рождаемости в России следует отнести:

- 1) общие (характерные для любой страны, обусловлены переходом от одной экономической формации к другой): изменение детородного поведения, вызванное изменением полезности детей, выбор между набором определенных товаров и услуг и детьми в условиях бюджетного ограничения, т.е. это общие причины, обусловленные;

2) специфические. Это вступления в детородный возраст рожденных в начале 90-х гг. XX в. «Вторая демографическая яма» 1995 г. усилилась последствиями развала СССР и уже в 1995 г. естественная убыль составила 5,7‰, в 2000 г. - 6,6‰. В итоге, по данным Росстата, численность населения России за последнее десятилетие XX в. сократилась на 2,1% (3,1 млн человек - до 145,2 млн), а суммарный коэффициент рождаемости опустился ниже уровня простого воспроизводства населения и в 2000 г. составил 1,195. Сегодня доминирует населения в возрасте 60 лет и старше, с 1959 г. по 2019 г. доля лиц этой категории увеличилась с 9 % до 22,8 % (по прогнозам, к 2030 г. вырастет до 26 %). Старение населения, по мнению экспертов, приведет: к сокращению численности рабочей силы; к снижению среднедушевых доходов (в европейских странах на 4,7 – 6,5 тыс. евро в ценах 2010 г.); росту расходов общества на содержание этой категории населения, поскольку ее среднедушевое потребление в развитых странах растет (в развивающихся остается на уровне зрелого возраста); росту расходов на здравоохранение и пенсионное обеспечение (в европейских странах с 25% от ВВП до 28%); снижению плотности населения; росту притока мигрантов.

Анализ статистических данных показал, что в условиях сокращения предложения труда нет роста его капиталовооруженности, проблема нехватки рабочей силы решается за счет притока мигрантов, их фертильности. Следует отметить, что миграция, с одной стороны, на время решает демографические проблемы в стране-реципиенте, с другой стороны, приводит к старению населения в стране-доноре.

Список литературы:

1. Вишневский А.Г. Избранные демографические труды. Т.1. Демографическая теория и демографическая история. М.: Наука, 2005. 368 с.
2. Максимо Леви Баччи. Демографическая история Европы. СПб: Александрия, 2010. 153 с.
3. Журавлева Т.Л., Гаврилова Я.А. Анализ факторов рождаемости в России: что говорят данные РМЭЗ НИУ ВШЭ // Экономический журнал ВШЭ. 2017. Т. 21. №1. С. 145 - 187.
4. Институт демографии Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» // Демоскоп Weekly. № 863-864. 2020 [Электронный ресурс]. Систем. требования: AdobeAcrobatReader. URL: <http://www.demoscope.ru/weekly/app> (дата обращения 09.09.2020)

5. Глобальная база данных ВОЗ о смертности [Электронный ресурс]. Систем. требования: AdobeAcrobatReader. URL: http://www.who.int/healthinfo/mortality_data/en (дата обращения: 10.09.2020)
6. Население в Евросоюзе [Электронный ресурс]. Систем. требования: AdobeAcrobatReader. URL: https://ru.countries.world/Европейский_союз/Население.html (дата обращения: 10.09.2020)
7. Рождаемость, смертность и естественный прирост [Электронный ресурс]. Систем. требования: AdobeAcrobatReader. URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/12781> (дата обращения: 10.09.2020).

DEVELOPMENT PERSPECTIVES OF THE REPUBLIC OF SERBIA

Dusko Belovic, Doc Dr
Faculty FITI Belgrade

Abstract. In the previous two decades, the concept of economic development of the Republic of Serbia has been radically changed twice. The development concept was changed for the first time after the political changes from the end of 2000, while the second turn was realized after 2012. However, previous changes in economic policy have not yet brought about dynamic economic growth, and even less sustainable economic development. On the contrary, the great development potential of the Republic of Serbia in the form of accumulated physical and available human capital is still insufficiently used, and the maintenance of the growth rate of the domestic economy is largely based on inflows of foreign capital.

1. Introduction

After a very unfavorable development situation during the 1990s, characterized by the collapse of the single state and market of SFRY, very severe long-term economic sanctions of the international community, decline of general economic activity and technological backwardness, record hyperinflation, high unemployment and emigration of a significant part of the working population, a period of economic recovery followed, by opening up to the world and great liberalization of overall economic and political flows.

However, instead of establishing a development concept that will enable dynamic sustainable growth over a longer period, the economic development of the Republic of Serbia in the first decade of the XXI century was based on an unsustainable model of growth and development based on stimulating and strengthening aggregate demand, primarily from abroad, based on revenues from the privatization of socially-owned and state-owned enterprises. As it was a one-time income that cannot be repeated in the future, this "honeymoon" of the Serbian economy lasted relatively short, while there were valuable companies for sale. After that, the inflow of capital based on the privatization of domestic companies was replaced by the inflow of foreign capital based on foreign direct investments and borrowing from foreign creditors. During that period, extremely fast growth of demand was generated (due to too fast abolition of customs duties, mostly for goods of foreign origin), especially in the domain of various types of services, which was covered by equally fast growth of pensions and salaries (far faster than productivity growth).

The arrival of the world economic crisis in 2008/2009 endangered the maintenance of current and long-term macroeconomic liquidity and stability of the state and fully exposed the unsustainability of such a development model. In such a situation, there is a forced change in the development concept - from an economy, based on the growth of domestic aggregate demand, to an economy based on the growth of export production. The very unfavorable economic situation required first stabilization measures in terms of balancing macroeconomic flows, curbing inflation and settling public finances by introducing public demand into a realistic framework.

2. Development effects (limitations) of fiscal consolidation

In the conditions of disturbed macroeconomic balance, fiscal imbalance was recognized as a key problem of the Serbian economy that needed to be solved by fiscal consolidation. Therefore, through the implementation of fiscal consolidation, a parallel solution of a number of development issues was expected, but not realized. Although a necessary measure, fiscal consolidation was only a precondition for solving the accumulated problems that have burdened Serbia for decades, but not the final development goal. Actually, the structure of the Serbian economy, which is inherited and passed down for generations, and based mainly on the production of products of lower stages of processing and with low added value, has not changed significantly until today. The domestic economy still relies on "natural" comparative advantages and builds its competitiveness on them, while the elements of the knowledge-based economy (primarily the education and scientific research system) are in the background, with minimal investment and in an increasingly difficult situation with continuation, and for the most part with the intensified "brain drain" in recent years.

In the last two decades, the economic structure has changed by reducing the share of agriculture, forestry and fisheries (from 17.5% to about 6-7%) and manufacturing (22.6% to about 14-15%) in the formation of gross value added (GVA) of the economy. This course of events enabled a significant strengthening of: trade and service activities - financial and insurance activities, information and communication, administrative, ancillary service activities, etc.

However, the drastic decline in GVA of agriculture also caused a decline in production in the sectors of food industry, beverages and tobacco products, because the raw material base for these activities was reduced. Also, in most industrial activities that traditionally generate high GVA, there has been a decline in participation (computers, electronic, optical and electrical equipment, pharmacy, chemical products, etc.). The development of new, innovative and creative productions was also absent, and Serbia is one

of the European countries with the lowest level of innovation and application of knowledge and scientific research in practice. Domestic companies in the fields of production of high and medium high technologies are a rarity for now, and their functioning is not sufficiently stimulated by state incentives for science and research, marketing and promotion of these activities.

Only from 2016-2017 the RS Government focuses on a complex of structural changes and the awareness that sustainable development cannot be built on the existing economic structure, but new areas of investment are sought, primarily in innovative and creative entrepreneurial ventures and building a knowledge-based society. Serbia's chance to be actively involved, and even to achieve the status of an advanced participant in the new industrial revolution (Industry 4.0) and complete digitalization, is realistic, but only on the basis that these started activities on economic development, based on Industry 4.0, continue and greatly dynamize [3].

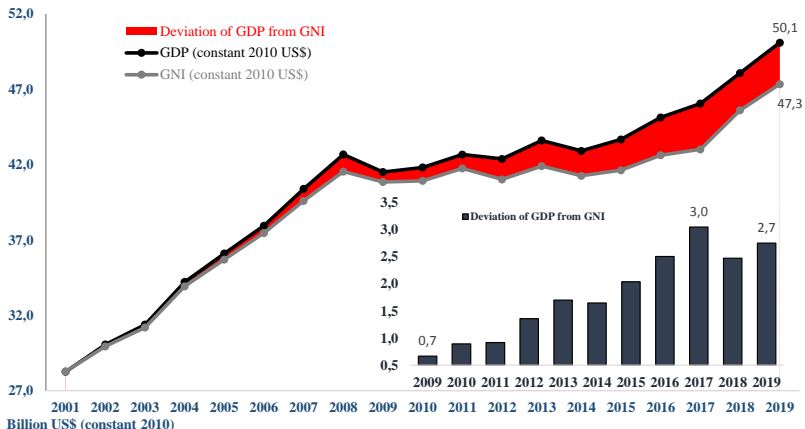
3. The role of foreign capital in economic development

The role of foreign capital in economic development is great, especially in economies that do not have enough of their own accumulation. Also, there are a number of other positive aspects brought about by foreign investments (from technology, management, market access, etc.). However, economic history and literature do not recognize any successful and highly developed country in the world that has achieved its long-term development through their preferential treatment [1].

In the initial stages of growth and development of an economy on the way to a highly developed economy, additional stimulation "from the side" is certainly necessary through the infusion of foreign capital, but in the long run domestic savings and domestic entrepreneurs must be the main sources and actors of the country's development. Unfortunately, in Serbia there is still no serious progress towards strengthening domestic entrepreneurship and the use of accumulated domestic savings of over 10 billion euros, as well as the activation of hidden reserves that are not in official banking or other financial channels, but in various pallets, safes, outside countries, etc.

The program of stimulating investments, through the provision of certain subsidies to investors, during the last ten years, and especially in the previous three years, has achieved quite solid results measured by the amount of foreign direct investment (FDI) inflows.[2] From 2015 until today, the inflow of FDI has been constantly above two billion euros per year, which significantly accelerates investment activity that would be at a far lower level if it relied exclusively on domestic sources of capital. However, when other related parameters are looked at, in addition to the amount of capital that arrives on the basis of FDI, a slightly different picture is obtained.

It is easy to see that the growth of gross domestic product (GDP) is far faster than the growth of gross national income (GNI), and that the difference between the absolute values of the two indicators practically reached the amount of FDI with a trend towards further growth of the difference between GDP and GNI. Therefore, an increasing part of the total "cake" that is created on the territory of Serbia belongs to foreigners on the basis of their investments. When it is known that the basic elements that attract FDI to Serbia (in addition to incentives) are the prices of a large number of inputs that are significantly below the prices in their home countries - electricity, labor, maintenance and service, etc. and when it is realized that the competitiveness of the country, as an investment destination, is built on that, it follows that with the continuation of this model of development, Serbia would voluntarily agree to remain at the level of a middle-developed country, with weak and very sensitive comparative advantages to environmental challenges, with even greater lag in technological development compared to leading economies.



Graph 1 - GDP and GNI in Serbia, 2001-2019

Author calculation, based on the data taken from the World Bank. World Development Indicators (database) (2020).

Conclusion

In the last two decades, various development concepts have been applied in Serbia with modest development success. Within the latest development concept, fiscal stabilization was implemented, which included the adoption of a number of unpopular measures (e.g., first freezing and later reduction of

pensions and salaries in the public sector, ban on new employment, etc.). Its implementation resulted in relatively successful stabilization of macroeconomic flows. However, initial successes in stabilization have not led to rapid and sustainable growth in domestic economy. There was a relatively modest growth of the economy with a growing difference between GDP and GNI, which indicates the growing dependence of the domestic economy on capital inflows from abroad, with all the risks and negative consequences that arise from development on that basis.

The unsustainability of the existing development concept is indicated by the fact that no highly developed country today has achieved its development and accelerated growth predominantly on the inflow of foreign capital, but primarily on strengthening domestic savings and investments based on it by domestic entrepreneurs. Foreign direct investment can and should only be an additional opportunity to accelerate growth and development in the initial stages, but it must not be allowed to prevail in the long run. The development of the education system and the policy of efficient encouragement of science and research with the transfer of knowledge from universities, institutes and laboratories to the business sector in the medium term, and especially in the long run, will achieve far better and sustainable development results and raise the competitiveness of the domestic economy. Therefore, the new development concept must be aimed at using the existing and building new comparative advantages that ensure competitiveness and dynamic and sustainable development of the economy in the conditions of Industry 4.0.

References:

1. Filipović, M., Nikolić, M. Razvojna politika Srbije u 2017. – predlozi za promenu postojeće politike podsticaja, Ekonomska politika Srbije u 2017. godini, Zbornik radova. Ekonomski fakultet u Beogradu. 2017. pp.. 157-176
2. Filipović, M., Nikolić, M. Razvojna politika Srbije u 2020: Analiza efekata politike subvencionisanja investicija na unapređenje tehnološke strukture domaće privrede. Ekonomska politika Srbije u 2020. godini, Zbornik radova. Ekonomski fakultet u Beogradu, Naučno društvo ekonomista Srbije, 2020. pp. 83-98
3. Pokrajac, S., Svanović, G. Industrija 4.0 - Novi izazov u tekstilnoj industriji, Zbornik radova VI Naučnog skupa: Tendencije razvoja u tekstilnoj industriji. Beograd. 2018.
4. World Bank. World Development Indicators (database). URL: <https://databank.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.KD.ZG/1ff4a498/Popular-Indicators?savedlg=1&l=en#> (date of treatment: 29.08.2020)

ИССЛЕДОВАНИЕ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ПРОМЫШЛЕННЫХ КОМПЛЕКСОВ И ПРЕДПРИЯТИЙ

Боев А.Г., канд. экон. наук
*Аналитический центр правительства
Воронежской области*

Аннотация. Статья посвящена исследованию аспектов финансовой устойчивости промышленных комплексов и предприятий России. Проанализированы показатели финансовой устойчивости функционирования и развития отраслей отечественного производства за 2012-2019 гг. Представлены выводы об уровне и состоянии финансовой устойчивости индустриального комплекса страны.

Ключевые слова: финансовая устойчивость, преобразования, предприятие, промышленный комплекс, экономика.

Повышение финансовой устойчивости отраслей, комплексов и предприятий промышленности является важнейшей задачей развития и преобразования производства в России.

Исследование уровня и состояния финансовой устойчивости отечественных предприятий проведено на основе 4 показателей – коэффициента текущей ликвидности, коэффициента автономии, показателей просроченной кредиторской и дебиторской задолженности.

Информационной базой анализа выступают данные Росстата. Методологическая основа исследования сформирована с учетом инструментария, содержащегося в работах О.В. Хорошиловой, Л.Е. Басовского [1], С.Ю. Кашкина [2], А.Д. Шеремета [3], а так же в работах автора по вопросам институциональных преобразований промышленных комплексов [4, 5].

В течение 2012-2019 гг. значения коэффициента текущей ликвидности по предприятиям и комплексам отечественной промышленности находились на уровне 155-168 (нормальное ограничение коэффициента – 200; рисунок 1). Наиболее высокие параметры ликвидности отмечаются в сфере добычи полезных ископаемых; наиболее низкие – в секторе, специализирующемся на обеспечении электроэнергией, газом, паром и кондиционированием. Следует отметить, что существенное изменение значений показателей текущей ликвидности наблюдалось в промышленности в 2015 г., что, вероятно, было связано с корректировкой финансовой политики предприятий и комплексов под влиянием санкционных факторов и ограничений.

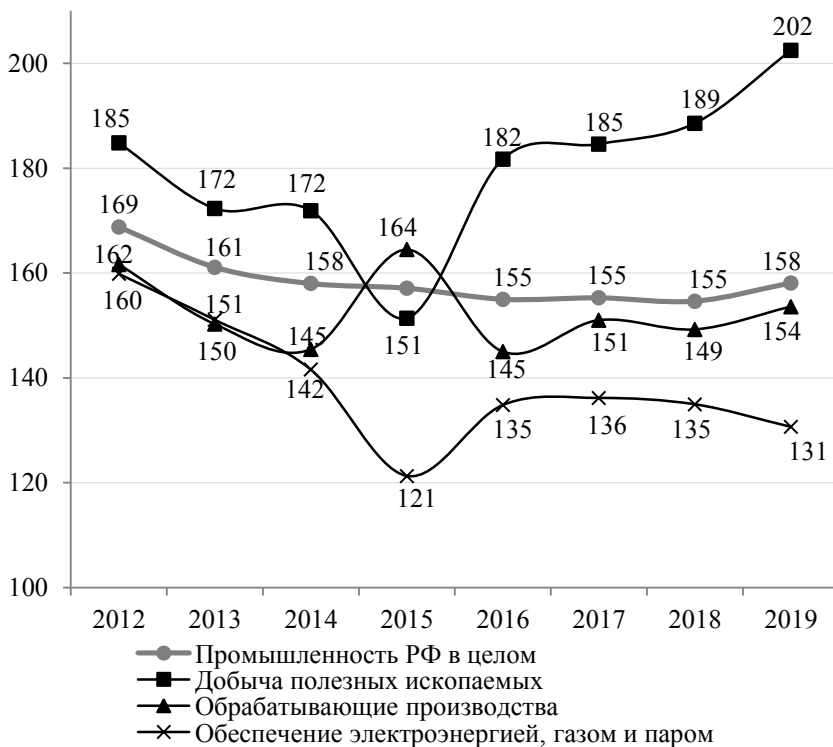


Рисунок 1 – Динамика коэффициента текущей ликвидности промышленного комплекса России (по видам экономической деятельности)

Важнейшим показателем финансовой устойчивости производственных компаний является показатель автономии, характеризующий соотношение собственных и заемных средств у экономических субъектов (условно сбалансированным значением показателя считается 50%).

Анализ значений указанного показателя в 2012-2019 гг. показывает (рисунок 2), что наиболее финансово независимыми отраслями российской промышленности являются добыча полезных ископаемых и обеспечение электроэнергией, газом, паром и кондиционирование

воздуха. Уровень ресурсной автономии предприятий в указанных секторах составляет около 65%.

Производственные компании обрабатывающего комплекса ведут более активную финансовую политику по привлечению капитала. Коэффициент автономии по обрабатывающим видам деятельности в среднем составляет около 35%.

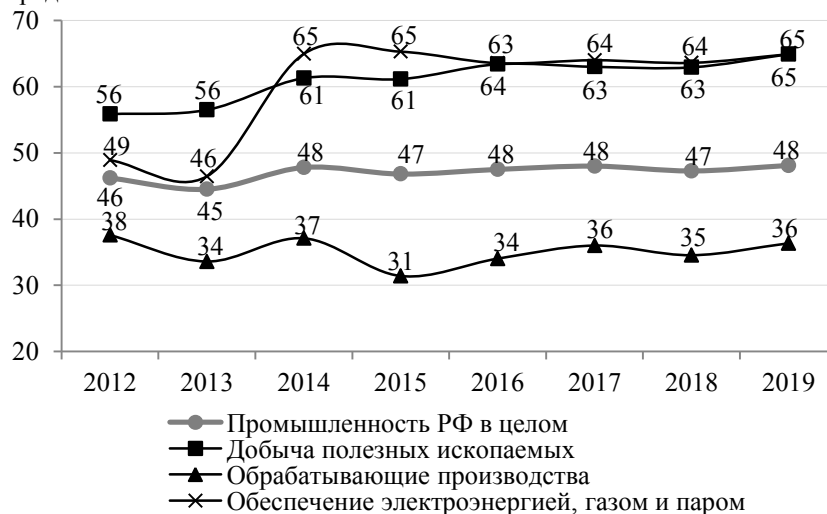


Рисунок 2 – Динамика коэффициента автономии промышленного комплекса России (по видам экономической деятельности)

Промышленный комплекс России характеризуется ростом просроченной кредиторской и дебиторской задолженности (рисунки 3 и 4).

За 2012-2019 гг. абсолютное значение просроченной кредиторской задолженности отечественных предприятий выросло в 3,5 раза, с 722 до 2559 млрд руб. Наиболее динамично невыполненные обязательства росли в обрабатывающем секторе (в ~5 раз за 7 лет). В сферах добычи полезных ископаемых и обеспечения электроэнергией, газом, паром и кондиционирования воздуха объем просроченной кредиторской задолженности вырос в 2,5 и 1,6 раза соответственно.

Накопление объемов просроченной дебиторской задолженности в 2012-2019 гг. между отраслями промышленности носило более сбалансированный, соразмерный и пропорциональный характер (в отличие от ситуации с кредиторской задолженностью). Размер

своевременно непогашенной дебиторской задолженности в сфере добычи полезных ископаемых за 7 лет вырос 2,2 раза, в обрабатывающем секторе – 1,9 раза, в сфере обеспечения электроэнергией, газом, паром и кондиционирования воздуха – в 2,5 раза.

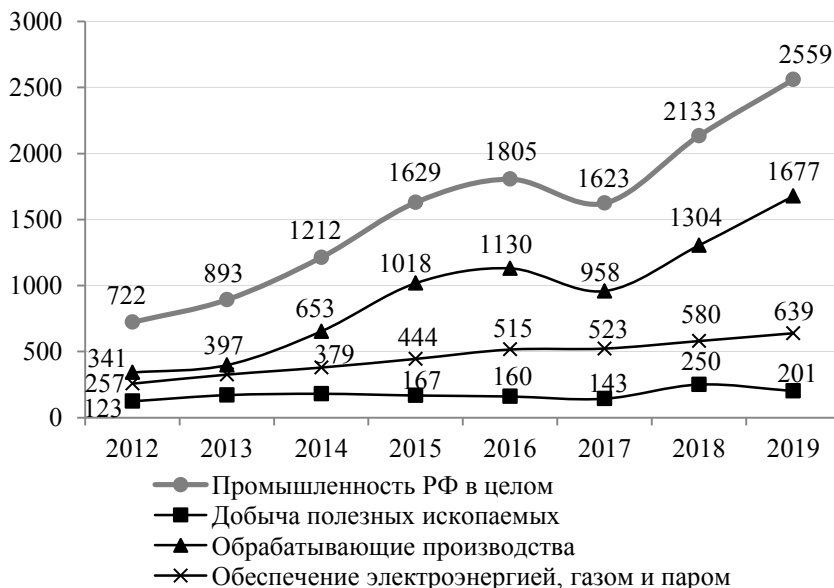


Рисунок 3 – Динамика просроченной кредиторской задолженности промышленного комплекса России (по видам экономической деятельности), млрд руб.

Важно отметить, что несмотря на существенный рост абсолютных значений просроченной кредиторской и дебиторской задолженности в промышленном секторе, относительная доля указанных показателей в общем объеме имеющихся у предприятий обязательств изменилась не принципиально. Так, за 2012-2019 гг. удельный вес просроченной кредиторской задолженности в структуре обязательств вырос с 7,5 до 10,5%, а дебиторской задолженности – снизился с 8 до 6,9%.



Рисунок 4 – Динамика просроченной дебиторской задолженности промышленного комплекса России (по видам экономической деятельности), млрд руб.

Проведенный анализ показывает, что промышленные комплексы и производственные предприятия России в целом имеют достаточно устойчивое финансовое положение. В то же время они сохраняют высокую чувствительность к кризисным процессам, торговым ограничениям и общим структурным изменениям, происходящим в экономике.

Список литературы:

1. Басовский Л.Е. Басовская Е.Н. и др. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности. М.: Инфра-М, 2018. 272 с.
2. Кашкин С.Ю. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности. М.: КноРус, 2012. 432 с.
3. Шеремет А.Д. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия. М.: Инфра-М, 2017. 352 с.
4. Боев А.Г. Методологический подход к разработке и реализации стратегии институциональных преобразований промышленного комплекса // Известия ДВФУ. Экономика и управление. №4. 2019. С. 69-81
5. Боев А.Г. Содержание и особенности процесса институциональных преобразований промышленных комплексов в условиях цифровой экономики // Экономика в промышленности. 2020. 13(1). С.18-28. DOI: 10.17073/2072-1633-2020-1-18-28.

(НЕ)ОТВЕТСТВЕННОСТЬ БАНКОВ В ОБНАРУЖЕНИИ ОТМЫВАНИЯ ДЕНЕГ, ПРИОБРЕТЕННЫХ УТАЙКОЙ НАЛОГА - НЕДОУМЕНИЯ В ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ И ПРАКТИКЕ

Ванда Божич¹, доцент
Сузана Димич², доцент
Мирјана Ђукић², доцент

¹Факултет бизнес-исследований и права

²Юридический факультет, Косовска Митровица, Сербия

Аннотация. Уклонение от уплаты налогов, как наиболее серьезный вид утайки налогов, было оценено как преступление с высокой степенью угрозы отмывания денег. Помимо уклонения от уплаты налогов, оно также может быть направлено на сокрытие доходов, полученных незаконным путем, чтобы показать этот доход как законный на одном из этапов отмывания денег. Авторы укажут на отмывание денег, полученных в результате уклонения от уплаты налогов, подчеркивая при этом роль и обязанности банков в обнаружении незаконных финансовых операций. Хотя ответственное лицо может быть привлечено к уголовной ответственности, Закон о противодействии легализации (отмыванию) доходов и финансированию терроризма устанавливает ответственность за экономические правонарушения или проступки. В статье будут представлены предложения *de lege ferenda*, чтобы разрешить подобные недоумения в теории и на практике.

Ключевые слова: ответственность банков, отмывание денег, уклонение от уплаты налогов, экономические правонарушения, проступки, уголовная ответственность.

Общий обзор уклонения от уплаты налогов. Уклонение от уплаты налогов - это социально опасное поведение, поскольку оно вредит фискальным интересам государства. Бюджет остается лишенным той суммы средств, которую он имел бы, если бы налогоплательщики должным образом и своевременно выполнили свои налоговые обязательства. Постоянное предоставление средств необходимо для финансирования оптимального функционирования сообщества, потому что необходимость жить в сообществе требует определенных затрат. Определенное количество налогоплательщиков пытается полностью или частично снять налоговое бремя и, таким образом, сохранить сумму дохода, которой они располагали до налогообложения. Однако, кроме того, в определенных кругах может иметь место намерение получить

высокие доходы за счет уклонения от уплаты налогов. В такой ситуации уклонение от уплаты налогов является уголовным преступлением. Затем незаконное происхождение доходов от уклонения от уплаты налогов скрывается путем слияния с легальными финансовыми потоками. Момент возникновения налогового обязательства, а также срок, в течение которого налогоплательщик будет обязан уплатить налог, устанавливаются налоговым законодательством для каждого налога отдельно. Налог на заработную плату и многие другие доходы, которые также взимаются применением метода вычета (авторское вознаграждение, дивиденды и т.д.) а также взносы на обязательное социальное страхование подлежат уплате при каждой выплате дохода. Используется метод уплаты налога PAYE, который подразумевает обязанность плательщика дохода рассчитывать и уплачивать налог при каждой выплате дохода. Именно такая методика сбора налогов способствует лучшему контролю за исполнением налоговых обязательств. Если сумма рассчитана на имя и за счет налогоплательщика (плательщика дохода) а не выплачена, то будет уклонение от уплаты налогов. Для других налогов существует обязанность подать налоговую декларацию, в которой налогоплательщик должен будет предоставить данные о доходах и расходах, реализованной прибыли (в случае налога на прибыль), реализованном обороте товаров и услуг (в случае налога на добавленную стоимость (НДС)), на имущество (в случае налога на имущество). В случае, если налогоплательщик не подает налоговую декларацию в течение срока, установленного налоговым законодательством, а также в ситуации, когда он предоставил ложную информацию, имеющую важное отношение к определению налогового обязательства, или если он определил налог в меньшей сумме, чем он был обязан определить (когда существует обязательство по самоналогообложению, например, в случае НДС) будут акты уклонения от уплаты налогов.

Роль банков в предотвращении отмывания денег. Учитывая сложность и многоуровневость проявления отмывания денег, а также тот факт, что финансовые операции в основном осуществляются через банковские счета, роль банков в выявлении отмывания денег является очень важным параметром, которым нельзя пренебрегать. Называя их «налогоплательщиками», Закон о противодействии легализации (отмыванию) доходов и финансированию терроризма, налагает на банки обязанность действовать с должной осмотрительностью и осторожностью при каждой транзакции, особенно если подозревается

незаконное происхождение денег, являющихся предметом платежных транзакций. К этому вопросу подходить, путем принятия мер, которые не имеют одинаковой интенсивности, поскольку каждый клиент или группа клиентов, каждая транзакция, услуга не могут нести одинаковый риск отмыwania денег. Подход к анализу рисков состоит из двух этапов: первый - это определение категорий риска, а второй - оценка риска. Следует отметить, что упомянутый анализ (матрица рисков) носит не фиксированный, а динамический характер, обусловленный социальными обстоятельствами, политикой, которую продвигают банки, и рядом других факторов, которые должны быть неотъемлемой частью их внутренних действий. Выявление категорий риска на самом деле подразумевает распознавание типов рисков, чтобы иметь возможность проводить оценку рисков, а затем анализировать ее во всех возможных ситуациях. В качестве видов риска учитываются риск клиента, географический риск, риск транзакции и риск обслуживания. Когда риски идентифицированы, банк классифицирует их на основе характеристик клиента (если он является официальным лицом), суммы транзакции, типа услуги, ее географического положения (отделение в нескольких странах), то есть классифицирует их как низкий, средний или высокий риск. Степень риска обуславливает принятие упрощенных или усиленных мер надзора и контроля за стороной. Если клиент идентифицирует себя как должностное лицо (например, путем проверки реестра должностных лиц Агентства по противодействию коррупции) и при этом перечисляет на банковский счет более 15000 евро в динарах, автоматически принимаются усиленные меры с точки зрения проверки происхождения выплаченных денег и получения данных обо всей собственности из общедоступных источников а также и непосредственно от клиента. Они относятся к категории высокого риска, поскольку в большинстве случаев являются одним из звеньев финансовых транзакций, которые являются неотъемлемой частью отмыwania денег. По этой причине, когда речь идет о других, даже обычных клиентах, существует система исключения, то есть каждый должен указать в идентификационной карточке, является ли он должностным лицом. Высокая степень риска также может быть обнаружена у обычных клиентов, если выплаченная сумма превышает сумму в 15000 евро или совершает несколько платежей в одном или в разных банках, которые индивидуально не достигают этой суммы, а в совокупности превышают ее, когда можно распознать намерение оставаться невидимым. Затем сотрудники применяют усиленные меры и действия для мониторинга клиента в порядке, предусмотренном их

внутренними актами. Географическое положение относится на клиента, если, например, по необъяснимым причинам он производит один или несколько платежей в банках, которые географически удалены от того места, где он обычно выполняет платежные операции. Такие, так называемые случайные клиенты высокорискованные, независимо от суммы транзакций. Меры познания стороны сводятся к идентификации путем проверки личных документов, и доступ к ним осуществляется перед транзакцией. Меры по отслеживанию клиентов могут быть приняты до или во время транзакции. Своевременное реагирование играет важную роль в предотвращении возникновения или продолжения финансовой операции, которая проводится с целью отмыwania грязных доходов. Банк обязан сообщать о любой подозрительной операции в учреждение под названием Управление по предотвращению отмыwania денег, не позднее трех дней со дня ее совершения, если нет юридических условий для ее приостановления. В этом смысле своевременное сообщение о подозрительных операциях играет важную роль в системе финансовых расследований, одним из субъектов которой является Управление по предотвращению отмыwania денег. Подозрительная документация может служить доказательством, если таковая будет оценена прокурором, и в этом контексте записи, сделанные ответственными лицами в банках, могут повлиять на качественный и количественный компонент уголовного процесса.

Ответственность банков за предотвращение отмыwania денег.

Национальный банк Сербии на государственном уровне может налагать меры и штрафы на банки, на уполномоченные обменные пункты, добровольные пенсионные фонды, поставщиков финансового лизинга, страховые компании, страховые агентства, учреждения, занимающиеся электронными деньгами, платежные учреждения, общедоступные почтовые операторы, базирующиеся в Сербия, в соответствии с законами, регулирующими их деятельность. Юридическое лицо и ответственное лицо в юридическом лице, совершившее экономическое преступление, подлежат штрафу если: оно не установит личность реального собственника стороны, не сообщит Правлению о случаях, когда есть основания для подозрений в отмывании денег или финансировании терроризма, не предоставляет запрашиваемые данные, информацию и документацию Правлению по его запросу, не приостанавливает временно выполнение сделки на основании приказа Правления, не информирует Правление обо всех транзакциях, совершенных этой стороной, если члены административного, надзорного и иного органа управления нарушают запрет на отчетность,

и т. д. Также Закон о противодействии легализации (отмыванию) доходов и финансированию терроризма предусматривает еще две категории экономических правонарушений: за которые несут ответственность юридические лица и ответственное лицо в юридическом лице; а именно: если он не проводит анализ риска отмывания денег и финансирования терроризма, если он не собирает данные о плательщике и получателе и не включает их в форму или сообщение, которое сопровождает перевод средств по всей цепочке платежей, если он не проверяет точность собранных данных перед переводом средств, если он не уведомляет Национальный банк Сербии о поставщике платежных услуг, который часто не предоставляет точные и полные данные, если не устанавливает и не проверяет личность стороны, если не собирает данные и информацию о происхождении собственности, если не информирует Правление о каких-либо операциях с наличными деньгами на сумму более 15000 евро, если он не составляет список показателей для распознавания лиц и операций, по которым есть основания для подозрения в отмывании денег или финансировании терроризма и т.д. Предусмотрена ответственность за проступки предпринимателей и физических лиц. Уголовная ответственность банков вытекает из Закона об ответственности юридических лиц за уголовные преступления, согласно которому банки могут быть привлечены к ответственности за уголовное преступление, совершенное ответственным лицом в рамках деятельности/полномочий в интересах юридического лица. В этом случае, за совершенное преступление, банки могут быть оштрафованы и им может быть прекращен статус юридического лица.

Вывод. Отмывание денег вызывает множество вредных эффектов, которые становятся еще более заметными, если доход происходит от преступных действий против экономики. Эта так называемая двойная атака на экономическую систему заслуживает того, чтобы за ней следовали с должной осторожностью во всех финансовых операциях, особенно когда есть подозрения в отмывании денег или уклонении от уплаты налогов. Первый этап отмывания денег обычно осуществляется путем их перечисления на банковские счета, поэтому этот сектор оценивается как уязвимый, то есть наиболее подверженный отмыванию денег. Это зависит от того, как ответственные лица в этих учреждениях выполняют свои обязательства, будут ли они в нужный момент стоять на пути дальнейших денежных потоков, прежде чем любые следы «грязных» денег будут потеряны (например, при покупке недвижимости). Поправки к Закону о противодействии легализации

(отмыванию) доходов и финансированию терроризма должны предусматривать положения о наказаниях, которые будут относиться к уголовной ответственности юридического лица (банков) и ответственных лиц в юридическом лице, также как в действующем законе положения об экономических преступлениях и проступках исчерпывающе изложены.

Список литературы:

1. Попович Д. Налоговое право. Юридический факультет Белград, 2012.
2. Закон о налоговых процедурах и налоговом администрировании, Службени гласник РС, № 80/02, 84/02, 79/03, 55/04, 61/05, 85/05, 62/06, 61/07, 20/ 09, 72/09, 53/10, 101/11, 2/12, 93/12, 47/13, 108/13, 68/14, 105/14, 91/14, 112/15, 15/16 , 108/16 и 30/18.
3. Анжелкович М. Государственные финансы и финансовое право. Юридический факультет в Нише, 2018,140-141.
4. Решение о руководстве по применению положений Закона о противодействии легализации (отмыванию) доходов и финансированию терроризма для налогоплательщиков, находящихся под надзором Национального банка Сербии, Службени гласник, № 13/2018, 103/2018 и 57/19.
5. Vökkerink M. Руководство по оценке риска для опасностей со стороны человеческого фактора. Совет Европы, 2013.
6. Закон о противодействии легализации (отмыванию) доходов и финансированию терроризма, Службени гласник, № 113/17 и 91/19.
7. Закон об ответственности юридических лиц за уголовные преступления, Службени гласник, No. 97/08.
8. Божич В., Милькович С. Сравнительный обзор уголовной ответственности юридических лиц в Хорватии и Сербии // Журнал права и экономики. Белград. 2019. № 4-6. С. 187-206.

ПРИМЕНЕНИЕ МОДЕЛЕЙ ДИСПЕРСИОННОГО И КОВАРИАЦИОННОГО АНАЛИЗА В УПРАВЛЕНИИ КАЧЕСТВОМ

Боровикова О.В., ст. преподаватель
Белорусско-Российский университет

Аннотация. В статье приведен пример использования средств дисперсионного и ковариационного анализа для выявления факторов, оказывающих влияние на качество продукции на предприятии. Подробно рассмотрены этапы построения ANOVA и ANCOVA-моделей, и на основе результатов анализа сформулированы рекомендации по управлению качеством.

Ключевые слова: управление качеством, дисперсионный анализ, ковариационный анализ.

Жизнеспособность компании на рынке в условиях глобализации во многом определяется конкурентоспособностью продукции или услуги, которую она производит или оказывает. В свою очередь, конкурентоспособность неразрывно связана с понятием качества данной продукции. Управление качеством предполагает сбор и анализ больших объемов данных, поэтому лицу, принимающему решения в этой области, необходимо использовать математические и статистические методы для систематизации и обобщения информации.

Одной из задач, возникающих при оперативном управлении процессами на предприятии, является выявление факторов, оказывающих непосредственное влияние на качество продукции. По сути, это типичный пример задач регрессионного и дисперсионного анализов, которые предполагают определение взаимосвязей между переменными и оценку значимости этих связей. Особенностью задач управления качеством является то, что исследователю часто необходимо оценить влияние качественных переменных на некий контролируемый параметр. Например, цель исследования может быть сформулирована следующим образом: есть ли различие в показателях качества продукции у различных рабочих смен, или у разного типа оборудования; влияет ли сортность или марка исходного материала на количество бракованной продукции и т.д. В этом случае, в регрессионную модель необходимо вводить так называемые фиктивные переменные, причем их количество должно быть на один меньше, чем возможных вариантов значения качественной переменной. Если рассматриваются регрессионные модели, содержащие только

качественные объясняющие переменные, то говорят об ANOVA модели или модели дисперсионного анализа. Если же в модели присутствуют и качественные, и количественные переменные, то говорят о ковариационном анализе (модель ANCOVA).

Рассмотрим применение ANOVA и ANCOVA моделей на примере одного из предприятий г. Могилева, которое является производителем пластмассовой упаковки, в первую очередь, пластиковых ведер. Экспертами было отмечено, что некоторые термопластавтоматы (ТПА), на которых осуществляется литье ведер под давлением, чаще дают сбои и требуют переналадки, и, возможно, имеют больший процент бракованной продукции. В качестве исходных данных были взяты данные по браку за январь – август 2020 года, включающие объем выпуска (шт.), процент брака и номер ТПА, на котором было изготовлено изделие.

По исходным данным были рассчитаны показатели описательной статистики и из них были исключены данные-выбросы, с аномально высокими или низкими значениями переменных.

Также были рассчитаны средние значения брака для каждого ТПА (рисунок 1).

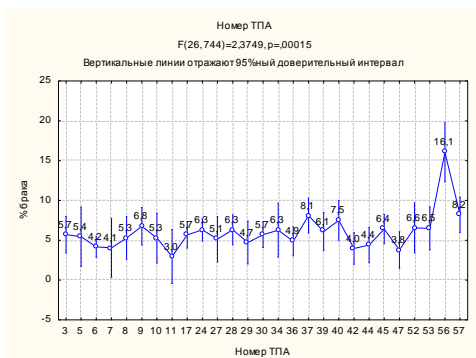


Рисунок 1 - Средний уровень брака для разных ТПА

На рисунке 1 видно, что наибольший средний уровень брака в 16,1 % наблюдается у ТПА номер 56, также высокие значения у ТПА номер 57 (8,2 %) и ТПА номер 37 (8,1 %).

Для оценки влияния типа ТПА на процент брака была построена ANOVA-модель зависимости процента брака от номера ТПА. Выдвигалась гипотеза о том, что средние значения брака для каждого

ТПА статистически не различаются между собой. Так как р-значение (рисунок 2) меньше уровня значимости (0,05), то можно говорить о том, что с вероятностью 95 % значения средних нельзя считать равными, а следовательно фактор «номер ТПА» влияет на процент брака.

Тестирование значимости % брака (Spreadsheet исходные данные 111) ANOVA-модель Декомпозиция гипотезы					
Влияние	SS	Degr. of Freedom	MS	F	p
Номер ТПА	7690,84	26	295,8015	4,710378	0,000000
Error	46784,38	745	62,7978		

Рисунок 2 - Результаты построения ANOVA-модели в ППП Statistica

Также о статистической значимости построенной модели говорит и значимость коэффициента детерминации R^2 .

Для того, чтобы выяснить какое именно оборудование значимо влияет на процент брака, можно построить регрессионную зависимость, где в качестве независимых переменных будут выступать фиктивные переменные (со значениями 0 и 1), соответствующие 26 видам исследуемого оборудования, одно из которых выбирается в качестве базовой модели. Результаты приведены на рисунке 3.

Parameter Estimates (Spreadsheet исходные данные 111) Sigma-restricted parameterization										
Effect	Level of Effect	Column	% брака Param.	% брака Std Err	% брака t	% брака p	-95.00% Cnf Lmt	+95.00% Cnf Lmt	% Брак Beta (t)	
Intercept	1		6,00959	0,253107	23,74333	0,000000	5,51271	6,50648		
Номер ТПА	3	2	-0,28950	1,156761	-0,25899	0,795712	-2,57050	1,97131	-0,012	
Номер ТПА	5	3	-0,56159	1,837538	-0,30562	0,759977	-4,16897	3,04578	-0,020	
Номер ТПА	6	4	-1,82618	0,695244	-2,62667	0,008800	-3,19105	-0,46130	1,094	
Номер ТПА	7	5	-1,95559	1,837538	-1,06425	0,287562	-5,56297	1,65178	-0,070	
Номер ТПА	8	6	-0,72801	1,344424	-0,54151	0,588320	-3,36733	1,91130	-0,029	
Номер ТПА	9	7	0,75561	1,178932	0,64111	0,521646	-1,55814	3,06936	0,032	
Номер ТПА	10	8	-0,73388	1,558885	-0,47077	0,637942	-3,79422	2,32646	-0,027	
Номер ТПА	11	9	-3,05043	1,680615	-1,81507	0,069916	-6,34974	0,24888	-1,113	
Номер ТПА	17	10	-0,32735	0,860279	-0,38051	0,703672	-2,01621	1,36151	-0,016	
Номер ТПА	24	11	0,25941	0,732980	0,40847	0,683045	-1,13957	1,73838	0,012	
Номер ТПА	27	12	-0,87959	1,418655	-0,62002	0,535435	-3,66464	1,90545	-0,034	
Номер ТПА	28	13	0,31502	0,955729	0,32961	0,741784	-1,56122	2,19127	0,015	
Номер ТПА	29	14	-1,29538	1,344424	-0,96352	0,335598	-3,93470	1,34393	-0,052	
Номер ТПА	30	15	-0,31337	0,830096	-0,37751	0,705904	-1,94298	1,31624	-0,016	
Номер ТПА	34	16	0,26457	1,680615	0,15743	0,874952	-0,33474	3,65388	0,009	
Номер ТПА	36	17	-1,13317	0,923444	-1,22711	0,220171	-2,94603	0,67970	-0,055	
Номер ТПА	37	18	2,09213	1,098316	1,90485	0,057185	-0,06404	4,24830	0,093	
Номер ТПА	39	19	0,07874	1,201776	0,06552	0,947778	-2,28054	2,43801	0,003	
Номер ТПА	40	20	1,49450	1,252892	1,19284	0,233313	-0,96513	3,95412	0,062	
Номер ТПА	42	21	-2,03817	1,005230	-2,02756	0,042961	-4,01159	-0,06474	1,0952	
Номер ТПА	44	22	-1,61388	1,116733	-1,44518	0,148829	-3,80620	0,57844	-0,071	
Номер ТПА	45	23	0,40216	0,944555	0,42576	0,670404	-1,45215	2,25647	0,019	
Номер ТПА	47	24	-2,23036	1,156761	-1,92811	0,054222	-4,50127	0,04054	-0,096	
Номер ТПА	52	25	0,54898	1,558885	0,35216	0,724818	-2,51196	3,60932	0,020	
Номер ТПА	53	26	0,45620	1,344424	0,36909	0,712175	-2,14312	3,13551	0,020	
Номер ТПА	56	27	0,04241	1,837538	5,46514	0,000000	6,43503	3,64978	1,3625	

Рисунок 3 - Параметры регрессионной модели в рамках анализа ANOVA

На рисунке представлены коэффициенты линейного уравнения регрессии при 26 фиктивных переменных. В качестве базы для

сравнения был взят ТПА номер 57 (его нет в списке). Статистически значимыми признаны коэффициенты при ТПА под номерами 6, 42 и 56, а также свободный член, который в данном случае характеризует среднее влияние на уровень брака базовой модели. Соответственно, можно сделать вывод, что узкими местами на предприятии в плане формирования качества продукции являются ТПА под номерами 56 и 57, они присутствуют в модели со знаком «+», а значит увеличивают уровень брака. Статистически значимое отрицательное влияние имеют ТПА номер 6 и 42. Эксперты подтвердили последние выводы, т.к за термопластавтоматом номер 6 закреплена конкретная пресс-форма и робот IML, что устраняет необходимость в переналадке робота, что в свою очередь, минимизирует уровень брака, получаемый при запуске нового проекта. Что касается ТПА номер 42, то в 4 квартале 2019 года на нем был установлен новый комплекс прессформа и робот IML, это значительно упростило процесс наладки, что позволило снизить брак, который возникает по причине неисправности робота IML (потери вакуума, смещение этикетки на конечном изделии и т.п.).

На предприятиях, где используются ТПА для литья под давлением, имеется специфика необходимости переналадки оборудования под новые заказы, а значит, под новые пресс-формы. Это ведет к тому, что, как правило, с увеличением объема выпуска уровень брака падает, т.к. специалисты успевают откалибровать оборудование. Данную гипотезу подтверждают и график рассеяния исходных данных (рисунок 4).

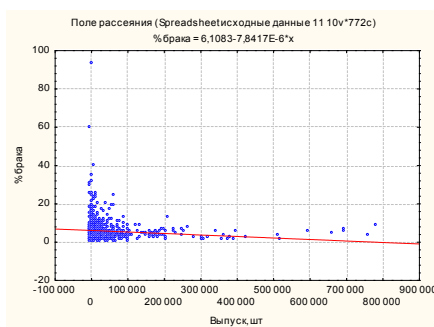


Рисунок 4 - График зависимости процента брака от объема выпуска

На рисунке видна скученность значений в диапазоне выпуска от 0 до 100 000 шт, а также отрицательные наклон предполагаемой линии регрессии. Была оценена значимость уравнения зависимости,

представленного на рисунке. На уровне значимости 5 % уравнение можно считать статистически надежным. Коэффициент корреляции Пирсона между указанными переменными также значим и составляет - 0,11. Т.е. линейная связь есть, и она отрицательная, т.е. с увеличением одной переменной, вторая уменьшается.

Для учета в модели количественной переменной объем выпуска удобно использовать модель ANCOVA - модель ковариационного анализа. В данном случае помимо качественной переменной номер ТПА в модель была введена количественная – объем выпуска. Модель получилась статистически значимая – на уровне 95 % значим коэффициент детерминации, значимо влияние на уровень брака объема выпуска, а также подтверждена статистически разница в средних уровнях брака на разных ТПА. В целом, выводы по модели оказались аналогичны ANOVA-модели, но в качестве оборудования, отрицательно влияющего на уровень брака также было отмечено ТПА номер 37.

По результатам проведения дисперсионного и ковариационного анализа могут быть сделаны следующие выводы:

- на предприятии существует обратная связь между уровнем брака и объема выпуска продукции;

- уровень брака напрямую зависит от оборудования, на котором изготавливается изделие;

- статистически значимое отрицательное влияние на уровень брака имеют ТПА под номерами 56, 57 и 37, именно это оборудование является узким местом на предприятии; требуется проведение дополнительного анализа причин возникновения брака на данных ТПА и реализация производственных мероприятий для устранения имеющихся проблем.

Список литературы:

1. Бородич С.А. Эконометрика: учебное пособие, Мн.: Новое знание, 2006. 408 с.
2. Елисеева И.И. Эконометрика: учебник для магистров. М.: Издательство Юрайт, 2012. 453 с.

СОЗДАНИЕ АГРОПРОМЫШЛЕННОГО КЛАСТЕРА КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА В РЕГИОНЕ

**Буданова М.В., канд. экон. наук, доц.,
Жиленкова Е.П., канд. экон. наук, доц.**

*Брянский государственный инженерно-технологический
университет*

Аннотация. В статье рассматривается понятие агропромышленного кластера. Предложена модель развития агропромышленного кластера на уровне региона. Теоретические аспекты статьи могут быть использованы при определении приоритетных направлений развития отраслей агропромышленного комплекса.

Ключевые слова: агропромышленный комплекс, регион, кластер, модернизация, методика.

Одной из важнейших отраслей экономики Российской Федерации является агропромышленный комплекс, о чем говорит структура занятости населения (в сельском хозяйстве задействовано 7,4% занятых), а также структура землепользования (27,8% земель Российской Федерации отведено под сельскохозяйственные угодья). Помимо этого от эффективности ведения сельского хозяйства напрямую зависит продовольственная безопасность государства.

Опыт ведущих мировых держав доказывает, что всесторонний прогресс в развитии сельского хозяйства и агропромышленного комплекса в целом непосредственно влияет на социально-экономическое положение страны в целом и региона в частности. Обеспечение продовольственной самообеспеченности является одной из стратегических задач сельского хозяйства.

В настоящее время в Российской Федерации развивается так называемое устойчивое сельское хозяйство, ориентированное на такое использование земельных ресурсов, которое не разрушает их природные источники, но позволяет удовлетворить основные потребности производителей и потребителей.

В то же время значительное число российских агропромышленных предприятий не являются конкурентоспособными на мировых рынках, что влечет необходимость поиска новых инструментов повышения конкурентоспособности отечественной продукции и ее производителей. Данные инструменты должны помочь российским предприятиям занять

лидирующие позиции на рынке, соревнуясь с лучшими мировыми субъектами хозяйствования. При этом, достаточно актуальным становится создание и поддержание долгосрочных конкурентных преимуществ не только на макроуровне, но и на уровне региона.

Одним из направлений модернизации сельского хозяйства является создание агропромышленных кластеров. Агропромышленный кластер представляет собой добровольное объединение субъектов малого и среднего предпринимательства, которые занимаются производством, переработкой и реализацией сельскохозяйственной продукции, географически сосредоточенных в центральной части региона.

В связи с вышесказанным создание эффективно функционирующих, конкурентоспособных, инвестиционно-привлекательных, инновационно-ориентированных агропромышленных кластеров является достаточно актуальной проблемой, решение которой требует применения научного подхода на основе передовых отечественных и зарубежных практик.

Стратегической целью агропромышленного кластера является повышение роли региона в системе агропромышленного производства страны за счет обеспечения конкурентных преимуществ производимой продукции на российском и международном рынках.

В настоящее время в Российской Федерации созданы и успешно функционируют более 7 агропромышленных кластеров в Новгородской, Вологодской, ростовской, Омской областях и в Республике Татарстан. Учитывая масштаб страны, этого количества агропромышленных кластеров явно недостаточно.

Существуют различные модели формирования агропромышленных кластеров. По нашему мнению, наиболее перспективной является американская модель, особенностью которой является ведущая роль частного сектора экономики. Помимо этого, в данную структуру включаются научные организации и отраслевые высшие учебные заведения, деятельность которых направлена на обеспечение высококвалифицированными кадрами предприятий агропромышленного комплекса, постоянного повышения квалификации имеющихся кадров, а также проведение различных НИОКР.

Элементы экономического потенциала региона для развития агропромышленного кластера представлены на рисунке 1.

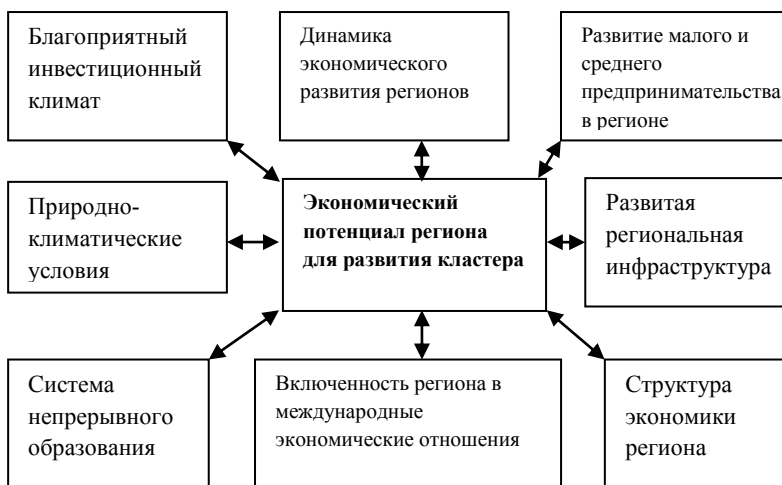


Рисунок 1 - Элементы экономического потенциала региона для развития агропромышленного кластера

При создании в регионе агропромышленного кластера роль органов государственной власти сводится к созданию особых благоприятных условий для дальнейшего его функционирования, повышения инвестиционной и инновационной активности участников кластера, развитию кооперационных связей и повышению конкурентоспособности. Рекомендуется выделять финансовые средства на реализацию приоритетных инвестиционных проектов кластера, а также предоставлять другие меры финансовой и нефинансовой поддержки (в том числе налоговые льготы, упрощение административных процедур, помощь в организации экспортной деятельности и др.).

Ведущая роль при формировании агропромышленного кластера принадлежит агропромышленным предприятиям, которые сами заинтересованы в повышении уровня кооперации, снижения издержек и формированию новых компетенций, что обеспечивает при должной поддержке региональных властей, максимальную эффективность агропромышленного кластера.

Перспективы развития сельского хозяйства региона в данном случае предполагают плановую реализацию инвестиционных проектов по модернизации и развитию мощностей при производстве

комбикормов, пищевых продуктов, развитие производств по глубокой переработке сырья, создание оптово-распределительных центров, повышение эффективности использования экспортного и транзитного потенциала региона.

Нами предлагается модель агропромышленного кластера региона с использованием многомерной организационной структуры. Модель основана на государственно-частном партнерстве, предполагает взаимодействие участников кластера с учреждениями науки и образования. Для эффективного функционирования агропромышленного кластера желательно создание научно-исследовательских и агропромышленных предприятий, функционирующих на территории региона.

Структура управления агропромышленным кластером в регионе представлена на рисунке 2.

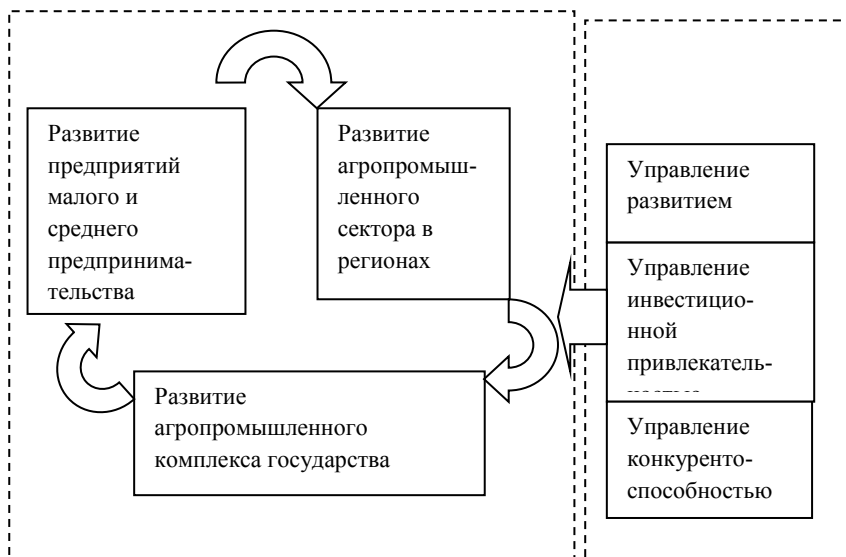


Рисунок 2 - Управление развитием агропромышленного кластера региона

В случае применения предложенной нами модели, управлять взаимодействием между участниками кластера возможно при помощи виртуальной деловой среды, которая представляет собой

организационную платформу с многомерной сетевой архитектурой, что является актуальным при переходе к цифровой экономике.

Виртуальная деловая среда должна быть создана при поддержке региональных властей. На данной платформе участники кластера должны не только взаимодействовать, но и получать актуальную информацию, новые знания, консалтинговые услуги, использовать новые сервисы. Это поможет как опытным бизнесменам, так и новичкам повысить эффективность деятельности.

В условиях прогнозируемого мирового финансового кризиса (как последствия пандемии) для повышения эффективности деятельности предприятия, кластера или агропромышленного комплекса как на уровне региона, так и на уровне государства, требуется повышение эффективности использования всех имеющихся ресурсов.

Кластерное развитие предприятий АПК позволит повысить инновационно-инвестиционную активность, конкурентоспособность, а также результативность деятельности агропромышленного комплекса.

Список литературы:

1. Федеральный закон от 29.12.2006 N 264-ФЗ "О развитии сельского хозяйства" [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_164841 (дата обращения: 09.09.2020)
2. Абушова Е.Е., Сулоева С.Б. Методы и модели современного стратегического анализа [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/metody-i-modeli-sovremennogo-strategicheskogo-analiza> (дата обращения: 08.09.2020)

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА СИСТЕМЫ СТРАХОВАНИЯ ВКЛАДОВ: ЗАРУБЕЖНАЯ И РОССИЙСКАЯ ПРАКТИКА

**Бухонова С.М., д-р экон. наук, проф.,
Яблонская А.Е., канд. экон. наук, доц.**
*Белгородский государственный технологический
университет им. В.Г. Шухова*

Аннотация. В статье дана характеристика понятию системы страхования вкладов, изучены основные ее элементы в некоторых зарубежных странах. Рассмотрены особенности страхования вкладов в российской практике. Это позволило дать сравнительную характеристику исследуемым системам, обеспечивающие сохранность средств в банках по определенным выделенным критериям. Выявлены характерные черты системы страхования вкладов в России и странах Запада. Статья рассчитана на широкий круг читателей, может быть полезна студентам, аспирантам, научным работникам и преподавателям, интересующимся проблемами обеспечения сохранности вкладов в кредитных организациях, а также действующим вкладчикам и гражданам, которые стоят перед выбором финансового института для размещения своих личных сбережений.

Ключевые слова: система страхования вкладов, личные сбережения населения, банковская система.

На сегодняшний день важной функцией коммерческого банка является аккумулярование временно свободных денежных средств населения. С помощью этой функции возможно оценить активность кредитной организации в перераспределении привлеченных ресурсов. Поэтому банки несут определенную ответственность за сохранность средств, принятых во вклады. Это определяет необходимость функционирования системы безопасности хранения вкладов для стабильной депозитной базы банка. Поэтому проблема обеспечения сохранности вкладов в кредитных организациях приобретает важное значение в банковской системе любой страны. В этой связи исследование особенностей функционирования системы страхования вкладов в России и за рубежом является актуальным в решении обозначенной проблемы.

Страхование представляет собой систему отношений по защите интересов экономических субъектов при наступлении определенного события, который является страховым случаем.

Объектом страхования являются денежные средства в валюте Российской Федерации или иностранной валюте, размещаемые физическими лицами в банке на территории РФ на основании договора банковского вклада или договора банковского счета, включая капитализированные проценты на сумму вклада [2].

Страхование вкладов представляет собой систему банковской безопасности, включающая комплекс мер по защите средств вкладчиков банков в случае банкротства.

Случай, в котором событие, предусмотренное законом или договором страхования, является обязанностью страховщика произвести страховую выплату застрахованному лицу называется страховым случаем.

Средства, размещенные вкладчиком в банк на неопределенный или определенный срок, представляет собой вклад (депозитом). Банк направляет эту сумму в оборот, а взамен выплачивает вкладчику проценты.

Вклад в банке является самым востребованным видом сбережений, а система страхования вкладов позволяет обеспечить его надежность и сохранность.

В настоящее время целостно сформированные и закрепленные законом системы страхования вкладов существуют приблизительно в 70 странах. В Европе – 32, в Америке – 14, в Африке – 10, в Азии – 9, а также системы страхования вкладов развиваются и в странах СНГ и Балтии [6].

В соответствии с проведенными исследованиями, в мировой практике сформировались следующие основные виды участия государства в системе страхования вкладов:

1. Государство не участвует в системе страхования вкладов физических лиц.

2. Законодательное участие государства.

3. В отношении покрытия требования вкладчиков неопределенность государства.

4. Подразумеваемая гарантия государств (в этом случае, можно представить ситуацию, когда не существует специальных фондов, которые могут гарантировать вкладчикам возврат средств, но с помощью заявления ответственных лиц вклады граждан можно возместить часть вклада, причем сумма компенсации остается на рассмотрение властей).

5. Государство ограничивало гарантии (гарантия распространялась на часть вклада, для иных видов вклада существует частный фонд страхования).

6. Полные гарантии государства применяются в случае масштабного системного сберегательного кризиса.

Система страхования вкладов в России введена в действие в 2004 году в результате принятия закона «О страховании вкладов физических лиц в банках Российской Федерации» [1]. Страховщиком выступает Агентство по страхованию вкладов (АСВ). В течении действия закона неоднократно в него вносились изменения, которые были направлены на увеличение размера компенсации. Со 100 тыс. рублей порог повысили до 700 тыс. рублей. Размер страхового возмещения с 2015 года был увеличен до 1,4 млн. рублей.

В соответствии с законом вкладчик имеет право получить возмещение в течение 14 дней после наступления страхового случая. Размер страхового возмещения составляет сумму вклада при его размещении и наращенных процентов за период хранения [2].

Исследование зарубежной практики особенностей защиты прав вкладчиков в США, Великобритании и Японии позволил нам провести сравнительный анализ системы страхования вкладов в России и странах Запада. В таблице 1 представлены результаты анализа по выделенным критериям сравнения.

Таблица 1 - Сравнительная характеристика системы страхования вкладов в России и странах Запада

Критерии сравнения	Страны			
	Великобритания	США	Япония	Россия
1. Год введения системы страхования вкладов	1982 г.	1933 г.	1971 г.	2004 г.
2. Участники системы страхования	Страховой фонд депозитов Банк Англии Коммерческие банки	Независимое Федеральное Агентство Страхования Депозитов (ФКСД) Действующие коммерческие банки Конгресс	Корпорация по страхованию депозитов Коммерческие банки	Вкладчики Коммерческие банки, внесенные в установленном порядке в реестр Агентство по страхованию вкладов Банк России

Продолжение табл. 1

3. Формирование страховых взносов	Взносы формируются пропорционально вкладам, но не более 0,3% от их суммы	0,08% в год от средней суммы вкладов за год	1/3 оплаченного капитала плюс 0,008% в год	0,15% за квартал от суммы остатков средств на счетах по учету вкладов
4. Форма собственности страховщика	Государственная корпорация	Государственная корпорация	Смешанная (государственная и частная)	Государственная корпорация
5. Взносы правительства	Нет	Нет, но при необходимости предоставляется кредит до 3 млрд.долл. США	2/3 оплаченного капитала	Имущественный взнос РФ 3 млрд. руб.
6. Сумма страхового возмещения по вкладам	10 тыс. фунтов стерлингов (75% вклада)	100 тыс. долл. США	10 млн. иен	100% суммы вкладов в банке, но не более 1,4 млн. руб.

Как часть мирового опыта система страхования в США имеет большое значение. Американская система гарантирования по вкладам граждан была создана во время массовых банкротств банков и кризиса и представлена федеральной корпорацией страхования депозитов (ФКСД) [9]. Для сохранения средств физических лиц в специальных сберегательных учреждениях действовала Федеральная корпорация страхования вкладов в ссудо-сберегательных ассоциациях. В 1989 году данная корпорация была объединена с ФКСД.

ФКСД - это независимое федеральное агентство, управляемое чиновниками и являющееся подотчетным Конгрессу. Кредитные организации, в том числе и банки, не могут претендовать на управление системой. В настоящее время ФКСД применяет три основных метода для устранения ситуаций с проблемными банками:

- сохранение функционирования банков в форме юридического лица осуществляется санацией проблемных банков. ФКСД ликвидирует «бесперспективные» активы, предоставляет кредиты, и т.п.;
- путем приобретения активов происходит ликвидация проблемных банков другими банками с принятием обязательств по депозитам;
- застрахованная сумма вклада на одного вкладчика составляет 100 тыс. долл.

Следует отметить, что в США система защиты вкладов носит всеобщий характер.

В периоды кризисов банковские системы многих стран формировали определенные меры безопасности и сохранности сбережений своих вкладчиков. Так, впоследствии банковского кризиса в Великобритании в 1982 году банковским актом впервые был создан Страховой фонд депозитов (СФД), который функционирует до настоящего времени. Особенности данного фонда заключаются в следующем:

- СФД является независимой корпорацией на основе законодательного распоряжения и принадлежит государству, контролируется Советом по защите депозитов Банка Англии;
- вклады всех банков страхуются в обязательном порядке, исключением являются отдельные иностранные банки и филиалы;
- вклады страхуются только в фунтах стерлингов;
- предусмотрена только прямая защита сбережений вкладчиков.

Страховой фонд депозитов формируется из вступительных взносов банков-участников системы страхования. Определены их минимальные и максимальные границы, которые варьируют от 10 тыс. до 300 тыс. фунтов стерлингов. Максимальный размер не должен превышать 0,3% общего объема застрахованных депозитов на срок менее 5 лет [8].

В 1971 году в Японии создана Корпорация по страхованию депозитов. Правительством был сформирован капитал данной Корпорации. Управление корпорацией производится комитетом по страхованию депозитов. В состав входят представители частных банков и управляющий Банком Японии. В системе страхования вкладов определено обязательное участие всех городских и сберегательных банков, банков долгосрочного кредита и кредитных кооперативов. Необходимо отметить, что система не распространяется на функционирующие отделения иностранных банков на территории Японии. Страховой фонд выплачивает страховое возмещение, образующееся из ежегодных взносов в размере 0,008 процентов, застрахованных депозитов банка. Страхование подлежат только те вклады, которые размещены в иенах.

В некоторых развивающихся странах (Индия, Филиппины, Аргентина) система страхования вкладов начала функционировать с 50-60-х гг. прошлого века. Развивающиеся страны отличаются неустойчивостью в сберегательной системе, что обусловлено определенными рисками для вкладчиков. Поэтому система страхования

вкладов является необходимым условием для обеспечения сохранности сбережений населения и прав вкладчиков [5].

Сравнительная характеристика позволяет выделить основные черты системы страхования вкладов, характерные для большинства развитых стран (таблица 2).

Таблица 2 - Характерные черты системы страхования вкладов в большинстве развитых стран

Основные черты системы страхования вкладов для большинства развивающихся стран
1. Обеспечение безопасности сохранности средств вкладчиков и защита их прав.
2. Создание фонда, формируемого за счет страховых взносов, предназначенного для финансирования выплаты возмещения по вкладам.
3. Участие государства в функционировании системы страхования вкладов.
4. Обязательное участие кредитных организаций в системе страхования вкладов.
5. Ограниченная роль участников системы страхования вкладов в санации и реорганизации банков.

Исходя из вышеизложенного, следует, что система страхования является составной частью международного страхового рынка, развитие которой началось на рубеже XIX и XX веков в европейских странах.

Таким образом, проведенное исследование системы страхования вкладов в России и за рубежом позволило дать сравнительную характеристику рассматриваемой системы, выявить ее особенности в странах Запада и определить общие черты ее функционирования.

Список литературы:

1. Алехина Е.С., Третьякова И.Н., Яблонская А.Е. Развитие системы обязательного страхования вкладов в банках РФ // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. 2015. № 2 (15). С. 80-88.
2. Костерина. Т.М. Банковское дело: учебник для бакалавров. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Издательство Юрайт, 2012. 332 с.
3. Бухонова С.М., Стригунов В.Н. Управление привлеченными ресурсами коммерческого банка // Белгородский экономический вестник. 2019. № 1 (93). С. 100-102.
4. Бухонова С.М., Яблонская А.Е. Исследование цифровой трансформации российского банковского сектора в контексте его

- инвестиционной привлекательности // Вопросы инновационной экономики. 2020. Т.10. №2. С. 951-960.
5. Котина О. Система страхования вкладов: обзор зарубежной практики. Материалы финансового информационного портала «Bankir.ru» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://bankir.ru/publikacii/20050303/sistemi-strahovaniya-vkladov-obzor-zaryubejnoi-praktiki-1383075/> (дата обращения: 12.09.2020)
 6. Кривенцов К.И. Обеспечение финансовой устойчивости системы страхования вкладов в Российской Федерации // Российское предпринимательство. 2008. № 7-1 (114). С. 126-130.
 7. Кулакова Н. Вклады с гарантией // Коммерсантъ-Деньги. 2001. №40. С. 69-71.
 8. Третьякова И.Н., Яблонская А.Е., Алехина Е.С. Современные тенденции развития российского рынка депозитов // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. 2016. №5 (61). С. 218-227.
 9. Скрыпникова М.Н. Страхование в зарубежных странах // Российское предпринимательство. 2001. № 9 (21). С. 41-44.
 10. Снытко А.Е. Система депозитного страхования: опыт США // Финансы. 1999. №10. С. 44-46.

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРОБЛЕМЫ МИГРАЦИИ: ОТДЕЛЬНЫЕ ПРИМЕРЫ ИЗ ИСТОРИИ

Вукчевич Н., аспирант

*Белгородский государственный технологический
университет им. В.Г. Шухова*

Аннотация. Миграция рассматривается как междисциплинарный феномен, особое внимание посвящено экономическому аспекту проблемы. Краткий анализ экономической модели миграции проводится по материалам современных российских и зарубежных ученых. Представлены и интерпретированы исторические примеры миграционных процессов в период с XIX по XXI век.

Ключевые слова: экономическая модель миграционного процесса, факторы миграции, классификация миграции, история миграции.

В целом, миграция представляет собой переселение людей. Данное явление имело место с начала истории мысли и человечества. Само перемещение в пространстве, как феномен, является неизбежной составляющей людского бытия и всей действительности, которую может охватить собой человеческая мысль. Так как научно доказано, что любая материя находится в постоянном движении или, как сказал бы античный философ Гераклит: «все течет, все меняется», то даже там, где, как нам кажется, господствует абсолютная статика, например, в сухом куске дерева, из которого сделан наш письменный стол, движение имеет место на атомном уровне. Поэтому, прекращения передвижения, в частности переселение людей, никогда не произойдет, так как это означало бы конец истории человечества. Вышесказанное придает феномену миграции особое значение и обуславливает целесообразность непрерывного исследования и совершенствования механизма управления этими процессами.

Рязанцев С.В. и Письменная Е.Е. рассматривают миграцию как «сложное социальное явление, которое отличается значительным разнообразием и выступает одним из наиболее адекватных индикаторов социально-экономического благосостояния общества» [6. с. 52]. Денисова Е.О., Денисова Е.Г. и Мищенко Д.В. полагают, что «миграция как экономическая категория – это экономическое явление, главным мотивом которого является поиск нового места приложения труда» [4. с. 55]. В качестве видов экономической миграции выделяют трудовую – переезд в другую страну с целью найти работы и коммерческую – переезд в другую страну с целью извлечения прибыли из разницы цен

на товары) [5. с. 16]. Мы понимаем под экономической миграцией переселение за пределы своих исконных территорий ради улучшения материального положения. Миграция данного вида иногда пересекается с «незаконной», так как сезонные рабочие часто избегают стандартных юридических процедур. Также, экономическую модель миграции можно соотнести с внутренней миграцией между сельскими и городскими территориями. Переведенцев В.И. «определил миграцию как одно из условий нормального функционирования общества, с помощью которого может быть достигнуто оптимальное размещение трудовых ресурсов на территории страны, способствующее выравниванию уровня экономического развития регионов, проделыванию социально-экономических, а также культурно-бытовых различий между городами селами и т.д.» [4. с. 54].

Целью первых миграций был поиск пропитания – то есть жизненных ресурсов, поиск лучшей жизни – то есть благоприятных климатических условий, а также бегство от природных неприятелей, которым люди в тот момент не могли противостоять. Природные барьеры и транспортные возможности ограничивали дистанцию перемещений, и они охватывали меньшие территории, чем это было позднее. Однако мы считаем, что не смотря на то, что вначале миграцию обуславливали именно такие природные причины как климатическими изменениями и необходимостью поиска ресурсов, со временем развитие человеческой цивилизации как причину выдвинуло на первый план общественные события.

Так, мы можем с уверенностью утверждать, что, например, экстроординарную миграцию в XIX веке, которую можно характеризовать как экономическую, вызвала индустриальная революция. И, хотя размер этой миграции тяжело оценить, поскольку она не происходила одномоментно, суммируя ее численность через определенный временной период мы приходим к поразительным результатам. Так, в период с 1846 года до 1939 года из Европы мигрировало около 50 миллионов человек в следующем порядке: 38 миллионов – в США, 7 миллионов в Канаду, 7 миллионов – в Аргентину, 4,6 миллионов – в Бразилию, а также 2,5 миллионов – в Австралию, Новую Зеландию и Южную Африку [2. с. 12]. Также, в рамках вызванной цивилизационными факторами миграции во время Второй мировой войны в Европе от 1 до 2 миллионов человек поменяло место своего постоянного проживания [2. с. 12]. В послевоенный период мы наблюдаем продолжение данной тенденции, что нашло выражение в том, что, например, огромное количество людей нашло

«кров и хлеб» в Америке. Мы можем рассматривать такую миграцию «в поисках места под солнцем» как экономическую, однако, в таком ракурсе, мы теряем из вида то, что ее причиной является война, поэтому называть ее только экономической не совсем корректно.

Мы полагаем, что сегодня целесообразно говорить о концепциях и моделях миграционных процессов, то есть, о совокупности стран — с одной стороны, тех, откуда движутся мигранты, и, с другой стороны, той или тех, которые являются целью этой миграции. Подобные системы в рамках миграционных процессов имеют свою историю, которая часто простирается так далеко, как только можно себе представить, располагая историческими данными о цивилизации вообще. Также данные системы могут иметь определенные культурологические особенности, которые отличают их от других миграционных систем, где экономический аспект также неизбежно присутствует либо как причина, либо как следствие этих процессов.

Миграционной системой может быть империя или крупное государство. Так, например, в период с 1846 года по 1940 год главным направлением, которое привлекало мигрантов, была Центральная Азия – Сибирь и Маньчжурия — куда эмигрировало свыше 50 миллионов людей [2. с. 12]. Это говорит в пользу того, что миграция стала глобальным феноменом давно и уже тогда они не были ограничены лишь трансатлантическим направлением. Типичным примером международной миграции являются обусловленные протяженной общей границей и большой разницей в уровне развития двух стран перемещения по маршруту Мексика – США, которые с момент первого пересечения границы продолжают и сегодня. Другим примером являются случай китайцев и филиппинцев, которые мигрировали в разные страны Европы и Северной Америки ради трудоустройства и повышения качества жизни – однако тут особенность проявляется в том, что они перемещались туда, где у них не было никаких ранее установленных связей. При этом они имели активные интеракции со своими земляками в других странах, поэтому тут уместно такие перемещения называть миграцией глобальной диаспоры. Пример, когда происходит движение не людей, а границ мы можем наблюдать в случае Украины и России. Также, вся миграция до распада и Югославии, и СССР рассматривались как внутренние, но после распада этих стран они превратились в международные, поэтому мы можем говорить о том, что перемещаются не только люди, но и границы. В этой связи можно осуществить интересный экскурс в понимание того, каким образом различные переходные пути — в сущности, результаты интеракции

между политическим выбором и экономическими и структурными ограничениями частично имеют историческую обусловленность — влияли на поведение индивидуумов после того, как рухнули административные барьеры (визовый режим и т.д.).

Если говорить о более современных примерах миграции, то «процесс перехода от государственного планирования к рыночной экономике протекал с большой скоростью и требовал сложной экономической реструктуризации, что привело к значительному перераспределению рабочей силы в государственном и частном секторе, а также между отраслями промышленности... скорость и всеобъемлемость процесса были беспрецедентными... вызов был тем больше, что транзигция осуществлялась одновременно с установлением тесной взаимосвязи на рынках, технологическими изменениями и глобализацией... предполагаем, что опыт таких драматических структурных перемен привел к новой эмпирической реальности, которую необходимо изучать сквозь призму миграции» [1].

В частности, в ходе «второй волны» расширения Европейского Союза за счет стран Центральной и Восточной Европы в период с 2004 года по 2007 год, когда имела место активная бурная полемика по поводу данного решения, основным камнем преткновения, то есть основной проблемой, при обсуждении которой «ломались копья», была тема миграции. В тот период было востребовано экспертное мнение и специализированные исследования в целях вынесения окончательного вердикта. Тогда европейское сообщество пришло к выводу о том, что динамика миграции Востока и Запада не должна быть предметом беспокойства. При этом только три государства — Великобритания, Швеция и Ирландия — либерализовали свое трудовое законодательство, то есть создали законные основания для возможных потоков экономических мигрантов из стран, ставших новыми членами Европейского Союза. Спустя десятилетие стало очевидно, что выводы на основе исследований того периода были ошибочны, так как они не позволили спрогнозировать интенсивность, динамику и численность миграции. За исключением исследования Международной организации по миграции, основанного на оригинальных эмпирических данных собранных в конце 90-х годов [3], ни одна другая работа не оказалась в состоянии предсказать дифференцированные темпы оттока населения из стран Восточной Европы. Оценки были неточны в части прогноза реального количества мигрантов и предвидения значительного отличающихся темпов миграции из восьми стран Центральной и Восточной Европы, которые вступили в Европейский Союз в 2004 году.

Таким образом, «экономическая составляющая миграционных перемещений лежит в основе мотивов, которыми руководствовался индивид (или группа индивидов), решая о переезде, а также в последствиях миграции, которые определенным образом отражаются на экономическом, политическом и социальном развитии, и тех странах, в которые прибывает население, и тех, из которых население выбывает... экономическая миграция во все времена имела важное значение в становлении современной экономической системы, а также развития государства в целом» [4. с. 55]. Миграция как экономический феномен, определяет проблематику актуальной модели процесса перемещения людей в глобальном окружении. Исторические примеры миграции с древнейших времен до XXI века показывают, что данное явление не новое для человечества и в современном мире нет предпосылок для прекращения поиска людьми своего «места под солнцем».

Список литературы:

1. Castles, S. (2008) “Development and Migration – Migration and Development: What comes first? Social Science Research Council Conference Migration and Development: Future Directions for Research and Policy”, 28 February – 1 March 2008, New York City.
2. International Organization for Migration (IOM), (2004) Essentials of migration management: Volume One: Migration management foundations. Migration and History, Geneva. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.iom.int> (дата обращения: 01.06.2020 г.)
3. International Organization for Migration (IOM), Migration potential in Central and Eastern Europe (1998 г.). [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.iom.int> (дата обращения: 01.06.2020 г.)
4. Денисова Е.О., Денисова Е.Г., Мищенко Д.В. Миграция как экономическая категория // Вестник УлГТУ. 2016. № 2(74) URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/migratsiya-kak-ekonomicheskaya-kategoriya> (дата обращения: 05.06.2020.)
5. Пухова М.М., Дорошина И.П., Ходжаева И.Г. Теоретические основы миграции // ТДР. 2013. №6-2. С. 13-16.
6. Рязанцев С. В., Письменная Е.Е. Временная миграция в России: понятийный аппарат, классификация и статистический учет // Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета. 2014. №4 (16). С. 52-57.

ОЦЕНКА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РЕГИОНА

**Гамулинская Н.В., канд. экон. наук, доц.,
Сайдакова В.А.**

Вятский государственный университет

Аннотация. в статье рассмотрена категория «экономическая безопасность региона», которая в настоящее время только начинает изучаться. Уделяется внимание угрозам региональной безопасности, их классификации. Для оценки угроз безопасности экономики региона необходимо использовать различные индикаторы и их нормативное значение. Сделан акцент на необходимости документального закрепления угроз экономической безопасности региона, индикаторов, а также направлений региональной политики.

Ключевые слова: экономическая безопасность, регион, угрозы, индикаторы.

Кризисные процессы в отраслях экономики вынуждают пристально следить за экономической безопасностью. Данная категория рассматривается преимущественно с точки зрения национальной экономики, однако региональная составляющая освоена недостаточно полно. Анализ составляющих региональной экономической безопасности необходим для принятия верных управленческих решений через призму рисков и угроз.

Для поддержания высокого уровня государственной экономической безопасности нужен детальный анализ угроз безопасности регионов, что вследствие может оказать влияние на развитие такой безопасности на уровне государства в целом. В настоящее время данный анализ не популярен и недостаточно изучен, поскольку не разработана единая методика оценки безопасности региона. Данный аспект обуславливает актуальность данной тематики, поэтому необходимо брать во внимание определение системы индикаторов угроз экономической безопасности для выявления единой методики.

Региональная экономическая безопасность предполагает способность экономики с течением времени повышать уровень жизни населения, противостоять влиянию угроз, обеспечивать социально-экономическую и общественно-политическую стабильность в регионе [1].

Основные принципы региональной безопасности заключаются в следующем:

– поддержание устойчивых темпов экономического роста, бюджетной обеспеченности и достаточности;

– стабильность трудовых ресурсов и уровня занятости исходя их потребностей региона;

– поддержание достойного уровня жизни;

– проведение собственной экономической политики.

С точки зрения экономической безопасности немаловажно оценить и спрогнозировать воздействие ожидаемых угроз, а также обнаружить вероятность резкого спада и критический порог.

В научных исследованиях доводится разнообразная классификация угроз экономической безопасности региона. В.К. Сенчагов классифицирует угрозы по сферам воздействия на внешнеполитические, внешнеэкономические, внутренние угрозы в реальном секторе, внутренние угрозы социальной сферы [2, с.325].

Л.П. Гончаренко и Е.С. Куценко систематизируют угрозы на политические, экономические, социальные, правовые, научные, демографические и другие, то есть по видам человеческой деятельности [3, с.132].

Исследуя конкретные сектора региональной экономики, В.В. Аленин разработал группировку угроз на общие и специфические, долговременные и кратковременные, скрытые и явные [4].

Нужно уметь различать угрозы экономической безопасности, которые могут отрицательно оказывать влияние через короткие промежутки времени и перспективные, действующие через продолжительный срок.

В работах А. Фомина угрозы разделены на внутренние и внешние [5]. Такая классификация является основной. Внутренние угрозы связаны с собственной экономикой, динамикой политических процессов, уровнем социальной напряженности, наличием либо отсутствием природных ресурсов и др.

Для оценки угроз безопасности экономики региона необходимо использовать индикаторный метод, который позволяет оценить общий уровень экономической безопасности региона и его позицию в таком рейтинге.

Индикаторы оценки внутренних угроз представлены в таблице 1. Следует отметить, что данный выбор субъективен, в зависимости от специфики региона индикаторы могут быть изменены.

Таблица 1 – Индикаторы оценки внутренних угроз и их норматив

Внутренние угрозы	Показатель	Норматив
Инвестиционная угроза	Отношение объема инвестиций в экономику территории к ВРП территории в анализируемом периоде, %	>12
	Отношение объема инвестиций в экономику территории к стоимости основных производственных фондов на территории в анализируемом периоде, %	>4,5
Экологическая угроза	Выбросы загрязняющих веществ в атмосферный воздух от стационарных источников, т/км ²	≤0,5
	Сброс загрязненных сточных вод в поверхностные водные объекты, тыс.м ³ / км ²	≤0,3
	Лесовосстановление, %	≤0,15
Социальная угроза	Отношение среднедушевых доходов к прожиточному минимуму	≥1,5
	Средства на здравоохранение, образование и социальную политику к ВРП, %	≥15
	Коэффициент фондов (уровень дифференциации доходов)	≤ 8
Кадровая угроза	Прирост численности населения, %	≥1,35
	Численность студентов учреждений СПО и ВПО на 10000 населения	≥600
	Численность лиц, занятых НИР на 10000 занятого населения	≥120
Финансовая угроза	Доходы регионального бюджета, млн.руб.	X
	Расходы регионального бюджета, млн.руб.	X
	Уровень бюджетных доходов на душу населения, тыс.руб.	X
	Налоговые поступления в бюджет, млн.руб.	X
	Задолженность хозяйствующих субъектов по платежам в бюджет и внебюджетные фонды, млн.руб.	X
Угроза промышленного развития	Степень износа основных фондов, %	≤40
	Индекс промышленного производства, в % к предыдущему году	x
	Доля импортных товаров в промышленном потенциале региона, %	≤20

Внешние угрозы экономической безопасности негативно воздействуют на экономику региона вследствие экзогенного

происхождения. Данные угрозы также предполагают ряд индикаторов классифицируются следующим образом:

- 1) макроэкономическое развитие:
 - ВРП на душу населения;
 - годовой темп инфляции;
 - уровень безработицы по методологии МОТ;
- 2) энергетические угрозы (отношение выработки электроэнергии к ее потреблению, которое должно быть выше 1);
- 3) внешнеэкономическое развитие:
 - иностранные инвестиции в основной капитал, тыс. долл. на душу населения ($\geq 0,3$);
 - объем экспорта на душу населения, тыс.долл. ($\geq 0,2$) [6].

Таким образом, анализ на основе выбранных индикаторов свойственен любому региону федерации, но относительное влияние выбранных индикаторов будет различно. Это позволит органам власти правильно выстраивать региональную политику и уделять внимание тем отраслям, которые представляют наибольшую угрозу для развития региона.

В ситуациях нестабильного состояния экономики субъекта, его экономической безопасности присутствует необходимость в организации действенного и эффективного механизма реагирования органов власти региона на имеющиеся проблемы, что немаловажно для определения приоритетов и критериев реализации экономической безопасности региона. Это позитивно скажется на отражении остроты имеющихся проблем субъекта, оценки их значения и нахождения путей преодоления.

В качестве одной из мер по регулированию системы экономической безопасности региона можно предложить создание стратегии экономической безопасности региона. Стратегией называется документ стратегического планирования, который разработан в соответствии со стратегическими приоритетами. Данный документ действует на уровне государства, но в регионах он не используется. Хотя благодаря ему можно определить тот перечень показателей, с помощью которых можно оценить как угрозы безопасности, так и ее уровень в целом по региону.

В стратегии на основе рассчитанных индикаторов можно закрепить основные вызовы и угрозы экономической безопасности региона. В последствии разработать региональную политику таким образом, чтобы

она отвечала выявленным вызовам и угрозам и находила пути их преодоления.

Стратегия должна основываться на законодательных актах:

- Конституция Российской Федерации;
- федеральные конституционные законы;
- федеральный закон от 28.12.2010 №390-ФЗ «О безопасности», другие федеральные законы;
- нормативно-правовые акты Президента Российской Федерации и Правительства Российской Федерации,
- региональные указы и распоряжения.

Таким образом, уровень экономической безопасности региона указывает на результативность макроэкономической государственной и региональной политики, является индикатором социально-экономической ситуации в стране.

Для подъема уровня экономической безопасности региона нужно разрабатывать комплексные стратегии межрегионального и территориального характера, создавать комплексную систему контроля над рисками с использованием индикаторного метода.

Список литературы:

1. Калинина Н.М. Экономическая безопасность региона: сущность, угрозы и меры обеспечения // СТЭЖ. 2010. №10. С. 17-23
2. Сенчагов В.К. Экономическая безопасность: производство – финансы – банки. М.: ЗАО «Финстатинформ», 2013. 621 с.
3. Гончаренко Л.П., Куценко Е.С. Управление безопасностью: учеб. пособие. М.: КНОРУС, 2005. 272 с.
4. Аленин В.В. Стратегия обеспечения экономической безопасности регионального банковского сектора: методология, методы и практика: автореф. дисс. докт. эк. наук. Иваново. 2007. 32 с.
5. Фомин А. К вопросу об угрозах экономической безопасности // Безопасность: информационный сборник фонда национальной и международной безопасности. 2011. № 10-12. С.162-170
6. Глазьев С.Ю. Безопасность экономическая. Политическая энциклопедия. М.: Мысль, Т.1. 2010. 386 с.

INTERNATIONAL BUSINESS IN GUINEA

Grinenko G.P., cand. econom. sciences
Bah Abdourahamane, undergraduate
Belgorod State Technological University
named after V.G. Shukhova

Abstract. Analyze the international commerce (business) in Guinea. The purpose of this article is to bring out the economic characteristics of Guinea, to analyze the economic policy and finally to draw an outcome.

Keywords: economy, taxes, export and import partners, agricultural, minerals, Gold, Diamond, GDP,

1- Characteristics of Guinean economy

Guinea is a coastal country in west Africa. It has many natural assets: over 300 km long sea front, an important hydrological potential (water tower of Africa) and a huge, agricultural potential, a subsoil particularly rich in minerals (bauxite (1st world reserve of bauxite (1/3 of the total) and the world's second largest producer after Australia), iron (3 billion tons reserves), Gold and Diamonds.

The Guinean sub-soil is very rich in minerals etc.... Guinea exports these goods (bauxite, gold, iron, coffee, fish, agricultural products, and diamonds). Besides, exporting goods, Guinea imports more products than the exportation from abroad (petroleum products, metals, machinery, transport equipment, textiles, grains and other food products) despite all long riches listed above but the its economy remains relatively undiversified and structurally vulnerable to exogenous shocks, particularly on raw materials:

- the contribution of the agricultural sector to GDP is relatively modest (18%) while this sector employs nearly 70% of the working population.
- The secondary sector (36% of GDP) is mainly dominated by mining activities which, together with bauxite and more marginally gold (around 15 tons / year) and diamonds, represent 85% of the country's exports. Energy is also a strategic sector, both for current investments and for the spillover effects on other activities: 4 dams projects are planned - the most important of which (Souapiti) - should allow additional production of more than 500 MW (compared to 774 MW nationwide today).
- Finally, the tertiary sector (46% of GDP) is driven by trade, transport, telecommunications, and financial activities.

2- Analyze the commerce in Guinea Export – Import

In 2018, the value of merchandise exports of Guinea decreased substantially by 19.2 percent to reach 1.6 bln US\$, while its merchandise imports decreased substantially by 14.8 percent to reach 2.1 bln US\$. The merchandise trade balance recorded a moderate deficit of 565.0 mln US\$. The largest merchandise trade balance was with Eastern Asia at -333.4 mln US\$. Merchandise exports in Guinea were diversified amongst partners; imports were also diversified. The top 8 partners accounted for 80 percent or more of exports and 16 partners accounted for 80 percent or more of imports. In 2018, the value of exports of services of Guinea decreased substantially by 34.9 percent, reaching 103.5 mln US\$, while its imports of services decreased substantially by 21.3 percent and reached 694.4 mln US\$. There was a large trade in services deficit of 590.9 mln US\$.

Level of development:Low-income economy. Substantial mining resources but poor infrastructures; very significant corruption.

a) GDP(*billions USD*):14.40 (Source: IMF – World Economic Outlook Database, 2020).

b) GDP(*annual growth in%, constant price*): 2.9 (Source: IMF – World Economic Outlook Database, 2020)

c) GDP per Capita(*USD*):1,031 (Source: IMF – World Economic Outlook Database,2020)

d) State debt(*in % of GDP*):44.8 (Source: IMF – World Economic Outlook Database, 2020)

e) Inflation Rate(*%*):8.5 (Source: IMF – World Economic Outlook Database, 2020)

f) Employment by Sector(*in % of Total Employment*):Agriculture (61.7), Industry (6.2), Services (32.1) (Source: World Bank, Latest available data.)

g) Value Added(*in % of GDP*):Agriculture (24.3), Industry (24.8), Services (40.7) (Source: World Bank, Latest available data)

Presentation of foreign trade

Imports of goods(million USD):3,386 (Source: WTO - World Trade Organization, 2018)

✓ Exports of goods(million USD):3,978 (Source: WTO - World Trade Organization 2018)

✓ Imports of services(million USD) :766 (Source: WTO - World Trade Organization, 2018)

✓ Service exports(million USD):94 (Source: WTO - World Trade Organization, 2018)

✓ Trade balance (excluding services)

(million USD):592 (Source: World Bank, 2018)

Main partners countries

Main customers % of export 2018	
Ghana	22.0%
India	16.4%
United Arab Emirates	9.9%
Spain	8.6%
Germany	7.3%
Ireland	6.3%
France	5.7%
United States	5.4%
Ukraine	3.1%
Canada	2.8%

Main suppliers % of import 2018	
China	14.9%
Netherlands	13.4%
India	10.9%
Belgium	8.1%
France	6.7%
United Arab Emirates	6.5%
United States	2.7%
Ghana	2.7%
Singapore	2.5%
Lebanon	2.3%

Main products traded

1.6 billion USD of products exported in 2018	
Gold, including platinum-plated gold, in unwrought or ...	40.1%
Aluminum ores and concentrates	36.6%
Postage stamps, revenue stamps and the like, no ...	7.6%
Lighthouse boats, pump boats, dredgers, ...	5.1%
Natural rubber, balata, gutta-percha, guayule, ...	1.7%
Coconut, Brazil nut and cashew nut, fresh ...	1.3%
Cocoa beans and broken beans, raw or torr ...	1.2%
Coffee, whether or not roasted or decaffeinated; hulls and ...	0.7%
Transport or packaging articles, made of ...	0.4%
Generating sets and rotary converters	0.4%

2.6 billion USD of products imported in 2018	
Petroleum oils or oils obtained from bituminous minerals ...	14.5%
Rice	10.7%
Medicines (excl. Products of heading 3002, ...	5.5%
Lighthouse boats, pump boats, dredgers, ...	3.9%
Passenger cars and other vehicles ...	3.1%
Bulldozers, bias dozers ...	2.4%
Cane or beet sugar and sucrose ...	2.2%
Palm oil and its fractions, whether or not refined, ...	1.9%
Parts recognizable as being exclusively ...	1.7%
Thrift goods consisting of clothing, ...	1.6%

3- Participation in integration associations

While the business climate has improved in recent years, much work remains to be done. The country ranks 156th out of 190 countries in the Doing Business 2020 ranking. Progress has been made in the time and cost of business start-ups, but the business climate remains undermined by the weak legal framework, inadequate energy and transport infrastructure (only 25% of paved road network, just over 1000 km of railways, etc.), red tape and corrupt practices.

4. Taxations

Value added tax (VAT) 18% (standard rate). Exports and international transport services benefit from a zero rate. A 50% withholding tax is made on VAT invoiced by suppliers of goods and services, by public companies in the mining sector, mixed-capital companies, oil companies and telecoms companies. Corporation tax: Standard rate: 25%. Companies in the telecommunications sector, insurance companies and banks, companies importing, warehousing goods, storage, and distribution of hydrocarbons.: 35%. Mining companies (engaged in the exploitation phase): 30%. Withholding taxes: Dividends: 10%, Interest: 10%, Royalties: 15%. Social contributions paid by the employer: 18% (family allowances: 6%, accidents at work: 4%, health expenses: 4%, various allowances: 4%).

Prospects for the development of international relations.

Finally, Guinea's hydroelectric potential is enormous, and the country could be a major exporter of electricity. The country also has enormous agricultural potential. Gold, bauxite, and diamonds are Guinea's main exports.

References:

1. Grinenko Galina. 2018. "Strengthening positions of Russia in the world market of transport and logistics services" IX International scientific-practical conference "Actual problems of economic development", Belgorod, BSTU V.G. Shukhov.
2. <https://www.tresor.economie.gouv.fr/Pays/GN/situation-economique-et-financiere/>
3. https://import-export.societegenerale.fr/en/country/guinea/presentation-trade-presentation-commerce&#classification_by_products
4. <https://import-export.societegenerale.fr/en/country/guinea/presentation-taxation>
5. The world economy and international economic relations: a textbook for students of the direction of training 03/38/01 - Economics and specialties 38.05.01 - Economic security / [S. V. Kupriyanov [and others]]; total ed. S. V. Kupriyanov. - Belgorod: Publishing house of BSTU im. V.G.Shukhova, 2017
6. Troshin A.S., Bozhkov Yu.N., Nejad Rami R.A., Rostopchina Yu.L., Sazykina S.A. Problems of classification and distribution of risks in the framework of public-private partnership // Bulletin of BSTU im. V.G. Shukhov. 2016. No. 4. Pp. 199-202.
7. Troshin A.S., Nosov S.M. Exchange-traded investment funds ETF - as a tool for enhancing the development of the real sector of the economy // Bulletin of BSTU im. V.G. Shukhov. 2017. No. 2. Pp.255-259.
8. Features of the development of socio-economic systems in the context of globalization: monograph / ed. prof. S.V. Kupriyanov. - Belgorod: Publishing house of BSTU, 2012 . 194 p.
9. The role of innovations in the trend of the Russian economy: monograph / ed. prof. S.V. Kupriyanov. - Belgorod: Publishing house of BSTU, 2016 . 314 p.

ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ ОПТИМИЗАЦИЯ ГОРОДСКОЙ СРЕДЫ КАК ФАКТОР РОСТА КАЧЕСТВА ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ

Давыдова Т.Е., канд. экон. наук, доц.,

Зыкова Д.А., студент

Воронежский государственный технический университет

Аннотация. Рассматриваются вопросы оптимизации городской среды в интересах повышения качества жизни населения с позиции озеленения городских территорий. Обоснована взаимосвязь экологического благополучия и качества жизни. Представлены результаты исследования различных видов экологических объектов и социально-экономические преимущества их использования в большом городе.

Ключевые слова: качество жизни, экология, оптимизация городской среды, озеленение.

В Стратегии национальной безопасности Российской Федерации Национальными интересами на долгосрочную перспективу, наряду с экономическим ростом, наукой, технологией и образованием, называются повышение качества жизни российских граждан и экология живых систем и рациональное природопользование [11]. Ряд исследований свидетельствует о тесной связи между означенными интересами. В частности, комфортность города для жизни, по свидетельству многочисленных рейтингов, определяется с учетом состояния различных сфер городской жизни, в том числе, экономики, образования, экологии [1, 2, 15, 18].

В свете значимости человека как центра системы развития в целом отмечается важность его прав и свобод, в том числе – на жизнь, на здоровье и на здоровую окружающую среду [3]. Подчеркивается, что общественные пространства напрямую влияют на качество его жизни [4]. Ценностный подход к определению счастья как удовлетворенности качеством жизни связывается с определением потребностей и индикаторов их удовлетворения [16]. Показательна значимость жилой среды как фактора влияния на качество жизни – 30%, наряду с прочими факторами (биологические особенности – 12%, образ жизни – 22%, социальные факторы – 17%, производственные – 19%) [13]. Кроме этого, проблема повышения качества жизни населения рассматривается через использование технологий озеленения с целью исправления экологической ситуации, что ведет к увеличению числа жителей [8].

Опираясь на представленное обоснование актуальности темы нашего исследования, полагаем целесообразным рассмотреть вопросы обустройства большого города, связанные с созданием комфортной экологической среды с учетом соответствующих технологий.

Так, один из способов оптимизации городской среды - создание разнообразных экологических и ландшафтных объектов. Среди них можно выделить экосады (природные сады); объекты, имитирующие естественные экосистемы (биотопы); терапевтические сады; энергоэффективные сады; агросады, искусственные сады; вертикальные сады; сады для привлечения городской и парковой фауны [7]. Большинство этих объектов относятся к малым городским садам. Они могут располагаться в больших подземных помещениях, на поверхности земли, отдельными ансамблями, в составе большого парка или располагаться возле жилого дома, а так же на крышах зданий. При создании экосада или природного сада рельеф, состав почвы и растения, растущие на определенной территории, остаются неизменными или выбираются из видов, характерных для данной территории.

Главный принцип естественного экосада - поддержание нормального функционирования экологической системы, обеспечение постоянства всех ее элементов. Необходимо создать условия для растений и животных, максимально приближенные к естественным. Так как такие сады требуют регулярного и тщательного ухода не меньше, чем классические, этот метод не выгоден экономически, однако, наиболее перспективен для улучшения качества городской среды [6].

Объекты, имитирующие природные экосистемы, или биотопы, считаются более рентабельными, так как представляют собой живые системы, способные к самовоспроизводству. Это относительно компактная экосистема, встроенная в город на территории предприятия, двора, сквера, микрорайона. Данная система развивается самостоятельно, в силу чего не приходится тратить ресурсы на постоянные полив, срезку, формирование и т.д. [12].

При обустройстве большого города важно решить несколько задач. Во-первых, создать гармоничную, комфортную и экологически чистую среду обитания человека. Во-вторых, сформировать приятную среду для жизни растений, кустарников или деревьев, а так же микрофлору, обеспечивающую необходимое жизненное состояние для почвы. В-третьих, новые технологии озеленения должны учитывать и экономический аспект, и аспект визуальной эстетики, культуризации и облагораживания территории. В частности, для решения этих задач применяется посадка деревьев и кустарников в городе поверхностью

почвы выше уровня дороги и тротуаров или отделением от них высоким бордюром. Полив насаждений нужно организовать так, чтобы почва не размывалась, что предотвратит вымывание почвы на дорогах и уменьшит загрязненность воздушной среды города [10].

На участках, где невозможно сажать растения в землю, может быть предложено контейнерное озеленение [5, 9]. Технология проектирования контейнеров с использованием зимовки сельскохозяйственных культур в городском планировании предлагает ряд экологических и экономических преимуществ. Контейнеры экономичны, так как высокий декоративный эффект достигается на небольшой посевной площади с хорошо подобранным ассортиментом растений. За счет использования контейнеров сокращается площадь открытого грунта в городе, а, значит, и его распыление, загрязнение городских улиц. Стенки контейнера приподняты над уровнем дороги, что предотвращает засоление и вынос почвы. В результате не только создаются приятные условия для роста растений в городе, но и снижается загрязнение городской среды [9]. Полагаем, не стоит полностью отказываться и от традиционного выращивания в горшках летних цветов. Посадки деревьев, кустарников и травянистых многолетников следует дополнять однолетними культурами. Условия емкости позволяют использовать их в комплексе, создавая декоративные композиции в течение всего года. Так, в городах Западной Европы и Америки традиционно широко распространено оформление улиц, площадей и других территорий различными видами контейнеров с растениями. В данном случае при выборе растений нужно учитывать климат страны. В умеренных широтах сухой период лета сменяется проливными дождями. Заморозки, достигающие -30 , могут чередоваться с оттепелью и новым похолоданием.

Немаловажную роль играют хвойные деревья, создающие зимой декоративный эффект. Экономически выгодно использование многолетних цветочных культур, подходящих как для обычных клумб, так и для контейнерного метода, в комбинации с однолетними культурами. Подбирая культуры древесных и травянистых растений, нужно выбирать виды, устойчивые к сложным экологическим условиям городской среды (задымленность, загазованность, частые и резкие перепады температуры воздуха и почвы, засоленность почвы).

Наконец, одним из эффективных методов озеленения городской среды является вертикальное озеленение. Подходящими являются ползучие растения типа плющ вьющийся, лимонник обыкновенный, виноград и т.д. Лианы используются в дополнение к архитектурным

элементам. Подвесные контейнеры широко применяются в вертикальных садах. В Европе и многих городах России активно применяется высокое горизонтальное озеленение [14].

Таким образом, можно прийти к выводу, что разные методы озеленения по отдельности не решают всех задач, поэтому их целесообразно использовать совместно с другими методами улучшения городской среды [17]. С учетом их анализа и выделения преимуществ можно сделать вывод, что некоторые из них являются более экономически выгодными. Так, полагаем, при использовании биотипов и их рентабельности в силу их саморегулирования или вертикального озеленения можно достигнуть наиболее комфортного городского планирования и улучшения качества жизни людей. Также, методы, являющиеся менее экономически выгодными, зачастую, лучше решают задачу очищения воздуха от загрязнения, а, значит, являются более эффективными: в частности, количество кислорода, создаваемое экосадами, уменьшает процент загрязнённости воздуха.

Список литературы:

1. Авдеева Е.А. Кадровое обеспечение инновационной деятельности // Проблемы современных экономических, правовых и естественных наук в России: сборник материалов VI Международной научно-практической конференции. 21-23 апреля 2017 г. Том 1. С.143-148.
2. Авдеева Е.А., Копаева Д.В. Инновационность персонала как определяющий фактор развития компании // Экономика в инвестиционно-строительном комплексе и ЖКХ. 2019. №1. С.151-157.
3. Барбашова Н.В. Право на здоровую окружающую среду: естественно-правовой аспект // Известия Юго-западного государственного университета. Серия: история и право. 2017. Т.7. №2(23). С. 63-71.
4. Бенуж А.А., Мочалов И.В., Мочалова Т.С. Как измерить экономические выгоды от общественных пространств и парков // Недвижимость: экономика, управление. 2019. №1. С.62-72.
5. Вергунов А.П., Денисов М.Ф., Ожегов С.С. Ландшафтное проектирование: учеб. пособие. М.: Высш. шк., 1991. 240 с.
6. Государственный доклад «О состоянии и об охране окружающей среды Российской Федерации в 2018 году» [Электронный ресурс]. URL: https://www.mnr.gov.ru/docs/o_sostoyanii_i_ob_okhrane. (дата обращения: 12.09.20)
7. Иодо И.А., Потаев Г.А.. Основы градостроительства и территориальной планировки: учеб. для вузов. Минск: УниверсалПресс, 2003. 216 с.
8. Карпова А.С., Буланов В.В. Новые компоненты экологического самосознания россиян // Качество жизни: современные риски и

- технологии безопасности: II Межд. науч.-практ. конф. Тверской государственный технический университет, Тверь. 2017. С. 246-248.
9. Кудрявец Д.Б., Петренко Н.А. Цветы в контейнерах. М.: Фитон +, 2002. 157 с.
 10. Нефедов В.А. Ландшафтный дизайн и устойчивость среды. СПб.: Полиграфист, 2002. 295 с.
 11. О стратегии национальной безопасности Российской Федерации: Указ Президента Российской Федерации от 31 декабря 2015 г. №683.
 12. Решение исполнительного комитета горсовета «О перспективном плане озеленительных работ по городу на 1956–1960 гг.» (с приложениями) // ИАОО. Ф. 1212. Оп. 1. Д. 146. Л. 1–8.
 13. Сидорин А.М. Жилая среда и качество жизни. Основные факторы влияния и степень их значимости // Архитектура и строительство России. 2008. №9. С.18-37.
 14. Семенютина А.В., Подковырова Г.В. Многофункциональная роль адаптивных рекреационно-озеленительных насаждений в условиях урбанизированных территорий // Известия Нижневолжского агроуниверситетского комплекса: наука и высшее профессиональное образование. 2011. № 3 (23). С. 37-43.
 15. Скуридина С.А., Гончарова М.А. Город Воронеж в восприятии современных жителей // Актуальные вопросы современной филологии и журналистики. 2019. №2(33). С.71-78.
 16. Тимофеева Г.В. Счастье как потребность, ценность и индикатор эффективности социальной политики государства // Научные исследования экономического факультета. Электронный журнал. 2014. Т.6. №1(11). С. 116-126.
 17. Ярмош Т.С., Бутырина С.Д. Озеленение в условиях нехватки городских территорий // Традиции и инновации в строительстве и архитектуре. Архитектура и дизайн. 2015. С. 257-263.
 18. Averina T.A., Avdeeva E. A., Priz V.R. Evaluation and suggestions for improving the system of training and education of industrial personnel on the basis of foreign experience // SOCIETY, INTEGRATION, EDUCATION. Proc. of the Int. Sci. Conf. May 24th-25th, 2019. Rezekne, 2019, P.29-40.

ПЕРЕХОД К «ЗЕЛЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ» В РФ: ЦЕЛЕСООБРАЗНОСТЬ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Давыдова Т.Е., канд. экон. наук, доц.,

Попова А.И.,

Распопова А.Е.

Воронежский государственный технический университет

Аннотация. Рассматриваются вопросы экономического развития РФ в долгосрочной перспективе без угроз для глобальной экологической системы. Обоснование перехода РФ к «зеленому» росту представлено на основе изучения правовых актов и экспертных мнений. Сделаны выводы о ключевых задачах перехода к «зеленой экономике», возможности их реализации в свете устойчивого развития.

Ключевые слова: зеленая экономика, устойчивое развитие, экология.

В настоящее время остро стоит общемировая проблема дисбаланса между экономическим прогрессом и экологической ситуацией. При этом отмечается, что в большой степени прогресс связан с истощением биологических ресурсов [8, 14, 17]. Темпы использования природного капитала выше темпов его восстановления, поэтому прогресс не является стабильным в длительной перспективе. Основопологающим свойством новой модели экономического развития должна стать объективная оценка экономической составляющей природных ресурсов в контексте принятия важных экономических вопросов. В соответствии с этим перспективным полагается направление «зеленого» роста, ориентированного на экологические ценности.

На данный момент нет общепризнанного понятия «зеленой экономики». Наиболее распространенным является определение, принятое ЮНЕП (программой ООН по охране окружающей среды) [6], которая рассматривает ее как экономику, повышающую благосостояние населения, создающую условия для социального равенства, а также способствующую снижению риска истощения окружающей среды. Можно сказать, что к «зеленой» экономике относят хозяйственную деятельность, обеспечивающую повышение уровня жизни людей в долгосрочной перспективе без угроз для глобальной экосистемы. В системе глобального развития «зеленая экономика» тесно связана с цифровизацией различных сфер человеческой деятельности [15, 16, 17], системой подготовки специалистов, способных обеспечить экономический рост нового качества [1, 2, 7, 9, 19].

Основываясь на изученных материалах [4, 5, 10, 11 и др.], выделим следующие ключевые принципы, на базе которых осуществляется переход к «зеленой экономике». Устойчивость – «зеленая» экономика является средством достижения устойчивого развития. Справедливость – нацеленность на справедливость и равенство между государствами и поколениями. Достоинство – повышение уровня благосостояния людей и предоставление повсеместного доступа к основным услугам в сфере образования, здравоохранения, водоснабжения, и т.д. Здоровая планета – ресурсоэффективность, а также возобновление утраченного биоразнообразия. Участие – инклюзивный характер экономической модели, включающей активное вовлечение всех участвующих сторон. Надлежащее управление и подотчетность – здоровый контроль над рыночной и производственной сферой, а также разделение всемирной ответственности и следование международным стандартам. Гибкость – адаптация к изменяющимся условиям, а также учет различий в культурной, социальной и экономической сферах стран. Наконец, эффективность и достаточность – стремление к эффективному использованию природных ресурсов и нулевым расходам.

В качестве содействия решению нарастающих экологических проблем в России с 1990-х гг. ведётся сбор систематизированных информационно-аналитических материалов, содержащих сведения о состоянии окружающей среды, взаимосвязи её показателей и параметров социально-экономического развития, а также влияния различных отраслей экономической деятельности на экологическую ситуацию страны. Так, ключевыми факторами, оказывающими неблагоприятное действие на основные экологические показатели, включая выбросы парниковых газов, сброс сточных вод, образование отходов производства и др., являются виды деятельности секторов обрабатывающей промышленности, электроэнергетики, добычи топливно-энергетических ресурсов, сельского хозяйства [4].

Главным вектором направления в области охраны окружающей среды и рационального природопользования служит организованная система государственного регулирования. Отправной точкой в работе по формированию эффективного законодательного аппарата можно назвать Перечень поручений по итогам заседания Государственного совета по вопросу «Об экологическом развитии Российской Федерации в интересах будущих поколений» [13]. Речь идет о переходе России к модели экологически устойчивого развития, обеспечивающего в долгосрочной перспективе разумное потребление природных ресурсов и сохранение экосистем без снижения качества жизни населения. В этом

разреze выделим некоторые законопроекты, содействующие развитию концепции устойчивого развития. Так, 30 декабря 2019 года вступил в силу федеральный закон о микрогенерации, дающий право владельцам объектов, производящим электроэнергию, продавать неиспользованные остатки энергии специализированным компаниям или гарантируемым поставщикам по средневзвешенной цене оптового рынка [18]. Понятие объекта микрогенерации включает использование возобновляемых источников энергии (ВИЭ), что дает рывок для более масштабного распространения «зеленых» технологий и стимулирует их конкурентоспособность относительно традиционных форм энергообеспечения. Однако, по мнению ряда экспертов [3, 17], ожидать высокого уровня развития данного сегмента в ближайшее время не следует ввиду высокой стоимости электроэнергии, получаемой от российских объектов ВИЭ. В то же время специалисты подчеркивают необходимость применения ВИЭ в системе энергоснабжения, полагая, что в качестве мер поддержки данного проекта может служить принятие Стратегии долгосрочного развития РФ [10]. Поскольку РФ входит в первую пятерку стран в мире по выбросам парниковых газов [4], вопрос государственного регулирования в этой области особенно актуален. Полагается неэффективной существующая модель законодательной системы [12], основанная на добровольном характере реализации мер по сокращению выбросов и повышению энергоэффективности компаний, и отмечается появление возможной дезинформации касательно объемов загрязняющих веществ, выделяемых в процессе той или иной деятельности. На наш взгляд, в данном случае целесообразно применять специальные инструменты, способные регистрировать и в полном объеме информировать органы власти об уровне выделенных парниковых газов, а также стимулировать соблюдение требований законопроекта за счет усиления системы инспектирования.

Таким образом, процесс формирования государственного аппарата на пути к экологически устойчивому развитию особенно трудоемкий, учитывая индивидуальные особенности национальной экономики, однако опыт ведущих стран мира показывает реальную возможность перехода к «зеленому» развитию [5]. Поэтому главными задачами для России на современном этапе являются переориентация сфер экономической деятельности в сторону экологически перспективных направлений на основе создания основополагающего государственного механизма для внедрения принципов «зеленого» роста.

Список литературы:

1. Авдеева Е.А. Кадровое обеспечение инновационной деятельности // Проблемы современных экономических, правовых и естественных наук в России: сборник материалов VI Международной научно-практической конференции. 21-23 апреля 2017 г. Том I. С.143-148.
2. Авдеева Е.А., Копаева Д.В. Инновационность персонала как определяющий фактор развития компании // Экономика в инвестиционно-строительном комплексе и ЖКХ. 2019. №1. С.151-157.
3. Альтернативные источники энергии обрели новые полномочия [Электронный ресурс]. URL: <https://rg.ru/2020/04/29/alternativnye-istochniki-energii-v-rossii-obreli-novye-polnomochiia.html> (дата обращения: 15.09.20).
4. Государственный доклад «О состоянии и об охране окружающей среды Российской Федерации в 2018 году» [Электронный ресурс]. URL: https://www.mnr.gov.ru/docs/o_sostoyanii_i_ob_okhrane_okruzhayushchey_sredy_rossiyskoy_federatsii/gosudarstvennyy_doklad_o_sostoyanii_i_ob_okhrane_okruzhayushchey_sredy_rossiyskoy_federatsii_v_2018/ (дата обращения: 12.09.20).
5. Саламатов. В.Ю., Губенко Р.М., Конторин А.И. Зеленая экономика и международная торговля: на пути к устойчивому развитию // Информационно-аналитический дайджест. М, 2020. С.23-26.
6. Итоговый документ Конференции ООН по устойчивому развитию Рио+20 «Будущее, которого мы хотим» [Электронный ресурс]. URL: <https://rio20.un.org/sites/rio20.un.org/files/a-conf.21> (дата обращения: 15.09.2020).
7. Кривцова О.А., Кобелева С.В., Конова О.Ю. Цифровая экономика в системе подготовки кадров // Актуальные проблемы развития вертикальной интеграции системы образования, науки и бизнеса: экономические, правовые и социальные аспекты: материалы VII Междунар. научно-практ. конф. Воронеж, 2018. С. 26-30.
8. Крючкова И.В., Жутаева Е.Н. Государственный контроль в сфере соблюдения требований технических регламентов // Научный вестник Воронежского государственного архитектурно-строительного университета. Серия: Экономика, организация и управление в строительстве. 2009. № 7. С. 190-195.
9. Кобелева С.В., Конова О.Ю. Влияние кадрового потенциала на результаты деятельности организации // Материалы отчетной научной конф. преподавателей и научных сотрудников ВГУИТ за 2017 г. Часть 3. Воронеж. гос. ун-т инж. технол. 2018. С. 168.
10. Минэкономразвития России подготовило проект Стратегии долгосрочного развития России с низким уровнем выбросов парниковых газов до 2050 года [Электронный ресурс]. URL: https://www.economy.gov.ru/material/news/minekonomrazvitiya_rossii_po

- dgotovilo_proekt_strategii_dolgosrochnogo_razvitiya_rossii_s_nizkim_urovнем_vybrosov_parnikovyh_gazov_do_2050_goda_.html (дата обращения: 13.09.20).
11. Навстречу «зеленой» экономике: пути к устойчивому развитию и искоренению бедности: обобщенный доклад для представителей властных структур [Электронный ресурс]. URL: http://old.ecocongress.info/5_congr/docs/doklad.pdf (дата обращения: 15.09.2020).
 12. О государственном регулировании выбросов парниковых газов. URL: <http://council.gov.ru/activity/activities/roundtables/103750/> (дата обращения: 12.09.20).
 13. Перечень поручений по итогам заседания Госсовета [Электронный ресурс]. URL: <http://www.kremlin.ru/acts/assignments/orders/53775> (дата обращения: 15.09.20).
 14. Попова С.В. Применение кейнсианской теории к решению проблем современного экономического развития России // Финансовая экономика. 2019. № 11. С. 57-61.
 15. Попова С.В., Петренко Д.И. Цифровая экономика в России: целесообразность и безопасность // Актуальные проблемы современности: наука и общество. 2019. № 3 (24). С. 51-54.
 16. Серебрякова Е.А., Крючкова И.В., Репкина И.В. BIM - моделирование как элемент инновационного развития строительной отрасли // Экономика в инвестиционно-строительном комплексе и ЖКХ. 2019. № 2 (17). С. 102-106.
 17. Смородина Е.П., Беляева С.В., Белянцева О.М., Крючкова И.В. Особенности и проблемы реализации энергетической стратегии 2035 года // Экономика и предпринимательство. 2020. № 4 (117). С. 240-244.
 18. Федеральный закон «О внесении изменений в Федеральный закон «Об электроэнергетике» в части развития микрогенерации» от 27.12.2019 N 471-ФЗ.
 19. Averina T.A., Avdeeva E. A., Priz V.R. Evaluation and suggestions for improving the system of training and education of industrial personnel on the basis of foreign experience // SOCIETY, INTEGRATION, EDUCATION. Proc. of the Int. Sci. Conf. May 24th-25th, 2019. Rezekne, 2019, Pp.29-40.

ПРОГНОЗИРОВАНИЕ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ РЕГИОНА

Демура Н.А., ст. преподаватель

*Белгородский государственный технологический
университет им. В.Г. Шухова*

Аннотация. Управление развитием невозможно без эффективной системы его оценки и прогнозирования. Официально утвержденные и авторские методики оценки и прогнозирования развития существуют на всех уровнях. Однако, на региональном уровне, как правило, сбор, анализ и прогнозирование носит фрагментарный характер, что снижает качество прогноза. Разработка единого подхода к построению сценарных прогнозов на основе выделения основных показателей хозяйственной деятельности регионов, учета особенностей их хозяйствования и экономической ситуации послужит основой построения эффективной системы управления развитием.

Ключевые слова: управление, развитие, регион, прогнозирование

На мировом, федеральном и региональном уровне осуществляется сбор, анализ, обработка, мониторинг информации по различным направлениям деятельности и разрабатываются прогнозы и сценарии, направленные на повышение эффективности управления.

Качественное прогнозирование как важнейший информационный инструмент управления развитием региона основывается на учете особенностей их хозяйствования. Отдельные регионы в силу своего экономико-географического положения, природно-климатических, исторических, культурных особенностей, наличия уникальных производств и ресурсной базы, предприятий-монополистов, развитого сельского хозяйства, высокой степени использования промышленных мощностей, человеческого капитала, инфраструктуры и т.п. обладают конкурентными преимуществами и особенностями развития.

Прогнозирование социально-экономического развития регионов на основе выделения основных показателей их хозяйственной деятельности, учета особенностей хозяйствования и экономической ситуации является базой построения эффективной системы управления развитием. В процессе анализа и прогнозирования регионального развития исследователи [1, 6] выделяют развитые, слаборазвитые и депрессивные регионы, для каждого из которых выделяют методики, группы показателей [7, 8], рассматривают основные признаки.

Например, для проблемных регионов группировка может иметь вид [6], представленный ниже (рис.1).

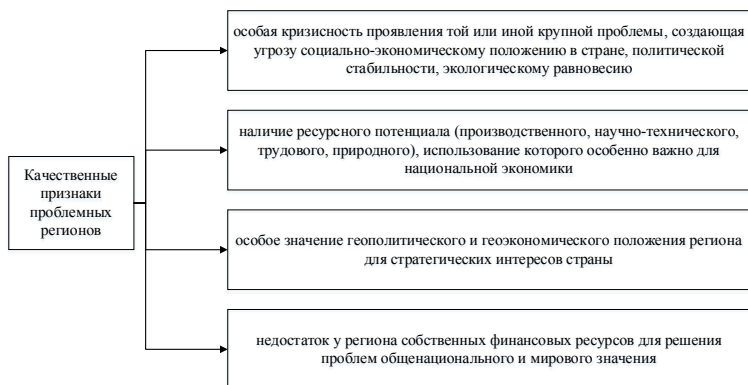


Рисунок 1 - Основные качественные признаки проблемных регионов

Наиболее важным представляется при прогнозировании развития региона учет уровня его ресурсного обеспечения [5].

По мнению исследователей [2, 3, 4] наиболее предпочтительными для прогнозирования социально-экономического развития региона являются методы: экстраполяции, моделирования, программно-целевой и сценарно-целевой (рис.2).

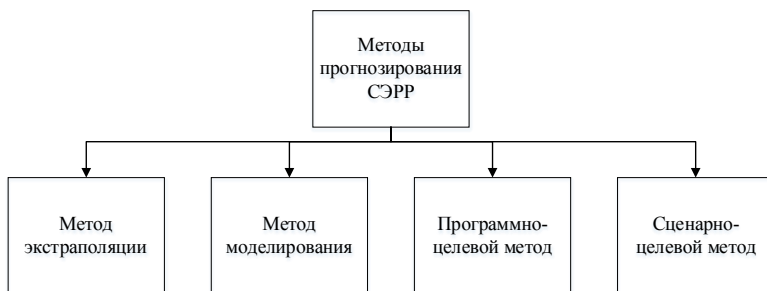


Рисунок 2 - Методы прогнозирования социально-экономического развития региона (СЭРР)

Особенности применения указанных методов для прогнозирования социально-экономического развития регионов представлены в табл.1.

Таблица 1 - Особенности применения методов прогнозирования социально-экономического развития региона

Метод	Особенности применения
Экстраполяции	Осуществляет перенос на будущие временные периоды сложившихся устойчивых тенденций развития прогнозируемого объекта, строится на основе этих тенденций. Данный метод нельзя использовать при изменении сформировавшихся трендов, поскольку не распознает эти изменения
Моделирования	Оценивает, как меняются показатели развития как функции времени и какой характер зависимости данных показателей от других самых важных факторов. Данный метод не позволяет прогнозировать поворотные точки развития, способен смоделировать малое количество признаков моделируемого процесса или явления, кроме того возникают проблемы его применения для моделирования развития при нехватке информации о моделируемом процессе или явлении.
Программно-целевой	Применяется только для решения некоторых крупных региональных проблем. В рамках реализации данного метода отбирается проблема, ставятся цели, которые необходимо достичь, выявляются требуемые и/или имеющиеся ресурсы, осуществляется процесс реализации и контроль выполнения и полученных результатов. Применение данного метода для прогнозирования социально-экономического развития регионов имеет ряд серьезных ограничений, связанных с особенностями целевой программы, ориентированной на реализацию системы конкретных взаимосвязанных мероприятий, в то время как прогнозирование развития регионов требует учета влияния многих факторов.
Сценарно-целевой	Предполагает возможность построения нескольких альтернативных вариантов сценариев (траекторий развития), возможность повысить качество и точность прогноза за счет применения разных методов прогнозирования; учет только вероятностных связей между всеми субъектами, оказывающих влияние на социально-экономические процессы. Также особенностью метода является включение в анализ особенностей исследуемого региона (как проблем региона, так и его возможностей), при построении прогноза развития региона от будущего к настоящему.

По мнению исследователей [3], наилучшим образом для прогнозирования социально-экономического развития региона подходит сценарно-целевой метод.

При разработке регионального прогноза необходимо учитывать ряд моментов. Главным является неправомерность переноса национальных индикаторов, показывающих уровень развития страны, на уровень регионов.

Первой причиной невозможности переноса является факт невозможности расчета значительной части национальных индикаторов в разрезе регионов и отсутствия региональных аналогов.

Второй причиной является необходимость корректировать выдвигаемые цели и требуемые для их достижения ресурсы с учетом различных уровней развития разных субъектов РФ. Для регионов наиболее важны другие показатели, такие, например, как уровень бюджетной обеспеченности и формирующий ее валовой региональный продукт. При этом можно отметить еще один аспект – абсолютные показатели, как правило, не дают четкой картины, более информативны относительные показатели.

Повышение качества социально-экономического прогноза развития региона должно строиться на применении детальной классификации регионов с учетом экономической ситуации и особенностей их хозяйствования, выборе метода прогнозирования, группировке показателей и их детализации, сборе, анализе и классификации исходной информации для разработки прогноза, подборе и применении технических методов и средств прогнозирования. Весь этот комплекс мероприятий позволит построить эффективный механизм прогнозирования и обеспечит достоверной информацией систему управления развитием региона, что положительно скажется на уровне регионального развития в целом.

Список литературы:

1. Абрамова Е.А. Определение стратегических направлений социально-экономического саморазвития регионов РФ на основе метода типологии // Современные наукоемкие технологии. Региональное приложение. №1 (37). 2014. С.15-22. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/opredelenie-strategicheskikh-napravleniy-sotsialno-ekonomicheskogo-samorazvitiya-regionov-rf-na-osnove-metoda-tipologii/viewer>
2. Акаев А.А., Коротаев А.В., Малинецкий Г.Г. Моделирование и прогнозирование глобального, регионального и национального развития. М.: КД Либроком, 2012. 488 с.

3. Белецкая И.Ю. Методика сценарного прогнозирования при принятии решений о стратегии развития региона // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Экономика. Информатика. 2010. №19-1 (90). Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/metodika-stsenarnogo-prognozirovaniya-pri-prinyatii-resheniy-o-strategii-razvitiya-regiona>
4. Бутакова М.М. Экономическое прогнозирование: методы и приемы практических расчетов. М.: КноРус, 2017. 128 с.
5. Демура Н.А. Ресурсное обеспечение системы управления экономическим развитием региона // Экономика устойчивого развития. 2(38), 2019. С.123-126. Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=38510467> (Дата обращения: 18.09.2020)
6. Ивашкова Т.К., Морозова Н.В. Типология регионов Российской Федерации // Науковедение. 2014. № 6 Режим доступа: <http://naukovedenie.ru/PDF/87EVN614.pdf>
7. Куприянов С.В., Стрябкова Е.А., Заркович А.В. Методические подходы к оценке региональных инновационных систем // Фундаментальные исследования. № 9-4. 2014. С. 809-812. Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=21852853>
8. Селиверстов Ю.И. Анализ инновационной деятельности в Белгородской области и возможности ее активизации // Экономика. Общество. Человек. Изд-во БГТУ. 2014. С. 271-279.

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ПРИОРИТЕТЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНО- ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА

**Денисова Е.Д., ассистент,
Кузьменко Я.В., магистрант**
*Белгородский государственный технологический
университет им. В.Г. Шухова*

Аннотация. Данная статья посвящена исследованию отечественной практике планирования. Центральное место в данной работе занимает дискурс о современной российской практике планирования в так называемых «новых реалиях», что отражает представление о том, что практика планирования в сегодняшних условиях отличается от тех, что были раньше.

Ключевые слова: планирование, стратегия, социально-экономическая система, устойчивость.

Социальные и экологические аспекты устойчивого развития обеспечивают муниципалитет с широким спектром задач, которые варьируются от местных задач социального обеспечения до национальных и глобальных экологических и климатических проблем, временной промежуток колеблется между краткосрочными и долгосрочными, а степень конкретности колеблется от специфической до расплывчатой.

Планирование социально-экономического развития регионов для нашей страны не является новшеством, оно применялось еще в СССР, но в других формах: директивное и индикативное планирование.

Под директивным планированием принято понимать процесс принятия планов и решений, носящих обязательный законный характер на уровне государства, а также имеющего адресный характер для объектов планирования, неисполнение которого влечет за собой административное наказание [1].

Благодаря данному виду планирования, применявшегося в СССР, который и являлся единственным собственником и центром, осуществлялись решения задач народнохозяйственных субъектов, путем доведения до них планов, имеющих общенациональное значение (охрана окружающей среды, оборона, выпуск продукции, распределение, обмен и пр.).

При директивном планировании главной отличительной чертой, от других видов планирования, является строгий контроль и отсутствие

какой-либо свободы действий у хозяйствующих субъектов в процессе принятия решений, запрет инициатив и т.д., следствием чего является невозможность быстрого реагирования на возможные изменения, как во внутренней, так и во внешней среде.

Еще один вид планирования – индикативное, которое представляет собой процесс определения национальных интересов государства и самостоятельно хозяйствующих субъектов, формирующий систему показателей, характеризующих социально-экономическое развитие страны и экономические инструменты, для их выполнения. Данный вид планирования имеет предписывающий характер, кроме государственного сектора, где сохраняется обязательный характер исполнения, но учитываются интересы всех сторон.

То есть, в отличие, от директивного планирования, индикативное выступает в качестве механизма координации субъектов государства, сочетая в себе как государственные, так и рыночные регуляторы. В процессе реализации индикативного планирования затрагивается решение многих вопросов социально-экономического развития, осуществление которых рыночными способами является трудным или же полностью невозможным.

На сегодняшний день, в сложившихся условиях рынка, стратегическое планирование (СП) – наиболее оптимальный вид планирования, как на уровне государства (макроуровень), так и на уровне отдельных хозяйствующих субъектов (микроуровень), который подразумевает не только определение целей и приоритетных векторов развития социально-экономической составляющей страны и регионов, но и формирует механизм реализации выбранных целей в долгосрочной перспективе [1].

Но, не смотря на то, что в настоящее время, в большинстве случаев применяется СП, зачастую руководителям трудно отойти от прежних форм планирования, не смотря на то, что с каждым годом разрабатываются более современные и совершенные подходы и процедуры для формирования и реализации такой формы планирования, как стратегическая.

Зачастую использование новых методик впервые осуществляется на более низком уровне (предприятия, коммерческие организации и т.д.), доказав там свою действенность и эффективность они начинают применяться и на региональном уровне.

На основании изученных научных работ, дадим следующее определение СП:

СП социально-экономического развития региона – разработка стратегии развития региона в долгосрочной перспективе, основная цель которой состоит в стабилизации социально-экономического состояния региона, проявляющегося в улучшении материального состояния населения, росте качества жизни, в эффективном использовании и распределении ресурсов, с учетом влияния внутренних и внешних факторов.

На сегодняшний день у большинства российских регионов отсутствуют стратегические планы развития, а зачастую имеющиеся планы представляют собой всего лишь общую направленность развития территории и не подкреплены какими-либо мероприятиями по их реализации.

По мнению авторов [2], недопустимым в развитии региона является медленное эволюционное поступательное движение, которое может привести к консервации накапливающихся проблем и значительно падает возможность повысить эффективность процессов развития.

Зачастую отсутствие стратегических планов развития в регионе можно объяснить двумя причинами:

1. Понимание невозможности прогнозирования состояния территориального окружения в будущем.

2. Из-за неделимой связи территориального образования с политической системой ее окружения, в связи с чем, возникает отсутствие возможности проводить самостоятельную линию развития без того, чтобы не вступить в конфликт с этим окружением [4].

Сама процедура разработки стратегического плана не может быть единой для всех территориальных образований и основанной на каком-то одном подходе, в связи с тем, что у каждого региона есть свои индивидуальные отличия.

Основная цель, преследуемая при разработке стратегического плана развития региона – это повышение уровня и качества жизни населения, его благосостояния, а так же сохранение намеченных темпов развития в долгосрочной перспективе с учетом общей стратегии устойчивого развития Российской Федерации, которая так же основной целью выдвигает повышение уровня жизни населения, не нанося ущерба окружающей среде.

Высокий уровень жизни населения невозможен при низком уровне экономического развития, поэтому при СП развития региона, экономическое развитие выходит на первый план, оно в свою очередь включает следующее: высокооплачиваемые места, привлечение и создание в регионе новых производств и инвестиций, развитие уже

имеющихся производств, модернизация структуры производства, создание конкурентоспособного продукта, его продвижение и продажа. [3]

Для динамичного развития субъектов Российской Федерации необходима система приоритетов и обеспечения согласованности действий органов государственной власти и местного самоуправления, населения, коммерческих и общественных организаций, действующих на территории определенного субъекта. Данные вопросы выносятся на рассмотрение в процессе разработки, обсуждения и реализации стратегического плана социально-экономического развития [6].

Работа над стратегическим планом социально-экономического развития региона – непрерывный процесс, необходимый для своевременной адаптации к меняющимся политическим и экономическим условиям, а так же для эффективного решения стратегических задач. В процессе реализации стратегического плана выполняются следующие задачи: 1) развитие и повышение эффективности использования имеющегося потенциала; 2) создание благоприятных условий в регионе для привлечения инвестиций; 3) социальная стабильность и безопасность населения; 4) достижение и сохранение положения развитого региона РФ [5].

Успешное социально-экономическое развитие региона зависит от грамотного построения системы стратегического планирования, которое позволяет определить долгосрочные стратегические цели, приоритеты и задачи развития региона.

Отсутствие единой методологической базы регионального стратегического планирования создает трудности в разработке, анализе, сравнении, согласовании и агрегировании стратегических планов всех уровней экономики.

Особенность экономики России заключается в территориальной дифференциации: от социальных особенностей до экономического потенциала регионов. Разработка потенциального стратегического плана для развития региона не может охватить все региона страны, необходим индивидуальный подход к каждому с учетом всех имеющихся уникальных факторов, оказывающих влияние на непропорциональный экономический и социальный рост. Отсюда возникает сложность в применении зарубежного опыта.

В целом, создание определенной формы территориальной организации производственных сил в регионе, с учетом территориальных факторов (транспортно-географическое положение, природно-ресурсные, климатический, туристско-рекреационный

потенциал) является ключевым инструментом в реализации стратегии устойчивого социально-экономического развития региона и позволит создать основу для будущего экономического роста в регионе, повысить его конкурентоспособность и перейти к устойчивому социально-экономическому развитию.

Комплексное решение задач СП устойчивого социально-экономического развития региона предполагает переход от экспортно-сырьевой экономики к инновационной, а так же социально-ориентированной, что подразумевает рациональное использование ресурсов и увеличение конкурентных преимуществ региона, учитывая территориальные.

Список литературы:

1. Батов Г.Х. Стратегическое планирование как инструмент стратегического управления региональной социально-экономической системой. МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). 2016. №2 (26). С.212-218.
2. Правдюк В.Н., Горностаева Ж.В. Экономика и управление Роль стратегического планирования в территориальном экономическом развитии. Южно-Российский государственный университет экономики и сервиса. Экономические науки. 2009. 2(51). С. 179-182.
3. Гапоненко А.Л. Стратегическое планирование социально-экономического развития региона/ Пространственная экономика. 2005. №4. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/strategicheskoe-planirovanie-sotsialno-ekonomicheskogo-razvitiya-regiona-1> (дата обращения: 20.11.2016).
4. Ефремов В.С. Стратегическое управление в контексте организационного развития [Электронный ресурс]. URL: <https://www.cfin.ru/press/management/1999-1/01.shtml> (дата обращения: 12.09.2020).
5. Денисова Е.Д. Стратегическое планирование как способ достижения устойчивого социально-экономического развития регионов. Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. 2019. № 2 (75). С. 231-242.
6. Старикова М.С., Денисова Е.Д., Пономарев И.Н., Новоятлев М.А. Конкурентоспособность экономических систем: проблемы, закономерности, перспективы. Белгород. Изд-во БГТУ им. В.Г. Шухова, 2018. 71 с.

РОЛЬ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА В РЕИНТЕГРАЦИИ РЕГИОНАЛЬНЫХ ЭКОНОМИК РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**Дорошенко Ю.А., д-р экон. наук, проф.,
Сотникова А.А., аспирант**

*Белгородский государственный технологический
университет им. В.Г. Шухова*

Аннотация. Формирование и устойчивое экономическое развитие экономики лежит в основе любого государства. Российская Федерация уже несколько лет ориентирована на переход к инновационной экономике, и поэтому создаются условия для наращивания инновационно-инвестиционного потенциала.

Ключевые слова: инновационный потенциал, цифровизация, инновации, экономика региона, инфраструктура региона.

Начиная с 2014 года, Правительство Российской Федерации установило приоритетным направлением развитие экономики посредством инновационных внедрений в различные сферы жизни, что в дальнейшем должно обеспечить переход к новому типу экономики – национальной инновационной экономики. Суть такой трансформации заключается в создании единого экономического пространства для укрепления состояния экономики государства, а также обеспечения высокого уровня экономической безопасности как внутри страны, так и на мировом уровне.

На данный момент времени активно реализуется национальный проект «Цифровая экономика», одной из приоритетных целей которого является достижение роста уровня ВВП в три раза за счёт привлечения инвестиций в новые сферы. Следует отметить, что при генерировании цифровой инфраструктуры возникают сложности по её становлению в различных субъектах страны в силу ряда факторов, одним из которых является дифференциация уровней регионального развития.

В настоящее время, для удовлетворения потребностей общества, а также для устойчивого роста экономики любого региона, первоочередной задачей для глав региона становится необходимость формирования и наращивания инновационного потенциала. Следует отметить, что существует несколько точек зрения при определении понятия «инновационный потенциал».

Одни авторы трактуют инновационный потенциал как взаимосвязанную совокупность различных видов ресурсов, которые

направлены на инновационное развитие хозяйствующего субъекта. Другие же считают, что данный термин следует рассматривать с двух сторон: как инновационный процесс и результат данного процесса. То есть инновационный потенциал можно определить как деятельность по поддержке уровня инновационного развития посредством планирования, разработки, апробации и внедрения инноваций со стороны администрации региона, на конкурентном уровне и обеспечения его роста, что в дальнейшем отразится на результативности использования субъектами инновационной деятельности региона.

Всё большее распространение получает определение инновационного потенциала как показателя, выступающего в качестве меры способности и готовности региональной инновационной системы обеспечивать постоянный непрерывный инновационный процесс [2]. В данном определении понятия отражена важность совокупного исследования ресурсных и результативных компонентов, отражающих готовность и способность региона к инновационному развитию.

Следует проанализировать статистические данные рейтинга социально-экономического положения регионов на 2020 год, представленные в таблице 1.

Таблица 1 - Рейтинг социально-экономического положения регионов 2020 г. [3]

Место	Регион	Интегральный рейтинг, балл
1	Москва	88,980
10	Тюменская область	64,386
20	Воронежская область	55,389
30	Ставропольский край	47,418
40	Ярославская область	42,734
50	Архангельская область	37,799
60	Смоленская область	31,286
70	Костромская область	27,975
80	Республика Калмыкия	17,361
85	Еврейская автономная область	12,743

На данной таблице наглядно продемонстрирована асимметричность экономического развития субъектов РФ, следует проанализировать основные факторы, влияющие на такую тенденцию.

Многие предприятия в субъектах России были вынуждены совершить переход к адаптивной модели производства, поскольку происходит перераспределение наиболее ценных для развития видов ресурсов в регионы, в которых наблюдается высокая инновационная активность, что ведет к развитию инфраструктуры. И в силу этого производства в регионах, которые не получают необходимых для прогрессивного развития необходимых ресурсов, начинают производить низкокачественную продукцию, что способствует снижению инновационной активности.

Также можно выявить взаимосвязь вышеуказанного фактора с оттоком из таких регионов высококвалифицированных кадров, которые смогут себя реализовать только в регионах – лидерах, тем самым повышая важные экономические показатели в субъекте.

Одним из важнейших факторов асимметричности развития регионов является невозможность осуществления научно-технического процесса по инфраструктурным причинам, что может привести к стагнации экономики региона. Это происходит в силу экстенсификации производства и его обособления за счет использования дешевого малопроизводительного труда.

Известно, что для большей инвестиционной привлекательности региона ему необходимо сформировать такую инфраструктуру, которая будет соответствовать запросам ресурсного потенциала его развития, и впоследствии регион сможет выступать в качестве нетто – донора ресурса для других территорий как внутри страны, так и за ее пределами. На данный момент, ряд субъектов РФ находятся на начальной стадии развития инфраструктуры при помощи инновационных внедрений.

Важным инструментом для реинтеграции региональных экономик России служит цифровизация. Данный процесс оказывает прямое воздействие на формирование и накопление инновационного потенциала региона, так как первостепенной задачей является обеспечение всех регионов необходимыми цифровыми технологиями. И в силу этого у многих субъектов РФ появится возможность для дальнейшей инновационной деятельности, что положительно будет влиять как на качество жизни населения, так и на развитие экономики.

Таким образом, основным препятствием для такой интеграции является неоднородность развития цифровой инфраструктуры регионов России, институциональное неприятие цифровизации значимыми группами носителей экономических интересов и отсутствие общественного консенсуса о параметрах информации, подлежащей

оцифровке. Решение проблемы реинтеграции с учетом существующих барьеров является финансовой поддержкой масштабирования эффективных в цифровой среде структур государственной власти и бизнес-структур в пределах страны.

Список литературы:

1. Дорошенко, Ю.А. Стратегические аспекты инновационного развития экономики / Дорошенко Ю.А., Глаголев С.Н., Сомина И.В., Глаголев Е.С. и др., под общ. ред. Ю.А. Дорошенко // Белгород: Изд-во БГТУ, 2017. 173с.
2. Егорова, А.А. Условия формирования инновационного потенциала и их реализация в экономике России. Человеческий потенциал и конкурентоспособность России. Челябинск, 2017. С.63-71.
3. Рейтинг социально-экономического положения регионов 2020 г. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://i-regions.org/reiting/rejting-innovatsionnogo-razvitiya/2018> (дата обращения: 22.09.2020).
4. Сурин, А. В. Инновационный менеджмент / А.В. Сурин, О.П. Молчанова. М.: ИНФРА-М, 2017. 368 с.
5. Щербаков, В. Н. Инвестиционный потенциал и промышленный рост [Электронный ресурс]: монография / В. Н. Щербаков, А. В. Дубровский, Ю. В. Мишин. 2-е изд. Электрон.текстовые данные. М.: Дашков и К, 2018. 436 с. Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/85364.html>.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СТРАТЕГИИ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ И УПРАВЛЕНИЯ БРЕНДОМ В МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

**Дубино Н.В., канд. экон. наук, доц.,
Велез П. Андреа., магистрант**
*Белгородский государственный технологический
университет им. В.Г. Шухова*

Аннотация. Сегодня существует множество стратегий, которые адаптируются к ситуации каждой компании для позиционирования и легкого управления брендом, продуктами и услугами компании. Современные компании вынуждены вести и совершенствовать маркетинговую деятельность, уделяя больше внимания управлению собственным брендом, а также изнутри следить за формированием и оценкой своих позиций на мировом, российском и региональном рынках.

Ключевые слова: Стратегия, позиционирование, управление, рынок, конкуренция, бренд, маркетинг.

Аакер Д. [1] писал: «Не каждый процесс можно назвать процессом развития и управления брендом, а только тот, который способен создать что-то важное и ценное для потребителей, изменить свое представление о продукте, произведении или услуге и выразить это в атрибутах и коммуникациях, добиться правильного признания и предпочтения потребителя в долгосрочной перспективе». Также важна возможность положительного влияния процесса развития и управления брендом на уровень конкурентоспособности бизнеса.

Стратегия – это логическая схема маркетинговой деятельности, с помощью которой компания надеется достичь своих маркетинговых целей [2].

По словам Котлера [2], маркетинговая стратегия разделена на три части (см. табл.1).

Э.А. Уткин [3] считает, что *маркетинговая стратегия* является «неотъемлемой частью всего стратегического управления компанией, это план ее деловой деятельности». Его основная задача – поддерживать и развивать производственный процесс, интеллектуальный потенциал сотрудников предприятия, улучшать ассортимент и качество выпускаемой продукции, развивать новые рынки, увеличивать продажи и в конечном итоге повышать эффективность деятельности.

Таблица 1 - Маркетинговая стратегия

Состоит из трех частей	
а) <i>Рыночные цели</i>	Маркетинговая стратегия должна точно уточнить сегменты рынка, на которых компания сосредоточит свои усилия:
б) <i>Маркетинговый комплекс</i>	Определите стратегии для элементов маркетинга mix, таких как новые продукты, области продаж, реклама, продвижение продаж, цены и распределение продуктов.
в) <i>Уровень расходов на маркетинг</i>	Маркетинговый бюджет, необходимый для реализации всех стратегий, описанных выше.

Успешное позиционирование позволяет не только определить место вашего продукта на рынке, но и предоставить вам дополнительные конкурентные преимущества.

Позиционирование может быть определено по следующей схеме:

- а) индивидуальные характеристики бренда;
- б) четкие характеристики потребителей, чьи потребности бренд стремится удовлетворить как целевая аудитория бренда;
- в) преимущества бренда: почему потребители должны выбирать именно этот бренд, а не тот, который считается конкурентом [4].

Управление брендом – это сложная регулярная структура управления, которая улучшает бренд, проводимый на всех этапах его развития. *Управление брендом* состоит из бренда в отдельном объекте управления маркетингом и применения маркетинга mix (4P) непосредственно к бренду, например, к товарам, сгруппированным по прибыльности или обороту запасов [5].

Вот почему целью управления брендом является максимизация продаж товаров и услуг, предлагаемых целевой аудитории под брендом.

Бренд – это имя, термин, знак, символ, шаблон или их комбинация, предназначенные для идентификации товаров или услуг поставщик или группа продавцов и их дифференциация от конкурирующих продуктов или услуг [6].

Стратегии позиционирования бренда [7]:

1. *В зависимости от использования продукта.* Эта стратегия направлена на позиционирование бренда: как используется продукт, когда, где и для чего. То есть существует прямая связь с потребностями потребителя, которые и определяют результаты.

2. *Согласно активной конкуренции на рынке.* На высококонкурентных рынках один из вариантов, к которому вы можете

обратиться, – это выделить преимущества ваших продуктов или услуг в сравнении с конкурирующими. Если вы выберете эту стратегию позиционирования, вы можете представить свой бренд в качестве лидера или альтернативы.

3. *Согласно качеству или цене.* Другой вариант – сослаться на высокое качество материалов, из которых сделаны продукты. Данную отличительную черту потребители оценят как дополнительный бонус для вашего бренда.

4. *В зависимости от преимуществ продукта.* Это одна из классических стратегий позиционирования бренда. Он ссылается на многочисленные преимущества продукта, чтобы получить известность на конкретном рынке. В последнее время маркетологи перевернули этот метод: они также упоминают косвенные преимущества продуктов или те, которые не так заметны на первый взгляд.

5. *По образу жизни.* Есть продукты, которые позиционируют себя, правильно интерпретируя изменения в социальных и культурных привычках. Примером этого являются автомобили, продаваемые сегодня, большинство из которых были разработаны для динамичного, гибкого и, прежде всего, функционального образа жизни.



Рисунок 1 - Совершенствование стратегии позиционирования в маркетинге

Реализация схемы формирования стратегии разработки и управления брендом компании основывается на выполнении определенных требований для компании, которая развивает бренд, и чтобы обеспечить его эффективность, необходимо обосновать управленческие решения в организации.

В эпоху становления информационного общества коммуникативная практика намного опережает теоретическое обоснование происходящих социально-экономических процессов [8].

Одним из наиболее часто используемых методов определения бренда является анализ среды продукта и связанных с ним областей. Оригинальная идея может возникнуть из необычных источников, иногда даже без какого-либо отношения к изучаемому продукту. В основном одним из наиболее важных компонентов идеи бренда является определение вашей целевой аудитории. То есть исследование того, чего хочет целевая аудитория, что их интересует, как они выглядят, о чем они говорят и т. д. Именно эти знания позволяют правильно определить позицию бренда на рынке.

Основная задача создания идеи бренда – сформировать что-то точное и понятное потребителю. В то же время важно, чтобы сосредоточиться на определенной потребности, удовлетворение которых будет задачей развивать и управлять брендом компании, то есть дать потребителю четкое представление удовлетворить конкретную нужду, необходимо использовать маркетинговые стратегии, поскольку в настоящее время ни одна компания не может обходиться без маркетинга.

Список литературы:

1. Аакер Д. Создание сильных брендов. М.: Изд-во дом Гребенникова 2003. 433 с.
2. Котлер Ф. Основы маркетинга. М.: Изд-во «Вильямс», 2000. 944 с.
3. Уткина Э.А. Маркетинг. М.: Изд-во ЭКМОС, 1998. 320 с.
4. Райс Э., Траут Д. Позиционирование: битва за узнаваемость. СПб: Питер, 2001. 44 с.
5. Агаларова Е.Г. Управление поведением потребителя: от манипуляции к мотивации. Молодой ученый. 2014. №2. С. 317- 318.
6. Капферер Ж.Н. Бренд навсегда: создание, развитие, поддержка ценности бренда. Бренд. 2012. №1. С. 448-449.
7. Каприотти П. Корпоративный брендинг: основы управления стратегический фирменный стиль. Корпоративный брендинг. 2009. №1. С. 20.
8. Щетинина Е.Д., Дубино Н.В., Дадалова М.В. Экономические основы формирования стратегических коммуникаций промышленного предприятия. Вестник БГТУ им. В.Г. Шухова. 2015. №2. С. 181-185.

КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА, ВИДЫ И ИСТОЧНИКИ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Дубино Н.В., канд. экон. наук, доц.,

Вязовиченко А.А., магистрант

*Белгородский государственный технологический
университет им. В.Г. Шухова*

Аннотация. В статье рассмотрены виды, источники и особенности формирования конкурентных преимуществ современных предприятий. Обоснован выбор определений и основных понятий, установлена логическая взаимосвязь между ними.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность, конкурентные преимущества, рынок, производство, ресурсы, капитал, лидерство, ключевые компетенции.

В современном мире одной из важных проблем, возникающих перед производителем, является повышение конкурентоспособности предприятия. Деятельность любого предприятия ориентирована на получение определенных экономических результатов. Однако одни предприятия уверенно достигают поставленных целей, а другие работают менее успешно. Особую актуальность вопросы повышения конкурентоспособности отечественных предприятий приобретают в условиях ужесточения требований к обеспечению повышения полезности использования ресурсов. Рост отдачи от использования ресурсов неразрывно связан с повышением эффективности производства, что, в свою очередь, позволяет обеспечивать развитие предприятий и увеличение их конкурентоспособности [1].

Стоит отметить, на протяжении 20 века критериями эффективности и конкурентоспособности предприятий были финансовые показатели. В первую очередь это прибыль, цена акций, рентабельность привлеченного капитала, рентабельность активов и продукции. С помощью них менеджеры выделяли наиболее эффективные направления деятельности и осуществляли инвестиции с целью получить наибольший финансовый результат. Однако с ужесточением конкуренции предприятия поняли, что необходимо смещать ориентацию своей деятельности в сторону клиентов и разрабатывать клиентоориентированную стратегию развития. С учетом данных изменений был сформирован новый взгляд на оценку эффективности деятельности предприятий, который предполагает, что все действия

организации должны быть направлены на реализацию выбранной стратегии развития [2].

В современном мире для успешного функционирования в условиях конкуренции каждое предприятие должно иметь определенные преимущества перед своими конкурентами. Под конкурентными преимуществами предприятия понимаются сильные стороны, которые отсутствуют или менее выражены у конкурента.

В зависимости от этапа развития рынка, его структуры, отраслевой специфики и других факторов конкурентные преимущества предприятия имеют различные источники формирования. Также неоднозначно трактуются конкурентные преимущества и в экономической теории в разные периоды времени.

Считается, что понятие конкурентных преимуществ вошло в экономический научный оборот со времен А. Смита и Д. Рикардо [3, 4], которые разработали теорию абсолютных и сравнительных преимуществ. В основе их формирования были расходы конкретного производителя. В конце XIX века А. Маршалл в своих исследованиях [5] доказал, что главным конкурентным преимуществом предприятия является масштаб производства, который влияет на снижение расходов. В течение XX века исследователи теории конкуренции относили к содержательным компонентам понятия «конкурентные преимущества» следующее: предпринимательские способности (И. Кирцнер), человеческий фактор (П. Друкер), эффективное использование ресурсов (Ж. Ламбен) и др. [6,7].

Начиная с теорий и концепций Дж. Робинсон, Э. Чемберлина, Й. Шумпетера, Дж. К. Гэлбрейта [8], содержательные компоненты конкурентных преимуществ изменяются в соответствии с модификацией традиционного рынка и формирования несовершенной конкуренции. Если в условиях совершенной (свободной) конкуренции предприятия применяют ценовой метод конкурентной борьбы, то в условиях несовершенной конкуренции для укрепления рыночных позиций они применяют методы неценовой конкурентной борьбы. В последнем случае такие свойства как цена и качество товара (услуги) являются необходимыми, но недостаточными в обеспечении конкурентоспособности предприятия. Как показывает практика большинства современных предприятий, их конкурентные преимущества – это их возможности создать необходимый для потребителя продукт, который удовлетворит его индивидуальные потребности. Сегодня такие свойства как цена и качество товаров (услуг) становятся базовыми, а на первый план выходят такие качества,

как сервисное обслуживание, создание комфортных условий для потребителя, умение его приятно удивить, предоставить положительные впечатления и др.

Традиционное упрощенное понимание конкурентных преимуществ определяется как преимущества компании над его конкурентами. Как отмечалось ранее, конкурентами компании являются те участники рынка, которые создают (реализуют) идентичные по функциональным характеристикам товары (услуги). С позиций этого подхода конкурентные преимущества и являются теми отличиями, благодаря которым предприятие лучше других удовлетворяет потребности потребителей в данном товаре. То есть сущность конкурентных преимуществ предприятия сводится к преимуществам его товаров на данном рынке.

Такое толкование определенное время господствовало в теории конкуренции и конкурентоспособности и до сих пор встречается в трудах многих исследователей. Следует признать, что, например, в первой половине XX века, такой подход к определению конкурентных преимуществ был действительно верным, поскольку это было время становления, развития корпораций, которые сосредоточивали свое внимание на отдельном рынке, стремились его завоевать. Прежде всего, это касалось компаний, которые выходили на рынок массовых товаров и не имели специального назначения (военного, космического и т.п.).

Корпорации в потребительских и технологических сферах деятельности, которые развивались со второй половины XX века, постепенно переходили с практики функционирования в одной отрасли на деятельность, которая предусматривала присутствие в различных отраслях с различными типами и характеристиками рынков. При этом диверсифицированный характер их деятельности ученые-экономисты рассматривали только как одно из стратегических направлений развития. В теории конкурентных преимуществ эта тенденция развития корпораций долгое время не была признана как новое экономическое явление, которое требует глубоких исследований и пересмотра основных постулатов в теории конкурентоспособности предприятия вообще.

Сегодня можно выделить два основных понимания того, чем были конкурентные преимущества раньше и чем они есть сейчас, т. е. традиционный и современный подходы.

Традиционный подход к определению конкурентных преимуществ рассмотрим на основе видения М. Портера, который впервые

предложил наиболее комплексное исследование в этой области знаний в работе «Конкурентное преимущество» [9].

М. Портер выделяет такие виды конкурентных преимуществ, как лидерство в расходах и дифференциация. С позиций этого подхода, конкурентные преимущества на рынке товаров являются факторными признаками, а конкурентоспособность – результирующей. На первый взгляд, этот достаточно распространенный сейчас подход в теории конкуренции, почти не противоречит действительной конкурентной практике современных компаний. Но обращение к более глубокому анализу приводит к выводу о том, что указанный выше подход к определению конкурентных преимуществ касается таких условий, когда:

- компании сосредоточены только на экономической деятельности, т. е. основным содержанием их существования является постоянное сопоставление доходов и расходов для соответствующей их максимизации и минимизации;
- компании выбирают отрасль только из-за ее прибыльности;
- сфера конкуренции компаний рассматривается как фиксированный круг их деятельности и т.п.

Сегодня указанные условия практически видоизменяются. Во-первых, в деятельности современных компаний экономическая деятельность сходит с центрального поста и становится не целью, а средством существования. На первое место выходит социальный и человеческий аспекты деятельности компаний. Современная корпорация выступает не как объединение капиталов, а как объединение людей, стремящихся реализовать свои творческие способности, постоянно находиться в процессе самовыражения и развития в различных аспектах жизнедеятельности. При этом финансовые и технико-технологические возможности, которые соответствуют современным стандартам, являются лишь материальной платформой для достижения социального и человеческого успеха.

Во-вторых, увеличение роли компаний в развитии как общества вообще, так и каждого человека в отдельности приводит к тому, что именно способность реализовать потребности людей наилучшим средством и определяет присутствие компании в данной сфере деятельности, а не потому что эта сфера является прибыльной. Доходность становится бонусом, а не основной выгодой деятельности корпораций.

В-третьих, успешные корпорации не живут одним днем, они генетически сформированы как организации, имеющие стратегию

долгосрочного развития. Они не рассматривают круг своей деятельности как данную раз и навсегда, и постоянно развиваются. И что важно – корпорации развиваются не потому, что развивается все вокруг них, а потому что развитие – это их внутренняя потребность. Внешняя среда дает им информацию того что именно развивать, какими средствами, для кого, в котором объеме, как видоизменяться и тому подобное. Именно на таких принципах можно быть сегодня конкурентоспособной корпорацией.

Современный подход к определению конкурентных преимуществ. Один из самых популярных сегодня подходов к определению конкурентных преимуществ, основан на идеях Хамела Г. и Прахалада К.К., которые впервые предложили комплексное исследование новой конкуренции в работе «Конкурируя за будущее» [10].

Согласно этому подходу, конкурентные преимущества компаний создаются и реализуются в глобальном масштабе благодаря выбранной стратегии на опережение. Поскольку новая конкуренция предусматривает создание преимущества не обязательно в условиях рынка, то предполагается, что существуют конкурентные преимущества двух видов: конкурентные преимущества на рынке данного товара (услуги) и экстрарыночные или внерыночные конкурентные преимущества компании.

Согласно исследованию Хамела Г. и Прахалада К.К. [10], источником конкурентных преимуществ компании являются ключевые (стержневые) компетенции.

Обычно под компетенциями понимают знания, навыки, технологии и отношения, которыми располагает компания и которые она умело использует для достижения победы в конкуренции.

Отличительным признаком ключевых компетенций компании является уникальность. Они являются результатом деятельности людей, способных генерировать идеи, экспериментировать с ними, комбинировать ресурсы, эффективно взаимодействовать с командой сотрудников, с потребителями (заказчиками), поставщиками и различными партнерами в процессе создания ценности. Ключевые компетенции компании скопировать очень сложно. Это сложная динамическая субстанция, которая воспроизводится за счет умений и знаний сотрудников компании, то есть за счет интеллектуальной деятельности.

Как правило, те компании, которые по своим показателям превосходят средний уровень, характерный для данной отрасли, являются носителями ключевых компетенций. Каждая из компаний

определяет для себя то, что умеет делать лучше, чем конкуренты, и развивает свои компетенции в этом направлении.

Таким образом, ключевые компетенции компаний являются основой их конкурентных преимуществ.

Список литературы:

1. Дубино Н.В., Степанова Т.А. Организационно-экономический механизм оценки конкурентоспособности предприятий строительной отрасли // Известия вузов. Строительство. Недвижимость. 2018. Т. 8. №1 (24). С. 46-59.
2. Щетинина Е.Д., Дубино Н.В. Сбалансированная система показателей как основа управления конкурентоспособностью строительных предприятий региона // Вестник БГТУ им. В.Г. Шухова. 2017. №11. С. 218-225.
3. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. М.: Эксмо, 2007. 960 с.
4. Рикардо Д. Начала политической экономии и налогового обложения: Избранное. М.: ЭКСМО, 2007. 960 с.
5. Маршалл А. Принципы политической экономии. В 3 т. М.: Прогресс, 1983 – 1984. 416 с.
6. Кирцнер И. Конкуренция и предпринимательство; пер. с англ. под ред. проф. А.Н. Романова. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001. 239 с.
7. Ламбен Жан-Жак. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива. СПб.: Наука, 1996. 589 с.
8. Робинсон Дж. Экономическая теория несовершенной конкуренции. М.: Прогресс, 1986. 471 с.
9. Портер М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов. М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. 454 с.
10. Хамел Г. Конкурируя за будущее. Создание рынков завтрашнего дня. М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2002. 288 с.

ОЦЕНКА КАЧЕСТВА БАНКОВСКИХ УСЛУГ НА ОСНОВЕ АНАЛИЗА УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ КЛИЕНТОВ

Дубино Н.В., канд. экон. наук, доц.,

Панарина А.В., магистрант

*Белгородский государственный технологический
университет им. В.Г. Шухова*

Аннотация. В статье анализируется проблема определения эффективности маркетинговой стратегии посредством выявления уровня удовлетворенности клиентов в банковской сфере. Удовлетворенность клиентов определена как одна из важнейших составляющих эффективной деятельности банка.

Ключевые слова: удовлетворенность, лояльность, качество обслуживания, банковская сфера, услуги, потребитель, сервис.

Актуальность данного исследования заключается в том, что в современных условиях на финансовом рынке чрезвычайно важно обеспечивать стабильно высокий уровень сервиса во всех каналах обслуживания, в том числе в отделениях, которые по-прежнему остаются одним из основных каналов взаимодействия клиентов и банка.

Степень направленности финансовых учреждений на клиентов напрямую связана со способностью разрабатывать маркетинговые стратегии, ведущие к высокому уровню удовлетворенности потребителей.

Исследования маркетинговых стратегий показывают, что компании, сосредоточенные на удовлетворенности и лояльности клиентов, достигают большей производительности и получают больший доход [1]. Банки, добившиеся более высокого уровня потребительской удовлетворенности, получают большую прибыль [2]. Они способны сохранить значительную долю клиентов, меньше занимаются корректировками товарной политики и тратят меньше времени и денег на привлечение новых клиентов взамен потерянных. Исследователи отмечают, что в процессе взаимодействия компании с клиентами важны все события, все точки контакта и действия с участниками, которые могли бы даже косвенно повлиять на развитие этого процесса [3].

Так, существует множество способов определения потребительской удовлетворенности. Наиболее распространенным является индекс потребительской удовлетворенности (ИПУ) или customer satisfaction index (CSI). Индекс рассчитывается на основании оценок общей удовлетворенности потребителей по шестизрядной

шкале, начиная с крайне недовольных и заканчивая крайне довольными потребителями. По каждому уровню потребительской удовлетворенности присваивается рейтинг от 0 (для крайне недовольных) до 100 (для крайне довольных клиентов) [4]. Качество обслуживания в точках взаимодействия оценивается показателем CSI. Основной задачей исследования по мониторингу качества и данного показателя является выявление ключевых направлений для повышения качества обслуживания и оперативного управления сервисом.

Оценка качества обслуживания клиентов в точках обслуживания определяется в рамках проведения опросов после взаимодействия в следующих каналах обслуживания:

- 1) офис обслуживания;
- 2) контакт-центр;
- 3) чат;
- 4) АТМ (банкомат);
- 5) интернет-банк и мобильный банк;
- 6) сайт банка;
- 7) жалобы и претензии;
- 8) прочие каналы при проведении пилотных исследований.

С каждым годом ведущие банки страны совершенствуют систему оценки обслуживания. Например, в 2020 году один из таких банков перестроил процесс взаимодействия клиента с банком (табл. 1).

Таблица 1- Изменение системы оценки обслуживания одного из банков РФ

БЫЛО	СТАЛО
-10 ДНЕЙ; до 10 дней могло пройти с момента визита клиента в отделение и опросом	-3 часа; сейчас клиент получает приглашение дать оценку практически после визита в банк
30% ; ранее опрос приходил по e-mail, что ограничивало возможности клиентов	90%; переход на опрос через sms/push значительно расширил доступность опроса

Теперь момент оценки максимально приближен к моменту взаимодействия. Раньше между этими событиями могло проходить до 10 дней, за этот период клиенты могли посетить отделение еще несколько раз или просто забыть все свои впечатления. Сейчас приглашение к опросу отправляется через 3 часа после того, как клиент ушел из точки обслуживания. Тем самым до банка доходит довольно свежее впечатление клиентов, и что еще более важно, появляется

возможность более корректно идентифицировать, какой именно момент оценивал клиент.

Сейчас современные банки стремятся в перспективе выйти на опрос в режиме реального времени. Еще одним новшеством стала смена канала сбора данных. В прошлом году это была электронная почта, что накладывало серьезные ограничения на банк. В базе данных всего у 30% клиентов есть электронная почта, и это означает, что 70 % клиентов не имели никакого шанса поделиться своей обратной связью. Появился переход на push/sms на номер сотового телефона, после чего повысился отклик более молодой части аудитории банка. Теперь клиенты, участвующие в опросе, могут давать развернутую обратную связь, описывать словами то, что с ними происходило, что им понравилось или не понравилось.

Кризис повлиял на удовлетворенность клиентов к банкам. Только 3 банка на рынке, в число которых входят ВТБ, Сбербанк и Альфа-Банк смогли удержать, либо укрепить свои позиции. Несмотря на всю сложность ситуации важно использовать эту возможность для укрепления отношений с клиентами, предоставив достойный уровень обслуживания, не отставая от рынка в составе предоставляемых продуктов и сервисов.

Таким образом, формирование системы лояльности, связывающей банк, клиентов и сотрудников банка, призвано создать благоприятный климат для развития каждого из участников и деятельности банка. Чтобы правильно вести деятельность, направленную на удовлетворение потребностей, требования потребителей, необходимо располагать знаниями, способствующими формированию грамотного подхода к клиентам.

Список литературы:

1. Дубино Н.В., Анпилова К.В. Специфические средства проектирования корпоративной репутации промышленного предприятия. Белгородский экономический вестник. 2017. № 2 (86). С. 116-124.
2. Дубино Н.В., Принц О.Д. Управление потребительским опытом как инструмент формирования ценности. Актуальные проблемы экономического развития. Сборник докладов VIII Международной заочной научно-практической конференции. БГТУ им. В.Г. Шухова. 2017. С. 71-76.
3. Лаптева И. П. Подходы к оценке факторов потребительского поведения [Электронный ресурс] / И. П. Лаптева, Л. Н. Трусова, Е. Н. Гришина. Статистика и Экономика. 2018. Т. 15. № 3. С. 30-39. Режим доступа : <https://elibrary.ru/item.asp?id=35147372>
4. Шварц, П. Оценка степени удовлетворенности потребителя. М.: Баланс Бизнес Букс, 2016. 352 с.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПОНЯТИЯ ИНТЕГРАЛА В ЭКОНОМИКЕ

Дюкарева В.И., ст. преподаватель,

Рябцева С.В., ст. преподаватель

*Белгородский государственный технологический
университет им. В.Г. Шухова*

Аннотация. В данной статье говорится о том, что невозможно стать квалифицированным специалистом с экономической специальностью без знаний математики и умения владеть математическими методами решения задач. Поэтому преподавание математики должно подчеркивать прикладное значение математики и повышать уровень математической подготовки студентов. Более подробно рассмотрено изложение материала по теме «интегральное исчисление».

Ключевые слова: математика для экономистов, интегральное исчисление, определенный интеграл, производительность труда, темп роста, дисконтирование.

Математические методы все активнее проникают в самые разные сферы жизни человека. Чтобы стать квалифицированным специалистом студенту необходимо знание математических дисциплин. Поэтому преподавание математики студентам экономических специальностей должно учитывать следующие принципы: повышение уровня фундаментальной математической подготовки студентов и усиление ее прикладной экономической направленности.

При изучении различных разделов математики следует обращать внимание на прикладное значение математики, чтобы не возникало вопросов об отношении изучаемой темы к приложениям в экономике.

Рассмотрим более подробно раздел «интегральное исчисление». При введении понятия определенного интеграла полезно обратить внимание студентов не только на геометрический, но и на экономический смысл определенного интеграла.

Пусть функция $Z = Z(t)$ описывает изменение производительности некоторого производства с течением времени t . Рассмотрим временной интервал $[0; T]$ и найдем объем продукции U , который будет произведен за этот промежуток.

Объем продукции ΔU , произведенный за некоторый промежуток времени $[t; t + \Delta t]$ описывается равенством $\Delta U = f(t)\Delta t$, если

производительность не изменяется с течением времени. В общем случае справедливо равенство: $\Delta U = f(\xi) \cdot \Delta t$, где $\xi \in [t; t + \Delta t]$, которое будет тем более точным, чем больше $\Delta t \rightarrow 0$.

Разобьем отрезок $[0; T]$ точками $0 = t_0 < t_1 < t_2 < \dots < t_n = T$ на n временных интервалов. Тогда для каждого элементарного интервала $[t_i; t_{i+1}]$ для величины объема продукции ΔU_i получаем: $\Delta t_i = t_{i+1} - t_i, i = \overline{1, n}, \Delta U_i = f(\xi_i) \Delta t_i$, где $\xi_i \in [t_i; t_{i+1}]$, причем $U \approx \sum_{i=1}^n \Delta U_i = \sum_{i=1}^n f(\xi_i) \Delta t_i$.

Если длину наибольшего из всех временных отрезков устремить к нулю ($\max \Delta t_i \rightarrow 0$), то каждое из используемых приближенных равенств становится все более точным, следовательно:

$$U = \lim_{\max \Delta t_i \rightarrow 0} \sum_{i=1}^n f(\xi_i) \cdot \Delta t_i$$

Учитывая определение определенного интеграла, получаем $U = \int_0^T f(t) dt$, то есть если $f(t)$ — производительность труда в момент времени t , то определенный интеграл есть объем выпускаемой продукции за промежуток $[0; T]$.

Сравнение данной задачи с задачей о площади криволинейной трапеции показывает, что величина и объем выпускаемой продукции, произведенной за промежуток времени $[0; T]$, численно равна площади под графиком производительности труда с течением времени t .

В качестве примеров рассмотрим понятие «дневная выработка» и «дисконтированный доход». Пусть требуется найти дневную выработку P за рабочий день, которой длится 8 часов, если производительность труда в течение дня меняется по формуле $p = f(t) = p_0(-0,3t^2 + 1,8t + 2)$ где p_0 — объем продукции в час, t — время в часах.

Полагая, что производительность p меняется в течение дня непрерывно на отрезке $[0;8]$, дневную выработку P можно найти как определенный интеграл от p :

$$P = p_0 \int_0^8 (-0,3t^2 + 1,8t + 2) dt = p_0 \left(-0,3 \frac{t^3}{3} + \frac{1,8t^2}{2} + 2t \right) \Big|_0^8 =$$

$$= p_0 (-0,1 \cdot 8^3 + 0,9 \cdot 8^2 + 2 \cdot 8) = 22,4 p_0$$

Определение начальной суммы по ее конечной величине, полученной через время t при годовом проценте p , называется дисконтированием. Задачи такого рода встречаются при определении экономической эффективности капитальных вложений.

Пусть K_t — конечная сумма, полученная за t лет, и K — дисконтируемая сумма, (в финансовом анализе ее называют современной суммой). Если проценты простые, то $K_t = K \left(1 + \frac{p \cdot t}{100} \right)$,

где $\frac{p}{100} = i$ — удельная процентная ставка, тогда $K = \frac{K_t}{(1 + it)}$. В случае

сложных процентов: $K_t = K \cdot (1 + it)^t \Rightarrow K = \frac{K_t}{(1 + it)^t}$.

Пусть поступающий ежегодно доход изменяется во времени и описывается функцией $f(t)$ при удельной норме процента i , который начисляется непрерывно. Тогда дисконтированный доход K за время $[0;T]$ равен определенному интегралу: $K = \int_0^T f(t) \cdot e^{-it} dt$.

Пусть известна функция $t = t(x)$, которая описывает изменение затрат времени t на изготовление изделия в зависимости от степени освоения производства, x_i — порядковый номер изделия в партии. Тогда среднее время t_{cp} , затраченное на изготовление одного изделия в

период освоения от x_1 до x_2 изделий, вычисляется по теореме о

$$\text{среднем: } t_{cp} = \frac{1}{x_2 - x_1} \int_{x_1}^{x_2} t(x) dx.$$

Функция изменения затрат времени на изготовление изделий $t = t(x)$ часто имеет вид: $t = a \cdot x^{-b}$, где a – затраты времени на первое изделие, b – показатель производственного процесса.

Производство оборудования некоторого вида характеризуется темпом роста его выпуска $K = \frac{\Delta y_1}{y \Delta t}$, где Δy – прирост выпуска этого оборудования за промежуток времени Δt , y – уровень производства за единицу времени. Требуется найти общее количество оборудования производственного к моменту времени t .

Прейдет к пределу при $\Delta t \rightarrow 0$, полагая, что он существует

$$K = \lim_{\Delta t \rightarrow 0} \frac{\Delta y_1}{y \Delta t} = \frac{y'}{y} = (\ln y)'. \quad \text{Проинтегрируем последнее}$$

равенство от 0 до t , учитывая, что $y = y(t)$, $y(t_0) = y_0$:

$$kt \Big|_0^t = \ln y \Big|_{y_0}^y \Rightarrow kt = \ln \frac{y}{y_0} \quad \text{или} \quad y = y_0 \cdot e^{kt}.$$

Суммарное количество оборудования, выпущенного за промежуток времени t , находится как определенный интеграл

$$Y(t) = \int_0^t y(t) dt = \int_0^t y_0 \cdot e^{kt} dt = \frac{1}{k} \cdot y_0 \cdot e^{kt} \Big|_0^t = \frac{y_0}{k} (e^{kt} - 1).$$

Таким образом, мы рассмотрели некоторые приложения определенного интеграла к экономике. Ввиду уменьшения количества часов, отведенных на изучение высшей математики студентам экономических специальностей, вполне достаточно ограничиться этими примерами. Но в любом случае, математическое мышление положительно влияет на формирование личности будущего экономиста, бухгалтера или аудитора.

Список литературы:

1. М.С. Красс, Б.П. Чупрынов. Основы математики и ее приложения в экономическом образовании. М., Дело,2002.
2. Н.Ш. Кремер. Высшая математика для экономистов. М, Юнити,2001
3. Н.Ш.Кремер. Исследование операций в экономике. М, Юнити, 2000.

ПРОБЛЕМЫ ПОДГОТОВКИ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КАДРОВ СФЕРЫ ВЫСОКИХ ТЕХНОЛОГИЙ В РЕСПУБЛИКЕ АРМЕНИЯ

Захарян А.Г., канд. экон. наук, науч. сотр.

*Институт экономики им. М.Котаняна
Национальной академии наук Республики Армения*

Аннотация. Статья посвящена изучению методов и механизмов подготовки профессиональных кадров сферы высоких технологий в Республике Армения, а также факторов, обуславливающих эффективное применение данных методов и механизмов. В статье представлены определенные механизмы подготовки профессиональных кадров сферы высоких технологий.

Ключевые слова: экономика, инновационная деятельность, профессиональные кадры, управление, развитие, эффективность.

В современных экономических условиях в Республике Армения ключевым направлением стратегии экономического развития должно стать прогрессирующее развитие высокотехнологического сектора, что предполагает содействие инновационной деятельности, внедрение современных механизмов управления, повышение инвестиционной привлекательности, организацию экспортно-ориентированных производств и т.д. Для этого в Армении имеются широкие возможности, которые были созданы еще в годы централизованного управления. Армения занимала передовые позиции в области космических исследований, вычислительной техники, радиоэлектроники, навигационного оборудования, полупроводников и других высокотехнологичных производств. Следовательно, стимулирование инновационной и инвестиционной деятельности, активизация деятельности акционерных обществ, повышение качества корпоративного управления, расширение высокотехнологичной деятельности и внедрение ее продуктов в различные сектора экономики, безусловно, будут стимулировать позитивные изменения в экономической системе Республики Армения [1, с. 132-151].

Согласно закону Республики Армения «О государственном содействии инновационной деятельности» целью государственной инновационной политики является обеспечение экономических, правовых и организационных условий для инновационной деятельности. Задачами государственной инновационной политики являются [2]:

- определение приоритетов государственной инновационной политики;
- содействие технологическому перевооружению экономики и созданию и развитию инновационных инфраструктур;
- создание правовой основы сотрудничества научных, образовательных, производственных и финансово-кредитных структур в сфере инновационной деятельности.

Как известно, высокие технологии в технике — это сплав науки и инженерного искусства, а отсюда и особые требования к фундаментальной подготовке таких инженеров. Математика, механика, информатика, управление, теоретические инженерные курсы — это дисциплины, составляющие тот фундамент, на котором строится качественная профессиональная подготовка. Сейчас, когда в стране начинается развитие индустрии нанотехнологий, в создании которой технические вузы принимают и будут принимать активное участие, необходимость фундаментальной подготовки инженеров становится еще более актуальной [5, с. 3-8].

В данном контексте особого внимания заслуживает **китайская** специфика инженерного образования, которая заключается в интенсивном развитии BUAA - как научно-ориентированного многопрофильного инженерного университета в области аэрокосмической техники [3, с. 394-419]. Приоритетная цель BUAA: войти в число лучших университетов мира с высоким международным рейтингом. Основным средством для достижения поставленной цели выбрана международная интеграция. С её помощью, сказал решается и другая проблема, которую обозначили как «Воспитание талантов». Для её решения была разработана стратегия международного сотрудничества – «Программа UPS: Университет, Профессор, Студент». Национальным пилотным проектом в BUAA предусмотрена реформа персонального обучения, которая реализуется в рамках двух подпрограмм: «Студенты по обмену (выполняются междисциплинарные обучающие эксперименты) и «Обучение в кооперации с ведущими университетами» (формируются междисциплинарные знания). В рамках UPS разработаны и реализуются программы академических обменов и сотрудничества со 152 университетами и научно-исследовательскими учреждениями 40 стран.

Во **Франции** проблему модернизации инженерного образования решают, опираясь, в частности, на созданную в 1998 г. международную сеть «Pegasus» – партнёрское объединение передовых аэрокосмических

университетов Европы. Преследуемая цель – создание европейской системы инженерного образования, адаптированной к требованиям аэрокосмической промышленности. Сотрудничество партнёров в рамках этой сети имеет позитивный опыт.

Иной подход к построению инженерного образования на основе науки применяют в **Великобритании**. В Оксфордском Университете научные исследования и инженерные разработки встраивают в программы учебных дисциплин. Важная особенность новых тенденций в английской инженерной школе связана с построением в университете образовательного процесса, ориентированного на интеграцию с промышленностью. Студентов размещают на промышленных предприятиях для выполнения ими учебных инженерных программ [3, с. 394-419].

В настоящее время в Республике Армения реализуется ряд программ по развитию профессиональных навыков в области информационных технологий и обеспечению их прогресса следующими структурами:

- **Армяно-Индийский центр передового опыта в области информационных и телекоммуникационных технологий.** Это совместная программа Правительства Республики Армения и Индии, последняя реализуется Фондом инкубатора предприятий (Армения) и Центром C-DAC (Индия), центр проводит курсы по развитию ИТ, менеджменту, разрабатывает программы обмена и т. д.

- **Инновационный центр Microsoft в Армении.** Был создан совместными усилиями Правительства Республики Армения, компании Microsoft, USAID, ANAU и EIF. Центр проводит обучение в соответствии с международными стандартами, поддерживает навыки студентов и развивает инновационное мышление. Обученный персонал пользуется большим спросом на местном и международном рынках. Центр организует обучение основам программирования для начинающих, а также веб-программированию и объектно-ориентированному программированию.

- **Центр инновационных решений и технологий Армении.** Был создан совместными усилиями Правительства Республики Армения, IBM, USAID, ЕГУ и EIF. Центр предлагает обучение на основе продуктов IBM по облачным технологиям, кибербезопасности, когнитивным технологиям, аналитике больших данных и многому другому.

- **Национальные инженерные лаборатории Армении (ANEL).**

Были созданы совместными усилиями Правительства Республики Армения, National Instruments, USAID, ANAU и EIF. Исследовательские лаборатории предоставляют быстрые и недорогие технические и научные услуги армянским ИТ и исследовательским предприятиям. Они стимулируют развитие отрасли, предоставляя квалифицированный профессиональный персонал, необходимое оборудование и помещения.

- **Гюмрийский технологический центр.** Был создан совместными усилиями Правительства Республики Армения, Всемирного банка и ЕИФ. Курсы преподаются по основам веб-программирования, мобильных устройств и программного обеспечения, проектирования алгоритмов и структур данных, программирования баз данных, дизайна веб-сайтов и других областей.

- **Ванадзорский технологический центр.** Был создан совместными усилиями Правительства Республики Армения, Всемирного банка и ЕИФ. Центр направлен на развитие технических и деловых навыков, продвижение технологического предпринимательства и коммерциализацию инновационных исследований в области информации и высоких технологий.

- **Образовательный центр Synopsys.** Был основан для подготовки квалифицированных специалистов в области микроэлектроники.

Реализация данных программ в Армении, безусловно, создаст прочную основу для быстрого и устойчивого развития отрасли, а, следовательно, и экономики республики. Уже сегодня компании в этой области могут предлагать продукты и услуги, соответствующие высоким международным стандартам. В настоящее время сектор приносит серьезные доходы. 2010-2019 гг. годовые темпы роста сектора ИКТ составили около 15,2%, при этом 243 компании работали за рубежом. Результат, созданный на местах, получает все больше и больше одобрения за пределами страны. Филиалы компаний с иностранным участием стали центрами программирования для материнских компаний. Обычно они создаются как небольшие программные центры, а затем расширяются для выполнения операций с более высокой добавленной стоимостью в стране. Нередки случаи, когда вся техническая деятельность той или иной компании, включая исследования, дизайн, кодирование, тестирование и другие функции, передается в Армению. Некоторые компании переносят в Армению некоторые из своих бизнес-функций, такие как маркетинг и обслуживание клиентов. Командировки местных специалистов за

границу для предоставления программ и услуг клиентам за пределами Армении широко распространены [4, с. 43].

Учитывая нынешнее состояние развития экономики Республики Армения предлагаются следующие подходы по повышению эффективности подготовки профессиональных кадров сферы высоких технологий:

1. Увеличение количества ИТ-специалистов за счет увеличения объемов финансирования инженерного образования;

2. Предоставление налоговых льгот работающим студентам инженерных вузов;

3. Налаживание эффективного взаимодействия между государством и крупным бизнесом, их активное вовлечение в процесс подготовки профессиональных кадров сферы высоких технологий;

4. Содействие инновационному развитию военной промышленности, в том числе - за счет государственного заказа;

5. Стимулирование инновационных производств в государственных компаниях и компаниях с государственным участием;

Таким образом, подготовки профессиональных кадров сферы высоких технологий в Республике Армения имеет важное стратегическое значение, поскольку в дальнейшем может позволить выйти на новый уровень развития экономики, создать новые рабочие места, повысить уровень жизни населения и улучшить деловой климат страны.

Список литературы:

1. Бостанджян В.Б., Захарян А.Г. Институциональные основы инновационной деятельности в Республике Армения. Вестник Армянского государственного экономического университета», № 1, 2020, С. 132-151.
2. Закон Республики Армения «О государственном содействии инновационной деятельности» от 08.07.2006.
3. Симоньянц Р. П. Проблемы инженерного образования и их решение с участием промышленности, электронный научно-технический журнал. Наука и образование. №3, 2014, С. 394-419.
4. Сектор ИКТ в Армении, Исследование сектора информационных и коммуникационных технологий в Армении, Фонд инкубатора предприятий. 2018 г., с. 43.
5. Федоров И.Б. О подготовке кадров в области высоких технологий, Вестник МГТУ им. Н.Э. Баумана. Сер. “Машиностроение”. 2009. № 1. С. 3-8.

ПРОБЛЕМЫ И ВОЗМОЖНЫЕ ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ ЖКХ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

**Иванов М.Ф., д-р экон. наук, проф.,
Калентев К.Г., магистрант**
*Донбасская национальная академия
строительства и архитектуры*

Аннотация. В данной работе рассмотрены основные проблемы и пути повышения эффективности предприятий сферы ЖКХ. Проведен анализ сложившейся действительности на предприятиях в современном ЖКХ. Выделены актуальные проблемы повышения эффективности деятельности предприятий ЖКХ и пути их решения, нацеленные на применение инноваций.

Ключевые слова: эффективность предприятий, жилищно-коммунальное хозяйство, повышение эффективности, инновации.

Актуальность. Наиболее актуальной проблема повышения экономической эффективности деятельности предприятий сферы ЖКХ становится на современном этапе развития экономики в связи с тем, что дефицит сырьевых ресурсов растет, конкуренция на всех рынках ужесточается, предпринимательские риски увеличиваются. Для успешного функционирования каждое предприятие должно стремиться к повышению эффективности своей деятельности, основываясь на рациональном использовании своего ресурсного потенциала.

На данный момент в сфере ЖКХ множество проблем, вызванных плохим управлением и слабым финансированием, высокими издержками, высоким износом оборудования, низким уровнем технического оснащения. Чаще всего проблемы возникают из-за низкого качества управленческих решений в сфере жилищно-коммунального хозяйства. Эффективность предприятий сферы ЖКХ определяется достижением высоких результатов, с минимальными вложениями средств. Даже поверхностная диагностика современного состояния сферы ЖКХ свидетельствует о ее неэффективности, прежде всего, из-за следующих обстоятельств: высоких затрат, связанных с оказанием жилищно-коммунальных услуг, низким уровнем конкурентоспособности субъектов хозяйственной деятельности отрасли, высоким уровнем неплатежей, устаревшей системой управления [5].

Анализ состояния проблемы. В области теории и практики

повышения эффективности деятельности предприятий в системе жилищно-коммунального хозяйства исследования проводили такие ученые, как Л.Д. Ревуцкий, П.А. Жадько, С.С. Галазова, Т.Г. Краснова, А.И. Кузнецова, А.В. Долматова и др. Анализ трудов вышеперечисленных ученых и специалистов, а также действующей практики в системе ЖКХ показал, что остаются нерешенные проблемы, в частности разработка стратегии повышения эффективности деятельности предприятий ЖКХ на основе энергосбережения. В современных условиях, определяемых инновационным развитием экономики в целом, исследования проблем и возможных путей повышения эффективности деятельности предприятий сферы ЖКХ является недостаточным.

Целью статьи является исследование проблем и возможных путей повышения эффективности деятельности предприятий сферы ЖКХ в современных условиях.

Основная часть. Состояние системы коммунального обслуживания населения нельзя назвать стабильным, а уровень ее развития - достаточным. Проблемы, связанные с деятельностью органов жилищно-коммунального хозяйства охватывает все слои населения. В современных условиях хозяйствования эффективность деятельности предприятия зависит от множества факторов, а именно: от состава и структуры персонала предприятия; от обеспеченности предприятия ресурсами и эффективности их использования; степени использования оборудования, машин, механизмов, а также ряда других экономических, организационно-технических и др. факторов.

Целью деятельности современного предприятия ЖКХ является выполнение определенных работ или оказания соответствующих услуг. Следовательно оценивать качество работы такого предприятия следует с определения его экономической эффективности. Проблема повышения эффективности деятельности заключается в том, чтобы при каждом виде затрат – материальных, технических и трудовых - получать максимально возможное увеличение прибыли (дохода) [2].

При формировании системы показателей эффективности хозяйствующего субъекта необходимо придерживаться определенных принципов, а именно:

- обеспечение органической взаимосвязи между стандартами и системой конкретных показателей эффективности;
- отображение эффективности использования всех видов используемых ресурсов;

– реализация основных показателей стимулирующей функции в процессе использования имеющихся запасов [3].

Экономическая эффективность в конечном итоге проявляется в повышении производительности. Таким образом, уровень производительности труда является критерием экономической эффективности производства. Чем выше производительность труда, тем ниже себестоимость продукции, тем выше экономическая эффективность всех видов затрат. [1].

Постоянный рост тарифов на электроэнергию заставляет задуматься об энергосбережении и искать пути максимально комфортного для потребителя снижения энергопотребления. Горящие солнечным днем в подъездах жилых домов электрические лампочки за несколько лет тратят огромное количество денежных средств. Как правило, компании внедряют следующие типы технологий, которые имеют высокие энергосберегающие показатели, а именно:

- замена старого оборудования новым;
- инновационные технологии для широкого спектра предприятий;
- альтернативные источники энергии [4].

Анализ системы жилищно-коммунального хозяйства позволил сформулировать требования к функциональным возможностям систем автоматизации ЖКХ и внедрения технологий в их работу, а также позволил сделать ряд предложений:

1. Для того, чтобы снизить затраты на электроэнергию, предлагается установка современного оборудования в частном секторе и многоквартирных домах. Примером такого оборудования служит современный фотоакустический выключатель «Ника». Выключатель «Ника» имеет ряд весомых плюсов:

- низкая цена;
- небольшой корпус и простота установки
- гарантия постоянного включения при наличии звука.

На лестничных площадках, экономия может достигать 80%. Цена за один датчик составляет 290 рублей.

2. Для повышения эффективности деятельности предприятий сферы ЖКХ в первую очередь необходимо использование управленческих инноваций. Яркими примерами управленческих инноваций являются инновационные центры ЖКХ.

Создание отраслевых региональных инновационных Центров по реформированию ЖКХ, основными направлениями деятельности

которых могут быть следующие:

- тестирование и испытания инновационных разработок в условиях, подобных условиям эксплуатации этих систем в ЖКХ и внедрение данных разработок в практическую деятельность;
- организация и проведение исследований по оценке состояния и перспектив развития системы управления качеством в области жилищно-коммунального хозяйства крупных городов;
- сертификация качества услуг предприятий ЖКХ;
- мониторинг качества услуг предприятий ЖКХ;
- разработка и внедрение нормативных актов, регулирующих деятельность структур и предприятий ЖКХ [2].

Одним из ярких примеров инновационных технологий в ЖКХ является проект энергоэффективного автономного научно-исследовательского модуля с системой диспетчеризации здания iHouse.

Все системы этого модуля объединены друг с другом и регулируются системой диспетчеризации, что позволяет:

- получать извещение о возникшей поломке или аварийной ситуации в режиме реального времени;
- контролировать состояние всех элементов инженерного оборудования;
- управлять работой систем и в автоматическом режиме;

Выводы. Применение инноваций в деятельности предприятий жилищно-коммунального хозяйства несомненно приведет к повышению эффективности деятельности этих предприятий.

В целях повышения эффективности деятельности предприятий в жилищно-коммунальном хозяйстве в первую очередь необходимо использовать управленческие инновации. Яркий пример управления инновациями – современный инновационный жилищно-коммунальный центр.

Создание отраслевого инновационного центра реформирования жилищно-коммунального хозяйства ведет к значительной активности внедрения инновационных технологий на предприятиях ЖКХ.

Использование управленческих и технических инноваций в деятельности предприятий жилищно-коммунального хозяйства приведет к повышению качества и эффективности предоставляемых услуг, что положительно скажется на национальной экономике в целом.

Список литературы:

1. Официальный сайт «Управление недвижимостью и вопросы ЖКХ» [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://verwalter.livejournal.com/123455.html>.
2. Ревуцкий Л.Д. Потенциал и стоимость предприятия. - 2 изд., доп. М.: Финансы и статистика, 2017. 124 с.
3. Жадько П.А. Информационное обеспечение оценки состояния и организации контроля в структуре ЖКХ региона: автореф. Дик. канд.экон.наук. Москва, 2016. 22 с.
4. Галазова С.С., Краснова Т.Г. Эффективность функционирования жилищно-коммунального хозяйства: моделирование оценки на региональном уровне. Государственное и муниципальное управление. Ученые записки . 2015. №4. [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/effektivnost-funktsionirovaniya-zhilischno-kommunalnogo-hozyaystva-modelirovanie-otsenki-na-regionalnom-urovne>
5. Кузнецова А.И., Долматова А.В. Инновационные технологии в системе ЖКХ. Вестник Московского университета имени С.Ю. Витте. Серия 1: Экономика и управление. 2016. №3 (18). [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/innovatsionnye-technologie-v-sisteme-zhkh> (дата обращения: 16.09.2020).

МОДЕЛЬ УЧЕТА ВЫРУЧКИ В СООТВЕТСТВИИ С МСФО 15 «ВЫРУЧКА ПО ДОГОВОРАМ С ПОКУПАТЕЛЯМИ»

Канапинова С.С., аспирант

*Новосибирский государственный университет
экономики и управления (НИИХ)*

Аннотация. С введением в действие МСФО (IFRS) 15 организациям необходимо не только применять новый подход в признании и оценке выручки, но и признавать в бухгалтерском учете новые объекты. В статье рассматривается порядок признания выручки в соответствии с МСФО (IFRS) 15 «Выручка по договорам с покупателями». Рассматривается краткая характеристика каждого из этапов признания выручки в соответствии с МСФО 15.

Ключевые слова: выручка по договорам с покупателями, модель учета выручки, учет выручки, этапы признания выручки

Действовавший с 1982 г. МСФО (IAS) 18 «Выручка» с 01.01.2018 г. утратил силу и полностью был заменен МСФО (IFRS) 15 «Выручка по договорам с покупателями». Принятие нового стандарта по выручке было обусловлено тем, что МСФО (IAS) 18 не соответствовал потребностям составителей и пользователей отчетности, так как не охватывал все многообразие ситуаций, возникающих на практике, и не давал однозначного ответа на вопрос, когда и в какой сумме признавать выручку. МСФО 15 «призван обеспечить более детальное руководство по практическим аспектам учета выручки, улучшить сопоставимость признания выручки среди различных организаций и видов экономической деятельности и создать предпосылки для обеспечения пользователей более полезной информацией путем совершенствования учетной информации по вопросам выручки» [5, с.68; 6, с.7].

Определение момента признания выручки в соответствии с руководством МСФО 18 было основано на критерии перехода рисков и выгод [3, п.21]. МСФО 15 вводит понятие перехода контроля, для определения момента которого необходимо профессиональное суждение, и одним из индикаторов перехода контроля является переход рисков и выгод. При этом есть и другие «факторы, которые необходимо рассматривать для решения вопроса о моменте перехода контроля: право на оплату, права физического использования, факт принятия товара или услуги со стороны клиента» [2, с.67]. В целом, понятие контроля более широкое, и в теории при применении нового руководства в отношении ряда операций момент признания выручки

может быть другим по сравнению с тем, который регламентировался предыдущим стандартом.

Модель признания выручки в соответствии с МСФО 15 представляет собой обязательные пять этапов:

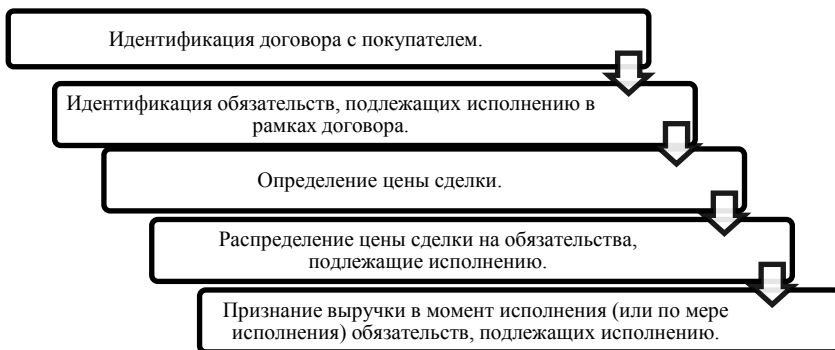


Рисунок 1 - Этапы признания выручки

На первом этапе нужно проверить контракты с покупателями на соответствие критериям договора. Необходимо проанализировать договоры на предмет и их коммерческое содержание.

При определении договора компания должна оценить какую сумму экономических выгод – возмещения за исполнения обязательств по договору – она может получить с большой вероятности.

Возможны разные моменты признания выручки по РСБУ и МСФО. Например, когда согласно договору, отгрузка дистрибьютору происходит на основании полной оплаты, после получения которой товары представляют собой по российским стандартам товары в пути. Юридические права по ним, в отличие от контроля, еще не перешли к покупателям, следовательно, признание выручки произойдет только в учете по МСФО.

Согласно МСФО 9 «Финансовые инструменты» «признание резерва на обесценении в настоящее время происходит на основе не фактических, а ожидаемых кредитных убытков» [1, п. 5.5.4].

Компаниям необходимо собирать статистические данные за определенный период времени (например, год) о том, в какие сроки и какими суммами обычно происходит погашение дебиторской задолженности. Необходимо составить матрицу резервов, в которой будут рассчитаны доли непоплаченных отгрузок в каждой группе

дебиторской задолженности. Для признания выручки проводится анализ и корректировка на основе будущих событий. Если на конец 2017 г. были выявлены случаи просрочки и неуплаты дебиторской задолженности, то логично предположить, что в течение 2018 г. будут приняты меры по недопущению этих случаев (например, ужесточение условий договора и уход от сотрудничества с определенными контрагентами). Следовательно, статистика за 2017 г. не будет полностью применима к 2018 г., поэтому нужна корректировка данных на конец 2018 г.

По правилам МСФО 18 компании делали бы проводку только при наличии признаков обесценения:

– Д-т Резерв по сомнительным долгам К-т Дебиторская задолженность.

С введением в действие МСФО 15 компании обязаны, если ожидают дефолт, уменьшать выручку в тот момент, когда производят отгрузку:

– Д-т Выручка К-т Дебиторская задолженность.

На втором этапе необходимо определить договорные обязательства к исполнению.

Для торговых компаний важно проанализировать случаи, когда они предоставляет услуги по транспортировке продукции и товаров.

На этом этапе, обязательство по договору распределяется на 2 части: отдельно выделяется обязательство по передаче товара и по его транспортировке. Так, после отгрузки товаров, все обязательства по передаче товара можно считать выполненными: компания уже утратила возможность контроля в момент передачи товара, значит, «есть основания для признания выручки» [2, п. 33]. Но обязательства по транспортировке товара (отдельное договорное обязательство) компания еще не выполнила, следовательно, не имеет право признавать дебиторскую задолженность. Поэтому в учете выручка от продажи товара признается в момент отгрузки со склада компании, а выручка от транспортировки товара признается в момент получения товара дистрибьютором и выполнения обязательства по доставке.

В момент отгрузки товаров со склада компании в бухгалтерском учете будут отражены следующие транзакции:

- Дт «Актив по договору» Кт «Выручка»;
- Дт «Актив по договору» Кт «Обязательство к исполнению».

В момент доставки товаров дистрибьютору:

- Дт «Дебиторская задолженность» Кт «Актив по договору»;

– Дт «Обязательство к исполнению» Кт «Выручка».

МСФО 15 требует «раскрытия в финансовой отчетности остатков по договору свернуто (актив по договору либо обязательство) в случае, если сторона договора исполнила частично какие-либо обязательства по договору» [2, п.105].

Если осуществляется транспортировка товаров в отдаленные точки и компания несет ответственность за доставку груза (количество и сохранность), то необходимо распределять обязательства по доставке товаров и по возмещению возможных потерь.

Необходимо отдельно выделять гарантии в отношении собственной продукции и товаров для перепродажи:

– В отношении собственной продукции компании предоставляют «гарантию-соответствие», которая подтверждает качество производимой ими продукции. МСФО 15 определяет, что такая гарантия не признается отдельным товаром или услугой. Следовательно, затраты на выполнение таких гарантийных обязательств оцениваются по-прежнему в соответствии с МСФО 37 «Оценочные обязательства, условные активы и условные обязательства».

– В отношении товаров для перепродажи договоры должны предусматривать возможность приобретения гарантийного обслуживания в течение определенного времени. Следовательно, возникает отдельное обязательство по договору и, соответственно, необходимость постепенного признания выручки в течение срока действия гарантии.

При наличии «в договорах с покупателями права на возврат выручка должна признаваться в размере возмещения, которое компания ожидает получить с учетом исторически накопленных данных о возвратах» [2, п. В20–В27]. Новый стандарт конкретизирует порядок расчета корректировки выручки на сумму возвратов и вводит новый порядок учета.

В момент отгрузки товаров в учете отражаются следующие операции:

– Дт «Дебиторская задолженность» Кт «Выручка»;
– Дт «Запасы (право на возврат)» Кт «Запасы»;
– Дт «Дебиторская задолженность» Кт «Обязательства по возврату».

В случае невозврата покупателем товаров в учете отражаются следующие проводки:

– Дт «Обязательства по возврату» Кт «Выручка»;

– Дт «Себестоимость» Кт «Запасы (право на возврат)».

Таким образом, для реализации требования стандарта потребуется статистическая информация о размере возвращенной продукции и товаров для перепродажи. Сбор данных должен включать возвраты по причине претензий по качеству (которые отражаются в российском бухгалтерском учете как уменьшение выручки) и возвраты без уважительной причины (признаются в российском учете как обратная закупка).

Ранее согласно МСФО 37 корректировка выручки рассчитывалась только на основании возвратов по причине несоответствия качества [4, п.55]

Определяя цену операции на третьем этапе, организация должна принимать во внимание влияние всех перечисленных ниже факторов [2, п.48]:

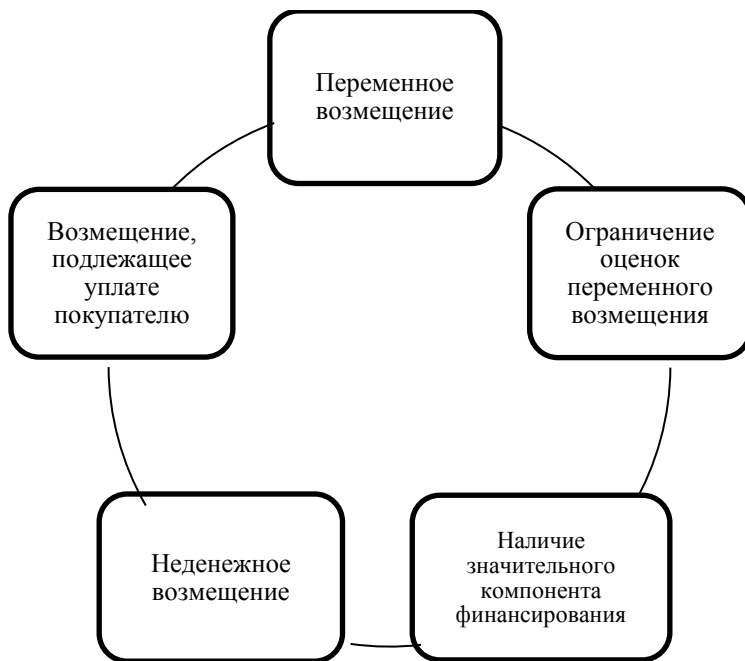


Рисунок 2 – Факторы, влияющие на цену операции

При определении цены операции компания должна анализировать условия договора и свою обычную деловую практику. Чтобы определить цену операции, компании должны учитывать влияние переменного возмещения на размер выручки (скидки, уступки в цене, бонусы за результаты, штрафы и т. п.). «Переменный характер возмещения может быть явно указан в договоре, а может следовать из обоснованных ожиданий покупателя или прочих факторов» [2, п. 51–52].

Если совокупная отсрочка платежа (согласованная в договорах или устно) не превышает одного года, то корректировать цену путем выделения отдельного компонента финансирования нет необходимости.

При достижении определенного срока успешного взаимодействия с клиентом, объемов закупок, а также при своевременности оплат компании обычно предоставляют сетям и дистрибьюторам скидки. Скидка рассчитывается по итогам календарного года и оформляется как дополнительное соглашение к договору, не изменяющее цену продажи.

Ранее для признания оценочного обязательства по скидкам компании опирались на 37 стандарт, одно из требований которого — наличие юридической или обусловленной практикой обязанности, возникшей в результате прошлого события. МСФО 15 кардинально меняет существующий подход, поскольку требует оценить размер возмещения, которое компания ожидает получить от покупателя. Причем «расчет этого возмещения основан на исторических данных, скорректированных с учетом прогнозной информации» 8, с.256].

Стандарт предлагает оценивать переменное возмещение исходя из:

- ожидаемой стоимости путем суммирования средневзвешенных с учетом вероятности сумм возмещения из диапазона его возможных значений;

- наиболее вероятной величины.

В момент отгрузки товаров со склада в бухгалтерском учете компании будут отражены следующие транзакции:

- Дт «Дебиторская задолженность» Кт «Выручка»;

- Дт «Дебиторская задолженность» Кт «Обязательства по предоставлению скидки».

В момент получения права на скидку, если условие выполняется:

- Дт «Обязательства по предоставлению скидки» Кт «Дебиторская задолженность».

В момент получения права на скидку, если условие не выполняется:

– Дт «Обязательства по предоставлению скидки» Кт «Выручка».

Новый стандарт требует «распределять цену договора на каждое обязательство к исполнению исходя из относительной отдельной цены продажи каждого отделимого товара или услуги по договору» [2, п.73-74].

На последнем этапе выбирается способ признания выручки: единовременно или в течение периода.

«Организация должна признавать выручку только тогда, когда она выполняет идентифицированную обязанность к исполнению путем передачи обещанного товара покупателю» [2].

Новый стандарт обязывает «признавать выручку, когда покупатель получает контроль над полученным активом, то есть имеет возможность определять выгоды от актива и препятствовать определению способа его использования и получению выгод другими компаниями» [2].

В соответствии с новым стандартом для каждого договорного обязательства компания должна определить, выполняется ли оно в течение периода. В таком случае выручку нужно признавать равномерно в течение этого временного промежутка.

Если анализ договоров с клиентами не выявляет таких договорных обязательств (за исключением гарантийного обслуживания), то выручка должна признаваться в определенный момент, что «не требует дополнительных корректировок» [2, п. 32].

Список литературы:

1. Международный стандарт финансовой отчетности МСФО (IFRS) 9 «Финансовые инструменты» / введен приказом Минфина России от 27.06.2016 № 98н (приложение 2) // СПС «Консультант Плюс» [сайт]. — URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_201983/ (дата обращения: 20.09.2020).
2. Международный стандарт финансовой отчетности (IFRS) 15 «Выручка по договорам с покупателями» / введен приказом Минфина России от 27.07.2016 № 98н (приложение 5) // СПС «Консультант Плюс» [сайт]. — URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_201985/ (дата обращения: 20.09.2020).
3. Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 18 «Выручка» / введен приказом Минфина России от 28.12.2015 № 217н// СПС «Консультант Плюс» [сайт]. — URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_193592/ (дата обращения: 20.09.2020).
4. Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 37 «Оценочные обязательства, условные обязательства и условные активы» / введен приказом Минфина России от 28.12.2015 № 217н //

- СПС «Консультант Плюс» [сайт]. — URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_193594/ (дата обращения: 20.09.2020).
5. Плотников В.С., Плотникова О.В. МСФО (IFRS) 15. Выручка по договорам с покупателями»: что ожидает бухгалтеров. Аудитор. 2015. Т. 1. № 5. С. 65-74.
 6. Плотников В.С., Плотникова О.В. Принципы учета выручки по договорам с клиентами, формируемые в МСФО (IFRS) 15. Выручка по договорам с покупателями. Международный бухгалтерский учет. 2015. № 27 (369). С. 2-11.
 7. Плотников В.С., Плотникова О.В. Новые объекты бухгалтерского учета, выделенные в МСФО (IFRS) 15. Выручка по договорам с покупателями. Учет. Анализ. Аудит. 2015. № 6. С. 35-45.
 8. Плотников В.С., Плотникова О.В. Концепции теории бухгалтерского учета: учебное пособие. М: Изд-во ИНФРА-М, 2020. 384 с.

КОРРУПЦИЯ КАК УГРОЗА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

**Каранина Е. В., д-р экон. наук, проф.
Позднякова А. А.**
Вятский государственный университет

Аннотация. В данной статье рассмотрены основные составляющие коррупции как угрозы экономической безопасности. Проанализированы статистические данные за последние годы, на которые государству необходимо обращать внимание. Также рассмотрены угрозы, возникающие от коррупции, которые влияют на экономическую безопасность.

Ключевые слова: коррупция, экономическая безопасность, виды коррупции, причины коррупции, угрозы, влияние коррупции.

В современном мире построить стабильно развивающееся правовое государство достаточно тяжело, потому что существует ряд факторов, которые мешают стране быть защищенной. Одним из них является коррупция. Под коррупцией понимают использование должностным лицом своих властных полномочий и доверенных ему прав, а также связанных с этим официальным статусом авторитета, возможностей, связей в целях личной выгоды, противоречащее законодательству и моральным установкам. С каждым годом масштабы этого явления увеличиваются, и необходимо разработать и внедрить комплекс мер по контролю и ликвидации коррупции в стране [1, с. 13].

Ученые предполагают, что основной причиной коррупции является несовершенство в работе политических институтов, которые должны сдерживать изучаемое явление. Но также выделяют и другие причины [5]:

- 1) низкий уровень заработной платы;
- 2) слабость законодательной базы;
- 3) экономическая нестабильность;
- 4) инфляция;
- 5) низкий уровень развития страны;
- 6) профессиональная некомпетентия бюрократии.

Коррупция может проявляться в различных формах и видах. Основные виды представлены на рисунке 1.



Рисунок 1 - Виды коррупции

В деловой коррупции основные отношения складываются между государственными властями и представителями бизнеса, общественными организациями и т. д. Взаимодействуя с должностными лицами, представители организаций отстаивают свои интересы, т. е. интересы своего предприятия. Под бытовой коррупцией принято понимать отношения государственных властей с вузами, медицинскими учреждениями, учреждениями социального обеспечения и т. д. Коррупция верховной власти подразумевает взаимодействие стоящих у власти групп, недобросовестное поведение которых состоит в осуществлении политики в своих интересах и в ущерб интересам избирателей [1, с. 12]. Большая часть ученых выделяет горизонтальную, вертикальную и смешанную коррупцию. Данные виды возникают в намеренно созданных отношениях внутри бюрократической системы, которая создана самими бюрократами.

Многие организации по противодействию коррупции изучают это явление и проводят статистический анализ. Так, в 2019 году иностранная организация Transparency International оценивала мировые государства по степени подкупности, основываясь на непрозрачности бизнеса и наличии свободы слова у СМИ. Согласно этим данным Российская Федерация занимает 4 место по уровню коррупции.

А теперь проанализируем данные «Портала правовой статистики». На рисунке 2 приведены данные за 9 лет по количеству преступлений по ст. 291 УК РФ (дача взятки) [5].

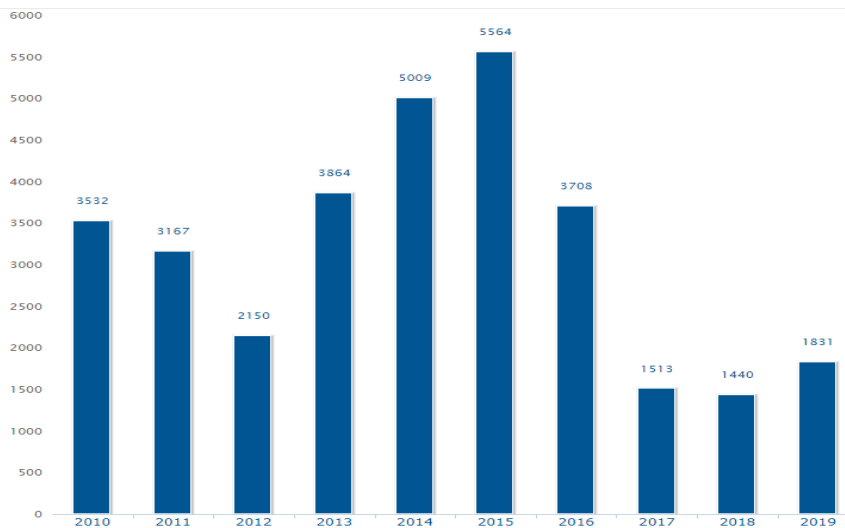


Рисунок 2 - Количество преступлений по ст. 291 УК РФ (дача взятки), по которым уголовные дела направлены в суд

За последние 10 лет количество уголовных дел по даче взятки сократилось на 1701 дел, т. е. 51,8%. Самые максимальные значения изучаемого показателя зафиксированы в 2014 (5009 дел) и 2015 (5564 дел) годах. В марте 2020 года этот показатель составляет 524 дел с начала года. В среднем за анализируемый период предварительно было расследовано 3956 преступлений коррупционной направленности. С 2010 по 2019 годы расследование таких правонарушений сократилось на 1191 дел, т. е. на 29,2%. С начала 2020 года в РФ расследуется 862 преступления. Также можно рассмотреть, сколько преступлений по ст. 291 УК РФ не раскрыто за последние годы. Согласно статистике «Портала правовой статистики» с каждым годом все больше преступлений раскрываются, а виновных наказывают. Данные, показывают, что в 2010 году из 3532 преступлений было не раскрыто всего 104, а в 2019 году – 103 преступления из 1831, что свидетельствует о стабильной работе правоохранительных органов РФ [5]. Также на данном портале представлены данные по получению взяток в стране. Основываясь на данных, представленных на рисунке 3, можно сделать вывод, что за изучаемый промежуток времени количество преступлений по ст. 290 УК РФ (получение взятки) снизилось на 3432 дела, т. е. на 53,4%. Максимальное количество дел по

ст. 290 УК РФ было в 2010 (6431 дел) и 2013 (6172 дел) годах [5]. С начала 2020 года было зафиксировано 720 преступлений в данной области.

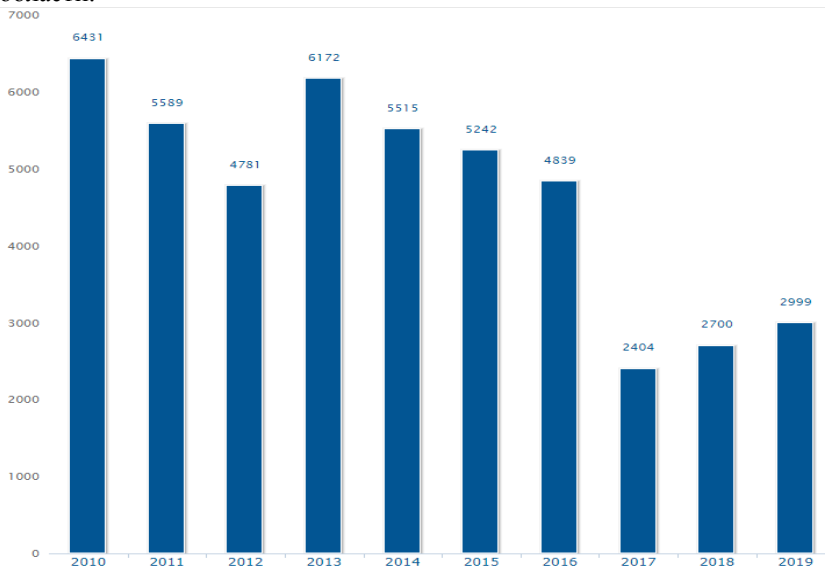


Рисунок 3 - Количество преступлений по ст. 290 УК РФ (получение взятки), по которым уголовные дела направлены в суд

По статистическим данным предварительно в 2019 году было расследовано 3092 преступлений по получению взятки, что на 308 преступления больше, чем в 2018 году.

Особого внимания заслуживает такой показатель, как процентное соотношение преступлений коррупционной направленности по федеральным округам Российской Федерации, представленный на рисунке 8. Как можно увидеть, максимальное количество преступных деяний в 2019 году было зарегистрировано в Приволжском и Центральном федеральном округе, а минимальное – в Дальневосточном [4].

Коррупция как экономическое явление оказывает влияние на все сферы жизни общества в зависимости от того, где она преобладает. Основные негативные последствия коррупции прослеживаются в политической, экономической и социальной сферах жизни. Например, нарушение принципа верховенства закона, неэффективность

политических и судебных институтов, рост социального неравенства, бедность, усиление организованной преступности, рост теневой экономики, налоговые потери, снижение конкуренции в ущерб экономическому развитию и т. д.

Если уровень коррупции в стране будет расти, и государство не будет стремиться ее сократить или вовсе искоренить, то экономическая безопасность всего государства будет под угрозой. Любое явление, которое оказывает негативное влияние на любую из сфер общества, необходимо контролировать и регулировать [2, с. 34–39]. Если же этого не делать, то страна может потерять свою независимость, а также среди граждан будут возникать социальные волнения, которые со временем будет трудно сдерживать, что приведет к разладу в государстве.

Таким образом, можно сделать вывод, что уровень коррупционной преступности в Российской Федерации по сравнению с мировыми показателями увеличивается, но отмечается тенденция к снижению показателей внутри государства. Преступления в сфере экономики приводят к социальному расслоению, имущественному неравенству, уменьшению доверия к государственной власти, а также некоторые предприятия становятся менее конкурентоспособными по отношению к другим организациям [3]. Государственные власти должны разработать подробную стратегию и комплекс мер по сокращению, а в дальнейшем и уничтожению коррупции в стране. Такие меры помогут государству стабильно развиваться и повышать уровень благосостояния граждан.

Список литературы:

1. Горпинченко К. Н. Система статистических показателей оценки уровня экономической преступности / К. Н. Горпинченко, И. В. Завгородняя // Научный диалог: Экономика и менеджмент. Сборник научн. трудов по мат. XII межд. научно-практич. конф., 14 января 2018 г. Самара: Общественная наука, 2018. С. 11-14.
2. Бондаренко И. А., Коррупция: экономический анализ на региональном уровне. СПб.: «Петрополис» 2016 г. С. 23-45.
3. Энциклопедия экономиста: экономические преступления [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.grandars.ru/college/pravovedenie/ekonomicheskoeprstuplenie.html> (дата обращения 22.09.2020).
4. Причины экономических преступлений / Мацкевич И. М. // Ведомственная наука МВ [Электронный ресурс]. – URL: <https://rucont.ru/efd/667562> (дата обращения 22.09.2020).
5. Портал правовой статистики генеральной прокуратуры Российской Федерации [Электронный ресурс]. – URL: http://crimestat.ru/offenses_map (дата обращения 22.09.2020).

ЦИФРОВАЯ ЭКОНОМИКА – ШАГ В БУДУЩЕЕ

Киреева А. В., ст. преподаватель

Белгородский государственный технологический университет имени В. Г. Шухова

Аннотация. Цифровая экономика – это шаг в будущее мировой экономики, потому что за счет нее модернизируются все сферы человеческой деятельности благодаря новейшим технологиям. Стремительное развитие интернета показывает нам его огромное влияние на мировую экономику. В статье рассмотрены вопросы развития цифровой экономики и ее тесное взаимодействие с искусственным интеллектом, положительные и отрицательные стороны искусственного интеллекта, рассматривается также концепция “умного города” в контексте позитивных изменений.

Ключевые слова: цифровая экономика, инновационное развитие, информационные технологии, “умный город”, положительные и отрицательные стороны искусственного интеллекта, интеллектуальные сети.

Период, начиная с весны 2020 года и по сей день, отчетливо показывает, что развитие цифровой экономики является неотъемлемой частью развития современного общества не только в Российской Федерации, но и во всем мире.

Цифровая экономика позволяет открыть новые перспективы для бизнеса и стабильного развития всего населения нашей планеты.

Цифровая экономика – это (веб-, интернет-экономика, электронная экономика) — экономическая деятельность, основанная на цифровых технологиях, связанная с электронным бизнесом и электронной коммерцией, и производимых и сбываемых ими цифровыми товарами и услугами. Расчёты за услуги и товары цифровой экономики производятся зачастую цифровой валютой (электронными деньгами).

[1]

Президент Российской Федерации В. В. Путин издал указ № 204 от 07.05.2018 года “О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года”, содержащий формулировку национальных целей для достижения которых разработаны 12 национальных проектов (программ) в их числе национальный проект (программа) “Цифровая экономика”, структура которого содержит 6 Федеральных проектов: “Нормативное регулирование цифровой среды”, “Кадры для цифровой экономики”

(ответственный за реализацию – Министерство экономического развития Российской Федерации) и “Информационная инфраструктура”, “Информационная безопасность”, “Цифровые технологии”, “Цифровое государственное управление” (ответственный за реализацию – Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации). [6]

Цель данного проекта, в том, чтобы:

- осуществить прорыв научно-технического и социально-экономического развития Российской Федерации;
- увеличить численность населения страны;
- повысить уровень жизни граждан;
- создать комфортные условия для проживания граждан;
- создать условия и возможности для самореализации и раскрытия таланта каждого человека. [2]

Необходимо отметить, что цифровая экономика находится в тесном взаимодействии и развитии с искусственным интеллектом.

Искусственный интеллект – это свойство интеллектуальных систем выполнять творческие функции, которые традиционно считаются прерогативой человека, наука и технология создания интеллектуальных машин, особенно интеллектуальных компьютерных программ. [1]

Другими словами, искусственный интеллект нужен для того, чтобы освободить человека от рутинной и монотонной работы. Но оставить человеку время для творчества и проявления его таланта. К сожалению, возникновение искусственного интеллекта способствует появлению не только положительных, но и отрицательных сторон развития. Рассмотрим их подробнее:

1. Положительными сторонами развития искусственного интеллекта считаются следующие:

- автоматизация многих сфер деятельности при минимальном участии человека;
- искусственный интеллект обрабатывает большее количество информации, чем человек;
- обучаемость;
- принятие решений;
- прогноз;
- оценка качества;
- беспилотное вождение;
- развитие робототехники;
- ускорение научного прогресса;

- упрощение образования.
- 2. Отрицательные стороны развития искусственного интеллекта:
 - отсутствие защиты от сбоев;
 - потеря рабочих мест;
 - умышленное совершение системой искусственного интеллекта общественного посягательства на жизнь и здоровье человека, свободу, честь и достоинство личности, конституционные права и свободы человека и гражданина, общественную безопасность; [3]

- большие капиталовложения.

Таким образом, исследования, связанные с цифровой экономикой и искусственным интеллектом могут контролироваться Министерством финансов Российской Федерации и разрабатываться ведущими вузами и научными центрами страны и реализовываться на ведущих российских предприятиях.

Так, например, город Белгород активно принимает участие в национальном проекте “Умный город” по следующим направлениям:

- сети “умного города” – белгородский проект инновационного подхода;
- ЖКХ;
- транспорт;
- безопасность;
- культура;
- образование.

По словам депутата государственной думы Боженова С. А., профессора Данакина Н. С., кандидата социологических наук Харченко К. В.: “Чтобы создать на муниципальной территории “умный город”, необходимо сосредоточить и распределить усилия, как минимум по шести направлениям:

- умная экономика,
- умная мобильность,
- умная городская среда,
- умные люди,
- умное проживание,
- умное управление.

Они также считают, что концепция “умного города” не сводится только лишь к выстраиванию интеллектуальных сетей, а предполагает целенаправленные меры и следующие за ними позитивные изменения практически во всех ключевых сферах жизнедеятельности города: от

экономики, природной и архитектурной среды до образования, общественного самоуправления и муниципального управления.” [5]

Все эти направления имеют инвестиционное и инновационное развитие, то есть модернизация, совершенствование и создание нового взгляда на город, в котором мы живем.

По словам доктора педагогических наук, кандидата биологических наук, профессора Аргуновой Марии Вячеславовны: ““Умный город” – это обеспечение современного качества жизни за счет применения инновационных технологий, которые предусматривают экономическое и экологическое использование городских систем жизнедеятельности”. [4]

Исходя из полученной информации можно сделать вывод, что в эпоху цифровой экономики развитие искусственного интеллекта нужно и важно, так как мир не стоит на месте, он совершенствуется. Но необходимо четко контролировать информационную безопасность, не допускать умышленного совершения системой искусственного интеллекта общественного посягательства на жизнь и здоровье человека. Ведь как говорил русский писатель Максим Горький: “Человек! Это – великолепно! Это звучит гордо!” Следовательно, искусственный интеллект имеет как положительные, и отрицательные стороны. Недочеты, то есть отрицательные стороны можно исправить или улучшить, значит, передвигая искусственный интеллект на следующую ступень развития.

Развитие цифровой экономики позволяет Российской Федерации укрепить стратегическую позицию в мировой экономике, а также расширить бизнес, поднять на высокий уровень инновационную активность, привлечь инвестиции, что способствует совершенствованию человеческого капитала.

К тому же каждый человек во всем мире имеет право раскрыть свои таланты, способности и самореализоваться в жизни, участвуя в национальном проекте “умный город”, чтобы делать благо для своего государства, области и населенного пункта, в котором живет, улучшая, совершенствуя и развивая мир вокруг себя. Это важно для современного общества, для будущих поколений, для окружающей среды.

Каждый человек по сути своей многогранен. С нашей точки зрения, цифровая экономика со временем поможет раскрыть возможности человека более широко, но также важно отметить, что надо всегда помнить об уважении и защите прав человека в цифровой век.

Список литературы:

1. ru.wikipedia.org
2. www.kremlin.ru
3. cyberleninka.ru
4. Аргунова М. В. Модель “Умного города”, как проявление нового технологического уклада. Наука и школа. 2016. № 3. С. 14 – 23.
5. Боженев С. А. Белгород как “умный город”: от идеи к дорожной карте / С. А. Боженев, Н. С. Данакин, К. В. Харченко // Среднерусский вестник общественных наук. 2014. № 6 (36). С. 81 – 87.
6. Паспорт национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации» (утв. президиумом совета при Президенте РФ по стратегическому развитию и национальным проектам. Протокол от 24 декабря 2018 года № 16)
7. Трофимов В. В. Искусственный интеллект в цифровой экономике / В. В. Трофимов // Известия Санкт - Петербургского государственного экономического университета. 2019. № 4 (118). С. 105 – 109.

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ СНИЖЕНИЯ РИСКА СОВРЕМЕННОГО БИЗНЕСА

**Козлова Н.В., канд. экон. наук, доц.,
Богданова И.Ю., магистрант**

*Белгородский государственный технологический
университет им. В.Г. Шухова*

Аннотация. В данной статье дается обоснование применения инструментов маркетинга, которые нацелены на снижение степени риска для компаний малого и среднего бизнеса. В качестве базовых инструментов маркетинговых исследований рассматривается Pest- и Swot-анализ. В современных условиях малый и средний бизнес подвержен сильному влиянию со стороны факторов бизнес-среды (политических, экономических, социальных). Это влечет за собой определенные риски, которые в конечном итоге отражаются на цене и качестве продукции, на имидже компании и на ее позиции в бизнес пространстве. В статье рассмотрена сущность Pest- и Swot-анализов, представлены факторы и параметры, задействованные в маркетинговых исследованиях.

Ключевые слова: бизнес-среда, маркетинговые исследования, риск, swot-анализ, pest-анализ, малый и средний бизнес, стабильная позиция бизнеса компании.

На сегодняшний день конъюнктура нашей страны может характеризоваться как неблагоприятная. Имеет место быть - падение национальной валюты, закрытие границ, приостановка деятельности организаций, рост цен на промышленные товары и производственные услуги. Определенную роль оказала пандемия, которая была введена в апреле 2020 г. В такой рыночной ситуации малому и среднему бизнесу довольно сложно не только функционировать, но и сохранить свое место в рыночной среде.

Мы полагаем, что в таких, скажем так, критических условиях, шансы выжить есть только у крупных бизнес-структур, таких как холдинги, корпорации и т.д.

Приостановка работы на неопределенное время и переход компаний малого и среднего бизнеса в условиях дистанции, на которые перешел малый и средний бизнес многим руководителям пришлось нелегко – некоторые потерпели поражение, некоторые перешли на другой вид деятельность.

За этот пандемический период малый и средний бизнес потерпел изменения, многие компании понесли риски, а некоторые ушли с рынка.

Россия к августу 2020 года потеряла 1 млн 95 тыс. 423 микро-, малых и средних предприятия (МСП), или почти каждый пятый бизнес в этом секторе, подсчитала аналитическая служба международной аудиторско-консалтинговой сети FinExpertiza.

Как констатируют эксперты, за последние 12 месяцев в России появилось 848,5 тыс. новых МСП. В результате за год общее количество МСП сократилось более чем на 240 тыс., или на 4,2%, до 5,6 млн. Это второе годовое падение подряд — в августе 2019 года количество МСП в годовом выражении уменьшилось на 1,4%. Таким образом, динамика сокращения числа МСП ускорилась втрое, сообщает ТАСС.

И как это не парадоксально звучит, но, тем не менее, в таких условиях маркетинговые исследования могут стать инструментом снижения риска бизнеса малых и средних компаний.

Существует довольно много дефиниций понятий маркетингового исследования. Классическим определением является следующее:

Маркетинговые исследования – это систематическое определение круга данных, необходимых в связи со стоящей перед фирмой маркетинговой ситуацией, их сбор, анализ и отчет о результатах [2].

Методами исследования бизнес-среды являются:

К традиционным методам анализа бизнес-среды компании нами отнесены Swot- и Pest-анализ. Ниже представлена характеристика этих методов.

Swot-анализ представляет собой классический метод анализа внутренней и внешней среды. Его применяют для обоснования стратегических решений, он используется при составлении и разработке бизнес-планов [1].

Особенности Swot-анализа заключаются в выявлении сильных и слабых сторон предприятия, а также в изучении возможностей и угроз для компании в условиях работы на рынке.

Доминирующее преимущество Swot-анализа состоит в простоте использования, не требует сложных рутинных решений, а также не является дорогостоящей процедурой, что позволяет данному методу быть доступным для каждого предприятия.

Существует такая практика, что компании малого и среднего бизнеса не так много и не так часто использовали показатели swot-анализа для оценки своего бизнеса. А сейчас образовалась среда очень нестандартная и неустойчивая, которая накладывает свой отпечаток на деятельность малого и среднего бизнеса, и поэтому руководителям

фирм нужно использовать как можно больше параметров для выявления слабых и сильных сторон своего дела. Пример swot-анализа представлен в таблице 1.

Таблица 1 - Стандартная матрица базового Swot-анализа

	Положительные факторы	Отрицательные факторы
Внутренняя среда	Сильные стороны (характеристики коллектива или проекта, являющиеся преимуществами перед другими компаниями в отрасли)	Слабые стороны (характеристики, ослабляющие компанию или проект)
Внешняя среда	Возможности (внешние потенциальные возможности, т.е. факторы, которые могут помочь достичь цель)	Угрозы (внешние потенциальные угрозы, т.е. факторы, которые могут стать препятствием на пути достижения цели)

С помощью такой таблицы любой предприниматель, не имея узкоспециальных знаний, может ею пользоваться на любом этапе своей деятельности.

Но зачастую многие компании, такой анализ вообще не применяли, и это оставило свои негативные последствия на их деятельности. Мы считаем, что это неправильный подход со стороны предпринимателей. Ведь в любой ситуации для малого и среднего бизнеса необходимо просчитывать и знать каждый свой шаг, особенно в случае экономического кризиса.

Следующим методом является Pest-анализ.

Pest-анализ – это маркетинговый инструмент, который активно применяется для выявления политических, экономических, социальных и технологических аспектов внешней среды, которые влияют на бизнес компании.

Отличительной особенностью Pest-анализа является предоставление детального анализа внешней среды, обеспечение целостной картины внешнего окружения [3].

В таблице 2 приведены некоторые из возможных параметров, которые могут быть полезны предпринимателям малого и среднего бизнеса для оценки бизнес-среды для своей компании.

Таблица 2 - Pest-анализ внешней среды компании

Политические факторы	Экономические факторы
- устойчивость политической власти и существующего правительства; - налоговая политика (тарифы и льготы); - будущее и текущее законодательство, регулирующее правило работы в отрасли	- темпы роста экономики; - уровень инфляции и процентные ставки; - изменение закупочных цен на сырье; - степень развития бизнес-структуры; - уровень безработицы в стране
Социально-культурные факторы	Технологические факторы
- образ жизни и привычки потребления; - отношение к натуральным и экологически чистым продуктам - численность населения, половозрастная структура населения; - здоровье, образование, социальная мобильность	- уровень инноваций и технологического развития отрасли; - доступ к новейшим технологиям - развитие интернета и мобильных устройств; - активность и развитие научно-технических исследований

Указанные методы анализа представляют практическую ценность для малого и среднего бизнеса. Необходимо подчеркнуть, что выбор метода анализа зависит напрямую от - стратегических целей компании, специфики бизнеса, уровня компетентности маркетологов-аналитиков. Вместе с тем, необходимо понимать, что расширение числа факторов, задействованных в методике Pest-анализа даст возможность иметь более обстоятельную и полную картину сложившейся бизнес-среды.

Подводя итог вышеизложенному можно сделать вывод, что какие бы методы не использовались - Step, Swot, Gap и другие, все они нацелены на то, чтобы грамотно провести исследования, выработать эффективные, стратегические модели ведения бизнеса, значительно снизить степень риска, который может возникнуть в бизнес-пространстве.

Список литературы:

1. Алексунин, В.А. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности / В.А. Алексунин. – М.: Дашков и Ко, 2012. – 180 с.
2. Котлер, Ф. Маркетинг и менеджмент, 2-е издание / пер. с англ. под ред. С.Г. Боржук.- СПб.: Питер, 2006. – 464 с.
3. Томпсон, А.А. Стратегический менеджмент. Концепции и ситуации для анализа / А.А. Томпсон, Ф.А. Дж. Стрикленд. – М.: - 2013. – 928 с.

РАЗВИТИЕ МЕДИА-ПРОСТРАНСТВА В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

Козлова Н.В., канд. экон. наук, доц.,

Супрун О.Н., магистрант

*Белгородский государственный технологический
университет им. В.Г. Шухова*

Аннотация. В статье рассматриваются предпосылки развития массовых коммуникаций, их признаки, условия функционирования и организационно-технические ресурсы, современные тенденции развития массовых коммуникаций.

Ключевые слова: медиа-пространство, телевидение, Интернет, общество, социальные связи, медийная система, система коммуникаций.

Анализ литературных источников по данной проблематике, демонстрирует нам, в каких наиболее распространённых формах выступает медиа-пространство. Формы медийного пространства представлены на рис.1.1

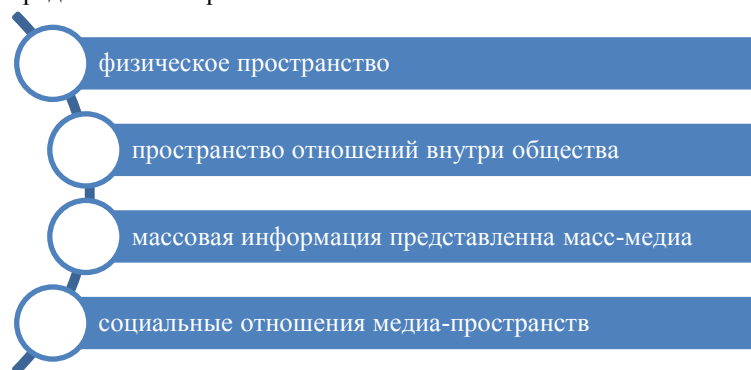


Рисунок 1 - Формы медийного пространства

Медиа-пространство - это определенная часть социального пространства, используя которое, оно осуществляет презентацию самого себя. Его агентом наиболее существенным и важным является телевидение. Заметим, что оно само по себе уже образует самостоятельное пространство, которое имеет свои собственные черты, признаки и характерные особенности. В целом, масс-медиа, используя текст, воссоздают социальное пространство и может обладать

признаками как объективной, так и субъективной реальности. На микроуровне медиа-пространство можно представить в форме некоего гипертекста, который воссоздает существующую реальность. Индивид, в этом случае, почти не имеет доступа к той объективной реальности, которую создают СМИ. Это означает, что созданный масс-медиа гипертекст и есть мировоззренческая позиция, которая создается некой социальной группой, имеющей доступ к объективной реальности. Именно по этой причине между индивидом и действительностью возникает некое понимание реальности, в котором активности подвергаются лишь те системы, которые считают важными производители контента.

Таким образом, современный социум презентует социальное пространство, возникающее для удовлетворения интереса социальной элиты. Это PR правящей системы, создание положительного мировоззрения, определенных позиций и установок, жизненной направленности и структурных предпочтений.

Современное медиа-пространство выступает в виде системы, которая функционирует по сетевому механизму, что помогает ей всегда оставаться актуальной и адаптированной в условиях стремительно меняющихся жизненных обстоятельств, дает возможность оперативно отвечать на запросы рынка.

Организация медиа-пространства представляется в единой сети, так как есть Интернет. Именно благодаря которому она активно продолжает существовать. Всемирная паутина, исходя из представленного в ней контента, выступает в качестве современных медиа-пространств. Особенностью медийного пространства является его сложная структура, поскольку последнее отвечаем всем потребностям и интересам потребителей.

В связи с тем, что медиа-пространство выступает в качестве единицы социальной системы, все его элементы подчинены в своем развитии и формировании единому закону. К инструментам медийного пространства принято относить: печать; радио; Интернет и другое. Данные элементы различимы между собой по степени влияния и массовости, они имеют тесную связь между собой. Изменения в каком-то одном элементе оказывают существенное воздействие на преобразования в других. Теле-пространство представляется наиболее доступным, для восприятия со стороны пользователя, но не для производителя. Войти в него в лице вещателя затруднительно. Такое свойство теле-пространства определяет тот факт, что его представителями всегда становятся субъекты социальной элиты

общества. Именно они осуществляют фактическую регламентацию, жизнедеятельность теле-пространства. По его средствам оказывается влияние и на другие медиа-пространства. Наиболее защитимыми интересами для медиа-пространства выступают предпочтения экономической, политической элиты, то есть отдельных групп влияния. Интересы гражданского общества, каждого отдельного человека в стране и в мире, остаются неуслышанными. Самой эффективной является такая власть, которая получает одобрение свободного человека, а точнее «свободное одобрение свободного человека». Способствование свободному одобрению гражданами, действий и политики, поддержка властей конкретными действиями граждан и их объединений, является главной целью и критерием эффективности работы. [1, 27с.]

На особенности развития медиа-пространства в современном мире имеются и диаметрально противоположные взгляды, которые, в сущности, придерживаются совершенно иных руководящих начал. Как мы ранее успели заметить, медиа-пространство представляет собой сеть. Рассмотрим этот механизм на примере телевидения, так как это наиболее важная подсистема медиа-пространства, которая наиболее востребована населением. Телевидение объединяет в себе множество разнообразных телекомпаний. Сетевое пространство телевидения включает центральные телеканалы, которые представляют собой достаточно крупные центры информирования, за которыми закреплены основные ресурсы. Они определяют направления и ценностные ориентиры развития всей сети. Федеральные каналы должны подчиняться сетевой организации телевидения, перераспределить ресурсы между собой и региональными представителями. Исходя из этого, телевизионное пространство становится частью сетевого общества, оно реконструирует его основание, но в тоже время определяет и динамику его развития. [3, 100с.] Наиболее важным элементом развития медиа-пространства является то что, развиваясь как сеть, оно должно соблюдать принятые в обществе нормы и формы поведения. Созданные медиа пространственные объединения в своем развитии сильно отстают от реалий правил поведения. Процессы организации формирования этических норм в сообществах журналистов, выражены достаточно неэффективно и в основном не применяются нормы морали и нравственности на практике. Профессиональное сообщество еще не определило санкционные системы и меры наказаний для тех журналистов, которые нарушают правила и нормы этических кодексов. Положения таких нормативно

правовых актов, в тоже время, уже восприняты и взяты к исполнению почти всеми медиа союзами.

В современном медиа-пространстве наиболее важным и часто включающимся в работу является государство в лице его органов и отдельных должностных лиц, оно имеет достаточный ресурс, для того, чтобы, в сущности, определить работу конкретной сети. Помимо этого, государство осуществляет финансовую подпитку некоторых медиа-организаций. Немалое влияния на медиа-пространство могут оказывать крупные государственные или частные корпорации, которые также осуществляют финансовое воздействие, чтобы получить контроль над информацией, исходящей от СМИ. Самые масштабные материальные ресурсы наблюдаются при поддержании лояльности наиболее важного элемента медиа-пространства — телевидения. Телевидение оказало огромное воздействие на формирование политической, экономической и социальной сфер всего мирового сообщества, привело к стремительному изменению множества связанных между собой социальных и культурных процессов, особенностей формирования PR, которые привели к тому, что произошло изменение в распределении сил в мировом сообществе. Наиболее серьезным признаком этих изменений становится кризис чтения, что приводит к проблемам со стороны печатных СМИ. Это еще один признак современного медиа пространства. Печать, завоевывала интерес и внимание читателей несколько веков, но телевидение, радио и Интернет отвоевали эти позиции, заменяя их визуальным и аудио контентом. Расширение функции звукового и зрительного ряда в современном медиа-пространстве движется огромными темпами. Это показывает роль телевидения. Если изначально кинематограф лишь отображал художественный или документальный вымысел своего создателя, то телевидение демонстрирует множество мнений, превращает коммуникацию в видеоряд, который отражает существующую реальность. [2, 300–302с.]

Таким образом, медиа является важнейшей и неотъемлемой частью рекламной деятельности практически любой организации. Медиа прошло большой путь от узконаправленной дисциплины до своего нынешнего состояния. Медиа направлено на определение наиболее эффективного размещения конкретных рекламных обращений в тех средствах массовой информации, которые выбирает организация-рекламодатель. Медиа обладает четкой и строгой структурой и всегда стремится к достижению целей, которые были поставлены организацией в ходе рекламной кампании.

Также медиа призвано оптимизировать затраты рекламного бюджета при публикации рекламных обращений на медиаканалах и медиа-носителях.

Выбор медиаканалов и медиа-носителей является важной частью процесса медиа. Выбор правильного медиа способен принести организации много пользы, однако, любой рекламодатель должен ответственно подходить к выбору СМИ для своей рекламной кампании. Медиаканалы и медиа-носители должны соответствовать ряду критериев, которые не только позволят организации адекватно их использовать, но и создавать качественные рекламные обращения. Также важно понимать, что идеального канала и носителя не существует – каждое современное медиа обладает не только плюсами, но и минусами.

Не стоит забывать, что идеального канала носителя не существует, поскольку каждое современное медиа обладает своими плюсами и минусами.

Список литературы:

1. Воронцова О. И. Доверие граждан к телевидению как основному каналу массовой информации // Каспийский регион: политика, экономика, культура. 2008. № 3. С. 39–47.
2. Ивашкина О. Г. Медиа-потребление: может ли интернет стать конкурентом телевидению // Реклама. Теория и практика. 2009. № 5. С. 298–312. Пашутин Д. Ю. Роль и место телевидения в современном медиа-пространстве // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2010. № 2. С. 98–103.

ИМИДЖ ПРЕДПРИЯТИЯ: ПОНЯТИЕ, РОЛЬ, ИНСТРУМЕНТЫ ФОРМИРОВАНИЯ

Кочина С.К., канд. экон. наук, доц.

*Белгородский государственный технологический
университет им. В.Г. Шухова*

Аннотация. Статья посвящена теоретическим аспектам такого понятия, как «имидж предприятия». Для успешного и эффективного функционирования предприятию в условиях жёсткой рыночной борьбы необходимо обеспечить положительный имидж. Под имиджем можно понимать совокупность представлений, мнений о предприятии, товарах (услугах) и его персонале. Также нами представлены структурные элементы имиджа и процесс управления им.

Ключевые слова: имидж, инструменты формирования имиджа, структурные элементы, управление имиджем.

Категория «имидж» начала использоваться в научном обороте (в контексте маркетинговых исследований) в 1960-х гг. Данная категория получила своё развитие благодаря отношенческому маркетингу. Известный учёный в этой области – Филип Котлер представлял имидж организации как «восприятие компании или её товаров в обществе».

Имидж (в переводе с англ. «image» – образ, личностный или предприятия) – впечатление, которое организация и её персонал производят на потребителей, партнёров, конкурентов, которое также фиксируется в их сознании в форме определённых аспектов эмоционально окрашенного стереотипного образа (суждения, мысли, отзывы и т.п.) [2].

Для того чтобы у клиентов сформировалось нужное (т.е. положительное) впечатление о данной организации, её руководство прибегает к воздействию органов чувств при помощи инструментов маркетинговой коммуникации.

Стоит отметить, что существует прямая связь между имиджем товара и имиджем предприятия: именно имидж товара (услуги) воспринимается относительно страны-изготовителя и самого предприятия-изготовителя, отзывов потребителей, товарной марки, бренда. Среди маркетологов есть представление о том, что имидж – своеобразная форма обратной связи между потребителями и фирмой.

Имидж та категория, которая, несомненно, присуща любой предпринимательской деятельности. Причём, он может проявиться стихийно: в зависимости от реакции довольных и недовольных

потребителей. В случае негативных отзывов со стороны клиентов предприятию придётся приложить максимум усилий, чтобы исправить сложившуюся ситуацию – изменить их отношение к себе. Поэтому очень важно на ранних стадиях управления бизнесом уделять достаточное количество времени и ресурсов для формирования положительного имиджа товара и фирмы в целом.

Благодаря грамотно выстроенному имиджу предприятия можно достичь определённых целей, а именно:

- 1) позиционирование фирмы на отраслевом рынке (здесь можно говорить о региональном уровне, национальном и даже мировом);
- 2) формирование отличительных особенностей и преимуществ в отношении конкурентов;
- 3) привлечение инвесторов к развитию, расширению, модернизации деятельности предприятия;
- 4) повышение заинтересованности потенциально целевой клиентской аудитории;
- 5) рост объёма продаж;
- 6) завоевание преданности у потребителей.

Трудно не согласиться с тем, что именно положительный образ предприятия создаёт условия для потребительского доверия, упрощает выбор клиента о первичной покупке и способствует повторному потреблению, при этом появляется возможность сделать этого покупателя постоянным.

Различают два вида имиджа предприятия:

- внутренний – отражение корпоративной политики внутри организации;
- внешний – характеристика определённых действий и мер по отношению к покупателям, партнёрам, конкурентам, целевой аудитории, потенциальным инвесторам [3].

В целом имидж предприятия состоит из ряда структурных элементов (рис. 1):

- корпоративная культура – правила поведения, прописанные действия в различных ситуациях, политика отношений между разными уровнями менеджмента;
- статус руководителя предприятия;
- фирменный стиль – логотип, слоган, корпоративные цвета и т.д.;
- восприятие целевой аудиторией предлагаемых товаров, услуг – качество, внешний вид, эффективность, ценовая политика;
- образ покупателя;
- репутация среди посредников, партнёров, конкурентов;

- социальная активность – участие в благотворительных акциях, спонсорство;
- общественное мнение – отзывы, рекомендации, рецензии (сюда же можно отнести реакцию в интернет-сообществе) [5].

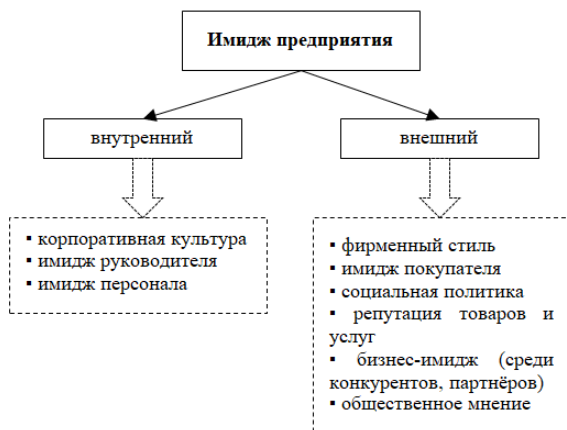


Рисунок 1 - Элементы имиджа предприятия

Входящие в состав имиджа организации структурные элементы должны должным образом сочетаться с рыночной конъюнктурой и ориентироваться на основные цели её функционирования, миссию и стратегию развития.

Далее определим инструменты, с помощью которых можно сформировать необходимый имидж организации:

- корпоративный стиль – подчеркивает индивидуальные и отличительные особенности, запоминающийся и яркий;
- связи с общественностью и со СМИ – формирование информационных поводов;
- имидж-реклама – инструменты маркетинговой коммуникации для создания и поддержания нужного образа предприятия (аудио- и видеоролики, «новостные ленты» и т.п.);
- имидж-контроллинг – диагностика имиджа предприятия, разработка совокупности критериев или показателей для его оценки и контроля [1];
- социальные сети – продвижение своего продукта, охват большей части клиентов, реагирование на отзывы и жалобы;
- создание одноимённых интернет-платформ – различные форумы,

блоги, «живой журнал» и официальный сайт организации;

- сотрудничество в проектах с, уже заявившими о себе с положительной стороны, компаниями и организациями;

- организация различных социальных акций и программ.

Поддержка со стороны потребителей тоже является инструментом создания имиджа предприятия: при выстраивании хороших и доверительных отношений с существующим контингентом клиентов становится проще процесс продвижения товара (услуги), а также формируется нужный образ организации [4].

После достижения желаемого имиджа важно не забывать о его управлении (поддержании), которое заключается в следующем: регулярно мониторить отзывы клиентов; работать с рекламациями; мотивировать благодарных клиентов оставлять положительные отзывы.

Положительный имидж предприятия позиционируется как необходимая компонента для развития и продвижения предпринимательской деятельности. Имидж – некий сформированный образ в сознании всех участников рыночных отношений: конкурентов, потребителей, партнёров и общественных структур.

Зачастую потребители подходят к выбору товара тщательно и осознанно: изучают отзывы и мнения о товаре, фирме, читают рекомендации различных сообществ и форумов, и только после этого приходят к окончательному решению. Как раз этот выбор зависит от репутации данного предприятия и его продукции.

Список литературы:

1. Бадалова А.Г., Коробко М.О. Имидж-контроллинг в системе управления предприятием. Контроллинг. 2019. № 74. С. 8-13.
2. Быстрова О.Ю., Александрова М.В. Теоретические подходы к определению понятия «имидж предприятия». Управление социально-экономическими системами. 2019. № 1. С. 35-38.
3. Пасько М.И. Характеристика и особенности имиджа предприятия. Экономика развития. 2018. № 1 (85). С. 58-65.
4. Старикова М.С., Пономарева Т.Н., Растопчина Ю.Л. Инструментарий оценки турбулентности внешней среды предприятия. Вестник БГТУ им. В.Г. Шухова. 2017. №7. С. 187-193.
5. Шемякина Т.А. Формирование имиджа предприятия: теоретический аспект. Экономика и управление: новые вызовы и перспективы. 2014. № 6. С. 182-186.

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА ЭЛЕКТРОЭНЕРГЕТИКИ В РОССИИ

Кузнецова И.А., канд. экон. наук. проф.,

Салангина А.А., магистрант

*Белгородский государственный технологический
университет им. В.Г. Шухова*

Аннотация. В статье рассматриваются основные тенденции и направления развития этого рынка электроэнергетики. Определены изменения в организационной структуре рынка, роль и задачи каждого органа, управляющего выделенной областью деятельности на энергорынке. Особое внимание уделяется использованию возобновляемых источников электроэнергии. Показаны результаты исследования и прогнозы развития рынка электроэнергии и использования разных видов первичных источников энергии.

Ключевые слова: возобновляемый источник энергии, потребление, рынок электроэнергии, точка учета, цифровизация.

Во всем мире сегодня активно внедряются технологии, обеспечивающие значительное снижение потерь энергии, экологичность, эффективное использование ресурсов за счет совершенствования технологий производства, доставки и хранения электроэнергии, управления энергосистемами на основе не только традиционной генерации, но и возобновляемой энергетики. На сегодняшний день «зеленая» энергетика в России приобретает все более важный статус.

Энергосистема России состоит из ЕЭС России (семь объединенных энергосистем (ОЭС) - ОЭС Центра, Средней Волги, Урала, Северо-Запада, Юга и Сибири) и территориально изолированных энергосистем (Чукотский автономный округ, Камчатский край, Сахалинская и Магаданская область, Норильско-Таймырский и Николаевский энергорайоны, энергосистемы северной части Республики Саха (Якутия)). В России более 700 электростанций, которые в 2019 г. дали 1080,6 млрд кВтч электроэнергии. Из них тепловых электростанций - 63 %, атомных электростанций - 19,32 %, гидроэлектростанций-17,6% [1].

Используя возобновляемые источники энергии, частные лица смогут производить, хранить и продавать собственную энергию, а также следить за сформированными счетами на электроэнергию и иметь возможность менять сбытовую компанию по личному усмотрению.

Рынок электроэнергии приобретает новые свойства за счет интеграции распределенных возобновляемых источников энергии в энергосеть.

В России в настоящее время полностью сформирован новый технологический кластер, включающий в себя производство оборудования, новые компетенции в строительстве и управлении энергообъектами на основе ВИЭ. Увеличение доли ВИЭ в энергобалансе страны (планируется к 2025 г. до 3 % объема электроэнергии) стимулирует разработку и внедрение перспективных цифровых технологий отрасли электроэнергетики.

Правительство России одобрило продление программы поддержки возобновляемой энергетики до 2035 года, в том числе увеличение мощности малых ГЭС в рамках программы с 25 МВт до 50 МВт. Суммарный оборот всех существующих в России рынков ВИЭ на горизонте до 2035 года оценивается в 2,7 трлн рублей [3].

Для стабильной работы энергетической системы с большим количеством ВИЭ важно обеспечить балансирующие мощности. Системы накопления и хранения электроэнергии, интенсивно развивающиеся в настоящее время, позволяют изменить базовый технологический принцип - соответствия уровня генерации и потребления в единый момент времени.

Использование систем накопления энергии (СНЭ) позволяет:

- снизить пиковые нагрузки в сети, выровнять график потребления и генерации электроэнергии;
- использовать генераторные установки меньшей мощности, параллельно оптимизируя их работу, что значительно снижает потребление топлива и повышает ресурс генераторов;
- компенсировать реактивную мощность, потребляемую нагрузкой точно и в реальном времени;
- повысить эффективность работы системы с генерирующими установками на базе ВИЭ за счет аккумулирования излишне вырабатываемой энергии;
- повысить качество электроэнергии, благодаря пофазному управлению потоками мощности, возможности регулирования частоты и быстрдействию СНЭ.

Для совершенствования энергопоставок и осуществления деятельности на энергорынке были выделены основные объекты цифровизации в сфере электроэнергетики.

Умные устройства-потребители электроэнергии - устройства, способные на стороне потребления оптимизировать режимы отбора электроэнергии в зависимости от нагрузки системы (тарифной сетки) и

конечных потребностей в работе оборудования. У конечного потребителя появляется возможность не только принимать и потреблять электроэнергию, но производить и отдавать ее в сеть за счет использования возобновляемых источников энергии. Умные сети - сети, способные к быстрому самовосстановлению в случае сбоев, они отличаются высокой надежностью функционирования и умеют управлять нагрузкой [4],

В России начинается построение интеллектуальной системы учета электроэнергии (мощности), устанавливаются умные счетчики у потребителей, которые позволяют автоматически дистанционно передавать текущие показания и режим потребления электричества в энергокомпанию, подают сигнал об аварии в сети, о несанкционированном вмешательстве. Это позволяет значительно упростить работу с элементами энергосистемы и повысить их управляемость. При правильном использовании этих технологий можно повысить гибкость и адаптивность энергосистемы, снизить потери, сгладить пиковые нагрузки, повысить долю использования ВИЭ в электроэнергетике.

На энергетическом рынке появляется новый тип потребителя - просьюмер, который может не только потреблять электроэнергию, но и производить для себя или отдавать обратно в сеть энергию, произведенную с помощью возобновляемых источников энергии. Это позволит потребителю снизить затраты на электроэнергию, стать более независимыми от поставщика [5].

Модель энергосистемы в развитии представлена на рисунке 1. Крупные электростанции и генераторы возобновляемых источников энергии производят электроэнергию и по линиям электропередач распределяют ее между крупными промышленными потребителями (которые в свою очередь также могут генерировать электроэнергию и отдавать ее обратно в сеть) и небольшими промышленными потребителями, коммерческими предприятиями и населением. До недавнего времени все конечные потребители если и генерировали электроэнергию, то делали это только для личных целей, не получая от этого выгоды или скидок от поставщика электроэнергии, а также не имели возможности отдавать ее обратно в сеть. Это, так называемая, централизованная модель рынка электроэнергии.

Децентрализация меняет архитектуру энергосистемы: новые решения в области производства и хранения электроэнергии с одновременным развитием умных сетей позволяют подключать к системе всё больше распределенных устройств, отдающих

электроэнергию в сеть. Базовое свойство всех этих новых технологий - близость к потребителю энергии.

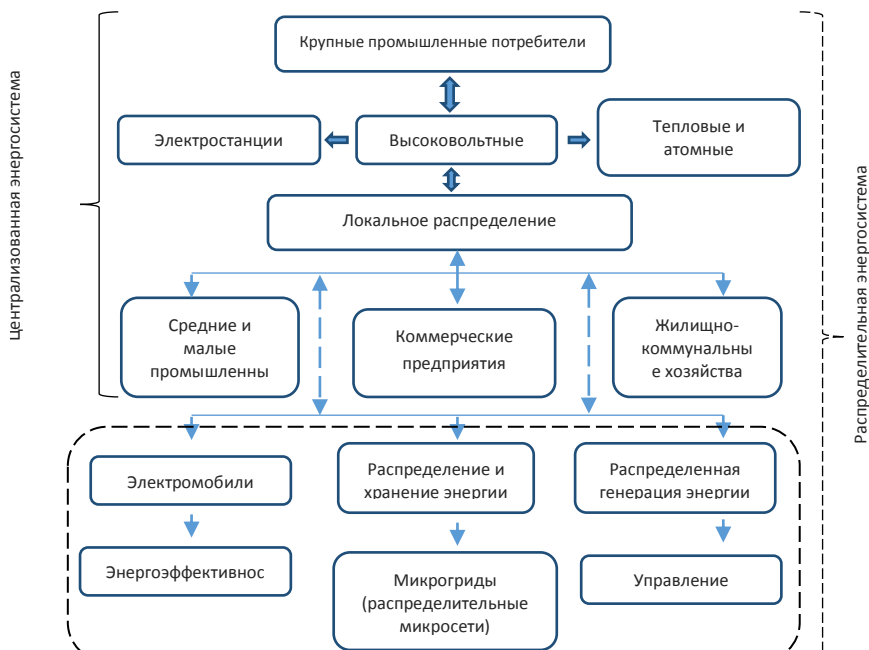


Рисунок 1 - Модель развития энергосистемы от централизованной к распределенной

Благодаря использованию возобновляемых источников энергии цены на электроэнергию постепенно снижаются, особенно в регионах с высокой долей их использования. В связи с переходом к нерегулируемому рынку в электроэнергетике ожидается повышение конкуренции между поставщиками электроэнергии. Потребители хотят контролировать данные о потреблении и свободно выбирать поставщиков энергетических услуг или стабильно производить свою собственную энергию.

Современные тенденции развития сферы электроэнергетики имеют большое количество преимуществ для конечных потребителей. У них появляются возможности;

- выбора любой сбытовой энергетической компании из представленных на рынке с наиболее приемлемыми условиями продажи

электроэнергии, что влияет на объемы потребления абонента в разрезе тарифных зон;

- замены старого скалярного счетчика на интервальный счетчик нового поколения, который самостоятельно отправляет показания и сообщения о неполадках обслуживающей компании или сбытовой компании;

Переход от централизованной модели рынка электроэнергии к распределенной влечет за собой изменения применяемых информационных технологий, обуславливает необходимость построения информационных систем с новыми функциональными возможностями.

Такой переход позволит не только снять монополизацию данного сектора экономики, но также даст возможность снизить ущерб, наносимый экологии. Особенно, если большое распространение получат возобновляемые источники энергии и биоэнергетика.

Список литературы:

1. Зарипова В. М. Децентрализованный рынок электроэнергии - новые требования к цифровизации бизнес-процессов. Инженерно-строительный вестник Прикаспия. 2018. №15. С. 35 – 41.
2. Основные характеристики российской электроэнергетики. Министерство энергетики РФ [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://minenergo.gov.ru/node/532>
3. Прогноз развития энергетики мира и России 2020. Центр энергетики Московской школы управления СКОЛКОВО. - 2019. - С.54-65.
4. Тарасенко В. Н., Денисова Ю. Проблема энергосбережения в России. Вестник БГТУ им. В.Г. Шухова. 2017. №11. С. 63 – 68.
5. Энергетика в России и мире, «Оборот рынков ВИЭ к 2035 году оценивается в 2,7 трлн рублей» [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://peretok.ru/news/worldenergy/>

РАЗВИТИЕ РОССИЙСКОГО РЫНКА ИПОТЕЧНОГО КРЕДИТОВАНИЯ В УСЛОВИЯХ ФИНАНСОВОЙ НЕСТАБИЛЬНОСТИ

Лычева И.М., канд. экон. наук, доц.,

Павлова Ю.А., магистрант

*Белгородский государственный технологический
университет им. В. Г. Шухова*

Аннотация. В статье рассматриваются современные тенденции ипотечного кредитования страны. Анализируется состояние ипотечного рынка в условиях финансовой нестабильности. Исследуются сценарии и перспективы развития ипотечного рынка.

Ключевые слова: ипотечные кредиты, процентная ставка, ипотека, рынок ипотечного кредитования, рынок недвижимости, эскроу-счет, банк.

Система ипотечного кредитования в России динамично развивается вслед за растущим рынком жилья. Улучшение жилищных условий населения остается приоритетной задачей экономического развития, так как в условиях снижающихся доходов россиян приобретение собственного жилья без ипотечного кредита практически невозможно, в силу его высокой стоимости [1].

Объем рынка ипотечного кредитования за последние 10 лет вырос почти в 19 раз. На рис.1 представлена его динамика с 2009 по 2019 год.

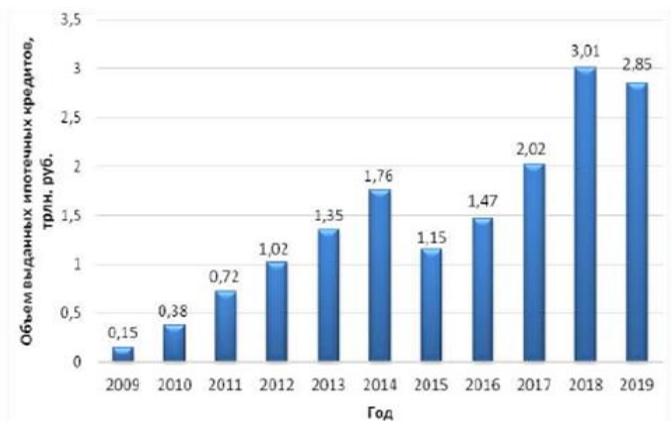


Рисунок 1 - Выдача ипотечных кредитов 2009-2019 гг. [6]

Снижение объемов ипотечного кредитования в 2015-2016 гг. было связано с введением экономических санкций против России, а в 2019 году с общим замедлением экономического роста в стране накануне финансового кризиса 2020 года. Кроме этого, снижение выданных ипотечных кредитов является следствием введения эскроу-счетов. У покупателей появилась возможность вернуть потраченные средства и, в случае банкротства банка, где был открыт эскроу-счет, получить компенсацию от Агентства по страхованию вкладов до 10 млн. руб. Население, чтобы обезопасить себя от недобросовестных дольщиков отложило покупку до тех пор, пока данное нововведение не вступит в силу [6].

Вслед за ростом объемов ипотечного кредитования заметно вырос и объем рынка жилья. По статистическим данным в РФ (рис.2) выросло количество квартир на 1000 человек, и в 2019 году наша страна вышла на второе место после Германии, опередив целый ряд развитых стран.

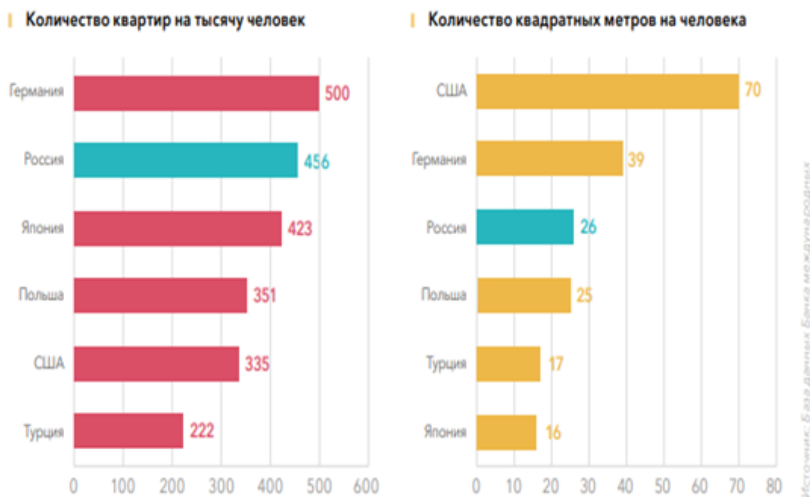


Рисунок 2 - Количество квартир и квадратных метров на человека [3]

Однако по количеству кв.м. на 1 человека мы существенно отстаем. Сегодня в среднем на одного россиянина приходится около 26 кв.м. жилой площади, что в 1,7 раз меньше среднеевропейского уровня (43 кв.м.) и не дотягивает до стран Восточной Европы с 31 кв.м. на человека [3]. Еще одним важным показателем, характеризующим позитивные тенденции на рынке жилья, является уровень жилья находится в

собственности у населения. Данный показатель, который составляет около 90%, является одним из самых высоких показателей в мире.

В условиях финансовой нестабильности с 2015 года ЦБ РФ сумел переломить тенденцию к росту процентных ставок по кредитам в целом, и по ипотеке. На конец 2019 года ставка по ипотечному кредитованию составила 9%, в 2020 году отдельные банки предоставляют ипотечные кредиты уже под 8-7,8%, тогда как на начало 2015 года она составляла 13-15 %. Следствием снижения ипотечных ставок стало увеличение спроса на жилье, рост цен и увеличения полной стоимости кредита [2].

По данным рейтингового агентства «Эксперт» (табл.1) ипотечное кредитование развивалось по-разному в российских коммерческих банках. Для оказания такого рода услуг клиентам необходимы особые условия ведения банковского бизнеса, поэтому банки в 2019 году продемонстрировали разнонаправленную динамику выданных кредитов.

Таблица 1 - Топ-10 банков в России по объему ипотечного кредитования по итогам 2019 года [2]

Место в рейтинге по итогам 2019 г.	Место в рейтинге по итогам 2018 г.	Наименование банка	Объем выданных ипотечных жилищных кредитов, млн руб.		Темп прироста (2019 г. / 2018 г.), %
			2019 г.	2018 г.	
1	1	ПАО Сбербанк	1285046	1562017	-17,7
2	2	Банк ВТБ (ПАО)	675 440	672 292	0,5
3	3	Банк ГПБ (АО)	106 068	149 986	-29,3
4	11	АО «АЛЬФА-БАНК»	91 763	30 321	202,6
5	9	ПАО Банк «ФК Открытие»	91 699	42 123	117,7
6	4	АО «Россельхозбанк»	89 251	128 004	-30,3
7	6	ПАО РОСБАНК	76 625	72 017	6,4
8	13	ПАО «Промсвязьбанк»	64 263	26 972	138,3
9	5	Группа ДОМ.РФ	61 242	61 245	0
10	7	АО «Райффайзенбанк»	58 074	63 441	-8,5

Самый большой темп прироста показал «Альфа-Банк» (+203%). Это позволило ему войти в пятерку лидеров. Увеличение выданных ипотечных кредитов показал и «ПАО Промсвязьбанк» (+138,3%), благодаря чему поднялся в списке с 13 места (2018 год) на 8 место (2019 год). ПАО Сбербанк и АО «Россельхозбанк», наоборот, уменьшили свои показатели соответственно на 17,7% и 30,3%. [2]

В 2020 году ситуация на ипотечном рынке обострилась в связи с эпидемией коронавируса. Снижение уровня доходов населения и заемщиков по ипотечным кредитам вызвало волну неплатежей по кредитам и сокращение числа вновь открываемых кредитов.

Специалисты подготовили три варианта развития событий на ипотечном рынке:

1. В случае развития позитивного сценария падение рубля не приведет к инфляционным рискам. Центральный банк не будет повышать ставку, и, возможно, приостановит ее снижение. Предполагается, что объем выданных кредитов увеличится на 10-15% и выйдет на уровень 2018 года (около 3 трлн.руб.). Также будут разрабатываться программы государственной поддержки, при которых ипотечная ставка окажется ниже рыночной (около 2% – 3%). [5]

2. Умеренно негативный сценарий. Инфляция превысит 4%.

Центральный банк увеличит ставку рефинансирования до 7,5 %, что в дальнейшем приведет к увеличению ставок по ипотеке до 10%. Также уменьшится объем выданных кредитов до 2,5 трлн.руб.

Ухудшится качество ипотечного портфеля банков, так как ухудшилась платежеспособность населения в связи с сокращением рабочих мест. Поддержку качеству ипотечного портфеля окажет закрепление с 2019 года в законодательстве возможности ипотечных каникул для заемщиков, попавших в трудную жизненную или финансовую ситуацию, что в долгосрочной перспективе может повысить доверие к ипотеке в целом [7].

3. Кризисный. Основными критериями данного сценария являются:

- 1) увеличение ключевой ставки до 9-10%;
- 2) рост ставки ипотечного кредитования до 12%;
- 3) инфляция будет превышать 7%;
- 4) падение цен на нефть и ослабление рубля.

Специалисты придерживаются умеренно негативного сценария развития событий.

Для поддержки заемщиков, оказавшихся в сложном финансовом положении, государство разрабатывает различные программы и мероприятия. Одна из таких программ - ипотечные каникулы, которые позволяют отсрочить платежи по кредитам.

В итоге данные меры могут смягчить в некоторой степени сложившуюся ситуацию, но существенно изменить ее в позитивном направлении в ближайшее время, видимо будет достаточно трудно.

Список литературы:

1. Ипотека и доступность жилья. / Россия сегодня [Электронный ресурс]. Систем. требования: AdobeAcrobatReader. URL: <https://domrfbank.ru/>
2. Итоги 2019-го и прогноз на 2020 год на рынке ипотеки: угроза заражения. / [Электронный ресурс]. Систем. требования: AdobeAcrobatReader. URL: <https://www.raexpert.ru/>. (дата обращения: 28.08.2020)
3. Кредитование нефинансового сектора экономики: проблемы, риски и перспективы. Материалы XXII Всероссийской банковской конференции, март 2020г. - [Электронный ресурс]. Систем. требования: AdobeAcrobatReader. URL: <https://asros.ru/upload/iblock/b6d/Kreditovanie-nefinansovogo-sektora-ekonomiki.pdf> (дата обращения: 28.08.2020)
4. Селивёрстов Ю.И. Шевченко М.А. Экономическая модель обеспечения населения доступным жильем // Вестник БГТУ им. В. Г. Шухова. - 2018. - № 10. - С. 149-156.
5. Смирнов А. Ипотека против кризиса / Группа «Эксперт» [Электронный ресурс]. Систем. требования: AdobeAcrobatReader. URL: <http://expert.ru>. (дата обращения: 28.08.2020)
6. Федеральная служба государственной статистики 2019. / Официальный сайт [Электронный ресурс]. Систем. требования: AdobeAcrobatReader. URL: <https://gks.ru> (дата обращения: 28.08.2020)
7. Центральный банк Российской Федерации. 2020 / Официальный сайт [Электронный ресурс]. Систем. требования: AdobeAcrobatReader. URL: <https://www.cbr.ru> (дата обращения: 28.08.2020)

ДОЛГОВАЯ НАГРУЗКА НАСЕЛЕНИЯ РОССИИ И ЕЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ

Лычева И.М., канд. экон. наук, доц.,

Филатова А.С., магистрант

*Белгородский государственный технологический
университет им. В.Г. Шухова*

Аннотация. В статье рассматривается современное состояние долговой нагрузки россиян. Начиная с 2017 г. наблюдается постепенное нарастание разрыва между темпами прироста ссудной задолженности и реальных располагаемых доходов населения. Результатом увеличения данного несоответствия стало не только повышение уровня долговой нагрузки, но и появление опасений по поводу возможности ее обслуживания.

Ключевые слова: кредитная нагрузка, просроченные кредиты, ставка процента по кредиту, высокорискованное кредитование.

Долговая нагрузка населения по обязательствам перед кредитными организациями— один из важных макроэкономических и социальных параметров, который не имеет однозначной интерпретации. Статистика за небольшим исключением подтверждает наличие прямой связи между размерами ВВП на душу населения и уровнем долговой нагрузки домохозяйств. Но из этого не следует, что такая же связь существует между уровнем долговой нагрузки и бременем ее обслуживания.

В периоды кризисных потрясений часть населения с высоким уровнем экономического развития сталкивается с проблемой погашения долгов, но она имеет временный характер. На восходящей фазе делового цикла обслуживание долга приходит в норму. Иная ситуация складывается в странах с формирующимся рынком и развивающихся странах, где ниже объем ВВП на душу населения, но выше уровень рыночных процентных ставок и меньше срочность выданных ссуд. В целом ряде стран из этой группы обслуживание долга может быть тяжелым бременем для значительной части заемщиков, особенно в периоды низких темпов роста реальных располагаемых доходов населения. Данная тенденция графически представлена на рис.1.

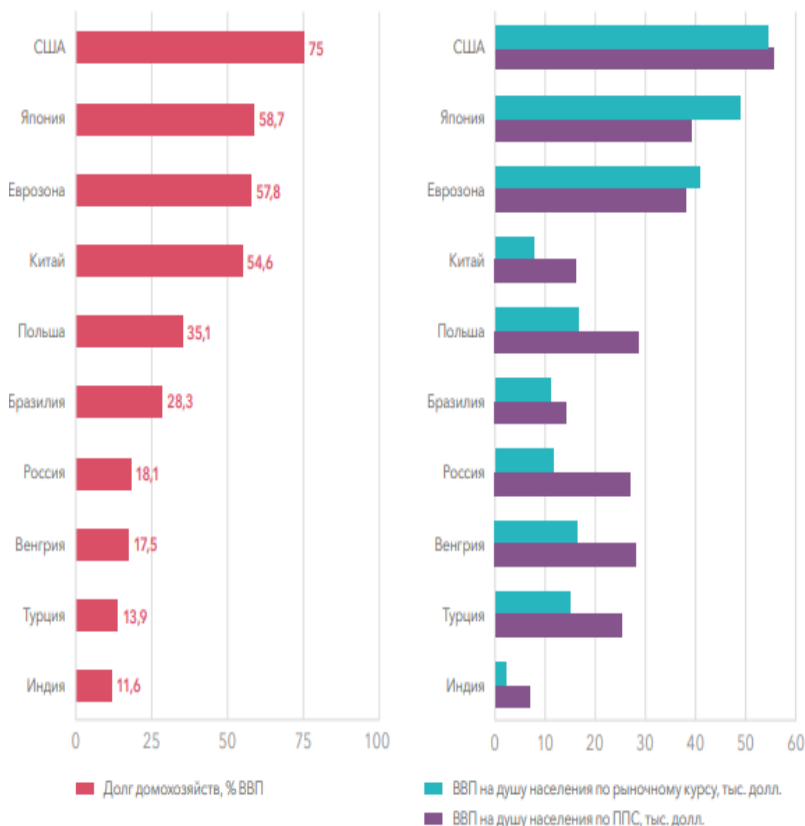


Рисунок 1 - Уровень долговой нагрузки и ВВП на душу населения по отдельным странам [3]

При обслуживании долга домохозяйств действует общее для всех стран, без исключения, правило: чем выше процентные ставки, короче сроки выдачи ссуд и ниже темпы роста денежных доходов населения, тем тяжелее бремя выполнения обязательств перед кредитными организациями.

Кроме того, заметное влияние оказывают и следующие факторы:

- фазы деловых и финансовых циклов;
- уровень законодательной защиты прав кредиторов и заемщиков;
- глубина финансовой инклюзивности и различия в потребительских моделях поведения.

Долговая нагрузка населения находится в фокусе внимания всех органов надзора и регулирования, учитывая риски для финансовой стабильности и повышенной социальной значимости. В большинстве стран накоплен богатый опыт применения различных инструментов макропруденциального регулирования, позволяющих сдерживать рост потребительских кредитов в тех случаях, когда могут возникнуть или уже возникли проблемы с их обслуживанием.

Среди этих мер можно выделить следующие:

-охлаждение рынка кредитования населения может обеспечиваться использованием контрциклического буфера капитала и введением секторальных требований к капиталу;

-установление количественных ограничений, которые показывают высокую эффективность.

Рассмотрим более подробно инструмент количественного ограничения. По степени жесткости в зависимости от конкретно складывающейся ситуации в мировой практике существуют два основных подхода к использованию количественных ограничений:

- запрет кредитования с определенными характеристиками;
- ограничение прироста кредитования или доли кредитования с определенными характеристиками в кредитном портфеле банка и микрофинансовой организации.

Количественные ограничения и меры по поддержанию достаточности капитала дополняют друг друга. Они нацелены на решение общей задачи сдерживания высокорискового кредитования. Но в то же самое время комбинация используемых инструментов, степень жесткости и длительности их применения являются уникальными для каждой отдельно взятой страны.

Банковский сектор России уже применял практику регулирования долговой нагрузки населения. В 2012–2014 гг., при резком росте потребительского кредитования и объема ссудной задолженности населения увеличился (на 5,5 трлн руб.), ЦБ РФ вводил повышенные коэффициенты риска по отдельным видам кредита. Однако Банк России не применял прямых количественных ограничений, поскольку высокие темпы прироста кредитования сопровождалась ростом ВВП на душу населения. Долговая нагрузка населения не была столь критична.

С 2017 г. в России началась вторая волна стремительного роста долговой зависимости населения. Разрыв между темпами прироста потребительского кредитования и реальных располагаемых доходов населения становился все более очевидным. Уже к концу 2019 г. в структуре использования денежных доходов населения доля

сбережений сократилась до 1,5%. Это стало сигналом к тому, что для части заемщиков, особенно малоимущих, обслуживание долга становилось уже тяжелым и даже непосильным бременем.

К октябрю 2019 г. долговая нагрузка населения (отношение выплат по долгам к располагаемым доходам) достигла рекордной отметки — 10,6%. Из 55 трлн. руб. ежегодных денежных доходов граждане России выплачивали кредитным организациям в виде процентов и иных платежей по своим обязательствам 5,8 трлн. руб. [3].

Регулятор был вынужден прибегнуть к непосредственным количественным ограничениям по кредитам. В 2018 г. трижды повышались надбавки для банков к коэффициентам риска по кредитам населению. С 1 января 2019 г. введены надбавки к коэффициентам риска по ипотечным кредитам в рублях и ссудам по договорам долевого участия в строительстве с первоначальным взносом от 10 до 20% — с 0,5 до 1,0 (что соответствует коэффициенту риска в размере 200%). С 1 апреля 2019 г. повышены надбавки к коэффициентам риска по потребительским кредитам с полной стоимостью кредитования (ПСК) от 10 до 30%. С 1 октября 2019 г. введены дополнительные надбавки к коэффициентам риска в зависимости от значений показателей долговой нагрузки заемщика (ПДН) и полной стоимости кредита (ПСК).

Наиболее жесткой на сегодняшний день мерой Банка России по сдерживанию кредитного бума является требование (с 1 октября 2019 г.) обязательного расчета банками и микрофинансовыми организациями при предоставлении ссуд (займов) населению показателя долговой нагрузки (ПДН). Банк России предполагал ввести этот показатель с января 2019 г., но отложил этот шаг на 9 месяцев, чтобы кредитные организации могли доработать методики оценки заемщиков и наладить сбор необходимой для этого информации.

Помимо переноса сроков перехода на расчет ПДН регулятор изменил требования к перечню документов, подтверждающих доходы клиентов банков и микрофинансовых организаций. Кредиторы могут уточнять информацию в Пенсионном фонде России и Федеральной налоговой службе или опираться на средний уровень доходов в регионе проживания клиента. Кроме того, банки в ряде случаев учитывают в своих моделях прочие доходы, основанные на оценках или интервью заемщиков. ЦБ РФ предусмотрел создание к IV кварталу 2020 г. эффективного механизма расчета совокупной долговой (платежной) нагрузки пользователями кредитных историй и обеспечение

высокотехнологичного уровня передачи сведений о совокупной долговой (платежной) нагрузке субъектов кредитных историй.

Стало очевидным, что на практике существуют различия методик Банка России и коммерческих банков при оценке ПДН. Таким образом, на практике при оценке платежеспособности заемщика применяется более гибкий подход, чем тот, который предусмотрен Указанием Банка России от 31.08.2018 № 4892-У «О видах активов, характеристиках видов активов, к которым устанавливаются надбавки к коэффициентам риска, и методике применения к указанным видам активов надбавок в целях расчета кредитными организациями нормативов достаточности капитала». Но даже при этом к началу 2020 г. доля одобренных кредитных заявок граждан упала до минимума за последние два года.

Список литературы:

1. Актуальные проблемы и направления развития российской экономики и финансов (часть 2). Монография /под ред. Бухоновой С.М. Белгород: БГТУ им. В.Г. Шухова 2016. С.149.
2. Баранова А.С., Никонец О.Е. Кредитные риски// Экономика и управление в XXI веке. 2015. № 7. С. 43-48.
3. Кредитование нефинансового сектора экономики: проблемы, риски и перспективы. Материалы XXII Всероссийской банковской конференции, март 2020г.- [Электронный ресурс]. Систем. требования: AdobeAcrobatReader. URL: <https://asros.ru/upload/iblock/b6d/Kreditovanie-nefinansovogo-sektora-ekonomiki.pdf>(дата обращения: 20.08.2020)
4. Ипотечный рынок в России 2019 году. – [Электронный ресурс]. Систем. требования: AdobeAcrobatReader. URL:<https://www.finam.ru/analysis/newsitem/ipotechnyiy-rynok-v-rossii-2019-godu->(дата обращения: 20.08.2020)
5. Процентные ставки по ипотеке в странах Европы – [Электронный ресурс]. Систем. требования: AdobeAcrobatReader. URL:<https://bizneslab.com/stavki-po-ipoteke-v-evrope/>(дата обращения: 20.08.2020)

**ПОКАЗАТЕЛЬ ДОЛГОВОЙ НАГРУЗКИ ЗАЕМЩИКА:
ОТЛИЧИТЕЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ В ОСНОВНЫХ ПОДХОДАХ
РАСЧЕТА**

**Лычева И.М., канд. экон. наук, доц.,
Филатова А.С., магистрант**
*Белгородский государственный технологический
университет им. В.Г. Шухова*

Аннотация. В статье рассматриваются основные отличия в подходах расчета показателя долговой нагрузки населения, используемых ЦБ РФ и коммерческими банками, позволяющие по-разному интерпретировать уровень долговой нагрузки россиян в 2018-2019 годах.

Ключевые слова: показателя долговой нагрузки населения, просроченные кредиты, ставка процента по кредиту, высокорискованное кредитование.

С целью снижения кредитного бума среди населения ЦБ РФ с 1 октября 2019 г. ввел обязательный расчет банками и микрофинансовыми организациями показателя долговой нагрузки (ПДН) при предоставлении ссуд (займов) физическим лицам. Это было вызвано резким ростом кредитных заявок со стороны населения, доходы которого с 2015 года имеют тенденцию к снижению. Данный показатель рассчитывается кредитором как отношение среднемесячных платежей заемщика по всем кредитам и займам к его среднемесячному доходу.

Расчет ПДН коммерческими банками и в соответствии с рекомендациями Банка России имеют различные результаты, которые международные рейтинговые агентства приводят в своих отчетах. Международное рейтинговое агентство Fitch провело исследование о влиянии различий методик Банка России и коммерческих банков при оценке ПДН. Согласно расчетам, сделанным на основе консервативного подхода Банка России, в 2019 г. почти каждый четвертый российский заемщик отдавал по кредитам свыше 80% своих доходов. По оценкам кредитных организаций, учитывающих и «серые» доходы, доля подобных заемщиков в 2,5 раза меньше. Иная картина сложилась в группе наименее закредитованных заемщиков, к которым относятся те, кто расходует на погашение долга менее 30% дохода: банки относили к их числу более 35% клиентов, а по методологии регулятора в их число входят чуть более 20% заемщиков[2].

Такого рода существенные различия в оценке кредитной нагрузки россиян между ЦБ РФ и коммерческими банками вносят в процесс оценки ПДН заемщика не всегда обоснованные ограничения. Кредитные организации проявляют высокую заинтересованность в создании единой базы по сбору информации о доходах заемщиков и расширении перечня критериев при оценке их кредитоспособности (в частности, самодекларирование и данные о транзакциях по платежным картам и расчетным счетам), получении необходимых данных из Пенсионного фонда России и Федеральной налоговой службы в электронном виде.

Разногласия по поводу базы информации о доходах заемщиков уже негативно сказались на работе банковского сектора. Так, по данным Национального бюро кредитных историй (НБКИ), в 2019 г. число положительных решений по необеспеченным потребительским ссудам достигло лишь 36,9% от общего числа заявок на кредиты, поданных гражданами. Заметное снижение, как отмечается, произошло перед началом 2020 года. Доля одобренных заявок в последнем месяце 2019 года снизилась до 32,2%. В 2018 г. средний уровень находился на уровне 41%. Меньше стали также выдавать автокредиты: доля одобренных заявок снизилась до 43,5%. Самый высокий уровень одобрения у заявок на ипотеку, который составил 65,6%. В целом же введение ПДН усложняет получение кредитов для клиентов с высокой долговой нагрузкой, а также заемщиков с «серыми» доходами и пустой или содержащей негативную информацию кредитной историей [3].

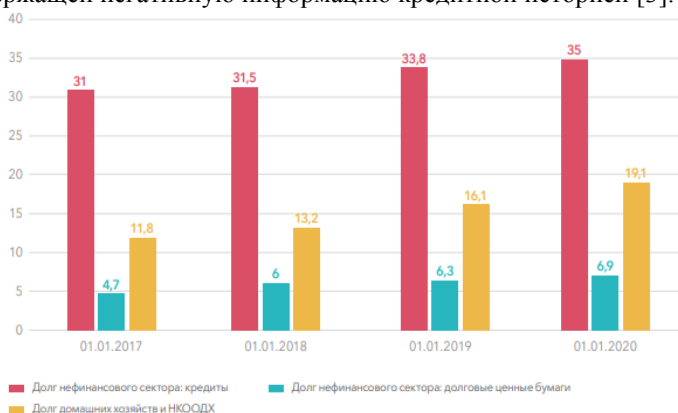


Рисунок 1 - Совокупный долг нефинансового сектора и домашних хозяйств, трлн руб. [4].

Невозможность перекредитоваться населению в кредитных организациях постепенно увеличивает его долговую нагрузку.

На рис. 1 представлена графически информация о росте совокупного долга нефинансового сектора и домашних хозяйств в 2017–2019 годах. За последние 4 года долговая нагрузка населения увеличилась на 7,3%. Этот рост по-разному распределяется по различным сегментам розничного кредитования и по регионам. По оценкам РИА Рейтинг, суммарный долг в среднем на одного экономически активного жителя страны в годовом измерении (с октября 2018 г. по ноябрь 2019 г.) увеличился на 37 тыс. руб., до 227 тыс. руб. Закредитованность населения, если взять отношение долга к заработной плате, выросла с 44,9 до 47,1% по итогам 2019 г. Однако ситуация с долговой нагрузкой населения в регионах России характеризуется высокой степенью неоднородности. Отношение кредитов к годовой зарплате изменяется в диапазоне от 9,9 до 86,2% при среднем по России уровне 47,1%. В расчетах годовой заработной платы учитывалась выплата подоходного налога. Согласно результатам исследования, в регионах России (за указанный выше период) медианный объем задолженности экономически активного населения составляет 208 тыс. руб. Наиболее распространенным (40 регионов) диапазоном объема средней задолженности является 200–300 тыс. руб. В 31 регионе долговая нагрузка находится в пределах от 100 до 200 тыс. руб. Задолженность свыше 300 тыс. руб. была в 9 регионах, а менее 100 тыс. руб. — в 5 регионах.

Самые низкие показатели долговой нагрузки по этой методике приходятся на Республику Ингушетию, в которой она равняется 9,9%, Республику Крым и Севастополь, где уровень закредитованности экономически активного населения составляет 13,9 и 15,9%. Самый значительный уровень закредитованности наблюдается в Республике Калмыкия, где он достигает 86%. В этой зоне находятся также Республика Тыва — 76% и Курганская область — 73%[5].

Согласно данным Объединенного кредитного бюро, средний ПДН ипотечных заемщиков в 2019 г. по сравнению с 2018 г. вырос на 1,6 п.п., до 50,1%. Средний ПДН заемщиков с доходом до 70 тыс. — 63,3%. При этом граждане именно с такими заработками чаще всего берут жилищный кредит. В 2019 г. 81,9% граждан, которые взяли ссуду на квартиру, получали зарплату до 75 тыс. руб. Средний платеж по ипотеке, оформленной в прошлом году, составлял 47–50% дохода заемщика[5].

В сегменте необеспеченных потребительских ссуд (НПС) с точки зрения регулятора обеспокоенность вызывает высокая (близкая к 60%) доля ссуд с контрактным сроком свыше 3 лет, что позволяет снижать месячный платеж (и, как следствие, ПДН). Уже в рамках текущего года не исключена вероятность введения мер по ограничению роста доли НПС со сроком свыше трех лет. Однако этот вопрос заслуживает дополнительного рассмотрения. При прочих равных условиях удлинение сроков предоставляемых кредитов снижает долговую нагрузку в текущем периоде, а, следовательно, облегчает его обслуживание. В сегменте ипотечных ссуд озабоченность Банка России вызывает сохранение высокой (более 30%) доли выдач ипотечных ссуд с низким (от 10 до 20%) первоначальным взносом, хотя после повышения с 1 января 2019 г. надбавок к коэффициентам риска по таким ссудам (с LTV9 от 80 до 90%) со 150 до 200% наметилась устойчивая тенденция к ее снижению. В IV квартале 2018 г. эта доля достигала 43,3%. С учетом вероятного снижения рыночных ставок по ипотечным ссудам и потенциального расширения спроса не исключено вероятное повышение коэффициентов риска по этой группе кредитов. В дополнение к этому регулятору рассматривается возможность дальнейшего повышения надбавок к коэффициентам риска для ипотечных кредитов, предоставленных заемщикам с высоким ПДН (более 50%) [4].

Таким образом, постепенное вырывание ситуации количественными методами делает более заметной роль в торможении кредитного процесса в секторе домашних хозяйств играет через усиление регуляторной нагрузки на капитал, и позволит стабилизировать положение с показателем долговой нагрузки (ПДН) на заемщика.

Список литературы:

1. Актуальные проблемы и направления развития российской экономики и финансов (часть 2). Монография /под ред. Бухоновой С.М. Белгород: БГТУ им. В.Г. Шухова 2016. С.149.
2. Агентство Fitch Ratings: обзор российских банков за 1 полугодие 2020 года. - [Электронный ресурс]. Систем. требования: Adobe Acrobat Reader. URL: <https://www.fitchratings.com/research/ru/banks/fitch-ratings-opublikoval-obzor-rossijskih-bankov-za-1-polugodie-2020-goda-19-08-2020> (дата обращения: 16.09.2020)
3. Национальное бюро кредитных историй. - [Электронный ресурс]. Систем. требования: Adobe Acrobat Reader. URL:

4. <https://www.nbki.ru/company/news/?id=22477>(дата обращения: 16.09.2020)
5. Кредитование нефинансового сектора экономики: проблемы, риски и перспективы. Материалы XII Всероссийской банковской конференции, март 2020г.- [Электронный ресурс]. Систем. требования: AdobeAcrobatReader. URL: <https://asros.ru/upload/iblock/b6d/Kreditovanie-nefinansovogo-sektora-ekonomiki.pdf>(дата обращения: 18.09.2020)
6. РИА Рейтинг. Кредитная активность банков. - [Электронный ресурс]. Систем. требования: AdobeAcrobatReader. URL: https://riarating.ru/banks/index_25.html(дата обращения: 18.09.2020)
7. Процентные ставки по ипотеке в странах Европы – [Электронный ресурс]. Систем. требования: AdobeAcrobatReader. URL:<https://bizneslab.com/stavki-po-ipoteke-v-evrope/>(дата обращения: 17.09.2020)

**DATA PROTECTION AND INFORMATION SECURITY IN THE AGE
OF THE CORONAVIRUS (Covid-19) AS A CURRENT PROBLEM OF
ECONOMIC DEVELOPMENT**

**Majstorovic V. M., PhD,
Radivojevic M. M., PhD**
*Faculty of Business and Law,
University "Union – Nikola Tesla" Belgrade, Serbia*

Abstract. The Coronavirus (Covid-19) has affected the world community with as many as 23 million cases. The World Health Organization has declared this situation a global problem of public importance, and thus this virus has become a problem of global economic development. States have used modern technologies to combat the pandemic, often calling into question the privacy and protection of citizens' personal data. In this paper, the authors will try to answer the question of whether the suppression of the pandemic and the right to health must necessarily mean the loss of the right to privacy and protection of personal data, which is regulated by the General Regulation on Personal Data Protection (GDPR).

Keywords: data protection, GDPR, Coronavirus, economy.

1. Introduction

There is probably no person on the entire planet who is not familiar with the coronavirus, nor a person who, at least for a moment, was not afraid of the consequences of this virus on society, health, and the economy. The virus has been declared as a global problem of public importance by the World Health Organization, and due to the Covid-19 pandemic, a state of emergency has been declared at the global level. Above all, the states tried to suppress the spread of the virus, recover the sick and, as much as possible, maintain the vital functions of the economy and health systems.

In order to suppress the further spread of the virus, detect the movements and contacts of infected people, locate hotspots, detect symptoms, monitor disease progression and other reasons, various technological solutions were used, from controlled eavesdropping on conversations to find out who infected people were in contact with, mass video surveillance, issuance of health passports, face reading and other biometric data, temperature measurements, to many various applications intended for monitoring the health status of patients, but also various other information about the coronavirus in certain regions. It is clear that these are extremely sensitive personal data and that the pandemic has legal

implications in the form of labor law, contract law, the right to health and the right to protection of personal data. GDPR characterizes health data as sensitive data that must be handled with special care, so the authors will briefly present several isolated articles of the GDPR, which are the basis for personal data to be adequately managed during a pandemic, and that a pandemic cannot be justification for violating the right to privacy and protection of personal data of any citizen.

2. General Data Protection Regulation and Coronavirus

Board stated that the General data protection regulation is not an obstacle in the fight against coronaviruses, but that controllers, operators, processors, and especially employers and governments must pay special attention to personal data. The situation is delicate and requires delicate access to personal data. The principles prescribed by the GDPR in Article 5 are the general norms on which all actions must be based. According to the GDPR, the processing of personal data is allowed provided that certain principles are respected: legality, fairness and transparency, the limited purpose of data processing and data storage, data minimization, accuracy, integrity, confidentiality, and accountability. According to the authors, given the limited content of the paper, we will briefly single out a few segments of the GDPR that as a legal basis allow personal data to be processed in the age of the coronavirus. These are primarily Articles 6 and 9. Article 6 refers to the principle of legality according to which data processing must be based on the explicitly given consent of the person whose data are collected or based on some other legal basis. In terms of Article 9, data related to health status are sensitive data. In terms of a pandemic, these sensitive data can be used and processed when a person needs to be diagnosed, tested or take other actions and measures in terms of health care safety and pandemic control. These articles allow the processing of data without the consent of the person whose data are collected, if the processing is necessary to protect the vital interests of the data subject or other natural person. The fight against the coronavirus and the protection of human lives are considered by many authors to undoubtedly belong to the category of defending the vital interests of society. On the other hand, the mentioned articles also enable the processing of data that is necessary to comply with another legal obligation. This would primarily refer to the situation in which companies are obliged to collect health data of their employees and other personal data, to prevent further spread of the disease, but also to fulfill their legal obligation to keep the working environment safe and secure. Also, employers are obliged to forward data on employee contamination or contamination of work space to

the competent institutions, so this topic is complicated by the export of personal data and their further use.

Since the GDPR is a comprehensive regulation, it regulates the field of data protection in great detail. In addition to the above cases where the consent of the person is not required, the GDPR in Articles 5(1) to 89(1) allows legally collected data and even data on the health of persons to be re-used for scientific research provided that certain protection measures are implemented, like coding. In this sense, the principle of transparency can be diminished in terms of Article 14 of the GDPR, when data are not obtained directly from the data subject. For example, if it is impossible to individually inform all persons about some important information related to the pandemic, it is possible to publish information about the research on a publicly available web address. Of course, all other conditions and principles must be met.

The health crisis caused by the coronavirus has raised many questions, from moral dilemmas whether and how many personal data to use and thus call into question the privacy of many people or weaken numerous privacy policies to focus on fighting for the life of every citizen. We, as authors, believe that the principles of the GDPR must be respected due to the delicacy of the situation and that only as much data as necessary should be collected, with limited data processing with a valid legal basis. The fight against the Coronavirus should not be a cover for the violation of fundamental human rights guaranteed to every person.

3. Coronavirus as a problem of economic development

The coronavirus has surprised the whole world, and the extent of human, material and economic losses cannot be said with certainty at the moment. What is evident is that the virus spread very quickly and that countries, regardless of the level of development, to combat the infection, primarily introduced measures to restrict the movement of people, and restrict the free flow of goods, services and capital, which led to the decline of economic activity at the global level. Given the hundreds of thousands of losses of human lives, the economic damage is evident and this is certainly one of the greatest socio-economic and health crises the world has experienced in the 21st century. The United Nations industrial development organization asks whether this is a health pandemic and/or an economic pandemic? A third dimension can be added to this issue - the correlation of the data-based economy and information trade. In February 2020, the director of the World Health Organization pointed out the appearance of "infodemia", ie how much information about pandemics, and especially false news has on all socio-economic actors, and especially on the behavior and judgment of sufficiently frightened people.

Many reports say that in addition to a large number of casualties of over 800,000 people (as of August 22, 2020) and an incredible 23 million infected people, the entire economic community has suffered huge economic losses. According to the latest data from the seasonally adjusted Index of Industrial Production, for the period April 2020 vs December 2019, conducted by the United Nations Industrial Development Organization, it was concluded that the coronavirus led to an economic crisis, especially in middle-developed countries. The average percentage loss in the industrial production index was 18% for highly developed countries, 24% for middle highly developed countries, and 22% for lower-middle-income countries. Interestingly, the economic losses of countries are not necessarily commensurate with the mortality in those countries. This phenomenon can be explained in a simplified way in the way that less developed countries can experience different degrees of economic losses due to the unwillingness to respond quickly and adequately to health crises and various negative socio-economic events that arise from them.

The crisis caused by the Covid-19 virus threatens to create huge losses in financing sustainable development and, in the long run, hamper the economic progress of many countries. The Organization for Economic Cooperation and Development (OECD) predicts that it will reduce domestic resource mobilization due to reduced economic activity and that inflows of external private finance will be projected to drop by USD 700 billion compared to 2019 levels. If these predictions are correct, the crisis caused by the COVID virus will exceed the impact of the 2008 World Economic Crisis by 60%.

4. Conclusion

In conclusion, we will agree with the opinion of expert Frederike Kaltheuner from Mozilla Fellow, that there was a lot of controversy on the topic of Coronavirus and whether the fight against a pandemic necessarily violates the General Regulation on Personal Data Protection, and that thanks to these principles and other concepts that are defined by GDPR this conflict does not exist. We hope that the data will be used only for purposes that are justified for the preservation of human lives, and thus the world economy, and that over time, ways will be found to combat the health and economic crisis caused by this virus. Dave Pelzer said, "Something good comes out of every crisis", so we hope that this will be the case with the crisis that the entire world community is experiencing today. After the end of this existential struggle, there is a need to revise the legal framework governing the field of data protection, privacy, information security, and other regulations governing the field of human rights protection.

References:

1. Andonović, S., Prlja, D. Osnovi prava zaštite podataka o ličnosti [Fundamentals of personal data protection rights] Beograd: Institut za uporedno pravo. 2020.
2. Diligenski, A., Prlja, D., Cerović, D. Pravo zaštite podataka GDPR [Data protection rights GDPR] Beograd: Institut za uporedno pravo, p. 79-105. 2018.
3. Krivokapić, D. Vodič kroz zakon o zaštiti podataka o ličnosti i GDPR tumačenje novog pravnog okvira [A guide to personal data protection law and the GDPR interpretation of the new legal framework] Beograd: Misija OEBS-a u Srbiji i Share Fondacija. 2019. p. 13.
4. Majstorović, M. Uskladjivanje poslovanja preduzeća sa GDPR [Harmonization of business operations with GDPR], UDC 342.721(497.11), URL: fsp.edu.rs/wp-content/uploads/2019/06/Lemima_2019_2_knjiga.pdf. 2019. p. 57.
5. Majstorović, M., Gordić, P. Privatnost u doba Korona virusa [Privacy in era of Coronavirus] Beograd: Fakultet za informacione tehnologije i inženjerstvo, Fakultet za poslovne studije i pravo, 7. međunarodna konferencija – Primena novih tehnologija u menadžmentu i ekonomiji - ANTIM 2020, Zbornik radova. 2020. p. 475. UDC: 342.738:61 (048), ISBN 978-86-81400-20-3.
6. Adamović, J., Krivokapić, D., Tasić, D., Kleut, J. et al. Vodič za zaštitu podataka o ličnosti za vreme pandemije [A guide to protecting personal data during a pandemic] URL: pandemija.mojipodaci.rs. 2020.
7. Cooper, D., Quathern, K. V. COVID-19, Scientific Research and the GDPR Some basic principles. URL: www.insideprivacy.com/covid-19/covid-19-scientific-research-and-the-gdpr-some-basic-principles/ (21.8.2020). 2020.
8. Eur-Lex. REGULATION (EU) 2016/679 OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL of 27 April 2016. URL: <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2016/679/oj> (10.05.2016). 2016.
9. Jelinek, A., EDPB. (2020) Statement on the processing of personal data in the context of the COVID-19 outbreak. URL: https://edpb.europa.eu/sites/edpb/files/files/file1/edpb_statement_2020_processingpersonaldataandcovid-19_en.pdf (20.04.2020).
10. Jones, L., Palumbo, D., Brown, D. (2020) Coronavirus: A visual guide to the economic impact. URL: bbc.com/news/business-51706225 (20.08.2020).
11. Kaltheuner, F. (2020) Trustworthy Technology in the Time of a Pandemic: A Discussion. URL: <https://foundation.mozilla.org/nl/blog/trustworthy-technology-time-pandemic-discussion/> (20.04.2020).
12. OECD (2020) OECD Policy responses to Coronavirus (Covid-19) The impact of the coronavirus (Covid-19) crisis on development finance. URL:

- oecd.org/coronavirus/policy-responses/the-impact-of-the-coronavirus-covid-19-crisis-on-development-finance-9de00b3b/ (24.06.2020).
13. The World bank (2020) The global economic outlook during the COVID-19 Pandemic. URL: [worldbank.org/en/news/feature/2020/06/08/the-global-economic-outlook-during-the-covid-19-pandemic-a-changed-world](https://www.worldbank.org/en/news/feature/2020/06/08/the-global-economic-outlook-during-the-covid-19-pandemic-a-changed-world) (8.6.2020).
 14. Kuskonmaz, E. M., Guild, E. (2020) Covid-19: A new struggle over privacy, data protection and human rights. URL: europeanlawblog.eu/2020/05/04/covid-19-a-new-struggle-over-privacy-data-protection-and-human-rights/ (4.5.2020).
 15. UNDP (2020) Socio-economic impact of covid-19. URL: undp.org/content/undp/en/home/coronavirus/socio-economic-impact-of-covid-19.html (22.08.2020).
 16. UNIDO, Corona virus: the economic impact. URL: unido.org/stories/coronavirus-economic-impact-10-july-2020 (10.07.2020).
 17. Velimirović, D., Živković, K. (2020) COVID-19 as a Threat to Personal Data Rights. URL: sog.rs/2020/04/02/covid-19-as-a-threat-to-personal-data-rights/ (02.04.2020).

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ВОЗОБНОВЛЯЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ ЭНЕРГИИ В МАЛОЙ ЭНЕРГЕТИКЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

**Манцерава Т.Ф., канд. экон. наук, доц.,
Скобля М.С.**

Белорусский национальный технический университет

Аннотация. Рассмотрена необходимость включения в топливно энергетический баланс в РБ. Проведен анализ сущности понятия малой и альтернативной энергетики. Определён потенциал использования ВИЭ в экономике Республики Беларусь. Более эффективным является использование энергия биомассы, геотермальные ресурсы недр, солнечная и ветровая энергия, энергия воды, энергия биогаза, коммунальные отходы, а также древесная масса и торф.

Ключевые слова: малая энергетика, альтернативная энергетика, энергоустановки.

Долгосрочная энергетическая политика Республики Беларусь нацелена на обеспечение энергетической безопасности страны как одного из важнейших компонентов национальной безопасности. Ключевыми задачами в современных условиях являются:

-диверсификация видов и поставщиков топливно-энергетических ресурсов;

-повышение энергетической эффективности систем энергоснабжения и энергоиспользования на основе модернизации и реконструкции имеющихся мощностей.

В настоящее время потребление топливно-энергетических ресурсов в Республике Беларусь достигает порядка 36 млн. т у.т. При этом составляющая природного газа в производстве тепловой и электрической энергии превышает 90 %, а в общем объеме потребления котельно-печного топлива – 80 %.

Общемировое изменение цен на энергоносители, проблемы окружающей среды, высокий уровень зависимости от поставок топливно-энергетических ресурсов от стран-импортеров сырья ставит на повестку дня максимально возможное вовлечение в топливно-энергетический баланс республики возобновляемых источников энергии и местных видов топлива. В этой связи получает особый импульс развития малая (альтернативная) энергетика.

Термин «малая энергетика» трактуется авторами различно и имеет различный контекст. Например, автономная энергетика, применяется как синоним независимости от централизованного энергоснабжения.

Термин «альтернативная энергетика» применяется для описания технологий производства энергии на базе возобновляемых источников энергии (ВИЭ). Термин «малая энергетика» предлагается специалистами для описания энергетических установок с точки зрения их установленной мощности. Нетрадиционная энергетика - это уже энергетика на базе ВИЭ. Однако, все эти термины предполагают некоторую децентрализацию электроснабжения, что весьма интересно для отдельных групп потребителей.

К объектам малой энергетики относятся источники электрической или тепловой энергии, использующей котельные, теплонасосные, паро- и газотурбинные, дизель- и газогенераторные установки единичной мощностью до 6 МВт. Возобновляемые и нетрадиционные источники электрической и тепловой энергии, использующие энергетические ресурсы рек, водохранилищ и промышленных водостоков, энергию ветра, солнца, редуцируемого природного газа, биомассы, сточных вод и твердых бытовых отходов относят к объектам нетрадиционной энергетики.

Энергоустановки малой энергетики можно разделить на три группы: энергоустановки для выработки электроэнергии, для выработки тепла и для совместной выработки электроэнергии и тепла.

В свою очередь, энергоустановки для выработки электроэнергии и теплоэнергии можно разделить на два типа: установки на органическом топливе и установки на возобновляемых природных ресурсах. Установки на возобновляемых природных ресурсах разделяют на две группы: ветроэлектрические установки и малые гидроэлектростанции. Для выработки теплоэнергии установки на органическом топливе используют котельные установки на твердом, жидком и газовом топливе, а для установок на возобновляемых природных ресурсах – геотермальные установки и гелиоустановки. Энергоустановки для совместной выработки электроэнергии и теплоэнергии можно разделить на три типа комбинированных установок: комбинированные установки на базе поршневых ДВС с системами утилизации тепла, комбинированные установки на базе ГТУ с системами утилизации тепла, комбинированные установки на базе поршневых ДВС (ГТУ), котельных и установок на возобновляемых природных ресурсах.

Малая и нетрадиционная энергетика направлены для решения одной и той же задачи - непосредственного удовлетворения бытовых и производственных нужд населения в электрической и тепловой энергии на базе местных энергоресурсов.

Естественное увеличение потребления топливно-энергетических ресурсов происходит с ростом валового внутреннего продукта (ВВП), поэтому для обеспечения поэтапного снижения его энергоёмкости необходимо активное использование современных энергоэффективных технологий. Основными источниками производства альтернативной энергии являются такие ресурсы, как энергия биомассы, геотермальные ресурсы недр, солнечная и ветровая энергия, энергия воды, энергия биогаза, коммунальные отходы, а также древесная масса и торф. Для республики основным ресурсом для является древесное топливо и ее запас оценивается в 1,64 млрд кубических метров. Ежегодный прирост составляет чуть более 30 млн кубометров древесины, что является основой для использования отходов древесины в отоплении объектов жилищно-коммунального сектора малых населенных пунктов.

Реализуется проект по созданию инновационного производства органоминеральных удобрений на основе отходов биогазовой установки СГЦ "Западный", где предполагается внедрить новые для страны технологии по утилизации отходов биогазовой установки. Это позволит в перспективе улучшить экологическую обстановку в окрестностях Бреста и населенных пунктах за счет глубокой биологической переработки отходов.

Для развития ветроэнергетики Беларусь располагает достаточными ресурсами энергии ветра. По результатам исследований, наиболее перспективны 22 района страны. На территории Беларуси в настоящий момент действует 23 ветроустановки. Самая крупная находится в Гродненской области Новогрудского района в посёлке Грабники, мощность которой 15 МВт.

Экономически целесообразный потенциал использования гидроэнергетических ресурсов не превышает 250 МВт и сосредоточен в Гродненской, Витебской и Могилевской областях на участках бассейнов рек Неман, Западная Двина и Днепр.

В настоящее время солнечная энергетика развивается очень быстро. Например, объединение «Белоруснефть» разработало и реализует собственную программу развития энергетики с использованием альтернативных источников. Первая гелиоустановка заработала на нефтебазе в поселке Янтарный Гомельского района. На отечественных АЭС активно используются солнечные панели. В 2014 году на газоперерабатывающем заводе в Речице, который входит в объединение «Белоруснефть», заработала гелиостанция мощностью 3,75 мВт.

В настоящее время в республике функционирует 36 биогазовых установок установленной мощностью 40 МВт. Биогазовыми установками на текущий момент обеспечено менее 10% ферм, поэтому есть значительный потенциал для строительства новых биогазовых установок. Перспективным направлением для производства «зеленой» энергии является переработка бытовых отходов. Полигоны бытовых отходов, которых насчитывается около 170, могут быть использованы для установки биогазовых комплексов.

Сейчас в Республике Беларусь функционирует 387 энергетических установок, установленной мощностью более 1000 МВт, которые используют энергию биомассы. До конца 2020 года в республике предусматривается ввод 150 МВт энергогенерирующих источников на местных видах топлива.

Многогранная реализация возможностей развития малой энергетики Республики Беларусь позволит улучшить эффективность деятельности и обеспечит повышение надежности энергетической системы страны, будет способствовать рациональному использованию энергетических ресурсов, созданию конкурентной среды в условиях формирования электроэнергетического рынка в стране.

Список литературы:

1. Объекты малой энергетики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://electricalschool.info/spravochnik/poleznoe/1104-malaja-jenergetika.html> .
2. Малая энергетика Республики Беларусь. Проблемы и пути её развития [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/malaya-energetika-respubliki-belarus-problemy-i-puti-razvitiya/viewer> .
3. Как в Беларуси развивается возобновляемая энергетика [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belta.by/economics/view/kak-v-belarusi-razvivaetsja-vozobnovljaemaja-energetika-366492-2019/>
4. Киловатты солнечной долины: есть ли перспективы у гелиоэнергетики в Беларуси. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://belchas.lprof.by/news/kilovatty-solnechnoi-doliny-est-li-perspektiva-u-gelioenergetiki-v-belarusi.html> .
5. Ветроэнергетика. Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://altenergiya.ru/apologiya/vetroenergetika-v-belarusi.html> .
6. Малая энергетика России. Классификация. Задачи. Применения. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://news.elteh.ru/arh/2005/35/04.php> .

ИНДЕКС РАЗВИТИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА КАК ОБОБЩАЮЩАЯ ОЦЕНКА УРОВНЯ ЖИЗНИ

**Манцерова Т.Ф., канд. экон. наук, доц.,
Эйсмонт В.А.**

Белорусский национальный технический университет

Аннотация. Материал статьи предоставляет характеристику понятия «индекса развития человеческого потенциала». В статье приведены значения показателей лидирующих стран мирового рейтинга ИРЧП, стран, граничащих с Республикой Беларусь, динамика изменения значений ИРЧП Беларуси и США, влияние ситуации с пандемией на ИРЧП.

Ключевые слова: ИРЧП, рейтинг, уровень жизни, динамика, пандемия.

Индекс развития человеческого потенциала (ИРЧП) – это комбинированный (интегральный) показатель, который обобщает уровень развития и используется при международных и региональных сравнениях. Индекс применяется для сравнительной оценки уровня грамотности, бедности, образования, средней продолжительности жизни и прочих показателей страны.

Ежегодным расчётом ИРЧП занимаются эксперты Программы развития Организации Объединённых Наций (ПРООН) совместно с группой независимых международных экспертов, которые наряду с аналитическими разработками, используют в своей работе статистические данные национальных институтов и международных организаций.

Данный индекс предложен в качестве основного показателя, на основании которого ранжируются страны мирового сообщества и определяется позиция в общем рейтинге для каждой страны. ИРЧП основывается на отображении трех сторон жизнеобеспечения человека: долголетия, образования и дохода.

Значение Беларуси в рейтинге ИРЧП 2019 года - 0,817 - помещает страну в категорию государств, обладающих очень высоким уровнем человеческого развития - 50 место среди 187 стран и территорий. Данную позицию Беларусь делит с Казахстаном. Беларусь на протяжении последних пяти лет входит в группу стран с высоким уровнем человеческого развития. В 2018 году значение ИРЧП страны составило 0,82 – 51 место в общем рейтинге стран. [4]

Показатель Беларуси в рейтинге ИРЧП - 0,817 - находится ниже среднего показателя - 0,892 - для стран с очень высоким уровнем ИРЧП и выше среднего показателя - 0,779 - для стран Европы и Центральной Азии. В группе стран Европы и Центральной Азии, страны, находящиеся рядом с Беларусью в рейтинге ИРЧП 2019 и до некоторой степени сравнимые с ней в аспекте численности населения, это Азербайджан и Сербия, с позицией в рейтинге ИРЧП на 87 и 63 местах соответственно.

Первые позиции рейтинга ИРЧП 2019 года принадлежат Норвегии (1 место, ИРЧП = 0,954), Швейцарии (2 место, ИРЧП = 0,946) и Ирландии (3 место, ИРЧП = 0,942). [1]

Значения ИРЧП США за период с 2015 г. по 2019 г. показали существенную динамику в общем рейтинге стран. С пятого места со значением 0,914 в 2015 году, США переместились на пятнадцатую позицию рейтинга в 2019 г. (ИРЧП = 0,920), то есть значение индекса сдвинулось на 10 позиций вниз, что говорит о снижении уровня и качества жизни населения США по сравнению с другими странами за последних пять лет. Если темп роста ИРЧП и дальше будет незначительным либо отрицательным, США будет существенно отставать от конкурирующих стран.

Ежегодно правительство Республики Беларусь разрабатывает планы по улучшению позиций страны в общих мировых рейтингах, в том числе в рейтинге ИРЧП. За период с 1995 г. по 2018 г. значение индекса увеличилось на 24,5% (с 0,656 до 0,817). За это же время общая продолжительность жизни увеличилась на 3,9 года, средняя продолжительность обучения – на 3,8 года и ожидаемая продолжительность обучения выросла на 2,5 года. ВНД на душу населения вырос на 103,8 процента за период с 1995 по 2019 год. Уровень общей заболеваемости населения на протяжении этого периода составляет 0,1-1% ежегодного прироста. Общая смертность в Беларуси за первый квартал 2020 года в сравнении с аналогичным периодом 2019-го снизилась на 4%. На сегодняшний день в Беларуси обеспечена практически 100% грамотность населения старше 10 лет. Высшее образование имеют порядка 18% граждан, еще 26% - среднее специальное. 10 лет назад (в 2010 году) высшее образование имело 17,8% населения Республики Беларусь, среднее специальное – 25,6%. Все эти показатели формируют ИРЧП нашей страны. [2]

Если такая же положительная динамика роста ИРЧП Беларуси будет продолжаться, а США не будут предпринимать меры по

улучшению качества жизни населения своей страны, эти страны смогут оказаться на соседних позициях в мировом рейтинге ИРЧП.

Что касается ИРЧП стран, непосредственно граничащих с Республикой Беларусь, Украина имеет один из самых низких значений ИРЧП среди всех стран Европы, который по данным на 2019 год составил 0,750, что гораздо ниже значения среднего показателя. В общем рейтинге ИРЧП 2019 года Украина заняла 88 место. Остальные страны-соседи по сравнению с Республикой Беларусь обладают более высоким показателем ИРЧП. Так Польша занимает 32 место в мировом рейтинге ИРЧП за 2019 год, чей ИРЧП равняется 0,872, Литва – 34 (ИРЧП = 0,869), Латвия – 39 (ИРЧП = 0,854), Россия – 49 (ИРЧП = 0,824). [3]

Пандемия коронавируса 2020 года оказала огромное негативное влияние на жизнь людей по всему миру. Как было сказано ранее, главными тремя составляющими, изменение которых непосредственно влияет на значение ИРЧП, являются доход, долголетие и образование населения. За период, начавшийся после объявления острой эпидемиологической обстановки, многие предприятия были вынуждены остановить процесс производства, что в свою очередь вызвало резкое повышение уровня безработицы населения большинства стран мира. Последствием безработицы стало уменьшение доходов населения.

Коронавирус – болезнь, которая при определённых обстоятельствах может иметь летальный исход. По данным на 23 сентября 2020 года общее количество инфицированных на планете составило более 32 миллиона человек, умерло 440 тысяч человек. Наибольшее количество жертв вируса зарегистрировано в США – 205,5 тысяч человек. Такая ситуация стала причиной увеличения уровня смертности населения большинства стран мира. Так в США смертность увеличилась на 16% от среднего показателя, в Беларуси – на 17%.

Непривычно высокие показатели уровня бедности и смертности за период с начала 2020 года снизили значение уровня жизни населения планеты, а следовательно и уровень индекса развития человеческого потенциала существенно пострадал. [5]

ИРЧП используется для выявления отличий между развивающимися, развитыми и ещё недостаточно развитыми странами, а также для оценки воздействия экономической политики на качество и уровень жизни населения. Человеческий потенциал является одним из основных видов совокупного экономического потенциала и отличается конкретными и качественными характеристиками. Необходимая численность населения отличается определенными качественными

показателями и является необходимым ресурсом, без которого невозможно не только развитие национальной экономики, но и ее нормальное функционирование. Соответственно, чем больше степень обеспеченности человеческим потенциалом, тем больше потенциальная способность национальной экономики к росту.

Список литературы:

1. Доклад о человеческом развитии 2019. Данные по Беларуси. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.by.undp.org/> – (дата обращения: 16.09.2020)
2. Основы мировой экономики. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.grandars.ru/>– (дата обращения: 15.09.2020)
3. Список стран по индексу человеческого развития. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/> – (дата обращения: 19.09.2020)
4. Беларусь в рейтинге человеческого развития поднялась на 50-е место – ПРООН. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belta.by/>– (дата обращения: 19.09.2020)
5. Пандемия коронавируса: последние новости. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://tomin.by/>– (дата обращения: 15.09.2020)

ОСОБЕННОСТИ МАКРОЭКОНОМИЧЕСКОГО ПРОГНОЗИРОВАНИЯ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ COVID-19

Минаева Л.А., канд. экон. наук, доц.,

Акимова Г.З., канд. экон. наук, доц.

*Белгородский государственный технологический
университет им. В.Г. Шухова*

Аннотация. Определены основные черты мирового порядка в условиях коронавируса пандемии COVID-19. Выделен ряд факторов, оказывающих влияние на макроэкономическое прогнозирование российской экономики. Показана роль специального индекса-трекера в определении путей восстановления российской экономики. Выделены способы выхода из экономического кризиса.

Ключевые слова: макроэкономическое прогнозирование, пандемии, COVID-19, ВВП, индекс-трекер восстановления российской экономики

Сложности макроэкономического прогнозирования в условиях пандемии сопряжены с ужесточением конкуренции между ведущими экономическими странами. По мнению специалистов, период глобализации, начавшийся в 1980г., подходит к своему завершению. На смену ему идет «эпоха беспорядка». Характерными чертами данной эпохи будет противостояние Китая и США, с перевесом китайской экономики в мире. И, если глобализация экономики ассоциировалась с рекордным совокупным ростом цен на активы, то «эпоха беспорядка» угрожает текущим глобальным оценкам, в т.ч. в реальном их выражении.

Как утверждают стратег Deutsche Bank Джим Рейд и его коллеги «не всякий беспорядок может быть плохим» [1]. Не следует в ближайшее время отказываться от приобретения финансовых активов, т.к. новая эпоха с большой долей вероятности способна принести масштабные интервенции и ликвидность.

На макроэкономическое прогнозирование России будет оказывать влияние ряд важнейших факторов. Во-первых, усиление экономического веса Китая в мировом порядке. Несмотря на то, что COVID-19, появившись в Китае, нанес существенный урон экономике, эта страна восстанавливается достаточно стремительно. Во-вторых, пандемия COVID-19, распространившись по всему миру, спровоцировала активность интеграционных процессов, усилила вероятность экономической стагнации европейских стран и их

политическую фрагментацию. В-третьих, продолжение увеличения объемов денежных долгов и распространение политики «вертолетных денег». В-четвертых, увеличение вероятности повышения уровня инфляции по причине фискально-монетарной экспансии. В-пятых, усиление технологической гонки между ведущими экономическими странами. В-шестых, превышение численности молодых людей и миллениалов над численностью старшего поколения может привести к усилению конкуренции между ними, что скажется не только на результатах демократических выборов, но и на экономическом курсе страны.

Для России, как и для других стран, в условиях текущей пандемии COVID-19 особую сложность представляет прогнозирование доходной части бюджета. Традиционные подходы, в основе которых простая динамичность налоговой системы, не срабатывают, т.к. текущие потрясения по-разному сказываются на различных секторах экономики. Например, сфера общественного питания, туризм, гостиничный сектор, а также малый и средний бизнес пострадал в гораздо большей степени, чем сельское хозяйство. Следовательно, чтобы иметь достоверную информацию для прогнозирования следует основываться на данных по каждому сектору экономики. Причем, по мере поступления новой информации о ситуации с коронавирусом и принимаемых мерах, в прогнозы следует вносить изменения.

Сложности макроэкономического прогнозирования усугубляются непредсказуемостью развития пандемии, что делает прогнозы доходов государства в некоторой степени неопределенными. И хотя, говорить об окончании пандемии и ее последствиях рано, многие развитые страны уже выявили основные проблемы и наметили шаги по их решению.

О масштабах бедствия свидетельствует факт, что более 80 развивающихся стран мира запросили у МВФ 2,5 трлн. долл. в виде финансовой помощи. Еще одной проблемой, в т.ч. и для России стало снижение цен на сырьевые товары. Падение цен на нефть составило более 30% [2].

Экономическая ситуация в России характеризуется спадом. Так, в апреле 2020г. спад экономической активности составил 12% в годовом выражении. Прогнозируется, что по итогам года провал российской экономики будет около 4-5%. Зарубежные исследователи тщательно анализируют экономическое положение России и ее возможности стабилизировать ситуацию. Британская консалтинговая компания Oxford Economics отслеживает динамику специального индекса-трекера восстановления российской экономики. Он включает

средневзвешенную величину девяти показателей, в числе которых: цены на нефть, расходы на электроэнергию, изменения финансовых потоков в Национальной платежной системе Банка России, индекс финансового стресса аналитического кредитного рейтингового агентства (АКРА), данные о посещении россиянами рабочих мест и мест общественного пользования, динамика заболеваемости COVID-19 [3].

Еженедельный анализ данного индекса позволяет выявить тенденции восстановления экономики. Расчеты показали, что в конце апреля значение индекса было равным 65%, в середине августа – 86%. Считается, что индекс 86% соответствует значению ВВП, равному 94% от докризисного показателя ВВП. Причем, учитывая, что трекер восстановления тесно коррелируется с показателем ВВП и индексом базовых отраслей, этот показатель способен играть роль оперативного опережающего индикатора.

С другой стороны, данный индекс следует использовать с осторожностью, как утверждает замдиректора группы суверенных рейтингов и макроэкономического анализа АКРА Д.Куликов: «учитывая неглубокую историю некоторых исходных рядов и, соответственно, неполную информацию о корреляции индекса и ВВП, возможно, имеет смысл интерпретировать его все-таки как один из полезных индикаторов восстановления нормы в широком смысле» [3].

В ситуации с коронавирусом России следует не только выходить из кризиса, но и наметить стратегический путь развития. Опираясь не столько на стабилизацию экономической активности (т.е. низкий рост с минимальными рисками), сколько на серьезный рост на основе активной промышленной политики, включая отказ от накопления денег на случай непредвиденных ситуаций.

Стабилизация экономической активности наблюдалась в предкризисный период. Инфляция составляла 3%, но прирост ВВП составил всего 1,3%. Этому способствовало замедление инвестиционного процесса (рост составил менее 1,8%) и отсутствие достаточного роста реальных доходов населения (рост составил 1%) [4]. Причем, как запаса прочности у бизнеса и у населения, а так и перспектив развития в этот период не наблюдалось.

Даже используя имеющийся докризисный потенциал в 0,5-1,0% ВВП, который появился в связи с достаточно жесткой фискальной и монетарной политики государства, этого будет недостаточно для решения проблем страны. Надо еще иметь в виду, что порядка 1,5% ВВП теряется по причине отставания страны в использовании факторов

производства (труда и капитала). Следовательно, рост ВВП должен быть не менее 3,5% для решения структурных проблем. Рост в таких масштабах может быть обеспечен за счет мобилизации нового потенциала развития, принятия определенных рисков, реализации модифицированных национальных проектов. Все это должно стать национальными целями.

Возможно использования опыта Китая, который в 2000-х гг. наряду с политикой обеспечения макроэкономической стабильности внедрил способы поддержки национальной экономики с помощью таргетирования лимитов кредитования определенных секторов экономики. Задачу таргетирования решали четыре банка Китая. Помимо финансового аспекта решения проблемы, подкрепление находили денежно-кредитные инструменты, основанные на разработке балансов – материально-трудовых ресурсов, межотраслевых и пр.

Основываясь на китайском опыте, а также принимая в расчет принятый закон о защите и поощрении капиталовложений (ЗЗПК), могут быть поддержаны не 20 инвестпроектов, намеченных к 2022-2023гг. общей суммой 900 млрд. руб., а 150, которые принесут стране 2-3 трлн. руб. Основные условия для этого: гарантии инвесторам (не только в период разработки проектов, но и в процессе их реализации) по стабильности административных, лицензионных, фискальных и др. требований на длительный временной период.

Список литературы:

1. Ткачев И. Deutsche Bank предсказал наступление глобальной эпохи беспорядка [Электронный ресурс]. https://www.rbc.ru/economics/10/09/2020/5f58bf2b9a79476bc3680133?utm_source=uxnews&utm_medium=desktop (дата обращения: 12.09.2020)
2. Корищенко К. Новый баланс: как изменится мировая экономика после пандемии [Электронный ресурс]. <https://www.rbc.ru/opinions/finances/07/04/2020/5e8b438b9a7947038b71b8d9> (дата обращения: 12.09.2020)
3. Экономисты оценили восстановление экономики России после пандемии [Электронный ресурс]. <https://www.rbc.ru/economics/18/08/2020/5f3a83ad9a7947556716ea13> (дата обращения: 12.09.2020)
4. Белоусов Д., Шмаров А. Стабильность может обернуться флаттером . Экономике России необходимо расти не менее чем на 3–3,5% в год [Электронный ресурс].
5. <https://www.vedomosti.ru/opinion/articles/2020/08/05/836039-stabilnost-flatterom> (дата обращения: 10.09.2020)

МОДЕРНИЗАЦИЯ СИСТЕМЫ ОПЛАТЫ ТРУДА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ

**Михайлова Е.М., канд. экон. наук, доц.,
Котлярова В.Б., магистрант**
*Новосибирский Государственный Университет
Экономики и Управления*

Аннотация. В статье обоснована необходимость модернизации применяемых на предприятиях систем оплаты труда в условиях стремительной цифровизации экономики Российской Федерации. Также, здесь выделены уровни цифровой экономики, определено место оплаты труда в рамках обозначенных уровней, сформулированы требования к модернизации денежного вознаграждения работников, предложена оптимальная система оплаты труда в описанных выше условиях.

Ключевые слова: система оплаты труда, цифровизация, цифровая экономика, требования к модернизации, компетентностный подход.

Эксперты в области управления персоналом сходятся во мнении, что в ближайшие десятилетия на рынок труда существенно повлияет цифровизация. По оценкам Глобального института McKinsey, в мире к 2036 году будет автоматизировано до 50% рабочих процессов, что приведет к значительному высвобождению персонала, сокращению количества рабочих мест, требующих средней квалификации, и увеличению разницы в уровнях оплаты труда [7]. В этой связи представляет актуальным рассмотреть влияние данных процессов на содержание систем вознаграждения работников организаций.

Цифровизация в общем виде представляет собой процесс перехода предприятия или целой экономической отрасли на новые модели бизнес-процессов, менеджмента и способов производства, основанных на информационных технологиях [6].

Цифровизация становится причиной технологического усложнения и исчезновения ряда традиционных профессий вследствие автоматизации соответствующих трудовых операций и одновременно появления новых профессий и роста спроса на неалгоритмизируемый труд и творчество. В виртуальную среду переходит значительная часть трудовых отношений и целых сегментов занятости, гибкость форм которой значительно повышается (увеличивается доля нестандартной, частичной и неустойчивой, разовой занятости и др.). Вероятными последствиями цифровизации станут расслоение населения по уровню

доходов, рост безработицы, а также снижение уровня жизни людей в населенных пунктах с ограниченными возможностями для трудоустройства (в так называемых моногородах) [2].

Указанные выше изменения закреплены в государственной программе «Цифровая экономика Российской Федерации» № 1632-р, утвержденной 28 июля 2017 г. распоряжением Правительства Российской Федерации. В ней определены условия для развития общества знаний в Российской Федерации, повышение благосостояния и качества жизни граждан нашей страны путем повышения доступности и качества товаров и услуг, произведенных в цифровой экономике с использованием современных цифровых технологий, повышения степени информированности и цифровой грамотности, улучшения доступности и качества государственных услуг для граждан, а также безопасности как внутри страны, так и за ее пределами [3].

Опираясь на содержание данной программы, можно выделить уровни цифровой экономики (рис.1). Данные уровни находятся в тесном взаимодействии и определяют особенности жизнедеятельности общества в целом.

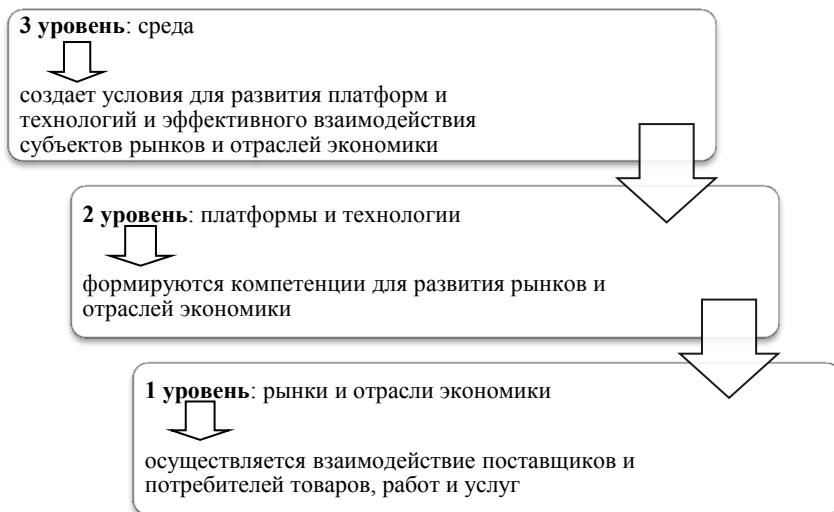


Рисунок 1 – Уровни цифровой экономики в Российской Федерации

Содержание оплаты труда как инструмента управления поведением персонала проявляется на третьем уровне цифровой экономики, где создаются условия для ее развития. На этом уровне, наряду с другими изменениями, предполагается создание постоянно действующего механизма управления изменениями и компетенциями в области регулирования цифровой экономики, и принятие мер, направленных на стимулирование экономической деятельности, связанной с использованием современных технологий, сбором и использованием данных.

Таким образом, повсеместное использование информационных технологий во всех сферах жизнедеятельности человека, непосредственно имеющее влияние на формирование социально-трудовых отношений, позволило нам выявить следующие требования к модернизации систем оплаты труда:

1. Денежное вознаграждение должно стать инструментом комплексного воздействия на мотивацию персонала, ориентированным на последующие изменения, которые заложены в цифровой экономике.

2. Выбранная система оплаты труда должна обеспечивать возможности приспособления персонала к меняющимся условиям труда, в частности и к информационным требованиям, предполагающим изменение организации трудовой деятельности, ее ориентацию на целевые формы управления и формирование команд.

3. Оплата труда должна учитывать внедрение и развитие нестандартных форм трудовых отношений, т. к. цифровая экономика размывает границы между личной жизнью и профессиональной занятостью, что ставит перед работодателем новую задачу нахождения баланса между ними.

4. Модернизация систем оплаты труда должна базироваться на компетентностном подходе, реализуемом при разработке профессиональных стандартов, в рамках формирования Национальной системы квалификаций. Одной из задач, решаемых профессиональными стандартами, является формирование системы оплаты труда. В условиях непрерывно меняющихся требований рынка труда, подразумевается, что профессиональные стандарты будут изменяться и дополняться каждые три года, а по некоторым направлениям – каждые пять лет. Это предполагает модернизацию как знаний, умений и навыков работников, так и применяемых систем материального стимулирования трудовой деятельности [1].

5. При формировании системы оплаты труда необходимо учитывать как этап жизненного цикла организации, так и этап жизненного цикла работника, с целью получения большего эффекта.

Наиболее совместимые с современными цифровыми изменениями, являются такие системы вознаграждения сотрудников, которые основаны на использовании [4]:

1) бального метода оплаты труда за знания и навыки. При таком методе базовая ставка устанавливается применительно к рабочему месту или работе и изменяется исходя из индивидуальных показателей трудовой деятельности работников в зависимости от количества полученных баллов, или оценки должностей. Для усиления стимула также применяют систему ключевых показателей, позволяющих оценить общие результаты;

2) долевого распределения материальных средств для оплаты труда на основе показателей, отражающих уровень владения компетенциями и трудовой вклад работника. Здесь компетенции работника могут отражаться в интегральных коэффициентах, которые учитывают трудовой вклад работника или его трудовое участие. Заработная плата в таком случае рассчитывается распределением долевым способом всей суммы средств на оплату труда или только той суммы средств, которая превышает гарантированную часть. В зависимости от принадлежности работника к определенной должности, также определяются социальный пакет сотрудника и размер премиальных выплат;

3) моделей оплаты за выполненную работу с учетом используемых трудовых навыков. Согласно таким системам, труд работников оплачивается в большей степени в зависимости от предела, глубины и видов трудовых навыков, которые они в состоянии реализовать, чем из выполненной ими работы [5].

В условиях цифровизации экономики и развития нестандартных форм занятости наиболее приемлемыми, на наш взгляд, являются системы оплаты труда, построенные с учетом трудовых навыков. В отличие от традиционных систем оплаты труда согласно выполняемой работе, такие системы требуют более высокой степени участия в управлении различных категорий работников и их группировок. При этом, помимо линейных менеджеров и специалистов по управлению персоналом, к процессу организации систем материального вознаграждения труда привлекаются работники, непосредственно занятые в них.

Однако выбор модели системы оплаты труда должен осуществляться с учётом того, что лучше всего подходит для

конкретной организации, т.е. должны рассматриваться альтернативы, зависящие от типа технологии, количества видов работ и размера организации. Также должно соблюдаться требование гарантированного минимального размера оплаты труда.

Таким образом, денежное вознаграждение труда персонала в условиях цифровизации экономики должно осуществляться в соответствии с изменениями социально-трудовых отношений и учитывать развитие нестандартных форм занятости, расширенное использование компетентностного подхода и стандартизации.

Список литературы:

1. Михайлова Е.М. Профессиональные стандарты как инструмент формирования инновационной национальной системы российской федерации // Управление человеческими ресурсами: теория, практика, перспективы. Сборник научных трудов национальной научно-практической конференции. Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИИХ». 2019. С. 99-113.
2. Никитина Н.Ю. Проблемы предпринимательского образования в эпоху развития цифровых технологий // Современная конкуренция, 2018. № 1. С. 16-25.
3. Программа «Цифровая экономика Российской Федерации», утвержденная 28 июля 2017 г. распоряжением Правительства Российской Федерации № 1632-р [Электронный ресурс]. URL: <http://base.garant.ru/71734878/> (дата обращения: 16.09.2020).
4. Федченко А. А. Вознаграждение персонала в условиях цифровизации экономики // Сборник материалов первой международной научно-практической конференции «Костинские чтения» (19 апреля 2018 г.): под общ. ред. Ю. В. Долженковой, С. А. Шапиро. М.; Берлин: Директ-Медиа, 2018. 767 с.
5. Федченко А. А. Компенсационный пакет организации: подходы к формированию. Вестник ВГУ. Серия: Экономика и управление. 2008. № 1. С. 114–122.
6. Цифровая Россия: новая реальность. Digital McKinsey. [Электронный ресурс]. Систем. требования: AdobeAcrobatReader. URL: <http://www.tadviser.ru/images/c/c2/Digital-Russia-report.pdf>. (Дата обращения: 16.09.2020).
7. Цифровизация экономики. [Электронный ресурс]. URL: <http://bit.samag.ru/uart/more/67>. (Дата обращения: 16.09.2020).

УЛУЧШЕНИЕ БИЗНЕС-СРЕДЫ В ЭКОНОМИКЕ АРМЕНИИ

Мурадян М.А., экономист

Институт экономики по им. М. Котанян НАН РА

Аннотация. В статье подчеркивается роль бизнес-среды в экономической системе Армении. В статье так же отмечается, что в Армении для развития бизнеса имеется огромный потенциал. В этом году в рейтинге Всемирного банка Doing Business Армения заняла 41-е место, улучшив свои позиции по сравнению с прошлым годом (47-е место) на 6 ступеней. Основными причинами прогресса в ранее опубликованном рейтинге являются отображенные в различных реформах положительные тенденции в регулировании бизнес-среды.

Ключевые слова: устойчивое развитие экономики, бизнес среда, экономика Армении, улучшение деловой среды, инвестиционная среда.

Одним из важнейших предварительных условий, играющих ключевую роль в экономическом развитии Республики Армения, является улучшение деловой и инвестиционной среды, и для достижения этого правительство РА поставило целью создать в Армении простую, прозрачную и малорасходоёмкую среду государственного регулирования предпринимательской деятельности, услуг и административного регламентирования, равные конкурентные условия, развитые рыночные инфраструктуры, способствующие предпринимательству, а также осуществить сбалансированную налоговую и таможенную политику.

В 2017-2018 гг. Армения осуществила 5 реформ по улучшению бизнес-среды. В частности, в Армении зафиксирован прогресс в следующих сферах:

- Армения упростила процесс создания предприятий, предоставив возможность юридическому лицу при регистрации добровольно встать на учет в качестве плательщика НДС.
- Армения ускорила получение электроэнергии, установив новые сроки для процедур, обеспечивающих новое подключение к системе электроснабжения.
- Армения усилила защиту мелких инвесторов, увеличив прозрачность сделок между аффилированными лицами, конкретизировав структуры собственности и контроля и требуя большей корпоративной прозрачности.

- Армения упростила уплату налогов, установив административные меры, способствующие упрощению процессов выплаты налога с прибыли, НДС и подоходного налога.

- С установлением упрощенных процедур мелких требований и сроков основных судебных дел, в Армении стало проще выполнение контрактов.

Несмотря на зарегистрированный прогресс, правительство активизирует усилия, направленные на улучшение показателей.

Основная гарантия развития деловой среды - улучшение инвестиционного поля. Одна из особенностей Армении и армянского мира – диаспора. В стране живет около 3 млн человек, а за пределами 7.5 млн армян, и многие из представителей диаспоры не только заинтересованы в развитии своей страны, но и имеют финансовую возможность инвестировать в различные проекты или посодействовать правильными контактами.

Главными задачами государственной политики в сфере инвестиций в Армении являются: улучшение инвестиционной среды, совершенствование правового поля и стимулирование инвестирования в экономику Республики Армения, в том числе – прямых иностранных инвестиций (далее – ПИИ).

Главная цель инвестиционной политики Республики Армения заключается в формировании благоприятной инвестиционной и деловой среды, повышении прозрачности регулируемой среды, выявлении конкурентных преимуществ государства, наращивании объема осуществляемых в Армении инвестиций, развитии рыночных инфраструктур, создании качественных и высокооплачиваемых рабочих мест, развитии человеческого капитала и на основе всего этого – в стабильном экономическом росте и в обеспечении благосостояния населения, что созвучно приоритетам Стратегической программы перспективного развития Республики Армения на 2014-2015 гг. На достижение этих целей направлена Концепция инвестиционной политики РА, одобренная правительством РА 8 октября 2015 года, и график вытекающих из неё мероприятий.

В инвестиционной сфере правительство Республики Армения руководствуется политикой “открытых дверей”, либерализацией связанных с инвестиционной деятельностью взаимоотношений, закреплением национального и максимально благоприятствующего режимов в отношении иностранных инвесторов, надлежащей защиты инвестиций и иными принципами, принятыми в передовой международной практике.

Основным правовым актом, регулирующим инвестиционную сферу в Республике Армения, является Закон РА “Об иностранных инвестициях”, принятый в 1994 году.

Армения – достаточно развитая юрисдикция, которая позволяет создать бизнес с нуля либо открыть представительство иностранной компании (филиал, отделение) на льготных условиях, здесь существуют свободные (бесплатные) экономические зоны (FEZ), где в наличии вся необходимая инфраструктура и полностью отсутствуют налоги (0% за исключением налога на доходы работников). Детально о СЭЗ и преимуществах льготных территорий читайте здесь.

Инвестиции в Армении имеют обширный перечень отраслей – экономика республики нуждается в притоке иностранного капитала для развития разнообразных стартапов, туристического бизнеса и других направлений. В ключевых и наиболее прибыльных экономических сферах Армении:

- туристические агентства;
- отельный, ресторанный бизнес;
- розничная торговля, в том числе продуктами питания;
- грузоперевозки, транспортировка и логистика;
- ИТ-индустрия;
- альтернативная энергетика;
- сфера услуг и сервисного обслуживания;
- индустрия красоты (массажные и косметологические кабинеты, салоны красоты, салоны татуажа и др.);
- строительство коммерческих и жилых объектов недвижимости.

Инвестиционная деятельность в Армении не создает препятствий иностранным инвесторам в регистрации предприятий (могут быть со 100%-ным иностранным капиталом), не принуждает к обязательному созданию рабочих мест. Местное законодательство позволяет открыть компанию удаленно без обязательного предоставления юридического адреса. Также Армения позволяет нерезидентам приобретать жилую и/или коммерческую недвижимость без ограничений – некоторые нюансы могут возникнуть только при покупке земельных участков.

Если иностранный инвестор предпочитает вкладывать капитал в ИТ-отрасль, здесь инвестиции Армении достаточно прибыльны ввиду быстрого развития направления.

Таким образом, можем сказать, что Республика Армения - экономически молодое государство с уникальными преимуществами географического местоположения и большим научно-промышленным

потенциалом, и чрезвычайно существенной потребностью в иностранных инвестициях ввиду начальной стадии развития промышленности и становления собственной промышленной инфраструктуры практически всех отраслей экономики страны.

Список литературы:

1. Министерство экономики РА <https://mineconomy.am/ru/page/94>
2. <https://www.mineconomy.am/ru/news/1104>
3. Правительство РА <https://www.gov.am/ru/news/item/9640/>

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ КАК ОБЪЕКТ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ

Никифорова Е.П., канд. тех. наук, доц.,

Шилькова В.В., канд. экон. наук, доц.

*Белгородский государственный технологический
университет им. В.Г. Шухова*

Аннотация. Многовекторность влияния рыночной среды на предприятие, ее динамичность и трансформация, содержат в себе потенциал угроз для экономических интересов предприятий. Аксиоматичная безальтернативность рыночной среды для современных предприятий и крайне ограниченные возможности воздействия на нее, актуализируют для предприятий проблему экономической безопасности и применения научно обоснованных технологий ее решения в формате стратегического управления.

Ключевые слова: экономическая безопасность, стратегия, стратегическое управление.

Дополнительным аргументом актуализации проблемы экономической безопасности предприятий и ее решения именно в контексте стратегического управления можно считать четко проявляющийся вектор трансформации современной рыночной среды в направлении ее цифровизации. Массовое распространение компьютерно-цифровых технологий одновременно с позитивным влиянием на эффективность экономических процессов, усиливает открытость экономики предприятия, что, в свою очередь, существенно снижает уровень защищенности конкурентных преимуществ предприятия и сокращает период их прибыльного использования.

С учетом этих обстоятельств, актуализируется запрос предприятий на управленческие технологии, которые приведут к укреплению экономической безопасности, и одновременно обеспечат достижение долговременных форматов в защищенности конкурентных преимуществ и экономических интересов. В обозначенном контуре, логика развития указанных процессов указывает на формирование органичной взаимосвязи экономической безопасности предприятия с системой его стратегического управления посредством включения экономической безопасности в состав стратегически управляемых объектов.

Сердцевиной стратегического управления современная наука определяет стратегический выбор, в котором стратегия развития

представляется как путь/план движения к обозначенным стратегическим целям [1,2]. И если главной стратегической целью для системы ЭБ определить долговременную защищенность экономических интересов и конкурентных преимуществ предприятия, то в логике данных определений, стратегию экономической безопасности следует обозначить как вектор движения к достижению именно этой цели.

Необходимость и целесообразность включения ЭБ в систему объектов стратегического управления обосновывается в современных научных исследованиях в большинстве случаев позитивным влиянием стратегии на факторы и процессы, происходящие в системном поле экономики самого предприятия [3], и, следовательно, формирующие определенный уровень защищенности его экономических интересов. В таком общепозитивном формате, все же в каждой авторской трактовке стратегии по экономической безопасности, можно увидеть ту или иную доминанту в функциональной нагрузке на стратегию, выделяемую авторами. К примеру, довольно часто, стратегии по экономической безопасности позиционируются в формате результативного и эффективного инструмента укрепления и развития производственного потенциала хозяйствующего субъекта [4]. Аргументируется такая позиция указанием на то, что стратегия формирует действенную экономическую и социальную политику предприятия, благодаря чему повышается эффективность реализации производственного потенциала предприятия, что благотворно влияет на состояние его экономической безопасности.

Интересен и другой подход, который определяет стратегию как систему разноплановых мер, объединенных задачей поиска и привлечения инвестиционных ресурсов. Акцентирование внимания на инвестиционном ресурсе в данном подходе увязывается авторами с исключительной значимостью инвестиций для решения множества проблем экономики предприятий, как ее текущего, так и стратегического состояния. В перечне указываются проблемы реинжиниринга бизнес-процессов предприятия, стабилизации экономики и достижения структурной сбалансированности в элементах внутренней среды и иные. В таком подходе, стратегия преимущественно представляется как «план создания благоприятной бизнес среды» для успешной предпринимательской деятельности, что несомненно позитивно скажется на уровне экономической безопасности предприятия и повысит степень защиты его экономики [5].

Наука стратегического управления сегодня предлагает практикующему менеджменту большой и разноплановый набор

стратегий. Их практическое применение позволяет достигать запланированных целевых ориентиров, включая цели по долговременному обеспечению экономической безопасности. По аналогии с общей классификацией стратегий, предлагаемой в менеджменте, применительно к экономической безопасности, целесообразно выделять: базовые стратегии и функциональные стратегии.

Полагаем, что базовыми (основными) стратегиями экономической безопасности можно считать те, которые определяют векторную доминанту изменения достигнутого уровня экономической безопасности предприятия и которые охватывают максимум объектов экономической безопасности. Функциональные стратегии, напротив, будут стратегиями более узкого охвата по числу объектов экономической безопасности. Это предполагает их разработку для каждого объекта ЭБ (по сути для каждой системной составляющей ЭБ) с обязательным учетом специфики этого объекта и указанием вектора для его развития. Обозначенная позиция согласуется с постулатами структурно-системного подхода к трактовке экономической безопасности, нашедшего широкое признание среди исследователей. Используя принципы названного подхода логично будет выделять в качестве функциональных стратегий экономической безопасности, стратегии развития для каждой составляющей ЭБ (технологической; кадровой; финансовой и иным) [4,5].

Полагаем, что в составе базовых стратегий ЭБ могут быть только две: «стратегия укрепления или роста» ЭБ и «стратегия стабилизации» ЭБ. Такой ограниченный набор базовых стратегий по экономической безопасности аргументируется достаточно просто. Он связан с отсутствием в реалиях, текущих времени заинтересованности предприятий в выборе стратегического тренда на снижение уровня их экономической безопасности. Более того, логика здравого смысла подсказывает, что в ближайшей прогнозируемой перспективе возникновение подобной заинтересованности невозможно.

Стратегический вектор на укрепление экономической безопасности предприятия («стратегия роста» ЭБ) нацелен на повышение уровня защищенности экономических интересов предприятия. Логично утверждать, что «стратегию укрепления экономической безопасности и роста ее уровня целесообразно выбирать в условиях несоответствия фактически достигнутого уровня ЭБ состоянию полной защищенности экономических интересов предприятия.

Стратегический вектор на «стабилизацию» ЭБ предприятия

предполагает простое воспроизводство действующих рабочих режимов в системе защиты экономических интересов предприятия. Выбор такой стратегии целесообразен в условиях оценки достигнутого уровня ЭБ как оптимального. В количественной оценке данный оценочный оптимум для уровня ЭБ предполагает, с одной стороны, учет силы угроз для экономики предприятия и вероятности их наступления, а с другой стороны, учет затрат на мероприятия по противодействию этим угрозам.

Относительно функциональных стратегий, ранее уже было отмечено, что они должны разрабатываться для каждой компоненты системной экономической безопасности предприятия. Разный исходный уровень достигнутой безопасности по отдельным составляющим ЭБ (финансовой, кадровой и т.п.), позволяет применить аналогию в выборе общего вектора стратегического развития для функциональных стратегий экономической безопасности. Такими стратегическими векторами могут быть «рост» или «стабилизация» с последующей декомпозицией стратегических целей и их конкретизацией.

Определим примерный перечень функциональных стратегий, актуальных в контурах отдельных составляющих экономической безопасности предприятия.

Для функциональной стратегии в контуре финансовой экономической безопасности актуальны следующие стратегии:

- роста /максимизации прибыли;
- сокращения /оптимизации издержек;
- укрепления финансовой устойчивости;
- повышения платежеспособности и др.

Для функциональной стратегии по технико-технологической экономической безопасности актуальны стратегии:

- технологической инновации;
- достижения технологического лидерства;
- обновление основных средств;
- расширения производственных мощностей и другие.

Для функциональной стратегии по кадровой экономической безопасности могут быть предложены:

- стратегия омоложения кадрового состава;
- стратегия непрерывного обучения персонала;
- стратегия развития человеческого капитала;
- стратегия вовлеченности персонала и другие.

Успех процесса стратегического выбора при определении базовой и функциональных стратегий в системе экономической безопасности во многом будет определяться соблюдением ряда концептуальных положений, которые определены современным научным менеджментом и которые необходимо распространить на экономическую безопасность как специфический объект стратегического управления. В число таких научных постулатов, требующих практического исполнения, целесообразно включить следующие:

1. Обязательная сопряженность базовой стратегии экономической безопасности с миссией и корпоративной стратегией.
2. Соответствие функциональных стратегий ЭБ доминантному вектору базовой стратегии общей экономической безопасности.
3. Ставка на инновационность и человеческий ресурс как ключевые предпосылки эффективного стратегического выбора.
4. Мотивированное вовлечение персонала в процесс реализации стратегий.

Список литературы:

1. Баринов В.А., Харченко В.Л. Стратегический менеджмент. М.: ИНФРА-М, 2011. 284 с.
2. Иванов П.В. Современный стратегический анализ. Ростов н/Д: Феникс, 2014. 589 с.
3. Минаева Л.А., Акимова Г.З., Дорошенко Ю.А., Сомина И.А. Методологические аспекты стратегического анализа. Вестник БГТУ им. В.Г. Шухова. 2017. № 11. С. 226-232.
4. Шилькова В.В., Гуменова В.О. Финансовая безопасность в системе экономической безопасности предприятия. Экономика. Общество. Человек: межвуз. сбор. науч. тр. Белгород: Изд-во БГТУ, 2018. С.59-64.
5. Ткаченко Ю.А., Ларин В.С. Понятие экономической безопасности предприятия и ее значение в современных экономических условиях. Белгородский экономический вестник. 2016. №2. С. 56-61.

TECHNOLOGICAL RESTRUCTURING AS A CONDITION FOR SUSTAINABLE GROWTH OF ECONOMY IN SERBIA

**Nikolić Ž.M.¹, doct. of econ. scien, prof.,
Savanović G.N.², doct. student, teach. assist.,
Pokrajac U.S.³, doct. of econ. scien, retir. prof.**

¹*Academy of Technical and Art Applied Studies,*

²*Faculty of Informatics and Computing Singidunum University,*

³*Faculty of Mechanical Engineering University of Belgrade*

Abstract. For sustainable economic growth, in addition to the growth of production and income, structural changes are needed both on the side of creation and in the distribution of created values. Significant growth of production and income (measured by GDP and GDP pc growth) achieved in the Republic of Serbia is not accompanied by appropriate structural changes, which questions their sustainability and requires a change in the development pattern towards high and medium-high-tech industrial production.

Key words: economic growth, structural changes, sustainable development.

1. Introduction - economic growth and structural changes

Although important and desirable, a simple process of production and income growth, embodied in GDP growth, is not a sufficient condition for sustainable growth and economic development. Development requires structural changes, both on the side of creation and in the distribution of created values. Changes in the structure of production that lead to increasing representation of activities characterized by high technological level, innovation and application of new knowledge, as well as a balanced distribution of surplus value and elimination of social exclusion mean moving in the direction of desirable structural changes. Thus, every achieved growth is not always positive, although it must be emphasized that without growth there is no development, while the reverse is quite possible. The events in Yugoslavia, in the period 1994-1998, are often cited as an example that confirms this position when high growth was achieved, but without development trends in terms of structural changes.

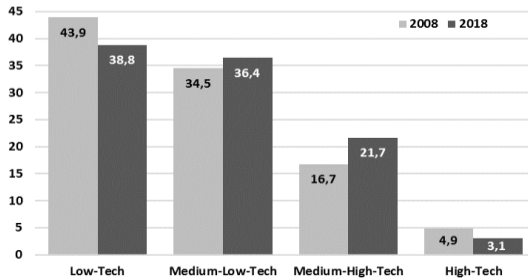
According to international sources of statistical data (7), the Republic of Serbia increased its GDP by over 77.3% (from the initial 28.3 to 50.1 billion constants in 2010 US \$) in the period 2001-2019, and GDP per capita increased by 91.5% (from 3,766 to 7,213 constant in 2010 US \$). It is certainly an impressive fact at first glance, which presents a significant increase in income and purchasing power. However, the sources of that

growth, as well as the way in which the generated income is distributed, show that there have been significant disturbances that are reflected in the maintenance and even the spread of certain structural imbalances. If the growth of production and income is based on an increase in activities that can be characterized as unstable and unpredictable sources of growth that depend on many external factors (e.g. agricultural or mining production) then it is almost certain that such growth is "accidental", unsustainable in the long run and that growth and development in the future cannot be predicted and based on it. Also, if the growth of production occurs in the conditions of a drastic drop in employment, i.e. an increase in unemployment at the level of the economy, such a situation is primarily socially unsustainable in the long run. Therefore, in order to be able to talk about the development of a country, the growth rate of GDP and the direction of its movement cannot only be taken into account, but the sources of growth and the way of distribution of created values must be analyzed in detail.

2. Change of technological structure of production

Under the influence of the economic crisis of 2018/2019, in the last ten years, Serbia has changed the structure of production to some extent, but that change was insufficient for a significant development leap. At the end of the second decade of the XXI century, the largest contribution to the creation of gross value added in Serbia is by: manufacturing (33%), services (30%) and wholesale and retail trade and repair of motor vehicles (19%), but, within the manufacturing industry, production of low and medium low technological complexity continues to dominate, while the production of high-tech and innovative production is declining. Also, the highest degree of structural changes in the period 2008-2018 was realized in the sector of the processing industry, which is far higher than the total non-financial part of the economy.

The International Standardized Classification of Industries (ISIC) (5) and the OECD classification of technological complexity of production activities (3), which links investment in research and development with value-added and production statistics, enable research into the technological structure of production. The applied methodological method enables grouping and observation of industrial production according to technological complexity into the following categories: high-tech, medium-high-tech, medium-low-tech and low-tech.



Graph 1 - Technological structure of production in the period 2008-2018, in %

Source: Authors' calculation, based on the data taken from (4)

What is characteristic for the observed period are the movements at two opposite ends of the complexity of production: the decline in the share of low and high technologically complex production and the growth of the share of lower and more medium complex production.

Based on the conducted analysis, it can be said with confidence that the processing industry of Serbia, as the most important part of the overall economic structure, still relies on traditional production, with a low share of knowledge and innovation in the gross value added. This also means that products in the categories of high technology are low competitive in the global market and they cannot support sustainable development of the domestic economy.

If, on the other hand, we know that high technologies (Industry 4.0) and new products, inventions and innovations that happen every day around the world are the basis of sustainable development, then the justified question arises: What should Serbia do to "jump in" that train, that is, not to miss the opportunity to catch the connection so as not to permanently lag behind in its development?

3. Structural transformation of Serbia on the path to sustainable development

The main impulses of structural transformation in all economic sectors, which can increase national GDP, initially appear within the sector and are caused by changes between individual activities. When production activities, located at different technological levels, initiate such development, the structural redistribution according to the created GVA activity and the dominance of capital and technologically intensive companies contribute primarily to the growing activities of high added value.

Movements in growth rates and changes in the sectoral structure of value added indicate that in the period after the onset of the economic crisis,

there was a change in the sources and structure of economic growth. However, the movement of participation and growth indicators alone is not enough to realistically consider the extent of structural changes in the economy. A more realistic picture of changes in the structure of economic and industrial development of Serbia is obtained by calculating the coefficients (absolute, relative and integral) of structural change (6):

$$d(x)_{abs} = \frac{\sum_1^n |S_{i2008} - S_{i2018}|}{n} \quad (1)$$

$$d^2_{rel} = \left(\frac{S_{i2008} - S_{i2018}}{S_{i2008}} \right)^2 \quad (2)$$

$$d_{int} = \sqrt{\frac{1}{n} \sum_1^n \left(\frac{S_{i2008} - S_{i2018}}{S_{i2008} + S_{i2018}} \right)^2} \quad (3)$$

where: $d(x)_{abs}$ = coefficient of absolute structural change, d^2_{rel} = coefficient of relative structural change, d_{int} = integral coefficient of structural change, S_i = share of value added of the industry in MVA, n = number of manufacturing industries

Table 1 - Structural changes in the economic development of Serbia in the period 2008-2018.

	Coefficient of relative structural change - $d(x)_{abs}$	Koeficijent relativne strukturne promene - d^2_{rel}	Integralni koeficijent strukturne promene - d_{int}
Economy	1.370	0.514	0.142
Industry	1.151	0.422	0.182
Manufacturing industry	0.506	14.002	0.237

Source: Authors' calculation, based on the data taken from (4)

The obtained values of the integral coefficient of structural change (d_{int}), which measures the combined effect of changes in sectors on the overall structural changes in the economy and industry, indicate the existence of sectoral transformation between 2008 and 2018, and it also shows the fact that the largest structural changes were recorded in manufacturing. However, as the value of $d_{int} \leq 0.5$, it indicates that these are structural changes of lower intensity.(1)

Conclusion

The basic results of the conducted research show: that income and purchasing power significantly increased in the Republic of Serbia in the period 2001-2019; that the largest contribution to the creation of gross value added in Serbia is still obtained by: manufacturing (33%), services (30%) and wholesale and retail trade and repair of motor vehicles (19%), that within the manufacturing industry continues to dominate the production of low and

lower medium technological complexities, which are technologically lagging behind the advanced technologies applied in the developed countries of the world while the production of high-tech and innovative productions is declining; as well as the highest degree of structural changes was achieved in the manufacturing sector in the period 2008-2018.

Starting from the previous findings, the new development concept of Serbia should achieve dynamic sustainable development in order to achieve structural changes that should significantly modify the creation and distribution of GDP. Otherwise, the effects of income growth and purchasing power will be quickly exhausted, and stagnation and decline in all development performance will follow. Also, structural changes must be realized by dominant investments of domestic capital (domestic entrepreneurs) because no currently economically developed country in the world has successfully developed and survived the predominant inflow of foreign capital as a key part of total investments. (2) Therefore, the new development concept must find a way to remove all obstacles to greater and more determined investment of domestic capital, i.e. to finance the investments of domestic entrepreneurs. These obstacles are not reflected predominantly in economic policy solutions, but outside the spheres of the economy - in non-functioning and / or discriminatory institutions; in inefficient judiciary and prosecution; in poor protection of property rights and contracts, etc.

For this reason, we suggest: instead of subsidizing low-tech production, investments in the health system and research and development; instead of giving privileges for the construction of commercial facilities for investment in scientific projects and innovations; instead of encouraging beginner projects such as hair salons and bakeries, investing in high-tech start-up companies. There are resources, but they are misdirected, so their effects are short-term and suboptimal. In doing so, protection and / or incentives must be time-limited and conditional, which means that the recipients of incentives must meet certain predefined and required goals: achieving a certain share of exports and domestic suppliers in total production, raising competitiveness and productivity in a certain percentage, employment number of highly qualified staff, development of innovations and introduction of new technological and business solutions.

References:

1. Filipović, M., Nikolić, M. Uticaj ekonomske krize na izvozno i tehnološko restrukturiranje privrede Srbije. Tematski zbornik radova „Ekonomska politika i razvoj”. Ekonomski fakultet. 2019. Pp. 33-55.

2. Filipović, M., Nikolić, M., Katić, G. Shortage of Domestic Savings and Investments as a Barrier to Economic Development. *Industrija*, 43(1). 2015. Pp. 111-132
3. OECD. Handbook on economic Globalization Indicators. 2005. URL: <http://www.oecdilibrary.org/docserver/download/9205091e.pdf?expires=1469712702&id=id&accname=oid008831&checksum=C3B7AF7F1475E8E3E4FA7E42CCFA9CBE> (date of treatment: 10.08.2020)
4. Republički zavod za statistiku. Strukturne poslovne statistike. URL: <http://data.stat.gov.rs/Home/Result/190101?languageCode=sr-Cyrl> (date of treatment: 03.08.2020)
5. UN. International Standard Industrial Classification of All Economic Activities. Rev.3.1. 2005. URL: <http://unstats.un.org/unsd/cr/registry/regcst.asp?Cl=17> (date of treatment: 03.08.2020)
6. UNIDO. Industrial development in the CIS: Reindustrialization trends and potential, Inclusive and Sustainable Industrial Development Working Paper Series, Department of Policy, Research and Statistics WP 6/2017. 2017. United Nations Industrial Development Organization, Vienna
7. World Bank. World Development Indicators (database). URL: <https://data.worldbank.org/country/serbia> (date of treatment: 09.08.2020)

ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВОЙ ДЕТЕРМИНАНТ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ РОССИИ И БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

Павлова И.Г., ассистент

*Белгородский государственный технологический
университет им. В.Г. Шухова*

Аннотация. Формирование и обеспечение достижений целей инновационной деятельности путем рационального использования имеющихся ресурсов позволяет развивать данную сферу в правильном направлении. Без нормативно-правового детерминанта инновационное развитие не может полноценно функционировать.

Ключевые слова. Инновация, инновационное развитие, нормативно-правовая база, региональная экономика, новые технологии.

По мнению отечественных и зарубежных ученых, для социально-экономического развития в ближайшем будущем характерен устойчивый рост и глобализация, но при этом необходимо отметить, что данные характеристики не универсальны и не могут быть применены ко всем процессам, которые происходят в современном обществе. Процесс трансформации к новому типу общественно-экономического развития характеризуется таким понятием, как «инновационное развитие». Н.Н. Ханчук в своей работе «Инновационная деятельность в системе научных категорий» отмечает, что инновационная деятельность «представляет сложную категориальную структуру» и выделяет категории инновационной деятельности такие как: историческая, экономическая, инструментальная, философская, юридическая, коммерческая, предпринимательская, хозяйственная, организационно-управленческая [4].

На сегодняшний день острой проблемой является оценка возможности региона получать максимальную отдачу от использования собственной потенциальной ресурсной базы инновационной деятельности за счет диверсификации региональной экономики и создания конкурентоспособной региональной системы на основе соответствующего нормативно-правового регулирования.

При рассмотрении «Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года» [3] стоит отметить важный элемент – содействие определенных программ инновационного развития в рамках стратегии регионального самоуправления достичь устойчивого, а также динамичного роста

экономики регионов. В инновационный процесс входят следующие основные составляющие – новые технологии производства и новшества в сфере организационных систем и управления. Последние, в свою очередь, дают толчок к тому, чтобы эффективное использование инноваций обеспечивало хозяйствующим субъектам региона ощутимые преимущества перед конкурентами.

Разработка системы оценки результатов или эффективности инновационной деятельности, а также методологии измерения непосредственно инновационного потенциала региона, позволит на качественном новом уровне проводить рассмотрение программ разработки и внедрения новых технологий и продукции, что соответственно является одним из главных элементов региональной инновационной системы [1].

Помимо программ разработки и внедрения новых технологий и продуктов региональной инновационной системы, важен такой элемент, как механизм обеспечения экономики региона квалифицированными кадрами, институты финансового и материального обеспечения инновационных программ, а также наблюдение за разработкой инновационной продукции и процедурой ее внедрения.

Российская практика показывает, что ряду регионов акцент в политике которых был сделан на инноватику, удалось справиться с целым комплексом внутренних проблем и создание конкурентоспособных перспектив для своей экономики в целях выведения региона на передовые позиции. Для реализации этих возможностей должно происходить опережающее развитие секторов экономики, которые являются «точками роста» или «ведущим звеном» на общегосударственном уровне и региональном уровне.

Была создана карта, которая отражает данные рейтинга инновационного развития субъектов РФ в целях мониторинга и управления, подготовленного Ассоциацией инновационных регионов России.

Например, можно проследить следующую динамику инновационного рейтинга регионов: Белгородская область (0.37), Курская область (0.4), Орловская область (0.35), Брянская область (0.33), Воронежская область (0.49), Орловская область (0.35), Московская область (0.53) и др[2].

Помимо инновационного рейтинга регионов Российской Федерации необходимо представить актуальные данные по физическим или юридическим лицам, осуществляющим инновационную деятельность и (или) привлекающим имущественные и

интеллектуальные ценности, вкладывающим собственные или заемные средства в реализацию инновационных проектов.

В таблице 1 представлены типы субъектов инновационной деятельности указанных выше регионов [2].

Таблица 1 - Типы субъектов инновационной деятельности

	Белгородская область	Курская область	Орловская область	Брянская область	Воронежская область	Орловская область	Московская область
бизнес-инкубаторы	1		1	3	5	1	18
организации по сертификации и испытательные работы	1						
технопарки	1		1	1	5	1	9
центры коллективного пользования	1						1
центры научно-технической информации	1						
центры трансфера технологий		1			2		
центры субконтрактажи				1		1	
другие объекты производственно-технологической инфраструктуры							1
другие объекты информационной и экспертно-консалтинговой инфраструктуры							2
центры кластерного развития							1
центры поддержки малого и среднего предпринимательства							1
центры трансфера технологий							2
наукограды							8
ОЭЗ							1

Федеральная нормативно-правовая база инновационного развития в настоящее время представлена следующими основными документами:

1. Указ Президента РФ «О Совете при Президенте РФ по модернизации экономики и инновационному развитию России»;

2. Указ Президента РФ от 01.12.2016 N 642 "О Стратегии научно-технологического развития Российской Федерации";

3. Федеральный закон "Об инновационном центре "Сколково" от 28.09.2010 N 244-ФЗ;

4. Федеральный закон «О территориях опережающего социально-экономического развития в Российской Федерации» от 29.12.2014 N 473-ФЗ;

5. Федеральный закон от 29.07.2017 N 216-ФЗ (ред. от 26.07.2019) "Об инновационных научно-технологических центрах и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации";

6. Федеральный закон от 23.08.1996 N 127-ФЗ (ред. от 31.07.2020) "О науке и государственной научно-технической политике" и др.

Таким образом, данная нормативно-правовая база позволяет сделать вывод о том, что инновационное развитие имеет широкий общественный резонанс. Стоит отметить, истоки законодательства, регулирующие отношения в инновационной сфере, берут начало с середины 20 века. Первые нормативно-правовые документы имели основу советской системы научно-технической и внедренческой деятельности, которая, несомненно, представляет огромную ценность в разрезе положительного практического опыта.

На сегодняшний день необходимо отметить, что законодательство в области инновационной деятельности имеет свои погрешности, а именно речь идет о том, что актуальная нормативно-правовая база не регламентирует большую часть аспектов инновационной деятельности. Например, на данный момент времени не принят закон об инновационной деятельности. Законопроект об инновациях поступил на рассмотрение специального комитета Государственной Думы 13.06.2017. Проект документа должен был стать альтернативой действующему ФЗ № 127 «О науке и государственной научно-технической политике», принятому еще в 1996 году.

Своей главной целью создатели проекта преследуют содействие развитию научной, технологической и инновационной деятельности на всей территории России. Закон ставит задачу свести к минимуму руководящее управление данной сферой. Должны быть созданы благоприятные и конкурентные условия для эволюции науки, способные привлечь в ее ряды молодых перспективных специалистов. Научная и инновационная деятельность обязана иметь элементы саморегулирования. Для этого планируется передать часть директивных полномочий на уровень субъектов.

Учитывая современное состояние законодательства Российской Федерации в инновационной сфере, представляется необходимым, во-первых, упорядочить и систематизировать имеющийся массив нормативно-правовых актов, регулирующих инновационные отношения; во-вторых, принять специальные законопроекты об инновационной деятельности и инновационной политике.

Список литературы:

1. Бережная А.В. Генезис теоретических подходов к изучению инновационной модели развития // Научно-технологические инновации: эл. сб. докладов Междунар. науч.-практ. конф. Белгород: Изд-во БГТУ, 2019. Ч. 13. С. 5-9.

2. Карта инновационной России [Электронный ресурс]. URL: <http://innovation.gov.ru/map> (дата обращения: 15.09.2020)
3. Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года [Электронный ресурс]. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_82134/28c7f9e359e8af09d7244d8033c66928fa27e527/ (дата обращения: 16.09.2020)
4. Ханчук Н.Н. Инновационная деятельность в системе научных категорий [Электронный ресурс]. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=17905007> (дата обращения: 16.09.2020)

SMM КАК ИННОВАЦИОННЫЙ ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

**Петимко А.М., канд. экон. наук, доц.,
Чень Ч.**

*Белгородский государственный технологический
университет им. В.Г. Шухова*

Аннотация. В статье рассматриваются новые условия, в которых приходится сегодня планировать и реализовывать корпоративную социально-экономическую политику. SMM-маркетинг очень популярный метод продвижения продукции или услуг в двадцать первом веке. В данной статье автором рассматриваются основные тенденции применения SMM-маркетинга, в частности для инновационных производств.

Ключевые слова: корпоративная политика, социально-экономическая политика, инновации, онлайн-бизнес, SMM, Social Media Marketing, реклама.

Новая экономика имеет ряд специфических черт, накладывающих отпечаток на условия ведения бизнеса и его менеджмент, а именно: сетизация, информатизация, дематериализация, изменение форм торговли и продвижения, обновление форм занятости и финансирования проектов, кластеризация и т.д.. Экономике XXI века называют экономикой впечатлений, знаний и энергоинформационных потоков, нейроэкономикой, в ней принципиально меняются технологии, предмет труда, целевые аудитории, а также усиливаются требования социальной ответственности бизнеса [1].

В связи с этим существовавшие ранее формы и модели деловых отношений, организации производства, труда и обмена не могут служить успешности бизнеса, удовлетворять партнеров и потребителей, а также социум и его различные группы. Поэтому требуется модернизация подходов к разработке корпоративной политики, учитывающих новые атрибуты и эволюционно более соответствующих этапу перехода к экономике знаний, социально-сбалансированному и инновационному типу развития [2].

Сейчас во всем мире и в России мы видим, что инновационный подход в бизнесе все чаще становится суммой разных решений. Инновации больше не привязаны к ежеквартальной отчетности или к каким-то производственным KPI. И это очень правильный тренд. Каждое действие в бизнесе нужно оценивать через призму прибыли.

Зачем нужны инновации, которые не ускорят развитие бизнеса или не способны вывести его на другой уровень [4].

Некоторые новые концепции в инновационном бизнесе более креативны, чем другие. Стоит стремиться генерировать идеи, которые отвечают одной или нескольким характеристикам: мобильность, адаптивность, простота, специфичность и совершенство.

Характеристике мобильность вполне отвечает онлайн-бизнес, у которого есть масса преимуществ.

Онлайн-бизнес – это совокупность всех видов человеческой деятельности, направленных на получение прибыли посредством удовлетворения потребностей пользователей в сети Интернет. Это направление появилось в конце 20 века и за короткий промежуток времени завоевало значительную долю рынка.

Ведение электронного бизнеса подразумевает заключение договоров и контрактов, управление закупками через Интернет, создание программного обеспечения и цифровых товаров, формирование и обработку заказов, их доставку, продажи и маркетинг, аудит финансовой деятельности, поиск сотрудников и поддержку партнерских отношений, а также взаимодействие с клиентами.

Начинать с онлайн-бизнеса прекрасная возможность для новичков в предпринимательстве: это современно, менее затратно, большое поле для экспериментов и широкие каналы связи с потенциальными клиентами. Интернет-поддержка для физического бизнеса – сегодня необходимость. Все, что нужно для реализации бизнес онлайн: интернет, гаджет и способности в определенной сфере. При этом многие идеи онлайн бизнеса можно реализовать без вложений.

Поэтому ознакомиться с инструментами ведения бизнеса в Интернете точно будет полезно каждому [3].

По мере того, как мир приближается к концу второго десятилетия, маркетинг переживает все больше изменений. Одно из них – развитие SMM.

SMM, или Social Media Marketing – это комплексная раскрутка бренда в соцсетях, на форумах и блогах, для которой в качестве основных инструментов используют прямую, естественную и скрытую рекламу.

SMM – бизнес онлайн, который оказывает услуги по эффективному продвижению на интернет-площадках, инструмент привлечения внимания аудитории к продукту через соцсети.. Как только компании появились в социальных сетях, сфера SMM получила свое

распространение и сегодня является необходимой частью рекламной кампании для многих компаний.

По сведениям АКАР (Ассоциация Коммуникационных Агентств России), в 2019 году интернет опять стал самым значительным медиа-сегментом российского рекламного рынка, значительно опередив телевидение – объем рынка интернет-рекламы вырос на 20 % и составил 244 млрд руб.

Направление SMM становится ядром большинства маркетинговых стратегий.

Комплекс работ по SMM-маркетинг включает в себя: продвижение сообществ, создание контента, коммуникация в Instagram и Twitter и т.д.; продакшн в видео- и блогосфере; маркетинговые интеграции: брендрование, разработка, product placement, создание видеороликов для RuTube и других топовых ресурсов; таргетированная реклама; мониторинг в социальных медиа.

Запустить маркетинг в социальных сетях нужно в том случае, если необходимо привлечь целевую аудиторию на сайт – то есть он подходит и будет эффективен для большинства брендов, товаров и услуг.

SMM удобен для продвижения всего, что интересно широкой аудитории и относится к повседневной жизни:

- Продукты ежедневного потребления.
- Имиджевые товары и услуги.
- Стартапы, онлайн-СМИ, развивающие платформы.
- Вспомогательные и спецслужбы, а также бизнес-консультирование.
- Сервисное обслуживание.
- Бренды и их представители, а также многое другое.

SMM маркетинг в социальных сетях в меньшей степени будет эффективен для:

- B2B-услуг и товаров.
- Услуг и товаров, предполагающих быструю транзакцию (например, такси).
- Важных и тонких тематик. Например, вопросы пластической хирургии и гинекологии редко и не особенно активно обсуждаются в публичных – на эти темы, как правило, люди предпочитают общаться лично с доктором.

В «онлайн-эпоху» реклама в социальных сетях действительно важна для любого бизнеса. Сегодня количество пользователей социальных сетей составляет 2.8 миллиарда. В середине 2020 года этот

показатель достигает отметки в 2.9 миллиардов, а в 2021 перевалит за 3 миллиарда.

Но простого использования социальных сетей недостаточно. Даже здесь есть элементы, которые никого не интересуют. Потому необходимо разобраться, как использовать SMM в соответствии с последними тенденциями [6].

SMM сервисами помогают автоматизировать рутинные действия (размещение постов, анализ сообществ, отслеживание комментариев и трендов, подбор аудитории и так далее) и повысить отдачу от продвижения в социальных сетях.

Instaplus - один из сервисов, который позволяет автоматизировать продвижение в Инстаграм. Он сочетает в себе такие функции, как массфоллоving и масслайкинг, отложенные постинг, рассылка сообщения, автокомментирование и прочее.

Hash-master. Это умный генератор хэштегов для Instagram, работающий на основе искусственного интеллекта. Для подбора хэштегов для поста, вводите ключевое слово, например, спорт, фитнес или обучение. Сервис генерирует сотни тщательно отобранных хэштегов для вашей ниши. Остаётся только скопировать и вставить их в свой пост.

Popsters. Для определения популярности групп, пабликов, профилей в социальных сетях применяют этот сервис. Специализируется на аналитике данных. Popsters помогает оценивать популярность различных постов (охват, активность, вовлечённость, ER) и выявлять наиболее эффективные. Одним из преимуществ является способность выгружать отчёты в различных форматах PDF, PPTX, XLSX.

SMMplanner. Этот сервис позволяет автоматизировать публикацию постов. Время публикации можно устанавливать самостоятельно и публиковать один и тот же пост, сразу в нескольких социальных сетях. Основное преимущество – возможность публиковать посты, включающие как фото, так и видео (услуга публикации видео платная) в Instagram. С помощью SMM planner можно делать отложенный постинг в 8 социальных сетях, в том числе в Viber, Telegram и даже Pinterest.

SocialKit. Программа для автоматизации работы с Инстаграмом. Позволяет парсить аудиторию не только в Инсте, но и в ВК. Настраивать отложенный постинг, автоматически ставить лайки по выбранным параметрам (например, по геометкам), собирать популярные хэштеги, а также регистрировать новые аккаунты Инстаграм в автоматическом режиме [5].

Итак, сегодня покупатель требует инноваций — в товарах, в услугах, в способах презентации продукции, в смысловом содержании торгового предложения, в каналах современных коммуникаций и во многих других аспектах бизнеса. Даже маленькая инновация, такая, как SMM, может внести большой вклад в успех компании.

Скорость в реализации инноваций обусловлена необходимостью быстрого возврата инвестиций. Компании могут задействовать небольшие проектные группы для концентрации на разработке продукта или внедрять другие организационные изменения. В любом случае, сделав ставку на инновации, компаниям придется исключить в своей корпоративной культуре такие понятия как нет, не могу, не получится.

Список литературы:

1. Щетинина Е.Д., Петимко А.М. Особенности применения омниканальной концепции ведения бизнеса в РФ. Белгородский экономический вестник. 2017. N 2. С. 87-92.
2. Щетинина Е.Д., Щетинина Е.А. Методологические вопросы формирования корпоративной политики в новых социально-экономических условиях. Вестник БГТУ им. В.Г. Шухова. 2017. №3. С.192 – 199.
3. Мусенко Ю. Тренды Маркетинга в Социальных Сетях (SMM) 2020 [Электронный ресурс]. URL: <https://merehead.com/ru/blog/key-smm-trends-in-2020/> (дата обращения: 17.09.2020)
4. Петров М. Игра в инновации: чем компаниям грозит затянувшийся переход в цифровой бизнес [Электронный ресурс]. URL: <https://www.finversia.ru/publication/experts/igra-v-innovatsii-chem-kompaniyam-grozit-zatyanuvshisya-perekhod-v-tsifrovoy-biznes-69644> (дата обращения: 12.09.2020)
5. Чупин А. 16 мощных сервисов для SMM [Электронный ресурс]. URL:<https://postium.ru/16-moshhnyx-servisov-dlya-smm/?yrwinfo=1601471869900756-1719331620108232477200100-production-app-host-man-web-yp-347> (дата обращения: 18.09.2020)
6. Шевцов В. Преимущества и недостатки онлайн-бизнеса [Электронный ресурс]. URL: <https://kolesogizni.com/delo/plusy-i-minusy-onlain-biznesa> (дата обращения: 19.09.2020)

ФИНАНСОВАЯ ОТЧЕТНОСТЬ, КАК БАЗА ДЛЯ АНАЛИЗА ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ

**Плотников В.С., д-р экон. наук, проф.,
Карепина Е.В., магистрант**

*Новосибирский государственный университет
экономики и управления*

Аннотация. Проведение финансового анализа является одной из проблем в практике функционирования бизнес-организаций. В исследовании представлена актуальность и необходимая база для проведения анализа финансового состояния в каждой бизнес-организации. Финансовые инструменты, возможные аналитические процедуры на базе финансовой отчетности, наглядный пример анализа и подробных выводов о деятельности научно-производственной компании. В результате исследования говорится о необходимости использования финансовой отчетности, как информационной базы для проведения аналитических процедур.

Ключевые слова: бухгалтерская отчетность, финансовый анализ, прогнозирование, платежеспособность, оценка, деятельность организации, информационная база.

Для того, чтобы рассмотреть финансовую отчетность с точки зрения основной базы для анализа и оценки финансового состояния необходимо привести определение «финансовой отчетности».

Бухгалтерская (финансовая) отчетность – это систематически обновляемая информация о финансовом состоянии организации, состоящая из показателей функционирования и результатов деятельности организации на конкретную дату, которая составляется по определенным требованиям и установленным формам [2].

Анализ бухгалтерской (финансовой) отчетности – это процедура оценивания прошлого и текущего финансового состояния, результатов деятельности хозяйственного субъекта и возможность прогнозирования будущего состояния фирмы с помощью различных финансовых инструментов, таких как:

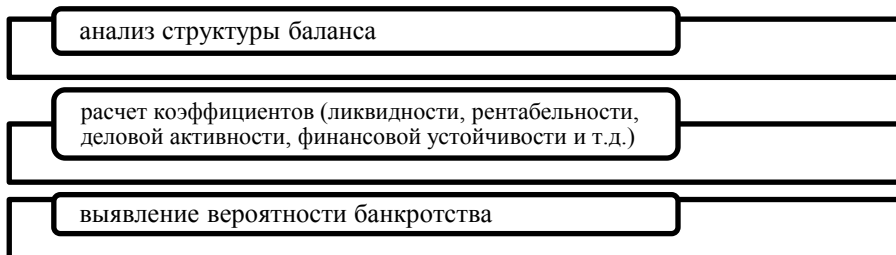


Рисунок 1 – Финансовые инструменты анализа финансового состояния организации

При расчете вышеперечисленных показателей пользуются данными бухгалтерской (финансовой) отчетности, которая, согласно ст. 14 N 402-ФЗ «О бухгалтерском учете», состоит из бухгалтерского баланса, отчета о финансовых результатах и приложений к ним [1].

Показатели рассчитываются в комплексе за несколько периодов и анализируются в динамике.

Информация, которая содержится в бухгалтерском балансе, позволяет осуществить следующие аналитические процедуры:

- провести анализ состава, структуры и динамики активов и источников их формирования;

- проанализировать ликвидность баланса с помощью сопоставления отдельных статей актива и пассива, а также оценить платежеспособность организации;

- рассмотреть соотношение величины собственного и заемного капитала, тем самым, оценить финансовую устойчивость субъекта;

- выявить возможность банкротства.

Информация в Отчете о финансовых результатах позволяет:

- провести оценку и анализ состава, структуры и динамики финансовых результатов деятельности организации;

- определить факторы, влияющие на изменение прибыли;

- рассчитать показатели рентабельности;

- произвести расчеты динамики показателей деловой активности.

Отчета об изменениях капитала дает информацию для:

- анализа динамики всех основных составляющих собственного капитала (уставного, добавочного, резервного капитала, нераспределенной прибыли);

- оценки изменения резервов;

– оценки чистых активов и средств, которые получены из бюджета и внебюджетных фондов на финансирование расходов по обычным видам деятельности и вложений во внеоборотные активы.

В Отчете о движении денежных средств можно отследить все денежные потоки организации в виде притоков и оттоков денежных средств обычной, инвестиционной и финансовой деятельности организации за несколько конкретных периодов [2].

Для наглядности был проведен краткий анализ финансово-хозяйственной деятельности научно-производственной компании (Таблица 1) за период с 01.01.2018 по 31.12.2019 г. на основе данных бухгалтерской отчетности организации за 2 года [3].

Таблица 1 – Анализ качества активов

Показатель и	Абсолютные величины, тыс. руб.		Удельный вес, проц.		Изменения		
	Начало года	Конец года	Начало года	Конец года	Тыс. руб.	Проц.	Тем п роста, %
А	1	2	3	4	Гр.2-гр.1	Гр.4-гр.3	Гр.2/гр.1
1. Мобильные средства, всего:	123643956	146563394	82,27	82,23	22919438	-0,04	118,54
– денежные средства	25204112	23763150	16,77	13,33	-1440962	-3,44	94,28
– финансовые вложения (краткосрочные)	214538	196392	0,14	0,11	-18146	-0,03	91,54
– краткосрочная дебиторская задолженность	60260833	92688600	40,10	52,00	32427767	11,91	153,81
– запасы и затраты	37787078	28542850	25,14	16,01	-9244228	-9,13	75,54
– прочие оборотные активы	177395	1372402	0,12	0,77	1195007	0,65	773,64

Продолжение табл. 1

2. Имобилизованные средства, всего:	26649325	31673565	17,73	17,77	5024240	0,04	118,85
– финансовые вложения (долгосрочные)	1989633	2155994	1,32	1,21	166361	-0,11	108,36
– долгосрочная дебиторская задолженность	2000104	2248180	1,33	1,26	248076	-0,07	112,40
– реальный основной капитал	7302215	7402303	4,86	4,15	100088	-0,71	101,37
– доходные вложения в материальные ценности	0	0	0,00	0,00	0	0,00	0,00
– результаты исследований и разработок	7716379	8949154	5,13	5,02	1232775	-0,11	115,98
– нематериальные активы	372836	320999	0,25	0,18	-51837	-0,07	86,10
– ОНА	2161806	1602464	1,44	0,90	-559342	-0,54	74,13
– прочие внеоборотные активы	5106352	8994471	3,40	5,05	3888119	1,65	176,14
3. Баланс	150293281	178236959	100	100	27943678	0,00	118,59
4. Доля запасов и дебиторов в мобильных средствах	0,78	0,82	–	–	0,04	–	–
5. Коэф. соотношения мобильных и иммобилизованных средств	4,64	4,63	–	–	-0,01	–	–

На основании таблицы 1 можно сделать выводы о том, что в отчетном году произошел прирост активов предприятия на 27943678 тыс.р., более чем на 18%. Главным образом за счет прироста иммобилизованных средств на 5024240 тыс.р. (18,85%).

В течение года наблюдается увеличение долгосрочной дебиторской задолженности, что является отрицательным моментом.

Наличие долгосрочных и краткосрочных финансовых вложений свидетельствует об инвестиционном финансовом аспекте деятельности компании. Увеличение долгосрочных финансовых вложений на 166361 тыс.р. (8,36%) указывает на отвлечение средств из основной производственной деятельности.

Мобильные средства в течении анализируемого периода увеличились на 22919438 тыс.р. (более чем на 18%) в основном за счет увеличения краткосрочной дебиторской задолженности почти на 54%.

Уменьшение запасов может быть связано со снижением объемов производства.

Доля запасов и кредиторов в составе оборотных активов более 50%, что вызвано спецификой деятельности компании.

В структуре активов наибольший удельный вес приходится на оборотные активы, что свидетельствует о формировании достаточно мобильной структуры активов, способствующей ускорению оборачиваемости средств организации.

Теперь с помощью таблицы 2 проведем анализ качества пассивов организации.

Таблица 2 – Анализ качества пассивов

Показатель и	Абсолютные величины, тыс. руб.		Удельный вес, проц.		Изменения		
	Начало года	Конец года	Начал о года	Конец года	Тыс. руб.	Проц.	Темп роста, проц.
П	1	2	3	4	Гр.2- гр.1	Гр.4- гр.3	Гр.2/ гр.1
Краткосро чная задолженн ость, всего	60910711	6889098 2	40,53	38,65	798027 1	-1,88	113,10
Долгосро чная задолженн ость	69014211	8854568 8	45,92	49,68	195314 77	3,76	128,30

Продолжение табл. 2

Итого заемный капитал	129924922	157436670	86,45	88,33	27511748	1,88	121,18
Собственный капитал	20368359	20800289	13,55	11,67	431930	-1,88	102,12
Баланс	150293281	178236959	100	100	27943678	–	118,59
Коэффициент соотношения заемных и собственных источников	6,38	7,57	–	–	1,19	–	–

По данным таблицы 2 можно сделать вывод о том, что в течение анализируемого периода происходит рост пассивов на 27943678 тыс. р. или более чем на 18% полностью за счет увеличения заемного капитала. Опережающий рост заемного капитала в общей сумме источников свидетельствует об увеличении финансового риска и о снижении финансовой устойчивости организации.

Организация является финансово-зависимой, так как удельный вес заемного капитала значительно превышает долю собственного капитала. Таким образом, удельный вес заемного капитала организации составляет 86,45%, а собственного капитала всего 13,55%.

Таблица 3 – Динамика показателей ликвидности и платежеспособности

Показатель	Рекоменд. критерий	Начало года	Конец
<i>Показатели текущей ликвидности</i>			
1. Коэффициент текущей ликвидности (Ктл)	1 – 2	2,03	2,13
2. Чистые оборотные активы, тыс. руб. (ЧОА)	≥0	62733245	77672412
<i>Показатели текущей платежеспособности</i>			
1. Коэффициент абсолютной ликвидности (Кал)	≥0,2	0,42	0,35
2. Коэффициент критической ликвидности (Ккл)	≥0,8	1,41	1,71
3. Степень платежеспособности по текущим обязательствам: (Спс)	<3	12,31	9,99

Продолжение табл. 3

3.1 - поставщикам		3,03	1,70
3.2 - фискальной системе		–	–
3.3 – внутренний долг		–	–
3.4 – по краткосрочным кредитам и займам		3,75	2,53
<i>Показатели долгосрочной платежеспособности</i>			
1.Степень общей платежеспособности (Спсо)		26,26	22,82
2.Коэффициент общей ликвидности (платежеспособности) (Кол)	≥ 1	0,93	0,92
3.Коэффициент покрытия всех обязательств чистыми активами (Кпо)	≥ 2	0,16	0,13
4.Коэффициент общей задолженности по кредитам и займам (Коз)		16,73	14,50

Таким образом, по расчетам из таблицы 3 можно сделать вывод о том, что оборотные активы компании превышают краткосрочные обязательства в 2 раза, как показывает нам коэффициент текущей ликвидности на протяжении всего анализируемого периода. После погашения краткосрочных обязательств, чистые активы организации на конец года составили 77672412 тыс. р.

Коэффициент абсолютной ликвидности на протяжении всего анализируемого периода превышает рекомендуемый критерий, что является положительным моментом, так как организация способна немедленно погасить за счет денежных средств 0,4 часть краткосрочной задолженности. Значение коэффициента критической ликвидности на конец года составляет 1,71. Компания является неплатежеспособной организацией 1-й категории, так как степень платежеспособности по текущим обязательствам не соответствует рекомендованному критерию и составляет на начало года 12,31, на конец – 9,99 [2].

Степень общей платежеспособности организации свидетельствует о том, что примерно через 2 года компания сможет погасить все свои обязательства, при условии, что вся получаемая выручка будет направляться на погашение этих обязательств.

Коэффициент общей платежеспособности не дотягивает до рекомендованного значения и составляет 0,92. В то время как, коэффициент покрытия всех обязательств чистыми активами говорит нам о превышении величины заемных средств над собственным капиталом. Организации потребуется больше года, чтобы погасить

общую сумму кредитов, при условии, что вся выручка будет направляться на погашение этих кредитов [2].

Бухгалтерская отчетность многофункциональна, поскольку дает первоначальное представление об организации, а на основе ее показателей и значений проводятся различные исследования деятельности.

Проводить оценку финансового состояния организации является необходимым, так как с помощью анализа и расчета данных бухгалтерской отчетности делаются выводы не только о том, как работает компания, но и выявляются сильные и слабые стороны организации. Отчетность компании позволяет проводить оценку, анализ и прогнозирование финансового положения компании.

Таким образом, финансовую отчетность можно считать информационной базой для проведения оценки и анализа финансового состояния организации. Экономическая характеристика компании может быть дополнена анализом и оценкой ее финансового состояния, а также на основе данных финансовой отчетности можно спрогнозировать необходимые показатели деятельности для того, чтобы скорректировать или внести поправки в дальнейшую стратегию развития компании. Вышеприведенный анализ и возможные дополнительные исследования рекомендуется проводить для каждой организации независимо от ее масштабов и видов деятельности.

Список литературы:

- 1 Федеральный закон "О бухгалтерском учете" от 06.12.2011 N 402-ФЗ (последняя редакция).
- 2 Кондаурова Л.А. Анализ финансового состояния и результативности деятельности коммерческой организации: Метод. Рекомендации с заданием по выполнению курсового проекта. Новосибирск: Изд-во СГУПС, 2017. 47 с.
- 3 Финансовый анализ: всё о финансовом анализе [Электронный ресурс]. URL: <http://1fin.ru/?id=281&t=59> (дата обращения 10.09.2020 г).

МЕТОД КАПИТАЛИЗАЦИИ ЗАПАСОВ СТОИМОСТИ КАПИТАЛОВ В ИНТЕГРИРОВАННОЙ ОТЧЕТНОСТИ

Плотников В.С., д-р экон. наук, проф.,

Плотникова О.В., д-р экон. наук, доц.

*Новосибирский государственный университет
экономики и управления*

Аннотация. В статье обсуждается проблема соответствия современной бухгалтерской отчетности информационным потребностям широкого круга стейкхолдеров в реальной и достоверной оценке стоимости бизнеса, основанной на отражении в интегрированной отчетности капитализированной стоимости запасов различных видов капиталов.

Для этого потребуется существенно уточнить действующую балансовую модель бухгалтерского учета моделью бизнес-учета, позволяющего капитализировать запасы стоимости различных видов капиталов, рассматриваемых в качестве активов, формирующих, в конечном счете, оценку бизнеса. Как следствие, создание данной модели учета, отражающего капитализированную стоимость запасов капиталов в интегрированном балансе. Предлагаемая модель бизнес-учета соответствует Международной Концепции интегрированной отчетности и дает возможность учетного отражения процессов перераспределения прибыли на формирование необходимого запаса стоимости капиталов, обеспечивающих устойчивое развитие бизнеса.

Ключевые слова: бизнес-учет, интегрированная отчетность, запас стоимости капитала

На сегодняшний день остро стоит проблема несоответствия современной бухгалтерской отчетности информационным потребностям широкого круга стейкхолдеров в реальной и достоверной оценке стоимости бизнеса. Именно на это направлен Международный стандарт интегрированной отчетности (далее - МСИО).

Разработчики МСИО определили фундаментальную цель интегрированной отчетности как: «предоставление информации о ресурсах и взаимоотношениях, которые использует и на которые влияет организация», а также «объяснить, как организация взаимодействует с внешней средой и капиталами для создания стоимости на протяжении краткосрочного, среднесрочного и долгосрочного периода» [2, с.6].

Этот инструмент (ИО) появился в коммерческой деятельности, что связано с необходимостью систематизации различных видов

информации в одном отчете [8, с.227-245]; [9, с.3-18]; [10, с.81-85]; [11, с.299-316], и быстро распространился, получив первое регулирование [15, с.190-223]. Интегрированный отчет может предоставить информацию о различных типах материальных и нематериальных ресурсов, вовлеченных в процесс создания стоимости в организации [12].

Интегрированная отчетность должна демонстрировать «поставщикам финансового капитала, как организация создает стоимость в течение долгого времени. Интегрированный отчет полезен для всех заинтересованных сторон, которым важна способность организации создавать стоимость в течение долгого времени» [2, с.6].

Интегрированная отчетность рассматривается в качестве стратегической коммуникации для интеграции различных точек зрения на создание стоимости, развивая новое направление при разработке подходов к устойчивому развитию, корпоративному управлению, а также всем видам капиталов.

Основу интегрированного отчета определяет бизнес-модель организации, которая «представляет собой систему трансформации ресурсов через ее коммерческую деятельность, в продукты и результаты, направленную на достижение стратегических целей организации и создание стоимости на протяжении краткосрочного, среднесрочного и долгосрочного периодов» [2, п.4.1]. Структура интегрированной отчетности отражает стоимость различных видов капиталов: финансовый, промышленный, интеллектуальный, человеческий, социальный, экологический и природный.

Поэтому основной задачей интегрированного отчета является объяснение того, как процессы создания стоимости в организации влияют на изменение стоимости капиталов.

Для успешного достижения цели интегрированной отчетности, помимо традиционных инструментов бухгалтерского учета, потребуется разработка механизмов бизнес-учета, который должен стать информационной основой бизнес-модели, мотивационным ее элементом при принятии решений собственниками финансового капитала при распределении ресурсов организации. Для этого от бухгалтера потребуется не только профессиональное, но и интегрированное мышление.

«Интегрированное мышление предполагает активное рассмотрение организацией связей между ее различными операционными и функциональными единицами и капиталами, которые организация использует или на которые она оказывает воздействие.

Интегрированное мышление обеспечивает интегрированное принятие решений и действий, сосредоточенных на создании стоимости в краткосрочном, среднесрочном и долгосрочном периодах» [2, с.3].

Одна из задач успешного функционирования организации в условиях рыночной экономики определяется релевантной и достоверной оценкой стоимости ее бизнеса, на основе которой должна быть сформирована ее стратегия – стратегия устойчивого развития организации. Для решения данной задачи потребуется существенно уточнить действующую балансовую модель бухгалтерского учета моделью бизнес-учета, определенного в качестве информационной системы, отражающей процессы непрерывного совершенствования деятельности организации.

Бизнес-учет - новое направление формирования информации о создании и приросте стоимости бизнеса, основанное на информационном обеспечении о прогнозах и фактических запасах капиталов (финансового, производственного, человеческого, клиентского, интеллектуального, социально-репутационного, природного), обеспечивающих и создающих условия для создания стоимости в краткосрочном, среднесрочном и долгосрочном периодах. Именно на разработку такой модели бизнес-учета нас нацеливает МСИО.

Следует отметить, что в МСИО, в отличие от традиционной балансовой теории, капиталы трактуются в качестве ресурсов, то есть активов организации, а не ее пассивов. Следовательно, общая цель классификации запасов стоимости капиталов для бухгалтерского учета состоит в создании упорядоченной структуры капиталов организации. Для этого отпребуется введение в действующий План счетов, счетов капиталов и их увязка с экономическими выгодами.

В МСИО дается новое понятие капитала для системы бизнес-учета: «Капитал – это запас стоимости, который увеличивается, уменьшается или трансформируется вследствие деятельности организации и результатов этой деятельности» [2, с.6]. Однако, изначально, нужно необходимо ответить на следующий вопрос: а как же формируется этот запас стоимости различных видов капиталов для отражения их в интегрированной отчетности?

Для ответа на этот вопрос необходимо решить следующую задачу: разработать модель учета капитализации запасов стоимости различных видов капиталов организации, формирующих оценку стоимости бизнеса и, тем самым, очистить себестоимость производимой продукции (работ, услуг) от несвойственных ей затрат. При этом Я.В. Соколов в своем

исследовании отмечает: «Капитализация и резервирование – завоевания многовековой истории бухгалтерского учета, плод труда многих наших коллег – теоретиков и практиков» [7, с.471]. В то же время Я.В. Соколов, говоря о капитализации сводит ее к следующему понятию: «если расходы, понесенные в данном отчетном периоде принесут доходы в последующих отчетных периодах, то такие расходы подлежат капитализации, то есть исключению из расходов данного отчетного периода и включению в состав активов предприятия» [7, с.462].

В данной статье речь идет о капитализации запасов стоимости капиталов, а не о расходах компании, которые не трансформировались в затраты в течение отчетного периода, то есть о капитализации инвестиционных затрат, формирующих запасы стоимости капиталов. Здесь уместнее говорить о диапазоне релевантности во времени как об интервале создания запаса стоимости капиталов, в котором такой запас может считаться полезным для обеспечения устойчивого развития организации.

Кроме того, следует обратить внимание на виды деятельности, создающие запасы стоимости капиталов, обеспечивающие оценку стоимости бизнеса в целом и повышающие ценности организации для инвесторов.

Такой подход требует реформирования действующей на сегодня системы бухгалтерского учета, а также кардинальных преобразований в методологии и методике учета инвестиционных процессов организации.

Идентификация ценностных объектов и спецификация их оценки требует наличия определенных критериев, а сами критерии зависят от цели оценки. Цели оценки взаимоувязаны с идентификацией объектов, учитываемых в качестве элементов финансового капитала. В МСИО финансовый капитал трактуется следующим образом: «Финансовый капитал – резерв средств, которые: о имеются у организации для использования при производстве товаров или оказании услуг; о поступают через финансирование (долговое, долевое финансирование и гранты) или создаются в результате операций или инвестиций» [2, п.2.15]. Это далеко не полный перечень элементов запаса стоимости финансового капитала.

Трактовка финансового капитала в качестве резерва средств на длительный период слабо раскрывает его содержание. Целесообразнее говорить о каптализации и рекапитализации стоимости финансового капитала в диапазоне релевантности во времени, то есть в определенном промежутке времени, в рамках которого предполагается использование

запаса стоимости финансового капитала на формирование запасов стоимости других видов капиталов и процесса создания стоимости.

«Капитализация – первичная фиксация расходов компании в активе ее баланса в качестве сумм, от которых ожидается получение доходов (экономических выгод) в будущем. <...> Рекапитализация – это формирование за счет ранее зафиксированных в активе сумм расходов новых статей актива (перегруппировка активов, если угодно)» [6, с.7].

Денежные средства приобретают особое значение по отношению к финансовому капиталу, поскольку они легко трансформируются в запасы стоимости различных видов капиталов.

Денежные средства являются основным элементом финансового капитала, их приток формируется, в основном, за счет выручки от продаж, которая является доходом от обычных видов деятельности. Основной целью получения данного дохода является возмещение затрат на производство продукции (работ, услуг) с получением прибыли. В нашем исследовании интерес представляет процесс возмещения затрат, связанных с приобретением долгосрочных материальных и нематериальных активов. К таким затратам относится и *amortization* основных средств (производственного капитала). Бухгалтер, отражая возмещение стоимости долгосрочных материальных активов, должен сосредоточить внимание и на другом факторе – на капитализации части дохода, полученного от возмещения в выручке, выраженного амортизацией.

В модели бизнес-учета мы исходим из того, что капитализация доходов (части выручки) и отражение потенциальных возможностей финансового капитала, позволит сформировать в активе интегрированного баланса запас стоимости производственного капитала.

Концепция сохранения запаса производственного капитала базируется на достаточности средств финансового капитала и их целевом использовании. Для этого на *первом этапе* необходимо отразить монетаризацию показателей потерь от обесценения, потерь в запасе стоимости производственного капитала.

Второй этап заключается в монетаризации и отражении в бизнес-учете показателя возмещения потерь от обесценения производственного капитала.

В данной ситуации мы рассматриваем амортизацию в качестве источника финансового капитала, отражающего возможность возмещения потерь от обесценения основных средств.

На третьем этапе следует учитывать, что финансовый капитал – это резерв средств. Следовательно, данный резерв денежных средств в рамках финансового капитала необходимо создавать по мере необходимости в денежных средствах финансового капитала в приобретении, строительстве или создании основных средств.

На четвертом этапе следует отразить процесс формирования запаса стоимости производственного капитала за счет резерва средств финансового капитала и отразить капитализацию запаса денежных средств в стоимости производственного капитала.

Вот в этом заключается содержание общей модели бизнес-учета, отражающего трансформацию финансового капитала в запас стоимости производственного капитала, с учетом того, что в данной ситуации должен вступить в действие принцип «достоверности и полноты»: «Лица, наделенные управленческими функциями, несут ответственность за то, как стратегия, управления, результаты деятельности и перспективы организации ведут к созданию стоимости в течении долгого времени» [7, п.3.41].

Предлагаемая в статье модель бизнес-учета вносит существенные изменения в традиционную систему бухгалтерского учета и переносит акцент на интегрированное мышление различных групп стейкхолдеров и, прежде всего, поставщиков финансового капитала в понимании информации, содержащейся в интегрированной отчетности, способной оказать существенную поддержку в эффективном распределении ресурсов.

Используемые в настоящее время приемы в оценке бизнеса, опирающиеся на показатели финансовой отчетности неизбежно устарели. Отсутствие активов, выраженных в виде различных видов капиталов, существенно снижает стоимостную оценку бизнеса.

Капитализация доходов и расходов по видам деятельности, формирующих запас стоимости капиталов, позволяет «очистить» себестоимость производимой продукции (работ, услуг) от несвойственных ей издержек и, тем самым, увеличить прибыль и переадресовать денежные потоки на формирование отдельных видов капиталов.

Разработка соответствующих бизнес-учету и интегрированной отчетности методологических и методических подходов – это задача не только сегодняшнего дня, но и перспективное направление развития бухгалтерского учета в будущем.

Список литературы:

1. Концептуальные основы представления финансовых отчетов. - URL: https://www.minfin.ru/ru/document/?id_4=125979 (дата обращения: 20.09.2020).

2. Международный стандарт интегрированной отчетности // Российская региональная сеть по интегрированной отчетности [сайт]. - URL: https://integratedreporting.org/wp-content/uploads/2014/04/13-12-08-THE-INTERNATIONAL-IR-FRAMEWORK.docx_en-US_ru-RU.pdf (дата обращения: 20.09.2020).
3. Плотников В.С., Плотникова О.В. Учет финансовых инструментов как фактор обеспечения достоверности информации о функционировании компании на рынке. М.: Финансы и кредит, 2013. 251 с.
4. Плотников В.С., Плотникова О.В. Объединение бизнеса и консолидированная финансовая отчетность. М.: ИНФРА-М, 2018. 278 с.
5. Плотников В.С., Плотникова О.В. Концепции теории бухгалтерского учета. М: ИНФРА-М, 2020. 384 с.
6. Пятов М.Л. Расходы, которые всегда сомнительны // Вестник профессиональных бухгалтеров. №5. 2019. С.2-8.
7. Соколов Я.В. Основы теории бухгалтерского учета. Москва: Финансы и статистика, 2000. 473 с.
8. Abeyssekera I. A template for integrated reporting. J Intellect Capital. 2013. v. 14(2). p. 227–245.
9. Busco C., Frigo M.L., Riccaboni A., Quattrone P. Towards integrated reporting: concepts, elements and principles. In: Busco, C., Frigo, M.L., Riccaboni, A., Quattrone, P. (eds) Integrated reporting: concepts and cases that redefine corporate accountability. Springer Science & Business Media. Springer International Publishing, Switzerland. 2013. Pp.3–18.
10. Druckman P., Fries J. Integrated reporting: the future of corporate reporting? In: Eccles, R.G., Cheng, B., Saaltzman, D. (eds) The landscape of integrated reporting. The President & Fellows of Harvard College, Massachusetts& 2010. Pp.81–85.
11. Jensen J.C., Berg N. Determinants of traditional sustainability reporting versus integrated reporting. An institutionalist approach. Bus Strategy Environ. 2012. v. 21(5). Pp. 299–316.
12. Katsikas E., Rossi F.M., Orelli R.L. Towards Integrated Reporting Accounting Change in the Public Sector. SpringerBriefs in Accounting. Springer International Publishing, Switzerland, 2017. 119.
13. Plotnikov V.S., Plotnikova O.V. Goodwill: recognition, measurement, impairment, accounting, analysis. Auditing. 2015. v. 4. Pp. 37-45.
14. Plotnikov V.S., Plotnikova O.V. Business assessment and goodwill in ensuring the competitiveness of Russian organizations. Lecture Notes in Networks and Systems. Springer, Cham. 2020. v. 115. Pp. 353-361.
15. Robertson F.A., Samy M. Factors affecting the diffusion of integrated reporting - a UK FTSE 100 perspective. Sustain Acc Manag Policy J. 2015. v. 6(2), Pp. 190–223.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ МАРКЕТИНГОВЫХ МЕРОПРИЯТИЙ

Приставка А.Н., аспирант

*Новосибирский государственный университет
экономики и управления*

Аннотация. На сегодняшний день важную роль в формировании дохода компании играет маркетинг, поэтому вопрос об оценке эффективности маркетинговых мероприятий имеет серьезное значение. В данной статье автором предложена процедура экономической оценки эффективности маркетинговых мероприятий (на примере снижения отпускной продажной цены товара, реализуемого покупателю) с использованием методов статистического анализа в программе STATISTICA.

Ключевые слова: предпринимательство, маркетинг, маркетинговые мероприятия, эффективность, экономическая оценка эффективности

Непрерывным условием функционирования современной системы хозяйствования является предпринимательская деятельность, участники которой организуют производство за счет собственных или заемных средств и готовы, в случае неудачи, рисковать своим капиталом.

В настоящее время предпринимательство рассматривается с разных точек зрения: как процесс организации и осуществления деятельности в условиях рынка, как взаимодействие субъектов рынка и т.д. На мой взгляд, наиболее полно данный термин раскрывается как стиль хозяйствования, которому присущи принципы новаторства, постоянной инициативы, ориентации на нововведения в процессы производства, маркетинга, распределения и потребления товаров и услуг [2].

Все перечисленные выше принципы в современных условиях требуют улучшения использования статистической и экономической информации, характеризующей не только конечные результаты хозяйственной деятельности, но и обуславливающей принятие многих управленческих решений.

До 1980-х годов измерять эффективность деятельности компании означало измерять только финансовые показатели, такие как стоимость активов, рентабельность и другие. Но в 1980-х годах все больше исследователей приходят к выводу о том, что оценка только финансовых показателей недостаточна в связи с активным изменением бизнес-среды. Как следствие начинают появляться системы оценки

эффективности деятельности (performance measurement systems), которые помимо финансовых содержат еще и нефинансовые показатели, являются сбалансированными, а также ориентированы на реализацию целей компании.

Одним из главных компонентов любой системы оценки эффективности деятельности компании является маркетинг, который, по мнению ряда исследователей (Борисова Л.М., Таран Е.А., Титенко Е.А., Егорова С.Е., Агеева Н.А. и др.), выполняет функцию по интеграции усилий всех звеньев предпринимательской и производственной деятельности в целях достижения поставленных целей [1, 2, 3]. В связи с этим вопрос об оценке эффективности маркетинговых мероприятий имеет серьезное значение.

В данной статье понятие маркетинговой деятельности будет рассматриваться как комплекс опережающих и прогнозируемых управленческих решений предприятия на рынке, направленных на получение конкурентных преимуществ с целью удовлетворения нужд потребителя и получения дохода [7].

В целом можно выделить две основных цели оценки эффективности маркетинговых мероприятий [4]:

1. Обоснование эффективности на стадии разработки и утверждения маркетинговых активностей, что влечет за собой выбор оптимального варианта программы маркетинговых мероприятий.

2. Контроль итоговой эффективности маркетинговой деятельности после осуществления определенных маркетинговых действий.

Говоря о способах оценки эффективности маркетинговой деятельности, можно выделить следующие два вида оценки: экономическую и психологическую [5]. Экономическая оценка эффективности подразумевает оценку экономического результата, полученного от реализации определенных маркетинговых мероприятий в основном с применением количественных показателей. Самым часто используемым показателем экономической оценки эффективности является показатель возврата маркетинговых инвестиций ROMI (Return on Marketing Investment), показывающий сколько денег компания заработала на каждый вложенный рубль.

Психологическая оценка эффективности маркетинговой деятельности показывает степень ее влияния на человека (привлечение внимания покупателей, запоминаемость, воздействие на мотив покупки и др.). При данном способе оценки используются в основном качественные показатели.

Также важно отметить тот факт, что сам термин «эффективность» можно рассматривать как минимум в двух аспектах [6]:

1. Как количественную характеристику результата, т.е. данная характеристика подразумевает наличие некоего эффекта, определяющего степень достижения тех или иных целей, отнесенного к затратам на их достижение.

2. С точки зрения характеристики процесса или системы. В данном случае эффективность характеризует, прежде всего, выбор правильных целей, направлений действий.

В данной статье автором будет предложена процедура экономической оценки эффективности маркетинговых мероприятий (на примере снижения отпускной продажной цены товара, реализуемого покупателю), состоящая из трех этапов, с использованием методов статистического анализа в программе STATISTICA. Данная система предназначена для анализа данных, визуализации, прогнозирования и проведения многих видов статистических анализов в различных областях: маркетинге, торговле, промышленности, медицине, фармакологии, геологоразведке, социологии, страховании и т.д. Предложенная процедура может быть использована как на стадии утверждения маркетинговых мероприятий, так и на этапе оценки уже свершившихся маркетинговых действий. Понятие «эффективность» в данном случае отождествляется с понятием «результативность».

Первый этап в рамках данной процедуры предполагает проведение факторного анализа, целью которого является определение структуры взаимосвязей между переменными, т.е. их классификацию. В рамках примера о снижении продажной цены товара в качестве переменных были выбраны следующие показатели:

- размер снижения цены товара (скидка) в процентах;
- количество дней, в течение которых товар продавался со скидкой;
- коэффициент увеличения продаж товара в результате предоставления скидки;
- общее количество позиций в аналогичной товарной группе, которые так же продавались со скидкой за соответствующий период;
- изменение маржинальной прибыли в результате предоставления скидки;
- общая сумма маржинальной прибыли по всем товарам в соответствующей товарной группе;

- показатель ROMI для каждого проданного со скидкой товара (рассчитывается как отношение изменения маржинальной прибыли в результате предоставления скидки к размеру скидки в рублях по соответствующему товару).

С точки зрения автора, данный анализ полезен тем, что позволяет определить не совсем очевидные взаимосвязи между переменными. Так, например, помимо очевидной связи между скидкой и приростом продаж (чем глубже уровень скидки, тем выше продажи), удалось увидеть обратную зависимость между общим количеством позиций в аналогичной товарной группе, которые так же продавались со скидкой за соответствующий период, и изменением маржинальной прибыли в результате предоставления скидки. Т.е. чем больше товаров одновременно продается со скидкой, тем меньше прирост маржинальной прибыли по соответствующей товарной группе.

Также наглядно видна взаимосвязь между общей суммой маржинальной прибыли по всем товарам в соответствующей товарной группе и показателем ROMI. Т.е. чем больше возврат инвестиций в маркетинг, тем больше общая сумма маржинальной прибыли компании, что и является одной из основных целей маркетинговой деятельности, как было отмечено ранее.

На втором этапе предлагается провести корреляционный анализ и измерить степень связи между переменными, которые были выделены при проведении факторного анализа. Так, после проведения корреляционного анализа можно говорить о наличии связи ближе к средней между общим количеством позиций в аналогичной товарной группе, которые продавались со скидкой за соответствующий период, и изменением маржинальной прибыли в результате предоставления скидки, данная связь является надежной.

На третьем этапе необходимо провести кластерный анализ, что позволит организовать наблюдаемые данные в наглядные структуры, т.е. разделить исходную совокупность неоднородных объектов на определенные группы объектов схожих между собой. В маркетинговых исследованиях кластерный анализ применяется достаточно широко. Так, одной из наиболее важных задач при применении кластерного анализа в маркетинговых исследованиях является анализ поведения потребителя, а именно: группировка потребителей в однородные классы для получения максимально полного представления о поведении клиента из каждой группы и о факторах, влияющих на его поведение. В данном примере в результате проведения кластерного анализа получилось выделить четыре группы товаров, которые различаются

между собой уровнем скидки, коэффициентом увеличения продаж товара в результате предоставления скидки и показателем ROMI. Данное разделение на группы может быть полезно, например, при составлении компанией акционного плана на определенный период, позволив устранить фактор сезонности, выравнивая низкие показатели до необходимого уровня посредством отбора более экономически эффективных товаров на период проведения акции.

Как уже было сказано, на сегодняшний день успешное функционирование компаний во многом зависит от того, насколько точно, своевременно и качественно удастся отслеживать и применять маркетинговую информацию о рынках, конкурентах, товарах и т.д. С одной стороны, наиболее наглядно любой результат можно оценить, используя количественные характеристики и определенные методы статистического анализа. Но с другой стороны, разумное комбинирование количественных и качественных методов позволит компаниям достигнуть большей объективности и надежности при сборе, обработке и анализе информации и, соответственно, при принятии правильных решений.

Список литературы:

1. Агеева Н.А., Лопаткина Н.Ю. Экономический анализ маркетинговой деятельности предприятия: учебное пособие. СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2010. 63 с.
2. Борисова Л.М., Таран Е.А., Титенко Е.А. Инновационное предпринимательство: учебное пособие. Томск: Изд-во ТПУ, 2013. 235 с.
3. Егорова С.Е. Маркетинговый анализ: методология и методика. Монография. Псков: Изд-во ПсковГУ, 2008. 284 с.
4. Емец А.В., Игуменова Н.Ю. Сравнительный анализ методов оценки эффективности маркетинговых мероприятий. Молодой ученый. 2013. №2. С. 120-124.
5. Калачева А.Е. Оценка эффективности маркетинговых мероприятий. Бизнес-образование в экономике знаний. 2016. №2. С. 46-49.
6. Коган А.Б., Приставка А.Н. Анализ развития подходов к определению эффективности деятельности компании. Экономический анализ: теория и практика. 2020. № 6. С. 1173-1188.
7. Соболева О.А. «Маркетинговая деятельность»: цель, виды, подходы к определению понятия. Вестник ПГУ. 2017. №5. С. 48-54.

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКА ИННОВАЦИЙ В УПРАВЛЕНИИ РАЗВИТИЕМ ПРЕДПРИЯТИЯ

**Пузанова Т.В., канд. техн. наук, доц.,
Кодолич А.С.**
Белорусско-Российский университет

Аннотация. В статье рассмотрен подход к управлению развитием производственного предприятия, основанный на маркетинговых исследованиях рынка инноваций и количественной оценке инновационного потенциала предприятия с последующим обоснованием инновационного проекта и оценкой рисков его реализации.

Ключевые слова: рынок инноваций, инновационный потенциал, финансовые риски реализации инновационного проекта.

Важнейшим этапом обоснования направления развития предприятия является проведение маркетинговых исследований рынка существующих инноваций в технологиях, материалах, оборудовании и организации бизнес-процессов. От того, на каком уровне находится инновационный потенциал организации, напрямую зависит возможность реализации существующих на рынке инноваций. Понятие инновационного потенциала определяет возможность и эффективность инновационного развития предприятия.

Объектом исследования в работе является крупнейший белорусский производитель водопроводных систем ЗАО «Завод полимерных труб», который входит в состав объединения «Группа компаний СМИТ» [1]. Направлением деятельности предприятия является производство теплогидроизолированных трубопроводов в полиэтиленовой и оцинкованной гидрозащитной оболочке, гибких предизолированных трубопроводов модели «Смитфлекс» (ПИ-труб) и гибких труб модели «Смитфлекс-П» (сэндвич-труб). Это связано с тем, что в конъюнктуре рынка с каждым годом все большую долю занимают трубопроводы из полимерных материалов, которые вытесняют стальные. Производимая и реализуемая продукция соответствует действующим нормам законодательства утвержденным техническим условиям и требованиям ГОСТ 30732-2006 (РФ), СТБ 2252-20125 (РБ). Предприятие для реализации выпускаемой продукции имеет широкие оптовые сети в областях РБ, что способствует увеличению роста продаж. При этом приоритетным рынком сбыта полимерных труб является внутренний рынок Республики Беларусь, на который

приходится 90 % продаваемой продукции, а 10% приходится на российский рынок, который представлен такими городами, как Москва, Санкт-Петербург, Смоленск, Калининград, Сочи, Саратов.

Основные показатели деятельности ЗАО «Завод полимерных труб» за 2016-2018 гг. представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Основные показатели деятельности ЗАО «Завод полимерных труб» за 2016-2018 годы

Показатель	2016 г.	2017 г.	2018 г.	Темпы роста, %	
				2017 г. к 2016 г.	2018 г. к 2017 г.
Выручка от реализации продукции, тыс. р.	95 481	98 137	99 418	102,8	101,3
Полная себестоимость реализованной продукции, тыс. р.	90010	88568	93338	98,4	105,4
Прибыль (убыток) от реализации продукции, тыс. р.	5471	9569	6080	174,9	63,5
Чистая прибыль (убыток), тыс. р.	168	79	433	47,0	548,1
Рентабельность продаж, %	5,73	9,75	6, 12	-	-

Снижение результативности деятельности, как показал анализ причин, связано со снижением качества и конкурентоспособности производимой продукции из-за наличия отклонений по ряду технических параметров покупных комплектующих изделий. Проведенные маркетинговые исследования показали, что наиболее перспективным материалом для производства водопроводных труб является полиэтилен повышенной теплостойкости PE-RT тип II с применением метода экструзии. Актуальность внедрения инноваций в производство труб заключается в том, что в настоящее время в Беларуси

изношенность трубопроводных систем составляет до 50 % их общего количества, так как металлические трубы служат не более 10 – 15 лет

Полиэтилен PE-RT тип II это инновационная разновидность полиэтилена для изготовления водопроводных труб, не требующий сшивки и обладающий высокой гидростатической прочностью при температуре 95 °С для питьевых систем горячей и холодной воды

Высокие эксплуатационные свойства рассматриваемого гранулята, в виде которого поступает материал в производство, дает возможность его переработки всеми существующими способами и позволяет использовать материал во всех отраслях промышленности. Полимерные трубы являются водоотталкивающими, отсутствует возможность возникновения механического и химического изменения на протяжении 50 лет.

Основным источником финансирования инновационных проектов ЗАО «Завод полимерных труб» являются собственные средства предприятия, частично в виде кредитов используются заемные средства. В соответствии с данными бухгалтерского баланса за 2018 год коэффициент соотношения заемного и собственного капитала в 2016 году составил 0,24, что характеризует обоснованную кредитную политику предприятия для развития производства и учет влияния финансового рычага, когда показатели рентабельности ниже банковских кредитных ставок. У предприятия ЗАО «Завод полимерных труб» нет задолженности перед персоналом по выплате заработной платы и налоговых отчислений в государственный бюджет, что является важным параметром, характеризующим его стабильную работу.

Обоснование путей развития предприятия основано не только на оценке результативности его деятельности, но и требует изучения его инновационного потенциала. Исходные данные для оценки инновационного потенциала представлены в таблице 2.

Инновационный потенциал предприятия связан с оценкой его технического и организационного уровня, однако на сегодняшний день решение этой задачи остается проблемой в связи с отсутствием единой отраслевой методики такой оценки. Оценка инновационного потенциала ЗАО «Завод полимерных труб» позволяет определить достаточность финансовых ресурсов предприятия, уровня квалификации сотрудников и других аспектов, без которых внедрение существующих инноваций невозможно. Система показателей, которая применялась для оценки и может определять уровень инновационного потенциала предприятия, представлена в таблице 3.

Таблица 2 – Исходные данные для оценки уровня потенциала

Показатель	2017 г.	2018 г.
Затраты на НИОКР, тыс. р.	14 086	11 915
Затраты, связанные с приобретением технологий, тыс. р.	41 524,25	52 049,50
Общие затраты на производство, тыс. р.	67 817	71 870
Объем производства, тыс. р.	98 137	99 418
Затраты на приобретение нематериальных активов, тыс. р.	296	465
Численность занятых исследованиями и разработкой, чел.	144	219
Численность персонала предприятия, чел.	479	487
Численность персонала, имеющего высшую квалификацию, человек	86	179
Количество прогрессивного оборудования, шт.	68	86
Количество оборудования, шт.	86	90
Стоимость ОПФ, тыс. р.	87 954	79 584

Таблица 1 – Результаты оценки уровня инновационного потенциала предприятия за 2017 – 2018 гг.

Показатель	2017 г.	2018 г.	Изменение (+, -)
Доля внутренних затрат на НИОКР и приобретения технологий в общих затратах на производство	0,82	0,89	0,07
Наукоемкость выпускаемой продукции	0,048	0,047	-0,001
Доля затрат на приобретение нематериальных активов в общих внутренних затратах на исследования и разработки	0,021	0,039	0,018
Доля занятых исследованиями и разработкой в общей численности персонала предприятия	0,301	0,450	0,149
Обеспеченность кадрами высшей квалификации	0,597	0,817	0,220
Прогрессивность оборудования	0,791	0,956	0,165
Фондоотдача	1,116	1,249	0,133

Таким образом основные показатели, определяющие уровень инновационного потенциала, имеют динамику роста.

Далее проводился выбор и разработка технологического процесса и соответствующего технологического оборудования. На основе балльной оценки критериев выбора поставщиков технологического оборудования с применением экспертных оценок были обоснованы инвестиции в основные средства предприятия. Оценка эффективности проекта осуществлялась на основе расчета чистого дисконтированного дохода NPV, индекса рентабельности и срока окупаемости за период 5 лет. В результате оценки ожидаемое значение NPV составляет 172 876 тыс. р., индекс рентабельности (PI) больше 1, а динамический срок окупаемости составляет 2,5 года.

Поскольку любая инновационная деятельность предприятия осуществляется в условиях неопределенности, вызванных влиянием множества внутренних и внешних факторов, необходима их группировка и оценка [2]. Для проекта анализировались технологические риски, риски, связанные с политикой, риски социального характера, производственные и торговые риски, а также финансовые риски, которые в данном случае имели наиболее высокую вероятность наступления (50-75 %). В результате проведен анализ чувствительности чистого дисконтированного дохода по проекту и оценка устойчивости инновационного проекта к возможному изменению таких факторов, как спрос на сэндвич-трубы, стоимость ПЭ гранул и тарифы на услуги. Анализ разработанных вариантов сценариев возможного одновременного изменения наиболее значимых факторов позволил оценить инновационный проект как низкорисковый [3], что позволяет сделать вывод о эффективности такого направления развития предприятия.

Список литературы:

1. ЗАО «СМИТ - Завод полимерных труб»: [Электронный ресурс]. - 2020. – Режим доступа: www.zpt.by. - Дата доступа: 15.09.2020.
2. Пузанова Т.В. Разработка инновационного проекта в условиях неопределенности // Материалы, оборудование и ресурсосберегающие технологии. - Сборник материалов международной науч.-техн. конф. – Могилев: Белорус.-Рос. ун-т. 2020. С.476-477.
3. Кодолич А.С. Методы оценки финансовых рисков реализации инновационного проекта / /56-я студенческая научно-техническая конференция: материалы конф. – Могилев: Белорус.-Рос. ун-т», 2020. С. 87.

ГОСУДАРСТВЕННАЯ СОБСТВЕННОСТЬ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Родина Т.Е., канд. экон. наук, доц.
*Брянский государственный
инженерно-технологический университет*

Аннотация. В статье рассмотрены проблемы и перспективы развития государственной собственности на региональном уровне. Методы исследования – монографический, балансовый, классификации, анализа и синтеза, табличный, исторического прошлого. Актуальность темы статьи обусловлена тем, что государственное имущество является необходимым элементом структуры современного общества, т.к. служит фактором экономического роста, залогом стабильности и устойчивого развития, гарантом сохранения национального богатства страны. Сегодня государственная собственность – один из основополагающих элементов экономической системы субъекта Федерации. Повышению эффективности его использования способствует формирование грамотной экономической политики и система управления государственной собственностью.

Ключевые слова: доход, имущество, регион, собственность, экономика.

Управление государственным имуществом включает в себя решение вопросов создания, реорганизации и ликвидации предприятий, учреждений и иных организаций, созданных на основе регионального государственного имущества; контроль за эффективностью использования и сохранностью регионального государственного имущества [4, С. 152].

В целях эффективного и рационального использования государственного имущества, находящегося в государственной собственности Брянской области, Правительство региона утвердило Положение о порядке предоставления в аренду имущества, находящегося в государственной собственности [1].

На территории Брянской области находятся в аренде 143 объекта государственной собственности. Из них 31 объект находится в хорошем состоянии, 64 - в удовлетворительном и 48 - в неудовлетворительном состоянии. Эти объекты расположены в 19 районах Брянской области и на территории города Брянска.

Стоит отметить, что Брянская область включает в себя 27 районов, то есть в 8 районах отсутствуют объекты государственной

собственности, подлежащие аренде.

Также стоит отметить, что одной из основных проблем управления имуществом комплексами учреждений является рост износа их основных фондов. Средств, ежегодно выделяемых учреждениями на капитальный ремонт объектов недвижимости, недостаточно для того, чтобы остановить их старение.

Проблема также заключается в том, что процедура предоставления государственного имущества по договору аренды занимает достаточно длительное время (до 6-7 месяцев). Таким образом, в настоящее время объект простаивает, что противоречит сути его эффективного использования и, следовательно, является недостатком действующего законодательства.

Следующим проблемным местом в управлении государственным имуществом является приватизация областного государственного имущества. Департамент имущественных отношений Брянской области отвечает за осуществление приватизации государственного имущества в Брянской области и обеспечение системного и планового подхода к процессу приватизации.

Анализ отчетов об итогах приватизации государственной недвижимости в Брянской области за период 2014-2019 гг. представлен в таблице 1.

Таблица 1 – Приватизация государственного недвижимого имущества Брянской области за период 2014-2019 гг.

Год	Наименование объекта	Способ приватизации	Цена сделки, руб. (с учетом НДС)
2014	Помещение (г. Дятьково, ул. Ленина, д. 153.)	Аукцион	5 211 700
	4 объекта и земельный участок (ул. Калинина, д. 152)	Аукцион	13 777 000
2015	Нежилое помещение и земельный участок (пер. Новозыбковский, д. 7)	Аукцион	3 500 000
	Здание и земельный участок (б-р 50 лет Октября, д. 38)	Продажа посредством публичного предложения	3 823 000

Продолжение табл. 1

	Склад и земельный участок (ул. Объездная, д. 14)	Продажа посредством публичного предложения	4 890 000
	Нежилое помещение (ул. Ново-Советская, д. 73/46)	Продажа посредством публичного предложения	875 500
2016	Здание склада БХМ и земельный участок	Аукцион	9 693 000
	Нежилое здание (ул. 50-й Армии, д. 6)	Продажа посредством публичного предложения	532 000
	Помещение (пер. Почтовый, д. 162)	Продажа посредством публичного предложения	925 000
	Изолятор и земельный участок (г. Жуковка, ул. Краснофокинская, д. 106г)	Продажа посредством публичного предложения	206 500
2017	-	-	-
2018	Склад № 2, склад № 3 и земельный участок (п. Свень-транспортная, ул. Зеленый Бор, д. 2В)	Продажа посредством публичного предложения	4 958 150,50
	Нежилое здание и земельный участок (г. Фокино, ул. Карла Маркса)	Продажа посредством публичного предложения	3 801 551
2019	Типография и земельный участок (г. Почеп, ул. Мглинская, д. 30)	Аукцион	1 479 050,84
	Котельная и земельный участок (п. Свень-транспортная, ул. Зеленый Бор, д. 2В)	Аукцион	852 403

Продолжение табл. 1

	Нежилое здание, веранда, сарай и земельный участок (г. Клинцы, ул. Парижской Коммуны, д. 8)	Продажа посредством публичного предложения	1 606 254,24
--	---	--	--------------

Таким образом, за весь рассматриваемый период 2014-2019 годов в бюджет Брянской области поступило 56 131 109 рублей. В 2014 году было приватизировано 6 объектов, а выручка от реализации, за вычетом НДС, составила 18 988 700 рублей. В 2015 году было продано 6 объектов недвижимости общей стоимостью 13 088 500 рублей. В 2016 году, как и в предыдущем году, было продано 6 объектов, выручка составила 11 356 500 рублей. В 2017 году не было продано ни одного государственного имущества. В 2018 году выручка от реализации 5 объектов государственной собственности составила 8 759 701 рубль. 50. В 2019 году было приватизировано 8 объектов общей стоимостью 3 937 708 рублей.

Таким образом, можно сделать вывод, что с каждым годом доходы от приватизации уменьшаются в среднем в 1,2 раза. В 2019 году выручка снизилась в 2 раза по сравнению с 2018 годом. Следует отметить, что в Брянской области наиболее распространенным способом приватизации недвижимости является продажа ее через публичное предложение.

Четкое законодательное регулирование на региональном уровне в сфере управления государственным имуществом является одним из основных условий эффективности хозяйственной деятельности и устойчивого развития региона [5, С. 72]. В рамках этого направления необходимо принять нормативно-правовые акты, регулирующие вопросы управления имуществом в Брянской области.

При развитии очень активной конкуренции между региональными органами власти за привлечение национальных и иностранных инвесторов наличие качественного регионального законодательства в этой сфере позволит обеспечить значительный рост региональной экономики за счет привлечения инвестиций местных и национальных компаний.

Также в рамках реализации эффективной государственной политики в области управления государственным имуществом в Брянской области необходимо разработать пакет стратегических документов, которые могут включать концепцию управления государственным имуществом в Брянской области [2], [3].

Для обеспечения эффективного управления объектами недвижимости, находящимися в собственности Брянской области, необходимо обеспечить:

1) регулирование расходования средств на проведение текущего, среднего и капитального ремонта объектов недвижимости, закрепленных за государственными учреждениями, разработка порядка и условий выделения бюджетных средств на проведение ремонтных работ;

2) проведение текущих обследований государственного имущества Республики органами, осуществляющими контрольные функции по предупреждению чрезвычайных ситуаций;

3) по результатам контрольных проверок, предъявления исков к руководителям и иным лицам, несущим материальную ответственность, государственным предприятиям и учреждениям;

4) расширение использования залогового обеспечения объектов недвижимости, находящихся в собственности региона, как инструмента привлечения инвестиций в государственный сектор экономики региона.

Список литературы:

1. О государственной собственности Брянской области: Закон от 17 июля 2000 г. N 37-3 (ред. от 08.05.2019) [Электронный ресурс]. URL: <http://docs.cntd.ru/> (дата обращения: 20.09.2020).
2. О прогнозном плане (программе) приватизации государственного имущества Брянской области на 2017 - 2019 годы (с изменениями на 25 июля 2019 года): Постановление от 27 октября 2016 года N 6-725 [Электронный ресурс]. URL: <http://docs.cntd.ru/> (дата обращения: 20.09.2020).
3. О прогнозном плане (программе) приватизации государственного имущества Брянской области на 2020-2022 годы: Постановление от 27 февраля 2020 N 7-190 [Электронный ресурс]. URL: <http://docs.cntd.ru/> (дата обращения: 20.09.2020).
4. Тополева Т.Н. Концептуальные основы сбалансированного экономического развития регионов // Экономические исследования и разработки. 2019. № 2. С. 149-153.
5. Трофимова Н.Н. Ключевые проблемы современного корпоративного управления предприятиями реального сектора экономики // Актуальные проблемы экономики и управления. 2020. Т.8. № 3. С. 70-74.

ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ НА РЫНКЕ ТРАНСПОРТНЫХ АГРЕГАТОВ

**Ромодина И.С., ст.преподаватель,
Борбутько В.К.**

Белорусско-Российский университет

Аннотация. В статье произведен анализ конкурентоспособности и позиции предприятия на рынке транспортных агрегатов с учетом наиболее значимых факторов и критериев. Разработаны мероприятия по совершенствованию процесса позиционирования для предприятия.

Ключевые слова: позиционирование, конкурентоспособность, позиция, рынок.

ОАО «Бобруйский завод тракторных деталей и агрегатов» – современное индустриальное предприятие, прошедшее за 65 лет путь от небольших мастерских по ремонту тракторов и техники для сельского хозяйства до одного из лидеров белорусского сельхозмашиностроения. Завод выпускает номенклатурные узлы и детали для всей гаммы тракторов, выпускаемых МТЗ.

Исследование конкурентной позиции проводилось с использованием рейтинговой оценки. На первом этапе оценивались показатели финансового состояния предприятий-производителей транспортных агрегатов на внутреннем рынке РБ. Данные приведены в таблице 1. В каждой графе определялся максимальный элемент, который принимался за единицу. Затем все элементы этой графы (a_{ij}) делились на максимальный элемент эталонного предприятия ($\max a_v$). В результате была создана матрица стандартизованных коэффициентов (x_{ij}), представленных в таблице 2.

Таблица 1 – Исходные данные

Наименование предприятия	Коэффициент		Рентабельность, %		Коэффициент финансовой независимости	Доля собственного оборотного капитала, %
	ликвидности	оборачиваемости оборотных средств	продаж	капитала		
«БЗТДиА»	0,43	2,59	14,58	0,05	0,12	-133,6
«Бобруйскагро маш»	0,88	0,99	-3,42	-160,4	0,15	-13,05

Продолжение табл. 1

«ГАиМ»	4,08	8,98	45,08	27,27	1,1	75,52
«Белкард»	3,03	1,02	22,05	9,67	0,77	94,2
«БМРЗ»	1,41	2,88	4,44	-3,57	0,74	29,14
«БЗА»	0,82	3,09	12,78	2,07	0,52	-21,88
Весовой коэффициент	1,0	1,5	1,2	1,8	1,3	1,6

Таблица 2 – Матрица стандартизованных коэффициентов

Наименование предприятия	Показатель					
	1	2	3	4	5	6
«БЗТДиА»	0,105	0,291	0,323	0,01	0,109	-1,418
«Бобруйскагро маш»	0,216	0,11	-0,076	-0,17	0,136	-0,139
«ГАиМ»	1	1	1	1	1	0,802
«Белкард»	0,742	0,114	0,489	0,354	0,7	1
«БМРЗ»	0,346	0,321	0,098	-0,131	0,673	0,309
«БЗА»	0,2	0,347	0,283	0,076	0,473	0,232

Все элементы матрицы возводились в квадрат. Затем полученные значения умножались на величину соответствующих весовых коэффициентов (K), установленных экспертным путем, после чего показатели суммировались по строкам [2]. Результаты анализа позиции ОАО «Бобруйский завод тракторных деталей и агрегатов» представлены в таблице 3.

Таблица 3 – Результаты сравнительной рейтинговой оценки деятельности предприятий

Наименование предприятия	Показатель							R _j	Место
	1	2	3	4	5	6			
«БЗТДиА»	0,01	0,13	0,13	0,0002	0,02	3,22	3,50	2	
«Бобруйскагромаш»	0,05	0,02	0,01	0,05	0,02	0,03	0,18	6	
«ГАиМ»	1,0	1,50	1,20	1,80	1,30	1,03	7,83	1	
«Белкард»	0,55	0,02	0,29	0,23	0,64	1,60	3,32	3	
«БМРЗ»	0,12	0,15	0,01	0,03	0,59	0,15	1,06	4	
«БЗА»	0,04	0,18	0,10	0,01	0,29	0,09	0,70	5	

По данным таблицы 3 видно, что ОАО «БЗТДиА» занимает второе место среди производителей транспортных агрегатов на внутреннем рынке. Лидером и основным конкурентом является ОАО «ТАиМ».

В дополнение оценки позиционирования был проведен анализ конкурентоспособности продукции ОАО «БЗТДиА» и основного конкурента ОАО «ТАиМ» на основе индексного метода. В таблице 4 приведены исходные данные, по щеточному оборудованию, применяемому для сельхозтехники.

Таблица 4– Анализ конкурентоспособности продукции

Показатель	«БЗТДиА»	«ТАиМ»	g_i	a_i	G_i
Потребительские характеристики					
Масса, м	295	290	0,98	0,11	0,1078
Ширина уборки, м	1,3	1,5	0,87	0,11	0,0957
Диаметр щеточного диска, м	0,55	0,55	1	0,11	0,11
Частота вращения щетки, об/мин	260	540	0,48	0,11	0,0528
Внешнее исполнение, балл	9	9	1	0,11	0,11
Производительность, м ² /ч	11 700	4 500	2,6	0,11	0,286
Гарантийный срок, балл	9	9	1	0,11	0,11
Нарушение сроков доставки, %	3	2	0,67	0,11	0,0737
Качество обслуживания, балл	9	9	1	0,11	0,11
Итого	-	-	-	1	1,056
Экономические параметры					
Цена, руб.	2 603	2 550	0,98	1	0,98

Интегральный показатель конкурентоспособности $J = 1,056/0,98 = 1,08$.

$J > 1$, это означает, что анализируемый продукт ОАО «БЗТДиА» не уступает продукту конкурента по своим параметрам.

Оценка конкурентоспособности и конкурентной позиции ОАО «БЗТДиА» была так же произведена на основе матрицы БКГ (рисунок 1). В таблице 5 приведены исходные данные, по навесному оборудованию, применяемому для сельхозтехники.

Таблица 5 – Исходные данные

Наименование предприятия	Выручка, тыс. р.		Объем продаж основного конкурента, тыс. р.	Показатели	
	2018	2019		Темп роста объема продаж, %	Относительная доля рынка, %
БЗТДиА	139 605	170 810	159 140	122,4	107,3
Бобруйск-агромаш	59 652	60 054	159 140	100,7	37,7
ТАиМ	24 512	37 343	159 140	152,3	23,5
Белкард	71 427	73 050	159 140	102,3	45,9
БМРЗ	3 062	3 420	159 140	111,7	2,1
БЗА	42 910	48 636	159 140	113,3	30,5

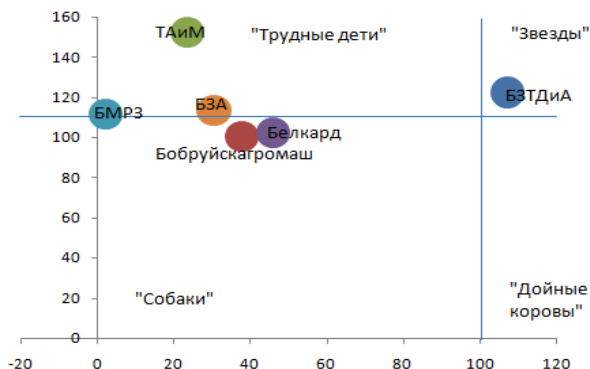


Рисунок 1 – Матрица БКГ

По данным матрицы БКГ можно отметить, что продукция БЗТДиА расположена в группе «Звезды». Это означает, что предприятие является лидером растущего рынка и имеет высокий темп роста продаж.

План мероприятий по укреплению позиции ОАО «БЗТДиА» на внутреннем рынке представлен в виде таблицы 6.

Таблица 6 – План мероприятий

Название мероприятия	Срок выполнения	Расчет затрат	Предварительный бюджет, р.
1 Проведение рекламной кампании	1 год	1 125	1 125
1.1 Разработка и подготовка рекламно-информационных материалов	2 месяца	300	300

Продолжение табл. 6

1.2 Реализация рекламной кампании	7 месяцев	525	525
1.2.1 Размещение рекламы в газете		15·7	105
1.2.2 Размещение рекламы в журнале		25·7	175
1.2.3 Реклама в Интернете		35·7	245
1.3 Проведение маркетинговых исследований, в рамках которых планируется изучение узнаваемости компании	3 месяца	100·3	300
2 Обучение сотрудников отдела маркетинга PR-продвижению компании	1,5 месяца	235·2	470
2.1 Повышение заработной платы сотрудникам отдела маркетинга	1 год	12·850+1 2·780	19 560
3 Внедрение новой специальности: PR-менеджер	4,5 месяца	10 420	10 420
3.1 Подача объявления в СМИ о наборе сотрудников на новую должность	1 месяц	5·4	20
3.2 Оборудование рабочего места для нового сотрудника	2 недели	2 000	2 000
3.3 Обучение нового сотрудника	2 месяца	275·2	550
3.4 Заработная плата сотрудника	1 год	12·650	7 800
ИТОГО	-	-	31 525

Эффективность предложенных мероприятий заключается в повышении уровня узнаваемости продукции «БЗТДиА», расширении целевой аудитории, формировании положительного имиджа компании, закреплении конкурентной позиции на рынке. Затраты на реализацию данных мероприятий, по результатам расчета, составят 31 525 р.

Список литературы:

1. Аакер Д.А. Стратегическое рыночное управления. 7-е изд. - СПб.: Издательство "Питер", 2007. - 496 с.
2. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: Учеб. пособие/ Г.В. Савицкая. – 7-е изд., испр. – Мн.: Новое знание, 2002. – 704 с.

ОЦЕНКА И СПОСОБЫ УКРЕПЛЕНИЯ КОНКУРЕНТНОЙ ПОЗИЦИИ НА РЫНКЕ БОЛЬШЕГРУЗНЫХ АВТОМОБИЛЕЙ

**Ромодина И.С., ст. преподаватель,
Дикалова К.А.**
Белорусско-Российский университет

Аннотация. В настоящее время на рынке большегрузных автомобилей наблюдается высокая степень конкуренции и большое число производителей. Эти факторы усиливают необходимость постоянного отслеживания конкурентной позиции предприятия, ведь эффективное функционирование любого коммерческого предприятия зависит от его позиции на рынке и уровня конкурентоспособности, выпускаемой им продукции. Данная статья посвящена изучению конкурентной позиции предприятия на рынке большегрузных автомобилей. На примере белорусского предприятия ОАО «МАЗ» рассматриваются критерии и факторы, влияющие на позицию предприятия на данном рынке.

Ключевые слова: конкурентная позиция, конкуренция, рынок большегрузных автомобилей, продвижение, сбыт, позиционирование.

ОАО «Минский автомобильный завод» – один из крупнейших в Европе производителей большегрузных автомобилей и единственный в странах СНГ, завод, обеспечивающий выпуск, как автомобильной, так и прицепной, пассажирской, специальной техники, автокранов, машинокомплектов автотехники, запасных частей. Автомобильная техника МАЗ поставляется в более, чем 45 стран мира. Основными потребителями являются Беларусь, Россия и Украина.

Динамика объемов выпуска большегрузных автомобилей ОАО «МАЗ» в 2015-2018 гг. представлена на рисунке 1.

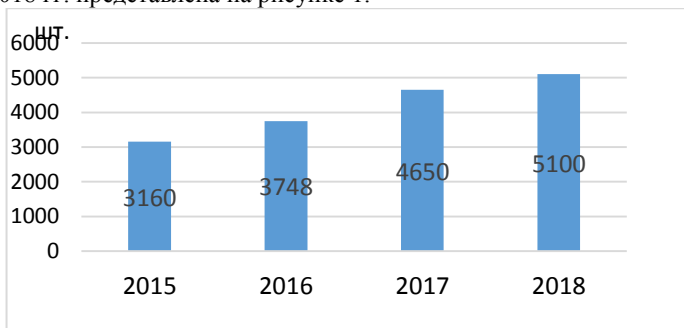


Рисунок 1 – Динамика объема производства большегрузных автомобилей ОАО «МАЗ» в 2015-2018 гг.

Экспорт большегрузных автомобилей составляет 95% от общего объема их производства. Основными рынками сбыта большегрузных автомобилей производства ОАО «МАЗ» за пределы Беларуси являются Россия и страны СНГ. На их долю приходится порядка 80% экспорта [1]. Доля рынка стран СНГ, которую занимали большегрузные автомобили МАЗ в 2018 г. равна 7,62 %.

Основным конкурентом ОАО «МАЗ» на рынке большегрузных автомобилей в странах Западной Европы является «Большая семерка» европейских автопроизводителей: DAF, Iveco, MAN, Mercedes-Benz, Renault, Scania и Volvo. На рынке стран СНГ основными конкурентами являются российские КАМАЗ и УРАЛ, а также европейские DAF, MAN, Scania и Volvo. На рынках стран Ближнего и Дальнего Востока, а также стран Юго-Восточной Азии к упомянутым конкурентам прибавляются китайские, корейские и индийские конкуренты.

Поставщиками ОАО «МАЗ» в основном являются предприятия, входящие в состав холдинга «БелавтоМАЗ» и их официальные представители (96% от объема закупок), что позволяет добиваться более низкого уровня цены и соответствующего требованиям качества продукции. Основным поставщиком за пределами Беларуси является Россия [1].

Продвижение и сбыт большегрузных автомобилей МАЗ происходит, в основном, путем создания товаропроводящих сетей. Основной целью их создания является продвижение продукции предприятия на рынках других стран, увеличение объемов продаж, техническое сопровождение реализованной продукции и поддержание положительного имиджа производителя.

Цепь поставок ОАО «МАЗ» представлена на рисунке 2.

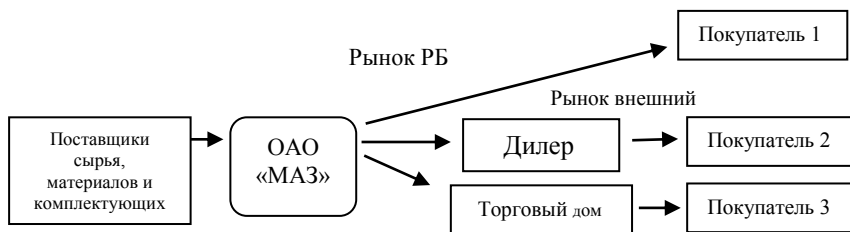


Рисунок 2 – Цепь поставок ОАО «МАЗ»

На внутренний рынок ОАО «МАЗ» поставляет большегрузные автомобили непосредственно покупателям без посредников. На внешних рынках сбыта (рисунок 3) ОАО «МАЗ» работает через свою товаропроводящую сеть.

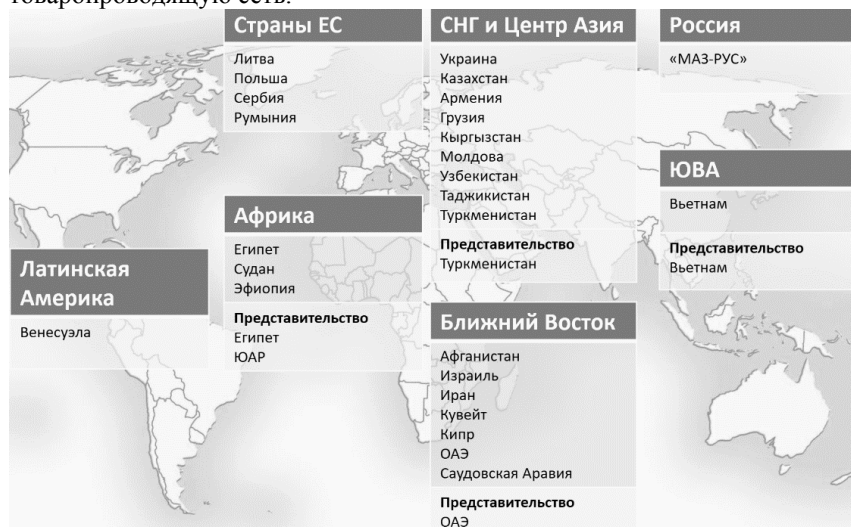


Рисунок 3 – Основные рынки сбыта большегрузных автомобилей ОАО «МАЗ» (2019 г.)

Для оценки позиции ОАО «МАЗ» на рынке большегрузных автомобилей стран СНГ была разработана шкала Лайкерта и по ней проведена оценка на основе мнения группы экспертов (ведущих специалистов холдинга «БелавтоМАЗ»). Шкала Лайкерта представлена в таблице 1.

Таблица 1 – Шкала Лайкерта для оценки позиции ОАО «МАЗ» на рынке большегрузных автомобилей стран СНГ

Характеристика	Абсолютно не согласен	Не согласен	Затрудняюсь ответить	Согласен	Полностью согласен
	0 б.	25 б.	50 б.	75 б.	100 б.
ОАО «МАЗ» занимает лидирующую позицию на рынке стран СНГ				+	
ОАО «МАЗ» обладает высоким качеством обслуживания потребителей				+	

Бренд МАЗ широко известен в странах СНГ					+
Бренд МАЗ престижен в странах СНГ			+		
ОАО «МАЗ» имеет гибкую ценовую политику			+		
ОАО «МАЗ» имеет широкий ассортимент выпускаемых большегрузных автомобилей			+		
Большегрузные автомобили МАЗ имеют высокое качество внешнего исполнения				+	
Цена большегрузных автомобилей МАЗ соответствует их качеству				+	
ОАО «МАЗ» характеризуется высоким качеством послепродажного сервисного обслуживания большегрузных автомобилей			+		
Реклама большегрузных автомобилей МАЗ вызывает интерес к продукции				+	

На основании шкалы Лайкерта (таблица 1) можно в численном выражении оценить эффективность позиционирования ОАО «МАЗ» на рынке большегрузных автомобилей стран СНГ при помощи присвоенных каждой оценке баллов. При расчете учитывается, что максимальный общий балл по десяти представленным характеристикам может равняться 1000. Таким образом, эффективность позиционирования ОАО «МАЗ» на рынке большегрузных автомобилей стран СНГ равна:

$$\Xi = ((3 \cdot 50) + (6 \cdot 75) + 100) / 1000 = 700 / 1000 = 0,7 \text{ или } 70\%.$$

Рассчитанное значение свидетельствует о высокой эффективности позиционирования ОАО «МАЗ» на рынке большегрузных автомобилей стран СНГ.

Для комплексной оценки позиции ОАО «МАЗ», основанной на результатах хозяйствования предприятия в сравнении с его конкурентами на рынке большегрузных автомобилей стран СНГ, проведен многомерный сравнительный анализ.

Показатели, используемые в данном многомерном анализе:

- коэффициент текущей ликвидности (показатель 1);
- коэффициент оборачиваемости оборотных средств (показатель 2);

- рентабельность продаж, % (показатель 3);
- рентабельность капитала, % (показатель 4);
- коэффициент финансовой независимости (показатель 5);
- доля собственного оборотного капитала в сумме текущих активов, % (показатель 6);
- количество произведенных большегрузных автомобилей, шт. (показатель 7);
- доля предприятия на рынке стран СНГ, % (показатель 8);
- количество официальных дилеров в странах СНГ, шт. (показатель 9).

Результаты сравнительной рейтинговой оценки деятельности предприятий-производителей большегрузных автомобилей представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Результаты сравнительной рейтинговой оценки деятельности предприятий-производителей большегрузных автомобилей

Наименование предприятия	Показатель									R _j	Место
	1	2	3	4	5	6	7	8	9		
ОАО «МАЗ»	1	0,74	1	0	1	0,82	0,15	0,18	0,23	5,74	II
ПАО «КАМАЗ»	0,99	0,83	0,37	1	0,69	0,89	1	1	1	10,94	I
АЗ «УРАЛ»	0,86	0,79	0	0	0,46	1	0,12	0,11	0,69	4,44	III
MAN SE	0,63	0,33	0,03	0,04	0,79	0,58	0,53	0,17	0,39	2,70	V
СП ЗАО «МАЗ-МАН»	0,57	1	0,0003	0,001	0,23	0,97	0,03	0,03	0,05	3,53	IV

По данным таблицы 2 видно, что ОАО «МАЗ» занимает второе место на рынке стран СНГ среди предприятий-производителей большегрузных автомобилей. Лидером и основным конкурентом является ПАО «КАМАЗ».

Однако ОАО «МАЗ» имеет самые высокие, среди представленных конкурентов, значения таких показателей, как коэффициент текущей ликвидности, рентабельность продаж и коэффициент финансовой независимости. Низкие значения у показателей рентабельность капитала и количество произведенных большегрузных автомобилей.

Для усиления позиции ОАО «МАЗ» на рынке большегрузных автомобилей предлагается реализовать два мероприятия, направленные на повышение эффективности деятельности по продвижению продукции предприятия.

Первым мероприятием, способствующим данной цели является продвижение предприятия в социальных сетях.

У ОАО «МАЗ» имеется страница в социальной сети «Facebook», однако в ее ведении присутствует много ошибок, таких как: отсутствие численного прироста подписчиков, нерегулярный постинг, отсутствие обратной связи и активности подписчиков.

Для продвижения страницы в социальной сети «Facebook» необходим администратор этой страницы, основными должностными обязанностями которого должны быть:

- 1) создание индивидуального контента;
- 2) добавление новых пользователей с учетом параметров целевой аудитории;
- 3) добавление материалов о работе ОАО «МАЗ» (новости, планы, фоторепортажи);
- 4) создание голосований и опросов (20 в месяц), конкурсов (3 в месяц), обсуждений (20-35 в месяц), информационных постов (30-40 в месяц);
- 5) удаление нежелательной рекламы, негативных комментариев и спама (2 раза в день);
- 6) добавление новостей от имени группы с фотографиями;
- 7) ведение отчетности;
- 8) реклама страницы в других группах на бесплатной основе.

Работы по продвижению страницы в социальной сети предлагается передать на аутсорсинг.

Основные этапы проекта, их наименование, дата начала, длительность и дата завершения представлены в таблице 3.

Таблица 3 – Основные этапы проекта по продвижению деятельности ОАО «МАЗ» в социальных сетях

№ п/п	Этапы	Начало	Окончание	Длительность, дни
1.	Поиск и отбор администратора для страницы в социальной сети	01.01.2021	19.01.2021	19
2.	Исправление ошибок прошлого администратора страницы	20.01.2021	29.01.2021	10
3.	Построение системы взаимодействия	30.01.2021	10.02.2021	12
4.	Работа по администрированию страницы	11.02.2021	30.07.2021	171
5.	Оценка эффективности	31.07.2021	31.07.2021	1

Исходя из данных таблицы 3 для реализации проекта мероприятия по продвижению в социальных сетях потребуется 213 дней или 7 месяцев. Стоимость услуг по администрированию страницы в социальной сети «Facebook» составит 200 р. в месяц или 1 400 р. за 7 месяцев реализации проекта.

Согласно мнению экспертов, деятельность по продвижению предприятия в социальных сетях позволит дополнительно заработать ОАО «МАЗ» 500 р. в месяц или 3 500 р. за весь срок реализации проекта.

Эффект от мероприятия за весь срок реализации проекта составит:

Эффект = 3500 – 1400 = 2100 р.

Вторым предлагаемым мероприятием является продвижение сайта предприятия в сети Интернет.

Квалифицированное продвижение сайта ОАО «МАЗ» в Интернете улучшит его техническую, визуальную и маркетинговую составляющую с целью улучшения позиций сайта в поисковой выдаче, его посещаемости, налаживания постоянной обратной связи с клиентами и повышения продаж.

Деятельность по продвижению сайта ОАО «МАЗ» в сети Интернет также предлагается передать на аутсорсинг.

Основные этапы проекта, их наименование, дата начала, длительность и дата завершения представлены в таблице 4.

Таблица 4 – Основные этапы продвижения сайта ОАО «МАЗ» в сети Интернет

№ п/п	Этапы	Начало	Окончание	Длительность, дни
1.	Поиск и выбор компании-аутсорсера по продвижению	01.01.2021	21.01.2021	21
2.	Комплексный анализ текущего состояния сайта	22.01.2021	22.01.2021	1
3.	Построение системы взаимодействия	23.01.2021	31.01.2021	9
4.	Работа над функциональной структурой сайта	01.02.2021	22.02.2021	22
5.	Улучшение визуального оформления страниц сайта	23.02.2021	04.03.2021	10
6.	Подбор ключевых слов и фраз для продвижения	05.03.2021	10.02.2021	6
7.	Определение релевантных страниц	11.03.2021	25.03.2021	15
8.	Оптимизация контента сайта	26.03.2021	16.04.2021	22
9.	Внедрение на сайт внутренней перелинковки	17.04.2021	27.04.2021	11
10.	Оптимизация страниц сайта под алгоритм работы поисковых систем	28.04.2021	12.05.2021	15
11.	Продвижение сайта в поисковых системах	13.05.2021	01.06.2021	21
12.	Работа над внешним ссылочным окружением сайта	02.06.2021	20.06.2021	19
13.	Увеличение конверсии сайта	21.06.2021	02.07.2021	12
14.	Создание мобильной версии сайта	03.07.2021	30.07.2021	28
15.	Оценка эффективности	31.07.2021	31.07.2021	1

Исходя из данных таблицы 4 для реализации проекта по продвижению сайта потребуется 213 дней или 7 месяцев.

Стоимость услуг по продвижению сайта ОАО «МАЗ» в сети Интернет составит 350 р. в месяц или 2 450 р. за 7 месяцев реализации проекта.

Согласно мнению экспертов, деятельность по продвижению сайта предприятия в сети Интернет позволит дополнительно заработать 600 р. в месяц или 4 200 р. за весь срок реализации проекта.

Эффект от мероприятия за весь срок реализации проекта составит:

$$\text{Эффект} = 4200 - 2450 = 1750 \text{ р.}$$

Расчет эффективности и срока окупаемости предложенных мероприятий произведем по формулам (1), (2):

$$\text{Эффективность} = \frac{\text{Результат}}{\text{Затраты}} \quad (1)$$

$$\text{Срок окупаемости} = \frac{\text{Затраты}}{\text{Результат}} \quad (2)$$

Результаты расчетов показателей эффективности предложенных мероприятий обобщены в таблице 5.

Таблица 5 – Эффект, экономическая эффективность и срок окупаемости предложенных мероприятий

Наименование мероприятий	Результат, р.	Затраты, р.	Эффект, р.	Эффективность	Срок окупаемости, лет
1) Продвижение предприятия в социальных сетях	3 500	1 400	2 100	2,50	0,40
2) Продвижение сайта предприятия в сети Интернет	4 200	2 450	1 750	1,71	0,58

Проведенные расчеты эффекта, экономической эффективности и срока окупаемости позволяют сделать вывод, что внедрение данных мероприятий на ОАО «МАЗ» экономически целесообразно и эффективно.

Список литературы:

1. Азоев Г.Л., Челенков А.П. Конкурентные преимущества фирмы. М.: «Новости», 2000. 252 с.
2. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности: учеб. Минск: РИПО, 2016. 373 с.

ВЫЯВЛЕНИЕ РЕЗЕРВОВ РОСТА ПРИБЫЛИ БИЗНЕС-ОРГАНИЗАЦИЙ

Рябов А.А., канд. экон. наук, доц.,

Сухова А.С., магистрант

*Белгородский государственный технологический
университет им. В.Г. Шухова*

Аннотация. В данной статье рассматриваются такие понятия как, прибыль, резервы ее увеличения, а также наиболее выгодные условия увеличения резервов, при которых прибыль будет стабильно расти. Также рассмотрены главные условия роста прибыли в современных организациях (фирмах) и проведена попытка анализа возможности их практического применения..

Ключевые слова: прибыль, рентабельность, резервы роста, экономическая эффективность, бизнес-организации.

Прибыль - это главный результат деятельности предприятия или фирмы, которая обеспечивает их потребности, а также потребности работников и самого государства. Эффективное функционирование фирмы возможно при ее прибыльности, поскольку прибыль - есть главный источник дальнейшего развития. Чем больше прибыль, тем фирма ближе к достижению поставленных целей. Одной из главных задач стратегического и оперативного управления прибылью, является ее непрерывная деятельность. В условиях экономической нестабильности рыночных отношений проблема повышения прибыли наиболее актуальна.

Для обеспечения стабильного роста прибыли необходимо постоянно находить новые резервы ее получения. При разработке бизнес плана предприятия на плановый период можно определить резервы массы прибыли. С помощью источников информации можно провести анализ прибыли: уровень влияния конкретных факторов, изменение состава суммы прибыли.

В процессе выявления резервов роста прибыли выявляют три этапа:

Первый этап – «аналитический» - на этом этапе резервы выявляют и оценивают количественно.

Второй этап- «функциональный» - на этом этапе реализуются мероприятия и осуществляется контроль за их исполнением.

Третий этап- «организационный» - на этом этапе разрабатывается комплекс мер по обеспечению и использованию выявленных резервов.

Источниками увеличения суммы прибыли являются снижение себестоимости продаж, увеличение объема продаж, выполнение их на выгодных условиях.

Увеличение объема реализации товарной продукции, является одним из основных резервов роста прибыли. Прибыль и объем реализации товарной продукции создают между собой прямую зависимость, так как, чем больше реализуется продукции, тем больше будет сумма прибыли.

Точное и своевременное соблюдение договорных обязательств по поставкам продукции, также является одним из способов повышения прибыльности хозяйствующих субъектов. Несоблюдение этих условий является гарантией убытков.

Снижение себестоимости выпускаемой продукции является одним из важнейших факторов роста прибыли. Максимальное снижение себестоимости продукции является важнейшим условием эффективного функционирования фирмы.

Обновление основных фондов оказывает большое влияние на увеличение суммы прибыли продукции, однако чаще всего введение новых объектов вызывает повышение роста себестоимости товарной продукции.

Так как цены постоянно отражают конъюктуру рынка их можно использовать при повышении резервов роста прибыли. Главное соблюдать правильную тактику и расчет в области установлении цен, от их будет непосредственно зависеть объем получаемой прибыли, платежеспособность фирмы, ее финансовое состояние, а также ликвидность.

Важную долю в поиске резервов роста составляет экономия на расходах: в объемах материалов и топлива, стоимости аренды (возможен вариант переноса производства в наиболее дешевое здание), сокращение количества потребляемой энергии (можно ввести энергосберегающие технологии).

Из-за существенного количества остатков нереализуемой продукции на конец отчетного периода, фирма не полностью получает выгоду, а значит и выручку. Некоторые условия помогут сократить эти расходы:

- стремление к наибольшей выработке;
- увеличение оборота средств и их источников;
- управление затратами и их эффективностью;
- устранение не производственных затрат и иных потерь;
- уменьшение запасов на складах;

- сдача в аренду свободные помещения и склады;
- проведение анализа собственного и заемного капитала;
- увеличение гибкости производства: изучение ассортимента и спроса на него;
- завоевание новых рыночных сегментов;
- увеличение качества изготавливаемых товаров.

Если фирма будет придерживаться рекомендаций, которые описаны ранее в статье, по поводу сокращения уровня расходов, то продукция будет наиболее конкурентоспособной, так как:

- руководство фирмы владеет достоверной фактической и прогнозной информацией об израсходованных оборотных средствах;
- фирма продает свой товар по ценам, которые повышаются в плановом периоде, что позволит добиться желаемых результатов (рост прибыли и рентабельности);
- у фирмы не будет необходимости искать источники финансирования непредвиденных расходов на покупку материалов и сырья;
- менеджеры фирмы будут владеть всеми необходимыми сведениями, которые позволят принимать краткосрочные и долгосрочные управленческие решения;
- фирма может планировать направления использования чистой и нераспределенной прибыли.

Все выше описанные резервы получения роста прибыли изображены на рис. 1



Рисунок 1 - Основные резервы роста прибыли

Главные условия роста прибыли в современных организациях:

1. Ориентация на покупателя и качество продаваемой продукции (нужно трудиться на качество, а не на количество выпускаемой продукции);

2. Работники редко заинтересованы в увеличении прибыли фирмы, их интересует в первую очередь, рост заработной платы, поэтому необходимо создать условия заинтересованности у сотрудников к делам фирмы, совершенствование и развитие «человеческого потенциала», создание систем поощрения;

3. Стабилизация занимаемого положения на рынке, а также его улучшение с сохранением конкурентных преимуществ;

4. Изучение и внедрение исследовательских разработок, усиление позиций конкурентной борьбе с помощью выявления и использования новых наукоемких продуктов, а также методик и применения современного нового оборудования.

Прибыль является главным инструментом государственного регулирования над субъектами хозяйствования в рыночной экономике. Одной из главных задач любого производства-это поиск резервов повышения эффективности использования всех ресурсов. Выявление которых возможно с помощью финансового экономического анализа.

Список литературы:

1. Бакаев М.И., Шеремет А.Д. Теория анализа хозяйственной деятельности. - М.: Финансы и статистика, 2018 г. 628с.
2. Азримян А.Н. Большой экономический словарь. Институт новой экономики, 2019 г. 598с.
3. Безруких П.С. Бухгалтерский учет. М.: Бухгалтерский учет, 2016 г. 624с.
4. Быкадоров В.Л., Алексеев П.Д. Финансово-экономическое состояние предприятия. Практическое пособие. - М.: Издательство "ПРИОР", 2017 г. 483с.
5. Друри К. Введение в управленческий и производственный учет. / Под ред. Табалиной С.А. - М.: Аудит, ЮНИТИ, 2018 г. 315с.
6. Карпова Т.П. Управленческий учет. - М.: ЮНИТИ, 2015 г. 584с.
7. Черника Д.Г. Налоги. М.: Финансы и статистика, 2015 г. 158с.
8. Румянцева З.П., Саломатин Н.А. и др. Менеджмент организации. - М.: ИНФРА-М, 2018 г. 487с.
9. Справочник финансиста предприятия. - М.: ИНФРА-М, 2018 г. 543с.
10. Стоянова Е.С. Финансовый менеджмент. Российская практика. - М.: Перспектива, 2015 г. 412с.
11. Пиндайк Р., Рубинфельд Д. Микроэкономика. - М.: Экономика, Дело, 2017 г. 602с.

12. Шеремет А.Д. Теория экономического анализа. М.: Прогресс, 2018 г. 582с.
13. Чижова, Е. Н. Универсальные слагаемые эффективной деятельности фирмы: учеб. пособие /Е.Н. Чижова, И. П. Медведев. – Белгород: Изд-во БГТУ, 2018. 178 с.
14. Щетинина, Е. Д. Управление конкурентоспособностью предприятия: учебное пособие / Е. Д. Щетинина, Н. В. Дубино – Белгород: Изд-во БГТУ им В. Г. Шухова, 2016. 202 с.

ГЭП-АНАЛИЗ КАК ОСНОВНОЙ ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ АКТИВАМИ И ПАССИВАМИ БАНКА

Савчук С.С., магистрант

Белгородский государственный технологический университет им В.Г. Шухова

Аннотация. Гэп-анализ является одним из важных инструментов экономического анализа, который помогает банкам анализировать свою деятельность и вовремя выявить отклонения. В статье полностью раскрывается сущность Гэп-анализа и его работа на примере коммерческого банка.

Ключевые слова: банковская ликвидность, гэп-анализ, чистый разрыв ликвидности, дефицит ликвидности.

Источником управления активами и пассивами, принято считать ресурсную базу банковской организации ее инвестиционные средства и риски, связанные с ними.

Наличие существующей системы управления активами и пассивами в банке, является актуальной частью как в периоды упадка банка, так и в его финансовый рост [2].

Процесс управления активами и пассивами в банке, это процесс систематического сравнения и регулирования признаков равновесия кредитной организации, которая способна укрепить доход и минимизировать свои риски.

Постоянная потребность в составлении и успешном функционировании системы управления активами и пассивами банка, приводит к рациональному управлению ликвидности и возможными рисками банковского сегмента, которые в свою очередь соединяются в слаженную иерархию банковской системы, и ее валютных и информационных потоков.

Сегодня анализ и своевременная оценки рисков ликвидности, является основной задачей, которая помогает обеспечивать и гарантировать финансовую безопасность банковской сферы. Благодаря данному анализу есть возможность всегда вовремя определять реальные тенденции, которые могут указывать на изменение активов и пассивов банка.

На данный момент в российской практике существует достаточно популярный метод анализа ликвидности банка, а также его активов и пассивов, данный метод называется ГЭП-анализом.

ГЭП-анализ находит свое применение в банковских структурах и

может реализовываться посредством оценок разрывов ликвидности, что помогает упростить процесс оценивания ликвидной позиции банковской организации между ее активами и обязательствами. Данным методом является очень простым в расчетах и достаточно прозрачным в применении.

Другими словами, ГЭП-анализ является разностью между двумя суммами, между суммой длинных и коротких позиций финансовых направлений. Так же ГЭП-анализ могут рассчитывать в относительной величине. Как правило, это отношение сумм активов к сумме пассивов или обязательств, которые рассчитываются в каждом временном интервале в нарастающем итоге. [1].

Величина ГЭП-а бывает и положительной, и отрицательной. Данный показатель дает возможность проводить анализы с изменением чистого процентного дохода банка в результате колебания нестабильных процентных ставок. Это влияние рассчитывают, как производное абсолютной величины ГЭП-а на прогнозируемое изменение процентных ставок. Чем больше будет показатель величины ГЭП-а, тем в больше вероятности того, что банк будет подвержен риску потерь от изменений процентный ставок.

Если положительный результат ГЭП-анализа, это говорит о превышении обязательств, которые крайне чувствительны к изменению процентной ставки. В подобной ситуации чистый процентный доход увеличивается при повышении процентной ставки и уменьшается при снижении процентной ставки. Если отрицательный ГЭП-анализ, то чистый процентный доход увеличивается в случае падения процентной ставки и уменьшаться при увеличении процентной ставки [4].

Так же ГЭП-анализ может рассчитывать и величину совокупного ГЭП-а в рамках одного года.

Большинство банковских деятелей считают, что б успешно управлять активами и пассивами банка, необходимо минимизировать риски и максимизацию прибыли. В таком случае всегда возникает необходимость адекватной оценки ожидаемых финансовых результатов.

В случае не совсем удачно выбранной стратегии в управлении ликвидности банка его активами и пассивами, может наступить банкротство банковской организации. В любом случае такая ситуация негативно влияет и на клиентов и всех участников, кто взаимодействует с банком и на банковскую систему в целом [6].

Методы по управлению активами и пассивами лучше всего рассмотреть с помощью ГЭП-анализа.

При управлении ГЭП-анализом необходимо:

- необходимо поддерживать диверсифицированный портфель активов;
- необходимо разработать специальные стратегии по операциям с активами и пассивами и их вариантами действий при определенных условиях.

ГЭП-анализ включает следующие этапы:

1. Как правило рассматривают те активы и пассивы, которые чувствительны к изменению процентных ставок.

2. Обязательно нужно разделять выбранные активы и пассивы по срокам.

3. Каждый промежуток времени рассчитывает суммы активов и пассивов до 1 года по нарастающему итогу.

4. Каждый временной промежуток имеет рассчитанный ГЭП как разницу между активами и пассивами.

5. Коэффициент разрыва рассчитывается как разница между суммой активов с нарастающим итогом на сумму пассивов с нарастающим итогом для каждого временного отрезка. [3].

Как именно работает ГЭП-анализ можно посмотреть на примере АО «Россельхозбанк» за 2019 год.

Таблица 1 - Основные результаты ГЭП-анализа

Финансовые инструменты (в тыс. руб)	До 1 месяца	От 1 до 6 месяцев	От 6 до 12 месяцев	Более 1 года	С неопределенным сроком
Средства в кредитных организациях	111256698	1179652	1736407	5201521	1026442
Ссудная и приравненная к ней задолженность	14773487	350013703	102040329	33023298	920106532
Инвестиционные ценные бумаги для продажи	17694154	25631038	384698	30942440	11073271
Инвестиционные ценные бумаги, удерживаемые до погашения	19077274	23063734	20563882	7109921	6355665
Итого активов	162801219	399888129	124725254	76277192	938561851

Продолжение таблицы 1					
Итого активов с нарастающим итогом	562689609	524613360	201002334	X	X
Обязательства	До 1 месяца	От 1 до 6 месяцев	От 6 до 12 месяцев	Более 1 года	С неопределенным сроком
Средства кредитных организаций	141178398	47614921	17302465	17236945	X
Средства клиентов	291946532	207043676	88757697	316691029	X
Выпущенные долговые обязательства	4214083	33774434	30224698	129051921	X
Прочие заемные средства	3089086	689272	829193	1242329	X
Итого обязательств	468155990	289122232	137113887	464222239	X
Итого обязательств с нарастающим итогом	757278224	426236183	601336193	X	X
Г"ЭП	-194587528	98487321	-400333898	-387942091	938561241
Коэффициент разрыва	0,76	1,26	0,91	X	X

Исходя из поданной информации можно заметить разрыв в разные сроки между активами и пассивами. Данная ситуация говорит о том, что есть риск несбалансированной ликвидности. Так, по трем видам сроков погашения, а именно: «до 1 месяца», «от 6 до 12 месяцев» и «более 1 года», объем обязательств значительно превышает объем требований, то есть, заметен дефицит ликвидности. Данный вид разрыва плохо влияет на деятельность банка так как, при неблагоприятной ситуации банку будет тяжело найти денежные средства для урегулирования ситуации. Данная ситуация указывает на то, что появляется риск изменения срочности требований и обязательств в случае, если клиенты банка захотят срочно снять денежные средства на вкладах и депозитах. В промежутке «от 1 до 6 месяцев» и «с неопределенным сроком» у АО «Россельхозбанк» заметен избыток ликвидности. Это может привести к возможной потере дохода из-за наличия свободных активов, которые никак не задействованы [4].

Суммарный размер ликвидного разрыва указывает на то, что размер ликвидных денежных средств более чем достаточный. Это говорит о том, что банк находится в стабильном положении и может нести минимальные риски, но и одновременно банк недополучает возможный доход от активов. Отталкиваясь от мирового опыта, если коэффициент разрыва больше 0,9, но меньше 1,1, то процентный риск не так сильно воздействует на устойчивость коммерческого банка [5].

Управление активами и пассивами в АО «Россельхозбанк» выполняется благодаря сбалансированному подходу, так как сейчас наблюдаются нестабильные рыночные условия в банковском бизнесе. Банк разрабатывает разные стратегии для улучшения и развития базы пассивов. Так же банк занимается постоянным развитием активных операции, среди которых появляются и новые для развития бизнеса [2].

Таким образом, качественный подход к управлению активами и пассивами дают возможность банку оптимизировать доходы и стоимость предоставляемых услуг и повысить свою конкурентоспособность среди конкурентов в банковском бизнесе.

Список литературы:

1. Волков, А.А. Управление рисками в коммерческом банке: Практическое руководство / А.А. Волков. - М.: Омега-Л, 2013. - 156 с.
2. Годовые отчеты о деятельности ОАО «Россельхозбанка» за 2019 год.
3. Лаврушин О.И., Банковские риски : учебное пособие. / О.И. Лаврушин, Н.И. Валенцева. - М.: КНОРУС, 2017. - 232 с. ISBN 5-85971-602-8.
4. Масленченков Ю.С., Финансовый менеджмент в коммерческом банке./ Ю.С. Масленченков. - М.: Перспектива, 1996.-160 с. ISBN 5-88045-012-0.
5. Молчанова В.А. Качество активов как показатель надежности банка / В. А. Молчанова // Белгородский экономический вестник. - 2018. - № 4. - С. 81-85.
6. Чикина Е. Д. Анализ и оценка кредитного риска коммерческого банка с применением методов ЭММ и программ Mathcad и Excel / Е. Д. Чикина, Е. Ю. Янченко // Вестник БГТУ им. В. Г. Шухова. - 2017. - № 12. - С. 251-261.

ПЕРСПЕКТИВЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТОРФА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

**Самосюк Н. А., канд. экон. наук, доц.,
Царик О. Г.**

Белорусский национальный технический университет

Аннотация. Республика Беларусь не располагает достаточным количеством собственных топливно-энергетических ресурсов (ТЭР), поэтому все более актуальной становится проблема их сбережения. В данной статье рассмотрена специфика торфяной промышленности и перспективы повышения эффективности использования торфа в качестве топлива, а также возможности его экспортирования в другие страны.

Ключевые слова: эффективность, торф, торфяная промышленность, топливно-энергетические ресурсы, энергетика, ресурсосбережение.

Для повышения энергетической безопасности Республики Беларусь необходимо обеспечить максимальное использование местных органических топлив и альтернативных источников энергии. В настоящее время в Республике Беларусь существует 83 месторождения нефти, 60 из которых разрабатывается. Республика обеспечена собственными энергетическими ресурсами на 15-17% от необходимого количества. Таким образом, доля возобновляемых источников энергии составляет до 80 % в структуре собственных ТЭР [1].

Импорт топлива в стране происходит из одного источника и мировые цены на него постоянно и стремительно растут. Поэтому проблема обеспечения страны ТЭР стоит особенно остро. Выходом из этой ситуации может быть замена импортных газа и нефти местными видами топлива. Одним из наиболее эффективных источников такого топлива является фрезерный торф, который добывается на многих действующих торфопредприятиях страны. В данный момент планируется увеличение его применения с использованием более передовых технологий сжигания.

Ранее фрезерный торф широко использовался на тепловых электрических станциях. Сейчас же он применяется на Светлогорской ГРЭС, Бобруйской ТЭЦ, Жодинской ТЭЦ, БелГРЭС и других. Но для того, чтобы сжигать фрезерный торф в котлах на электрических станциях требуются определенные требования (рисунок 1) [2].

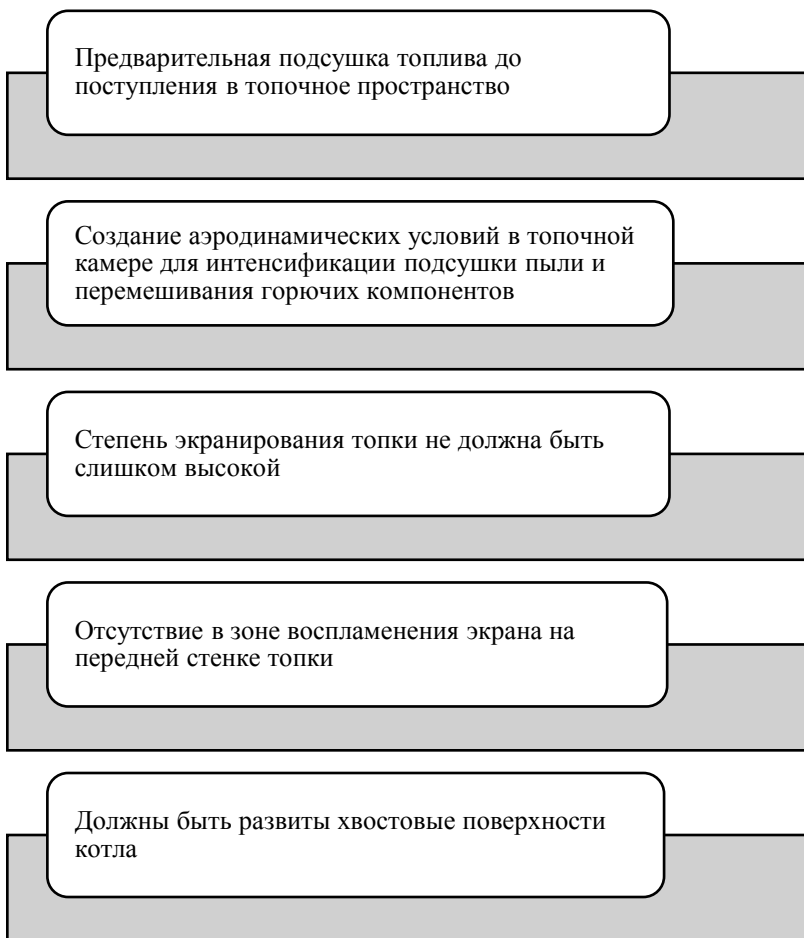


Рисунок 1 – Требования к котельным агрегатам

Торф является одним из наиболее важных видов горючих полезных ископаемых. Он широко используется населением, проживающим в сельской местности и малых городах, организациями по производству строительных материалов, котельными системами ЖКХ, а также является топливом в энергетике. В Республике Беларусь на настоящий момент разведано 122 месторождения торфа (рисунок 2).

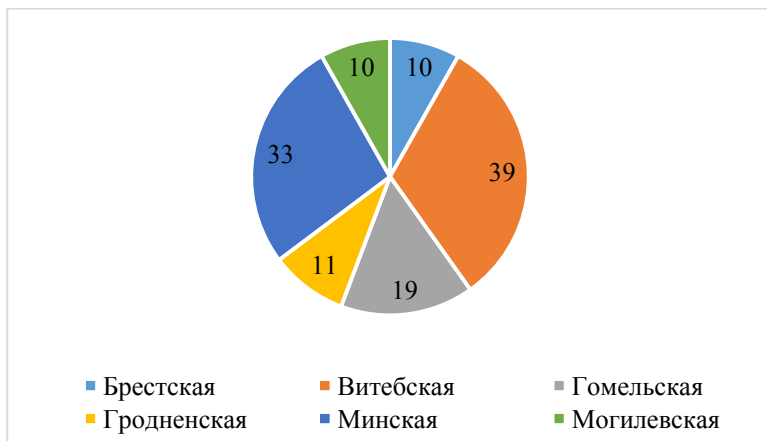


Рисунок 2 – Месторождения торфа по областям

Анализируя рисунок 2, можно отметить, что наибольшее количество месторождений и запасов торфа находится в Витебской, Гомельской и Минской областях, поэтому именно в них имеются перспективы для сооружения новых торфопредприятий. Суммарный запас торфа в республике составляет 1326,8 млн т, пригодных для добычи без организации брикетных производств с геологическими запасами в пределах 4-8 млн. т (рисунок 3).

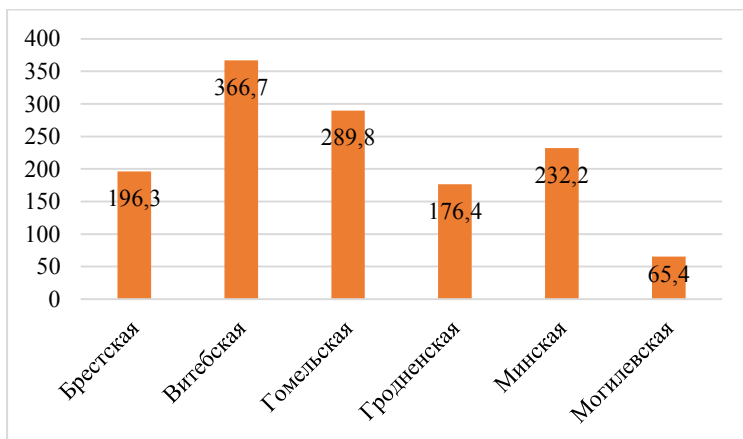


Рисунок 3 – Запасы торфа в Республике Беларусь, млн. т

На рисунке два видно, что наибольшие запасы торфа сосредоточены в Витебской и Гомельской областях соответственно 366,7 и 289,8 млн. т. Наименьшими запасами обладает Могилевская область (65,4 млн. т.)

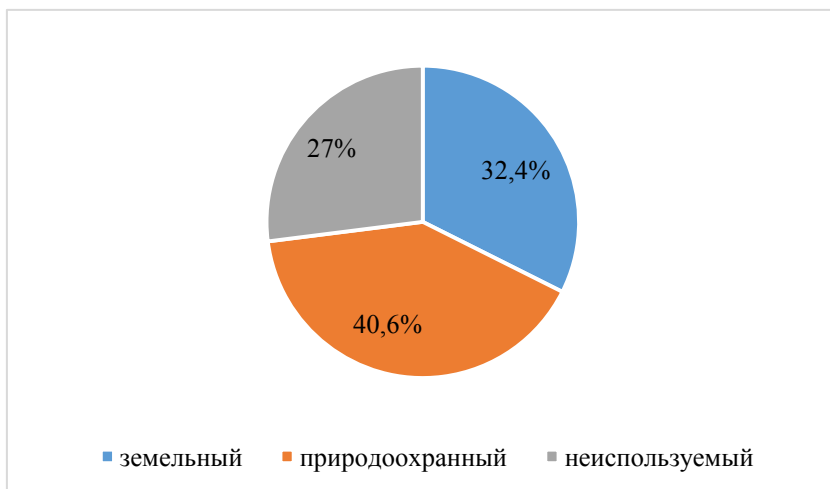


Рисунок 4 – Структура торфяного фонда, %

На рисунке 4 изображена структура торфяного фонда, из которого видно, что 40,6% торфа находится в природоохранном фонде, 32,4% – в земельном и 27% – в неиспользуемом. Основным производителем и экспортером торфяной продукции в республике является государственное производственное объединение «Белтопгаз». Оно занимается добычей торфа и созданием брикетов. Данное объединение участвует в обеспечении торфом и брикетами различных потребителей. Объем торфяного экспорта в республике за 11 месяцев 2019 года составил 234,2 тыс. тонн, значительная часть — 189,7 тыс. тонн или более 80 процентов приходится на экспорт организаций ГПО «Белтопгаз». Было добыто 2,4 млн. тонн торфа, и произведено 1,1 млн. тонн торфяной продукции, которая реализовывалась на внутреннем рынке и на экспорт. Беларусь не только экспортирует, но и импортирует торф. Торфяной импорт за 11 месяцев 2019 года составил 28,7 тыс. тонн. Речь идет о закупках определенного вида продукции на основе торфа, используемой как сырье под определенную технологию

производства, а также об ассортиментном разнообразии торфяной продукции на внутреннем потребительском рынке [3].

Отметим, что в последние годы ведется работа для увеличения доли торфяной продукции в сегменте готовых питательных грунтов для розничных потребителей на внутреннем рынке, о чем свидетельствует рост объемов поставок данного вида продукции на внутренний рынок организациями торфяной – промышленности ГПО «Белтопгаз» в 2019 году в 1,8 раза, по сравнению с 2017 годом. В республике накоплен большой положительный опыт использования фрезерного торфа на тепловых электростанциях, который будет способствовать решению проблемы замещения импортируемых источников топлива местными видами топлива.

Список литературы:

1. Государственная программа «Торф» [Электронный ресурс] // Министерство энергетики Республики Беларусь. URL: http://minenergo.gov.by/wp-content/uploads/Programma_TORF.pdf (дата обращения 21.09.2020).
2. Жихар Г.И., Шелепова Я.И. Опыт сжигания фрезерного топлива на тепловых электростанциях. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/opyt-szhiganiya-frezernogo-torfa-na-teplovyyh-elektrostantsiyah> (дата обращения: 21.09.2020).
3. Лиштван И. Рациональное использование твердых горючих ископаемых Беларуси. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ratsionalnoe-ispolzovanie-tverdyh-goryuchih-iskopaemyh-belarusi> (дата обращения: 23.09.2020).

РАЗВИТИЕ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ

Селиверстов Ю.И., д-р экон. наук, проф.,

Блинова А.А., магистрант

*Белгородский государственный технологический
университет им. В.Г. Шухова*

Аннотация. Формирование цифровой экономики и широкое внедрение информационно-коммуникационных технологий создает, с одной стороны, серьезные проблемы для российских компаний, но, с другой стороны открывает перед ними новые перспективы повышения своей конкурентоспособности. В статье рассмотрены возможности формирования конкурентных преимуществ предприятия в условиях цифровой трансформации.

Ключевые слова: конкурентоспособность, конкурентные преимущества, информационно-коммуникационные технологии, цифровая экономика

В настоящее время мы являемся свидетелями повсеместного внедрения информационно-коммуникационных технологий (ИКТ). Этот процесс затрагивает все сферы жизнедеятельности, но в первую очередь в ее экономической и производственной части. Сам этап развития общества характеризует себя как переход к социально-экономической системе, которую называют «цифровой экономикой». Цифровая экономика внедряется во все аспекты общественной жизни, меняя не только производство, а также сам образ жизни человека. Запросы потребителей меняются все чаще. Массовый серийный товар пока еще имеет место быть, но медленно теряет свою привлекательность. Данная ситуация является поводом для создания конкурентной стратегии, которая не только должна удовлетворить потребности покупателя, но и иметь экономически эффективную основу [7].

Отмечено, что широкое внедрение ИКТ имеет ряд положительных последствий для экономики, а именно:

1. Рост производительности труда и повышение эффективности использования ресурсов.
2. Повышение уровня инновационного развития компаний.
3. Снижение издержек производства.
4. Создание новых рабочих мест. [10]

Анализ развития ситуации закономерно ставит вопрос, как данный процесс влияет на конкурентоспособность, и благодаря чему предприятие способно быть конкурентоспособным в цифровой экономике?

Повышение уровня конкурентоспособности предприятий, а также оптимизация их функционирования в условиях ужесточения конкуренции является актуальной проблемой современной экономики. Любая компания в течении всего жизненного цикла поставлена перед необходимостью решения важнейшей для нее стратегической проблемы – сохранения и наращивания своей конкурентоспособности. Именно это является единственным критерием ее эффективности.

Многие эксперты определяют конкурентоспособность как возможность опережать соперника в достижении поставленных экономических целей за счет конкурентных преимуществ. Деятельность по формированию перспективных целей предприятия и эффективному их достижению на основе удержания конкурентных преимуществ и адекватного реагирования на изменения внешней среды представляет собой процесс управления конкурентоспособностью [9, с.113]. Конкурентоспособность является одним из определяющих факторов успеха на конкурентном рынке. На сегодняшний день лояльность потребителя сложнее завоевать, так как цена и качество товара или услуги уходят на второй план. Предприятию необходимо предложить новое свойство продукции, которое в большей степени удовлетворит потребность покупателя [1].

Исследование процессов повышения конкурентоспособности хозяйствующих субъектов уже несколько лет ведется учеными кафедры экономики и организации производства Белгородского государственного технологического университета им. В.Г. Шухова [2, 5, 6]. Установлено, что важнейшей предпосылкой экономического выживания предприятия является создание системы управления его конкурентоспособностью, то есть способностью хозяйствующего субъекта удовлетворять потребности рынка на основе более эффективного использования ограниченных экономических ресурсов в сравнении с конкурентами [2, с. 5]

Важной составляющей достижения эффективности деятельности предприятия и поддержания его конкурентоспособности на необходимом уровне является использование ИКТ. Поэтому, одной из основных задач любого предприятия является создание и поддержание информационной системы, которая будет обеспечивать быстрое поступление и обработку достоверных данных [5].

Таким образом российские компании встают перед необходимостью ускоренной цифровой трансформации. Цифровое преобразование представляет собой не только внедрение новых технологий и продуктов, но и переосмысление бизнес-модели, перестройку бизнес-процессов и управление организационными изменениями. Развитие ИКТ приводит к ужесточению конкуренции, создавая угрозы для лидеров. Так, например, с внедрением ИКТ в малом и среднем бизнесе наблюдаются низкие природные издержки. Это приводит к сокращению сроков в достижении масштабов производства. Доступ в интернет через цифровые платформы позволяет анализировать, обобщать и собирать данные о потребителях.

В то же время, развитие коммуникационных инфраструктур открывает рынок для множества новых бизнес-процессов, среди которых, в частности, могут быть облачные вычисления (то есть централизованное предоставление ИТ-инфраструктур и программного обеспечения конечным пользователям по сети), которые считаются одним из наиболее перспективных приложений. Они привлекают бизнес потенциальной гибкостью, скоростью, мобильностью и эффективностью. Облачные сервисы заменяют инвестиции и обеспечивают плавную масштабируемость и оплату при использовании контрактов, что может привести к снижению затрат на персонал. [8, с. 53]

Следует отметить появление во многих компаниях умных производственных систем, включая умное оборудование, умные продукты, умные фабрики. Умная составляющая производственного процесса меняет подходы к исследованию производства, накопления, использования, взаимодействия в системе производственных фондов. Практически меняется подход к управлению такими производственными системами, минимизируются затраты человеческого капитала [3, с. 16].

Применение ИКТ меняет модель деятельности предпринимателя и повышает эффективность затрат. Все активнее в ведущих отраслях применяются методы анализа данных, для принятия рациональных управленческих решений, а интернет позволяет перейти на новый уровень в качестве эксплуатации оборудования, а также повышения производительности труда.

Предприятия в секторе информационной экономики, которые, как правило, более активно используют ИКТ, занимают лидирующие позиции во всех видах инновационной деятельности, особенно в сфере НИОКР. Инновационные предприятия чаще других используют

инновационные методы, способствующие творчеству на рабочем месте: формирование междисциплинарных и межфункциональных команд, предоставление работникам финансовых или иных стимулов для разработки новых идей и поощрение мобильности рабочих мест в организации. [8, с. 55]

Можно констатировать, что рыночные позиции переходят от физических владельцев активов к цифровым платформам и потребителям, состоящим из площадок, на которых потребители и поставщики находят друг друга. Это дает возможность поставщикам, подключившимся к платформам повысить коэффициент использования активов. Благодаря цифровизации экономики растет специализация предпринимательских структур. Данная тенденция наблюдается в отраслях, где производители разрабатывают предложения индивидуально для локальных рынков. [4, с. 224]

Одним из наиболее точных индикаторов развития цифровой экономики в различных странах мира на сегодняшний день является Global Connectivity Index (GCI), который исследует и оценивает китайская коммуникационная компания Huawei Technologies Co.Ltd. Исследование проводится в 50-ти странах мира, и 40 индикаторов используются для оценки двух наборов параметров: параметров производительности и технологических параметров, обеспечивающих переход в цифровую экономику.

Десятка стран-лидеров по индексу GCI представлена на таблице 1.

Таблица 1 - Рейтинг стран мира по показателю GCI за 2019 г. [11]

Место	Название страны	Индекс GCI
1	Соединенные Штаты	85
2	Швейцария	83
3	Швеция	81
4	Сингапур	81
5	Дания	78
6	Япония	75
7	Финляндия	75
8	Норвегия	75
9	Великобритания	74
10	Нидерланды	74
41	Россия	49

Как видно из приведенных данных, по показателю GCI, Россия занимает лишь 41 место среди 50-ти стран. Низкий рейтинг РФ в отношении Global Connectivity Index обусловлен следующими проблемами:

- а) низкое по уровню использование информационных технологий в образовании по сравнению с промышленно развитыми странами;
- б) недостаток инфраструктуры для предоставления оригинальных отечественных информационных продуктов на мировой рынок;
- в) недоверие к текущим цифровым возможностям и их влияние на эффективность, производительность и потенциал роста в большинстве отраслей, что приводит к более низкому использованию по сравнению с развитым миром.

Следовательно, в ближайшие годы необходимы колоссальные инвестиции в будущую конкурентоспособность отечественной экономики и предпринимательских структур. Распространение ИКТ естественными темпами ожидаемого результата не дает и усугубит отставание России. В этой связи, необходимо проводить работу на опережение. Необходимо быстро внедрять технологические достижения передовых компаний и сотрудничать с исследовательскими организациями.

Очевидно, что для решения этих проблем на государственном уровне должны быть созданы благоприятные условия для обучения и развития студентов и молодых специалистов в области науки, технологий и инноваций с использованием современных форм организации образовательной, научной и исследовательской деятельности. Кроме того, государственные органы должны способствовать созданию системы международного научно-технического сотрудничества для экспорта отечественных разработок на мировой рынок. Также возможно стимулировать частные компании использовать цифровые и инновационные технологии в своей деятельности с помощью налоговых льгот, нормативных актов и других мер. Ожидается, что эти меры будут способствовать более быстрому формированию цифровой экономики в России.

Таким образом, изучив влияние ИКТ на экономические процессы, становится очевидным, что каждое предприятие имеет возможность быть конкурентоспособными на рынке только в случае, если они будут пользоваться современными цифровыми технологиями. Проведение анализа интересующего рынка; создание инновационной стратегии, которая позволит минимизировать издержки производства; изучение потребностей покупателя - только опираясь на эти данные, предприятие

сможет создать тот продукт, который будет привлекателен для широкого потребителя и существенно усилит его конкурентные позиции.

Список литературы:

1. Баринов, А.В. Развитие организации в конкурентной борьбе // Менеджмент в России и за рубежом, 2018. - № 6. - С. 3-13.
2. Вопросы повышения конкурентоспособности хозяйствующих систем: монография / под общ. ред. д-ра экон. наук, проф. Ю.И. Селиверстова. – Белгород: Изд-во БГТУ, 2016. – 179 с. – с. 5
3. Ивлева Е.С., Дмитриенко К.В. Цифровые технологии экономического роста // В сб. «Трансформация бизнеса и общественных институтов в условиях цифровой экономики». – СПб.: Изд-во СПбУТУиЭ, 2019. – 452 с.
4. Круглов Д.В. Влияние цифровизации на конкурентные преимущества предпринимательских структур // В сб. «Трансформация бизнеса и общественных институтов в условиях цифровой экономики». – СПб.: Изд-во СПбУТУиЭ, 2019. – 452 с.
5. Никитина Е.А. Информационное обеспечение системы управления конкурентоспособностью предприятия в условиях цифровой экономики: монография / Е.А. Никитина, Ю.И. Селиверстов, Е.И. Назаренко, И.В. Щетинина. - Белгород: Изд-во БГТУ, 2019. – 83 с.
6. Никитина Е.А. Формирование механизма повышения конкурентоспособности промышленного предприятия: монография / Е.А. Никитина, И.В. Щетинина, Ю.И. Селиверстов. - Белгород: Изд-во БГТУ, 2017. – 131 с.
7. Старикова, М. С. Конкурентоспособность экономических систем: проблемы, закономерности, перспективы: монография / Старикова М. С., Денисова Е. Д., Пономарев И. Н., Новоятлев М. А. // Изд-во БГТУ, 2018. - 72 с.
8. Филимонова Е.Г. Развитие цифровой экономики // В сб. «Трансформация бизнеса и общественных институтов в условиях цифровой экономики». – СПб.: Изд-во СПбУТУиЭ, 2019. – 452 с.
9. Черемисина А.А. Конкурентоспособность предприятий малого и среднего бизнеса // В сб. «Перспективные направления развития малого и среднего бизнеса в цифровой экономике России» / под ред. Е.В. Ялунер, М.И. Лубочкиной. – СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2018. – 142 с.
10. Юдина, Т.Н. Осмысление цифровой экономики // Теоретическая экономика, 2019. - №3. - С. 12-16
11. Обеспечение интеллектуального взаимодействия с глобальным сотрудничеством [Электронный ресурс] Систем. требования: <https://www.huawei.com/minisite/gci/en/> (дата обращения 21.09.2020)

МОДЕЛИ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ РФ

**Селиверстов Ю.И., д-р экон. наук, проф.,
Люлюченко М.В., ассистент**
*Белгородский государственный технологический
университет им. В.Г. Шухова*

Аннотация. В рамках функционирования российской экономики стратегической задачей выступает перевод существующей модели экономики на инновационный путь. Рассмотрены актуальные вопросы инновационного развития региональных экономических систем. Проанализированы модели инновационного развития экономики и ее субъектов. Предложены рекомендации развития региона на основе механизма эффективной интеграции инноваций в стратегию функционирования экономической системы.

Ключевые слова: инновации, инновационное развитие, региональная инновационная система, экономика инноваций, модель инновационного развития, региональная экономика.

Современные условия функционирования экономических систем, характеризуются повышением внимания к вопросам инновационного развития. Большинство экспертов и ученых связывают устойчивость экономической системы с успешностью процесса интеграции в нее принципов инновационного развития, что выступает стратегическим приоритетом государственной политики РФ. Зарубежный опыт объективно отражает необходимость в инновационном развитии экономики и ее структурных элементов.

Рассмотрим состояние и динамику ключевых показателей инновационной деятельности РФ за 2015-2019 гг. (табл. 1), что позволит выявить основные тенденции и проблемы инновационной сферы и ее развития.

Исходя из анализа данных табл. 1 объективно наблюдается:

1) низкая доля инновационной продукции в общей их совокупности (не более 10%, у развитых стран этот показатель превышает 20-25%), что свидетельствует о низкой результативности инновационной деятельности. В динамике доля инновационной продукции снижается, что при учете обесценивания национальной валюты и инфляции выступает достаточно негативным фактом;

2) при росте затрат на инновационную деятельность, доля инновационной продукции в общей совокупности снижается, на этом фоне снижаются удельный вес затрат на технологические инновации,

что может выступать негативной тенденцией, которая приведет к потере эффективности инновационной деятельности.

Таблица 1 - Основные показатели инновационной деятельности РФ [4]

	2015	2016	2017	2018	2019
Отгружено товаров собственного производства, выполнено работ и услуг собственными силами, млрд рублей	45 525	51 316	57 611	68 982	92 254
в том числе инновационные товары, работы, услуги, млрд рублей	3 843.4	4 364.3	4 167	4 516.3	4 863.4
Удельный вес инновационных товаров, работ, услуг в общем объеме отгруженных товаров, выполненных работ, услуг, %	8,4	8,5	7,2	6,5	5,3
Затраты на инновационную деятельность, млрд рублей	1 200.4	1 284.6	1 404.9	1 472.8	1 954.1
Удельный вес затрат на технологические инновации в общем объеме отгруженных товаров, выполненных работ, услуг, %	2,6	2,5	2,4	2,1	2,1

Решение выявленных проблем находится в зависимости не только национальной экономической системы, но региональных ее компонентов (регионов). Эффективное инновационное развитие в сложившихся условиях выступает необходимым условием поддержания высокого уровня конкурентоспособности региона. Развитие инновационной деятельности в рамках региональных систем представляется перспективной точкой роста, что обосновывается низким вкладом регионов в инноватику (табл.2.).

Таблица 2 - Разработанные и используемые производственные технологии в РФ и ее субъектах [4]

	2015	2016	2017	2018	2019
Разработанные передовые производственные технологии					
г. Москва	259	206	164	145	233
Белгородская область	33	51	37	58	43
Республика Татарстан	58	64	57	43	54
Воронежская область	25	26	26	25	19
Используемые передовые производственные технологии					
г. Москва	18838	18800	20649	14554	11649
Белгородская область	1970	2335	2408	2444	2536
Республика Татарстан	6675	7355	7648	7694	8304
Воронежская область	2160	2275	2538	2678	2795

Объективно наблюдается преобладание и сконцентрированность инновационной деятельности в отдельных крупных развитых субъектах

РФ (г. Москва, Московская область, г. Санкт-Петербург, Свердловская область и т.д.), при этом другие субъекты значительно уступают по разработанным и используемым передовым производственным технологиям.

В этом отношении особое значения для интенсификации инновационной деятельности регионов следует уделить модели инновационного развития.

Зачастую путаются понятия модели инновационного развития и «инновационной системы». Понятие модели инновационного развития шире понятия региональной инновационной системы, так как оно охватывает общий вектор развития региона на основе инновационной деятельности, а также все сферы, связанные с инновационным развитием региона.

В соответствии с различными теориями, под моделью инновационного развития региона следует понимать совокупность компонентов образующих инновационную систему и механизмов, которые обеспечивают достижения целей и выполнение задач в соответствии с вектором инновационного развития государства и мира [1].

Рассмотрим генезис моделей инновационного развития для определения ключевых направлений совершенствования региональных экономических систем РФ. Обратимся к теоретическим изысканиям Р. Росвелла (R. Rothwell), согласно которым выделяют 5 поколений моделей инновационного развития регионов [5].

1. К первому поколению относятся линейные модели («подталкиваемые технологиями»). Данные модели характерны для развитых стран середины XX в. Они предполагают последовательную смену стадий инновационного процесса (от фундаментальных исследований до коммерциализации инноваций), который реализуется в рамках закрытой системы и основывался на НИОКР.

Зачастую отдельные примеры вариаций данных моделей прослеживаются в разных субъектах экономики РФ, что значительно снижает эффективность инновационной деятельности (пример, оборонно-промышленный комплекс).

2. Модели второго поколения отличались введением в инновационных процесс элемента «спрос», что позволило ускорять процесс коммерциализации и повысить эффективность инновационной деятельности. Данные модели называются «подтягиваемые спросом», характерны для второй половины XX в. (60-70 гг.) [5]. Инновации стали

результатом не только НИОКР, но и рыночных запросов (процесса удовлетворения спроса).

Таким образом, данные модели приобретали определенную открытость для рынка.

3. Модели третьего поколения имеют название «интерактивные», которые собой представляют симбиоз моделей первого и второго поколения. Причиной их появления называют усиление конкурентной борьбы и сокращение жизненного цикла продукции. В данном случае инновационный процесс инициировался в форме осознания рыночной возможности создания инновационного продукта, развитие инновации и ее производство, распространение. Данного типа модели предполагают два вида взаимодействия – внутреннее (между отделами и подразделениями предприятия) и внешнее (между предприятием и субъектами внешней среды: клиенты, конкуренты, партнеры и т.д.). При этом инновация развивалась внутри закрытой системы, лишь редко обращаясь к внешней среде [6].

4. Следующим типом моделей инновационного развития стали «интегрированные» модели (80 гг. XX в.), которые появились с активным развитием японских предприятий, отличающихся высоким уровнем производительности труда. Ключевым элементом данных моделей являлась интеграция производства и исследований, а также тесное сотрудничество с внешней средой (покупатели и поставщики). Внутренние элементы предприятия активно интегрировались в инновационный процесс, что сокращало период коммерциализации разработок (от разработки до распространения инновации).

5. В конце XX века начали формироваться «сетевые» модели инновационного развития, в них акцент переносился на от внутренней среды к активному внешнему взаимодействию и обмену знаниями. Участниками инновационного процесса становятся помимо предприятия, университеты, государство, общество и т.д. Ключевым элементом и драйвером инновационного развития становится обмен информацией на основе использования современных информационных технологий.

На основе моделей пятого поколения были сформированы современные виды моделей инновационного развития:

- модель тройной спирали;
- модель открытых инноваций.

Данные модели называют современным проявление интерактивных моделей. Однако они совмещают в себе интерактивные и сетевые модели.

Модель «тройной спирали» разработанная Г. Ицковицем предполагает формирование в экономической системе условий для активного взаимодействия 3-х ключевых участников инновационного процесса: науки, бизнеса и государства. Это позволяет учесть широкий круг интересов и активизировать инновационных процесс [2].

Модель открытых инноваций была описана Г. Чесборо, она предполагает, что компания, не имеющая возможностей реализации инновационных идей, будет ими делиться с внешней средой в форме партнерств, взаимодействия, продажи и благотворительности [8].

Отметим, что в «чистом» виде невозможно встретить модель инновационного развития региона, так как в разных сферах, а иногда, и предприятиях рациональным является применение различных моделей, так в оборонно-промышленном комплексе – линейные модели, в области ИТ-технологий – это модели открыты инноваций и тройной спирали.

Таким образом, на основании проведенного обзора моделей инновационного развития для региона ключевые драйверы развития:

- активное взаимодействие участников инновационного процесса (внутренние и внешние участники);
- наука, которая развивается не только государством, но и бизнес-структурами;
- анализ и мониторинг внешней среды (национальный и мировой уровни);
- непрерывный процесс обмена знаниями и развития [6].

Важным выступает формирование индивидуальных систем моделей инновационного развития, которые будут применять наиболее оптимальные типы развития в зависимости от ряда факторов, что исключит проблемы шаблонных моделей.

Список литературы:

1. Seliverstov Y.I., Lyulyuchenko M.V. Innovative Ecosystem: a Model of Innovative Development of the Russian Regions/ International Journal of Psychosocial Rehabilitation V. 24 Issue 3. P: 3213-3225 (2020) DOI: 10.37200/IJPR/V24I3/PR2020347
2. Ицковиц Г. Модель тройной спирали. Инновации. 2011. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/model-troynoy-spirali> (дата обращения: 13.09.2020).
3. Люлюченко М.В. Возможности инновационного развития регионов / Ю.И. Селивёрстов, М.В. Люлюченко, Белгородский экономический вестник. 2019. № 3 (95)

4. Наука и инновации. Государственная служба статистики [Электронный ресурс]. URL: <https://www.gks.ru/folder/14477> (дата обращения: 12.09.2020).
5. Николаева Л.И., Кириллова О. В. Модели инновационного развития регионов. Известия ВУЗов. Поволжский регион. Общественные науки. 2015. №2 (34). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/modeli-innovatsionnogo-razvitiya-regionov> (дата обращения: 12.09.2020).
6. Селиверстов Ю.И. Научно-техническое развитие в России: региональный аспект / А.Д. Шматко, Ю.И. Селиверстов. Вестник БГТУ им. В.Г. Шухова. 2017. № 12. С. 267-274
7. Селиверстов Ю.И., Люлюченко М.В. Модель формирования инновационной экосистемы региона. Вестник Алтайской академии экономики и права. 2019. № 10 (часть 1), С. 101-106; [Электронный ресурс] URL: <http://vaael.ru/ru/article/view?id=751> (дата обращения: 07.09.2020).
8. Чесборо, Г. Открытые инновации. М. : Поколение, 2007. 336 с.

РЕГИОНАЛЬНЫЕ ПРОГРАММЫ КАК ИНСТРУМЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ РЫНКА ДОСТУПНОГО ЖИЛЬЯ И РОСТА ОБЪЕМОВ ЖИЛИЩНОГО СТРОИТЕЛЬСТВА

**Селиверстов Ю.И., д-р экон. наук, проф.,
Шевченко М.А.**

*Белгородский государственный технологический
университет им. В.Г. Шухова*

Аннотация. В статье рассматривается сложившаяся в России ситуация на рынке жилищного строительства и ипотечного кредитования. В графическом виде приведены фактические и плановые значения последних. Изучены федеральные и региональные программы по повышению доступности жилья, а также проведен их аналитический анализ и сделаны выводы.

Ключевые слова: жилищное строительство, жилищные проекты и программы, ипотечное кредитование

В последние годы рынок жилья в России претерпевает значительные изменения как на организационном, так и на технологическом, и на финансовом уровнях: вносятся изменения в нормативно-правовые акты, регламентирующие взаимоотношения строительных организаций и граждан; внедряются более эффективные отвечающие современным требованиям подходы в проектировании и строительстве; применяются новые финансово-экономические инструменты, расширяется спектр банковских продуктов. Все это обусловлено необходимостью решения проблемы доступности и качества жилья, как неотъемлемого симбиоза. Это подтверждается утвержденной в 2017 году федеральной программой «Обеспечение доступным и комфортным жильем и коммунальными услугами граждан Российской Федерации», в числе основных целей которой обозначено повышение доступности жилья в разрезе среднего годового дохода граждан.

В числе приоритетных задач государственной программы обозначено снижение и стабилизация процентной ставки по ипотечным кредитам до уровня 7,9% (рис. 1), а также увеличение строительства и ввода жилья до 120 млн. кв. м. в год (рис. 2). Следует отметить, что решение данных задач позволит не только простимулировать спрос на квартиры и дома, но и улучшить качество жизни населения в целом, что должно положительно отразиться на решении демографической и миграционной проблем.

В условиях пандемии подверглась значительному падению ключевая ставка ЦБ РФ, в результате чего кредитные деньги банков «подешевели», и, как следствие, процентная ставка по ипотечным кредитам снизилась до 7,5% годовых. Однако, сложившаяся финансово-экономическая ситуация связана с мировой эпидемией и не является стабильной и благоприятной, что влечет за собой значительное изменение тренда в сторону роста ставок после нормализации эпидемиологической обстановки.

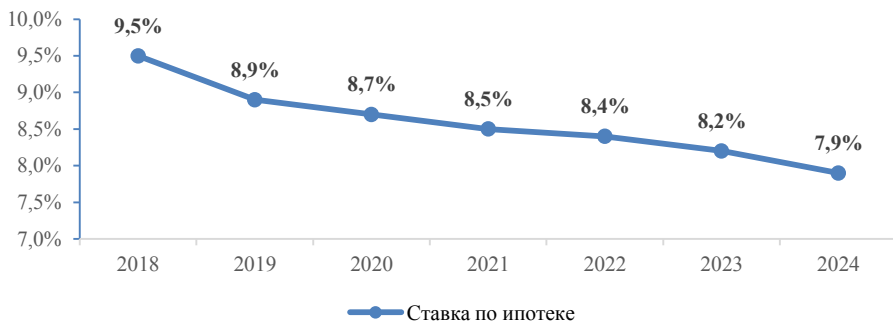


Рисунок 1. Планируемая динамика средней ставки процента по ипотечным кредитам согласно федеральному проекту «Ипотека»



Рисунок 2. Ввод жилья, фактически сложившийся с 2010 года и прогнозируемый в рамках федерального проекта «Жилье»

Объем строительства и ввода жилья во многом зависит от стимулирования и поддержки компаний-застройщиков и граждан со стороны федеральных и региональных властей. В числе возможных методов, в частности, можно рассматривать:

а) эффективное использование земельного фонда в целях обеспечения жилищного строительства при условии сохранения зеленой среды;

б) снижение административной нагрузки на застройщиков;

в) применение областных проектов и программ, направленных на повышение доступности и качества жилья.

По итогам 2018 года в рамках мероприятия по стимулированию программ развития жилищного строительства субъектов РФ за счет поддержки проектов жилищного строительства в 33 субъектах обеспечен дополнительный ввод 7,7 млн. кв. метров жилья. Общий годовой объем ввода жилья составил 75,3 млн. кв. метров, что, однако, на 12,7 млн. ниже планового уровня. Снижение данного показателя к плану и к значению за предыдущий период связано с низким количеством новых проектов и достаточно длительной адаптацией застройщиков к новым условиям.

В то же время, все направления и задачи федеральной программы находят отклик в субъектах РФ. В качестве основных инструментов достижения заявленной цели наиболее популярными и используемыми, по-прежнему, остаются:

- жилищные субсидии (единовременные выплаты гражданам/семьям на улучшение жилищных условий);

- ипотечное субсидирование (выделение средств единоразово или частичная компенсация в течение определенного периода времени части начисленных процентов по ипотечному кредиту и/или суммы основного долга);

- льготная ипотека (предоставление займов выделенным социальным группам граждан на льготных условиях);

- социальная аренда (предоставление арендного жилья определенным категориям граждан по сниженной, относительно средней рыночной величины, цене).

Так, например, в Кировской области реализован механизм социальной ипотеки: субсидирование 40% оставшегося долга по ипотечному кредиту (но не более 200 000 руб.) молодым семьям в возрасте до 30 лет, имеющим не менее 1 ребенка. При этом в числе обязательных условий необходимость приобретения не менее 2/3

жилого помещения за счет средств ипотечного кредита, а также общая площадь помещения не менее 9 кв. метров на одного члена семьи.

В Свердловской области была запущена программа «Молодая семья», позволяющая купить жилое помещение или оплатить строительство ИЖС, или внести паевой платеж в ЖСК или ЖНК, или внести первоначальный взнос или погашение части тела долга по ипотеке [2]. При этом принять участие в данной программе могут супруги (либо один родитель неполной семьи), возраст которых не достиг 35 лет, имеющие статус нуждающихся в улучшении жилищных условий и постоянное место регистрации на территории г. Екатеринбурга.

Что касается Белгородской области, то вопрос повышения доступности жилья здесь является актуальным и занимает одно из ключевых мест в региональной политике, начиная с 2002 года. Подтверждением этого является принятый Белгородской областной Думой закон № 45 от 13 сентября 2002 года «О развитии системы ипотечного жилищного кредитования в Белгородской области». Создание благоприятной и доступной системы ипотечного жилищного кредитования стало основной целью данного нормативно-правового акта. В качестве инструментов достижения заявленной цели выступили жилищные субсидии (разовые и процентные) и временное предоставление жилых помещений с возможностью последующего выкупа.

Позже в 2011 году в регионе стартовала программа «Молодая семья». За период с 2010 по 2014 годы осуществления программы, условиям, которые должны выполнить молодые семьи для получения субсидий удалось реализовать более чем 800 претендентам. Во всех случаях региональному бюджету им удалось помочь в приобретении собственного жилья [3]. Площадь жилых помещений, приобретаемая с применением субсидиарной помощи, рассчитывалась следующим образом: для семьи из двух человек - 42 квадратных метра; для семьи, состоящей из 3х и более человек - 18 квадратных метров на каждого человека.

Помимо этого, в 2017 году был запущен региональный проект «Новая жизнь», также направленный на предоставление доступного жилья на льготных условиях. Отличительной чертой проекта стали условия предоставления жилья эконом-класса: 30% от стоимости льготной квартиры участники вносили единовременно, после чего на период строительства были освобождены от каких-либо платежей, и уже после получения готового к проживанию жилья погашали



1. Соответствие гражданина основным критериям участия.
2. Сбор необходимых документов для участия в проекте.
3. Подача документов в электронном виде.
4. Заключение договора о паевом взносе, выбор планировки квартиры.
5. Регистрация участника проекта, как члена жилищного накопительного кооператива (участник-пайщик).
6. Оплата первоначального взноса (30% от стоимости предполагаемого жилья).
7. Бронирование квартиры.
8. В период строительства (до ввода домов в эксплуатацию) паевые взносы участником-пайщиком не вносятся.
9. Ввод домов в эксплуатацию. Заселение участников.
10. Внесение остатка стоимости (70%) ежемесячными платежами в течение 5 лет.

оставшиеся 70% стоимости в течение 5 лет под 2,5% годовых (рис. 3).

Рисунок 3 - Схема реализации проекта «Новая жизнь».

В 2020 году в Белгородской области стартовала программа субсидирования процентной ставки по сельской ипотеке. «Они станут участниками долевого строительства по программе льготной ипотеки, о которой объявил президент. Это кредиты под 6,5 %. А мы ещё 3 % снимаем с этой ставки на первые пять лет выплат. В итоге семья

получает ипотечный кредит на 3,5 %», - заявил экс-губернатор области Евгений Савченко. Сниженная процентная ставка станет доступна работникам бюджетной сферы: врачам, учителям, работникам сферы культуры, полицейским, сотрудникам коммунального хозяйства, МЧС, налоговой инспекции и другим [1].

Безусловно, юридические и финансовые инструменты и методы реализации региональных проектов и программ имеют отличительные особенности, но основные принципы, на которых они выстраиваются остаются неизменными и снижают экономическую эффективность использования бюджетных средств – субсидий. В этой связи внедрение новых подходов к реализации государственной программы в области строительства жилых зданий и индивидуальных жилых домов остается актуальным и необходимым как на федеральном уровне, так и в регионах России.

На сегодняшний день одним из возможных вариантов повышения доступности и качества жилищного сектора представляется внедрение дополнительных лиц-участников как на региональном уровне в формате местных программ, так и на федеральной арене, в числе которых: кооперативы – жилищные накопительные и/или строительные и кредитные потребительские; инвесторы – концессионеры; финансово-кредитные организации.

Таким образом, существующее разнообразие региональных проектов и программ за минувшие годы несколько улучшило условия улучшения жилищных условий населения и повысило объем вводимого жилья, но проблема общедоступности и качества по-прежнему остается открытой и требует модернизации имеющихся методов и подходов и внедрения новых инструментов.

Список литературы:

1. Белгородские власти снизят льготную ипотечную ставку ещё на 3% // Портал «Все об ипотеке». 2020. [Электронный ресурс] URL: https://vse-obipoteke.ru/news/belgorodskie_vlasti_snizjat_lgotnuju_ipotechnuju_stavku_ewе_na_3_59281/ (дата обращения: 21.09.2020).
2. Молодая семья // Информационно-справочный портал «Ипотека в РФ». [Электронный ресурс] URL: <https://ipotekahouse.ru/socialnaya-ipoteka/dlya-molodoj-semi/> (дата обращения: 21.09.2020).
3. Программа Молодая семья в городе Белгород и Белгородской области // Сайт о программе. 2020. [Электронный ресурс] URL: <http://molodaja-semja.ru/regiony/v-gorode-belgorod-i-belgorodskoy-oblasti/> (дата обращения: 21.09.2020).

ПОДБОР ПЕРСОНАЛА ЧЕРЕЗ СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ: HR-МАРКЕТИНГ

Семина А.П., ассистент

*Московский авиационный институт
(национальный исследовательский университет)*

Аннотация. В эпоху цифровизации и социальных медиа, специалисты HR столкнулись с тем, что устаревшие способы привлечения кандидатов больше не работают, необходимо изучать новые каналы продвижения – социальные сети. Необходимость изучения кандидатов в социальных сетях «открывает» нам новое направление в управлении персоналом – это HR-маркетинг. В статье рассматривается характеристика разных социальных сетей, таких как Вконтакте, Одноклассники.ру, Instagram, Facebook, Твиттер, Telegram, Youtube, Nabr. Приводятся рекомендации рекрутеру по выбору канала трансляции информации о своей компании. Рассматривается количество пользователей социальных сетей в России, а также дана половозрастная характеристика Вконтакте, показана статистика среднего количества минут посещения различных социальных сетей через мобильное устройство и через персональный компьютер. В завершении статьи отмечается важность социального рекрутинга для бизнеса компании и ее сотрудников.

Ключевые слова: социальный рекрутинг, HR-маркетинг, ManHR, амбассадор бренда, HR-бренд, «теория поколений», микролёрнинг, активный/пассивный рекрутмент, целевая аудитория, digital-стратегия.

Термин «ManHR» появился относительно недавно, и обозначает специалиста HR, который активно использует маркетинговые инструменты в своей работе. Функционал данного специалиста обширен. Он включает в себя:

- 1) Формирование лояльности сотрудников компании.
- 2) Развитие социальных сетей.
- 3) Разработка коммуникационных стратегий, а также отработка негативных отзывов.
- 4) Работа с вузами.
- 5) Развитие HR-бренда и бренда компании, поиск амбассадоров бренда, репутационный менеджмент.
- 6) Поиск и анализ конкурентов и проч.

Далее рассмотрим основные каналы, которые использует данный специалист в подборе персонала:

- 1) Карьерный сайт компании.
- 2) Сайты по трудоустройству (headhunter, superjob и др.).

- 3) Рассылки по базам контактов.
- 4) Мероприятия (ярмарки вакансий, дни университетов, с которым сотрудничает компания, дни открытых дверей и проч.).
- 5) Амбассадоры бренда (лояльные сотрудники компании, которые участвуют в мероприятиях компании и готовы оставить положительный отзыв о деятельности компании).

- 6) Социальные сети.

Социальные медиа в настоящее время – это эффективный инструмент подбора сотрудников в компанию. Социальный рекрутинг помогает HR-маркетологу наиболее быстрым и простым способом находить кандидатов и общаться с ними, чтобы закрывать конкретные позиции (активный рекрутмент); привлекать кандидатов и работать над лояльностью к HR-бренду и узнаваемостью (пассивный рекрутмент); работать над внутренним брендом работодателя (повышать вовлеченность команды).

Аналитики рынка и само HR-сообщество убеждено, что к 2020 году маркетинг в соцсетях станет наиболее востребованным навыком работы с персоналом (CareerARC). 99% компаний отмечают, что бренд работодателя сказывается на выручке компании (CareerARC).

Для того, чтобы рекрутер смог быстро подобрать персонал в свою компанию, необходимо сначала определить свою целевую аудиторию. Целевая аудитория – это люди, которые заинтересованы в вакансиях вашей компании сегодня или в другой момент времени [1].

Целевая аудитория нужна для того, чтобы:

- 1) эффективно нанимать сотрудников, тратить меньше времени, сил, энергии, экономить деньги компании.
- 2) Для конкурирования на рынке труда, необходимо мыслить как маркетологи, находить контакт с теми, кто еще возможно даже не задумывается о смене работы.
- 3) Когда решение о смене работы будет принято, вы станете первой компанией, чьи вакансии кандидат рассмотрит.

Digital-стратегия (план достижения цели с использованием цифровых технологий) в социальном рекрутинге содержит 5 ключевых вопросов: зачем (цель), кто (кого подбираем), где искать, как это делать, что транслировать. Рекрутеру необходимо подробно описать того кандидата, которого он хочет привлечь на работу в компанию: место проживания, место учебы, интересы, мотивация и проч. В таблице 1 представлены основные пункты, по которым необходимо давать характеристику кандидату [2].

Таблица 1 - Характеристика целевой аудитории компании

География	Психографика	Социальная демография	Отношение к вашему бренду
Страна	Мотивация (признание, стабильность, семья, развитие)	Пол	Почему работать пойдем к вам?
Год	Локус контроля (на себя или внешний)	Возраст	Какие недостатки?
	Реакция на инновации	Работа (опыт работы, профессия)	
	Жизненная позиция (активная или реактивная)	Образование (вуз, направление, годы окончания)	
	Интересы (чем увлекается, соц сети, что читает и проч.)	Семейное положение, дети	

Характеристику целевой аудитории необходимо давать для того, чтобы лучше понимать своего кандидата и потенциального сотрудника, а также подбирать верные методы при подборе персонала и при выборе каналов привлечения. Например, ОВІ выделили 3 сегмента целевой аудитории: молодежь, специалисты с опытом и пожилые люди. Компания сформировала каждому ценностное предложение и выбрала разные каналы для работы с сотрудниками, которые подходят именно им. Например, вакансии на оператора колл-центра в банк Тинькофф. Компания выделила 2 целевые аудитории, которым данная вакансия была бы наиболее интересна с учетом сложности работы в колл-центре: молодые мамы и специалисты, которые работают на фрилансе (в рекламе звучит «для свободных и независимых»). Преимущество данной вакансии свободный графики [3].

Виды целевой аудитории так же включают в себя основную и косвенную аудитории. Основная аудитория – аудитория, которая заинтересована в вакансии данной компании сейчас. Косвенная аудитория – это аудитория, которая может порекомендовать открывшуюся вакансию знакомым, друзьям, коллегам.

Зная свою целевую аудиторию, рекрутер сможет персонализировать контент, работать с пассивными кандидатами, а также повысить лояльность.

В привлечении MarHR использует следующие социальные сети: Вконтакте, Одноклассники.ру, Instagram, Facebook и даже Твиттер, Telegram, Youtube.

Рассмотрим количество пользователей за день и за месяц в самых популярных социальных сетях в 2020 году в России на рисунке 1 [4].

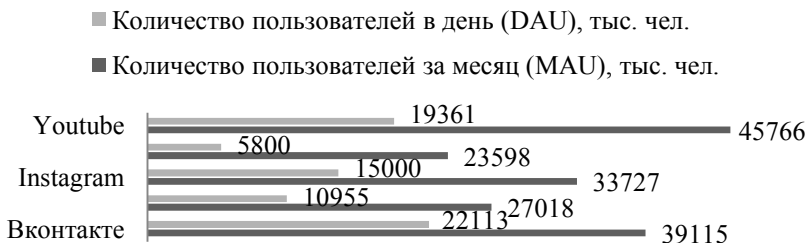


Рисунок 1 - Использование социальных сетей

Из рисунка 1 можно сделать вывод, что наиболее популярными социальными сетями в России по числу охватов среди всех социальных сетей, являются Youtube и Вконтакте. Количество уникальных пользователей Вконтакте за месяц достигает 39115 тыс. человек, а в Youtube 45766 тыс. человек (в Youtube больше на 6651 тыс. человек), при этом количество пользователей Вконтакте в день больше, чем в Youtube на 2752 тыс. человек. На третьем месте оказалась социальная сеть Instagram и на последнем Facebook.

Рассмотрим социальную сеть Вконтакте как один из наиболее привлекательных инструментов в социальном рекрутинге. На рисунке 2 показана половозрастная статистика пользователей социальной сети Вконтакте [4].

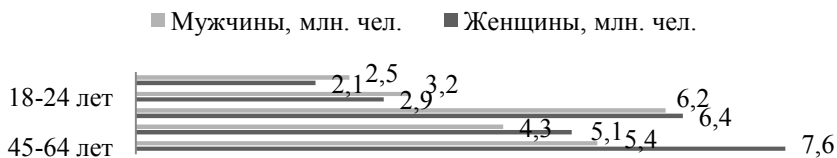


Рисунок 2 - Половозрастная характеристика пользователей социальной сети Вконтакте на мировом уровне

Из рисунка 2 можно сделать вывод, что Вконтакте наибольшую часть составляют женщины. Мужчины преобладают от 12 до 24 лет. Необходимо отметить, что данную социальную сеть «посещают» люди всех возрастов, т.е. Вконтакте – это одна из основных площадок, на которой можно искать кандидатов в свою компанию. На таблице 2 представлена информация по среднему количеству времени посещения пользователем различных социальных сетей [4].

Таблица 2 - Среднее количество минут посещения различных социальных сетей через мобильное устройство и через персональный компьютер

Социальная сеть	Увлеченность Вконтакте, в день	
	Через desktop (персональный компьютер)	Через mobile (мобильное устройство)
Youtube	49 минут	43 минуты
Вконтакте	20 минут	38 минут
Одноклассники.ru	25 минут	18 минут
Инстаграм	4 минуты	29 минут
Facebook	7 минут	9 минут

Из таблицы 2 можно сделать вывод, что социальные сети YouTube и Вконтакте – одни из наиболее посещаемых сетей с персонального компьютера и с мобильных устройств (занимают 1 и 2-ое место). Данная информация может помочь социальному рекрутеру при выборе канала трансляции рекламы вакансий компании. Однако, Вконтакте имеет некое преимущество перед Youtube в отношении соотношения пола и возраста аудитории, если говорить о привлечении поколения Z.

Различают 3 типа контента для пользователей: полезный (это все, что аудитория Вашей группы может использовать в процессе своей жизни и работы: книги, статьи, лайфхаки и проч.), развлекательный (забавные ролики, новости, картинки), «про меня» (самый «личный» тип контента, при прочтении данного контента человек должен понимать, что в своих проблемах он не одинок) [5]. Существуют различные рекомендации в части представления контента в вашей группе. Автор остановился на следующем «рекомендательном» разделении: 40% новости сферы, 25% информация о бренде, 20% новости компании, 10% анонсы мероприятий, 5% развлекательного контента. 43 % маркетологов говорят, что видео для B2C (а у рекрутера B2C-продукт) — самый эффективный инструмент вовлечения [6].

Социальный рекрутинг – это процесс использования социальных сетей в продвижении бренда своей компании для подбора персонала в организацию. Социальные медиа позволяют MarHR в более легкой форме разместить вакансию в интернете, а также получить быстрый отклик от потенциальных кандидатов. Участие компаний в социальных сетях повысило информативность (доступность вакансий для кандидатов) и популярность компаний среди конкурентов с помощью рекламных объявлений. Социальный рекрутинг требует стратегического планирования, так как на данный момент — это самый эффективный способ рекламы деятельности компании и ее вакансий. С помощью социального рекрутинга можно повысить интерес кандидатов к компании, получить возможность широкого выбора при подборе, а также увеличить лояльность сотрудников и их мотивацию к работе.

Список использованной литературы:

1. Онлайн и оффлайн-медиа: конкуренция за внимание и доверие разновозрастной аудитории. // ВЦИОМ URL: https://wciom.ru/fileadmin/file/reports_conferences/2013/2013-09-14-media.pdf (дата обращения: 22.04.2020).
2. The Deloitte Global Millennial Survey 2019 // Deloitte URL: <https://www2.deloitte.com/global/en/pages/about-deloitte/articles/millennialsurvey.html> (дата обращения: 25.09.2020).
3. Аудитория интернета в России. // Mediascope URL: <https://webindex.mediascope.net/> (дата обращения: 25.09.2020).
4. Тихонов А.И., Коновалова В.Г. Отношение российских работодателей к автоматизации в сфере управления персоналом: технологии искусственного интеллекта и подбор персонала // Управление персоналом и интеллектуальными ресурсами в России. - 2019. - №2. - С. 79-84.
5. Семина А.П. Цифровизация процессов управления персоналом: SMM в HR // Дискуссия. - 2020. - №1(98). - С. 62-68.
6. Тихонов А.И. Подбор персонала с использованием нетворкинга // Наука и бизнес: пути развития. - 2019. - №6(96). - С. 209-213.

ПРОБЛЕМЫ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ

Смирнова Т.С. ст. преподаватель
Московский авиационный институт
(национальный исследовательский университет)

Аннотация. В статье рассматривается влияние чрезвычайной ситуации на изменения корпоративной стратегии и, в частности, управление человеческими ресурсами в сторону использования цифрового способа работы. Делается вывод о том, что удаленные методы работы будут по-прежнему доминирующей формой работы во многих секторах в течение длительного времени, поэтому учреждениям придется вмешаться, чтобы внедрить вспомогательные инструменты, позволяющие каждому адаптироваться к этой трансформации с целью сокращения затрат.

Ключевые слова: управление изменениями, удаленная работа, компетенции, инвестиции в человеческий капитал, виртуальные рабочие места.

В первые месяцы 2020 года мы оказались в неожиданной и драматической ситуации. Новый вирус, возникший в Восточной Азии, повлиял на мировую порядок и прочно распространился на глобальном уровне. Помимо очевидных социально-гуманитарных последствий вирус также оказывает важное влияние на глобальную экономическую систему. Помимо неопределенности на финансовых рынках, влияние на бизнес также сказывается на гораздо более базовом уровне, а именно на уровне межличностных контактов на рабочем месте.

HR является истинным двигателем инноваций и цифровой трансформации. Новая невообразимая ситуация подтолкнула компании к преодолению духа сохранения (в том числе благодаря совершенствованию национальной интернет-инфраструктуры) и к экспериментированию с формами работы, которые часто являются для них новаторскими. Речь идет, в частности, о удаленной работе. Компании должны изменить бизнес-процессы и в то же время убедить людей начать работать из дома. Продолжающаяся чрезвычайная ситуация в области здравоохранения, вызванная пандемией COVID-19, быстро изменила и, вероятно, навсегда изменит жизненные и рабочие привычки людей. Она также изменила корпоративные стратегии и, в частности, управление персоналом людей в сторону использования цифрового способа работы.

Эти быстрые изменения привели к тому, что человеческие ресурсы стали настоящим двигателем инноваций и оцифровки. HR, по сути, был вынужден заново изобрести организационные процессы, чтобы позволить компаниям продолжить операционную деятельность; они не только изменили способ работы людей, но и глубоко изменили внутреннюю структуру, за короткое время смогли мобилизовать такие навыки, как лидерство и управление изменениями.

Первым выбором HR, также предложенным правительством, было быстрое внедрение удалённой работы, цифрового рабочего места, цифрового обучения.

Благодаря использованию этих инструментов организациям удалось обеспечить непрерывность деятельности. Многие сотрудники, несмотря на изменение рабочего пространства и ситуации, очень позитивно отреагировали на удалённую работу. Кроме того, сотрудники должны были развить новые компетенции: автономию, сотрудничество, совместное использование и расширение прав и возможностей, так как гибкий способ работы происходит, прежде всего, от организационной революции бизнеса, а затем от личных изменений сотрудника. За короткое время отделу кадров пришлось создать цифровые процессы, которые позволили компаниям продолжать работу и переместить сотрудников для независимого управления своей работой с соблюдением установленных сроков. Эта задача достаточно непростая, потому что она предполагает обязательные и быстрые культурные и организационные изменения, связанные с этими двумя факторами:

1. **Change management.** Под этим английским термином (переводимым как «управление изменениями») мы подразумеваем структурированный подход к изменениям в отдельных лицах, группах, организациях и обществах, который делает возможным или пилотным переходом от текущей структуры к будущей, желанный. Управление изменениями, как его обычно понимают, предоставляет инструменты и процессы для распознавания, понимания и управления человеческим воздействием на переход, например, из-за технических инноваций или изменений в оперативном управлении.

2. **Employee experience.** Он включает в себя все, что работник наблюдает и воспринимает на протяжении всего опыта работы в конкретной компании. На качество этого опыта влияют такие элементы, как рабочее пространство и гибкость в управлении временем и целями, взаимодействие с коллегами и руководителями, баланс между работой и личной жизнью (то есть идеальный баланс между работой и личной жизнью, который для каждого работника находится в разных точках),

предоставление технологических инструментов, чтобы сделать работу более эффективной и простой и, очевидно, вознаграждение и наличие льгот.

Поэтому мы движемся к тесному сотрудничеству между HR (драйвером) и сотрудником, то есть к видению, ориентированному на человека.

Пандемия неизбежно изменит организации, методы работы и отношения с людьми. Коронавирус показывает нам центральную роль человеческих ресурсов в тандеме с цифровой трансформацией. Ранее, как в этой ситуации, мы не видели, чтобы инвестиции в эту комбинацию позволили нам обеспечить непрерывность работы, используя цифровизацию как лекарство от вируса, а также в некоторых случаях позволяя повысить производительность труда сотрудников. Мы будем двигаться к модели, ориентированной на сотрудников. HR будет уделять особое внимание участию сотрудников во всех рабочих процессах, при этом используя сильные стороны каждого индивидуума. Таким образом будет достигнута большая производительность даже при удаленной работе. Инновационные KPI, в том числе: способность прогрессировать, то есть способность знать, как быстро развиваться, когда это необходимо, пересматривая пространство, время и энергию, экологическое лидерство, которое направлено на ускорение роста и эволюции людей, которые знают, как превратить критический момент в возможность для близости, то есть людей с хорошей дозой эмоционального интеллекта, сочувствия и оптимизма.

Кроме того, компании смогут продолжить удаленную работу, но только вместе с тимбилдингом. Конечно, массово вернуть людей на рабочее место будет невозможно, по этой причине удаленная рабочая деятельность еще долгое время будет решением многих проблем.

Для правильного функционирования процесса, удаленная работа обязательна должна подкрепляться командным взаимодействием, чтобы коммуникация между сотрудниками и различными подразделениями предприятия была не только эффективной, но и слаженной.

Особое место должно быть уделено организации обучения и переобучения персонала. Возвращение к традиционным методам обучения в нынешних условиях достаточно затруднительно, следовательно сейчас самое время сосредоточиться на инновациях и внедрение цифрового обучения. Поэтому отдел кадров должен продвигаться в этом направлении, чтобы создать учебные курсы, адаптированные к потребностям сотрудников. Необходимо будет переосмыслить весь процесс обучения, вкладывая средства во все более

инновационные методы, прежде всего в геймификацию и дополненную реальность (VR).

HR также должны будут изменить дизайн корпоративных пространств, чтобы разместить людей, сохраняя при этом безопасную дистанцию, требуемую законом. Например, необходимо будет структурировать посменную работу или создать виртуальные рабочие места (цифровые столы) для некоторых типов работ (например, продавцов).

Cushman & Wakefield, американская глобальная компания по оказанию услуг в сфере недвижимости, разработала рекомендации по успешному возвращению в офис. «The 6 feet office» так называется проект, означает «6 футов» (наши 2 метра), что является расстоянием, рекомендованным экспертами для предотвращения передачи вируса от человека к человеку. Он состоит из шести ключевых моментов:

- анализ текущей рабочей среды с целью ее улучшения для предотвращения распространения вируса;
- введение кодекса поведения, который должен соблюдать каждый для сохранения окружающей среды;
- создание уникальной дорожки для каждого офиса с системой визуальной сигнализации;
- определение ключевых фигур, которые могут проверить правильность выполнения всего процесса;
- получение сертификата безопасности: настоящий сертификат, определяющий безопасность рабочего места [4].

Перепроектировать бизнес-процессы и в то же время успокоить людей, помогая им перейти к новому способу работы, - непростая задача. Организациям неизбежно придется нести расходы, чтобы адаптироваться к этой вынужденной трансформации. Реалии, которые уже начали путь цифровой трансформации в прошлом, менее неподготовлены, но, к сожалению, многие еще не пошли по этому пути. Сейчас кажется довольно очевидным, что удаленные методы работы будут по-прежнему доминирующей формой работы во многих секторах в течение длительного времени, поэтому учреждениям придется вмешаться, чтобы внедрить вспомогательные инструменты, позволяющие каждому адаптироваться к этой трансформации с целью сокращения затрат.

Список литературы:

1. Михайлов А.А., Смирнова Т.С. Формирование человеческого капитала в управлении проектами государственно-частного

- партнерства (на примере аэрокосмической отрасли России) // Московский экономический журнал 2020. - №1 [Электронный ресурс]. URL:<https://qje.su/ekonomicheskaya-teoriya/moskovskij-ekonomicheskij-zhurnal-1-2020/> (дата обращения: 10.09.2020)
2. Смирнова Т.С. Камышников И.Н. Проблемы реализации целей устойчивого развития в России. // Электронный журнал «Московский экономический журнал». - 2019. - №8. [Электронный ресурс]. URL:<https://qje.su/otraslevaya-i-regionalnaya-ekonomika/moskovskij-ekonomicheskij-zhurnal-8-2019-61/> (дата обращения: 08.09.2020)
 3. Тихонов А.И., Михайлов А.А., Федотова М.А. Управление человеческими ресурсами: организационные и социально-экономические механизмы управления трудом работников предприятий аэрокосмической отрасли // Ставрополь, ЛОГОС. 2019.
 4. FEET OFFICE Сайт. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.cushmanwakefield.com/en/netherlands/six-feet-office> (дата обращения: 01.09.2020)

ФОРМИРОВАНИЕ СОЦИАЛЬНО- ТРУДОВЫХ ОТНОШЕНИЙ ПРИ НАЛИЧИИ РЕЗЕРВА ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ

Снегирев В.А., аспирант

Новосибирский государственный технический университет

Аннотация. В статье представлены результаты исследования, проводимые в рамках диссертационной работы аспиранта. Основная идея в анализе управленческого инструментария формирования социально–трудовых отношений под влиянием смены поколенческих групп. В работе представлены результаты опроса разных поколенческих групп на наличие трудового резерва и планируемого срока работы в компании.

Ключевые слова: теория поколений, инструменты адаптации, социально-трудовые отношения, трудовые резервы.

Актуальность изучения закрепляемости сотрудников в организации обусловлена проблемой инструментов подбора и адаптации персонала для разных поколенческих групп. Многообразие инструментов при кадровом обеспечении не всегда гарантирует долгосрочные социально-трудовые отношения «работодатель – наемный сотрудник». Исходя из результатов анкетирования разных возрастных групп на вопрос мотивации и наличие трудового резерва, представленного в таблице 1, можно увидеть, каков потенциал у разных поколенческих групп.

Таблица 1 - Наличие резерва, %

Имеется ли резерв роста производительности труда	Возрастные группы							
	До 16	16-24	25-30	31-35	36-40	41-45	46-50	50+
Нет, я работаю на максимальную мощность	35,1	23,6	29,2	25,7	35,2	42,9	37,7	49,2
Да, резерв имеется	64,9	76,4	70,8	74,3	64,8	57,1	62,3	50,8

Из результатов таблице видно, что среди респондентов все имеют резерв трудовых ресурсов, то есть либо работодатель не эффективно использует рабочее время персонала, либо сам сотрудник не вкладываются во всю силу, не имея для этого должной мотивации.

Интенсивная загруженность представлена в таблице у сотрудников, которые относятся к категории от 41-45 лет – 43 процента. Данная группа по всей видимости обладает всеми необходимыми компетенциями и опытом для выполнения необходимых задач, а самое

главное, у них есть на это достаточное количество энергии и самодисциплины. Руководство компании это понимают и используют в интересах своего бизнеса

Самый большой трудовой резерв у сотрудников возрастной группы от 16 до 24 лет – 76,4 процента. это может быть обусловлено низким опытом, и как следствие, недоверию работодателя к своему сотруднику, сомнению в его компетенциях и силах выполнить более сложную задачу. Не многие ценят энтузиазм и рвение проявить себя у поколения У, которым присуще данные качества. В крупных международных компаниях более сложно действовать в не рамок и вне своей должностной инструкции, не давая персоналу проявить свои способности вне поставленных задач, поскольку действия строго регламентированы. Некоторые сотрудники не могут проявить весь свой потенциал.

Часто сотрудник сам себе говорит, что для развития и дальнейшего роста ему подойдет занимаемая должность – «чуть- чуть поработаю и уйду». Автор в своей работе анализирует продолжительность работы в компании у разных возрастных групп. В таблице 2 представлены результаты анкетирования, проводимого в рамках диссертационной работы аспиранта.

Таблица 2 - Планируемая продолжительность работы, %

Срок	Возрастные группы							
	До 16	16-24	25-30	31-35	36-40	41-45	46-50	50+
Меньше года	32,4	13,4	1,5	2,7	0,0	0,0	1,9	5,1
От 1 до 5 лет	8,1	31,5	30,8	21,6	20,4	12,9	13,2	18,6
От 5 до 10 лет	0,0	1,6	6,2	4,1	5,6	0,0	7,5	3,4
Более 10 лет	5,4	12,6	27,7	51,4	64,8	64,3	54,7	61,0
Пока не найдется другая работа	5,4	0,8	6,2	5,4	0,0	2,9	3,8	1,7
Уже не работаю	37,8	19,7	3,1	0,0	0,0	0,0	0,0	5,1
Не знаю	10,8	20,5	24,6	14,9	9,3	20,0	18,9	5,1

В результате опроса, категория сотрудников до 16 лет показала интересный результат – 38 процентов опрошенных респондентов за очень короткий промежуток времени (менее полугода) сменили несколько видов деятельности. Поколения Z как их принято называть зачастую интересуются совершенно новыми видами трудовой занятости и не готовы к закреплению в компании без «интересных» проектных задач с быстрым результатом. Сотрудники, относящиеся к возрастной категории от 36 до 45 лет, показывают самый продолжительный период работы в компании, именно они составляют ядро организации, выполняя наибольший объем работы. Обладая необходимыми компетенция, знаниями и опытом, им по силе выполнить поставленные задачи, а значит и нет потребности в смене работодателя.

Подводя итог, можно утверждать, что инструменты мотивации в организации, применяемы к сотрудникам, должны быть скорректированы исходя из возрастных групп. Должным остается уделение внимания нагрузки и интенсивности рабочего времени сотрудника к выполнению поставленных задач. Для кого-то необходимы достижения быстрого результата с минимальным количеством потраченного времени, для кого-то рабочий день должен строиться равномерно, без режима многозадачности.

Список литературы:

1. Атлас новых профессий [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://atlas100.ru/upload/pdf_files/atlas.pdf (дата обращения: 12.04.19).
2. Базаров, Т.Ю. Управление персоналом: учебник для студ. учреждений сред. проф. образования /Т.Ю. Базаров. - 8-е изд., стер. - М.: Издательский центр «Академия», 2010. – 224 с.
3. Борисова А.А., Рязанцева И.В., Снегирев В.А. Теоретико-прикладные исследования по регулированию социально-трудовых отношений с использованием теории поколений // Экономика труда. – 2019. – Том 6. – № 2. – С. 677-688.
4. Борисова А.А. Конкурентоспособность и профильная занятость выпускников вузов: вопросы теории и методологии: монография. – Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2015. – 510 с.
5. Борисова А.А. Организация деятельности служб управления персоналом (российская практика). Монография: монография / А. А. Борисова. – Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2012. – 250 с.
6. Зайцева Н.А. Теория поколений: мы разные или одинаковые? // Российские регионы: взгляд в будущее. 2015. №2 (3). [Электронный ресурс]. - Режим доступа:<https://cyberleninka.ru/article/n/teoriya-pokoleniy-my-raznye-ili-odinakovye> (дата обращения: 20.02.2019).

7. Зайцев, Д.А., Збрицкая, И., Зайцева, Н.С. Россия в преддверии четвёртой промышленной революции / Д.А. Зайцев, И. Збрицкая, Н.С. Зайцева // Иннов: электронный научный журнал. – 2016. – №1 (26). – С. 1-6
8. Иванова И.А. Теория поколений: проблемы обучения и адаптации молодых специалистов в XX веке // Транспортное дело России. 2016. С. 103-105.
9. Самоукина Н.В. Теория поколений в российском менеджменте./ Самоукина Н.В. – М., RuScience, 2018. – 185 с.
10. Снегирев В.А. Кадровое обеспечение: инструменты стимулирования и воздействия на работников разных возрастных групп // Экономика труда. – 2020. – Том 7. – № 4. – С. 347-364.

РАЗВИТИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ПЕРИОД COVID-19 НА ПРИМЕРЕ РОССИЙСКОЙ АВТОМОБИЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

**Соклаков В.А., аспирант,
Глаголев С.Н., д-р экон. наук, проф.**
*Белгородский государственный технологический
университет им. В.Г. Шухова*

Аннотация. С момента изобретения двигателя внутреннего сгорания в автомобильной промышленности было сделано много невероятных инноваций. Производители создали новые стили кузова и элементы, были введены автоматические коробки передач и гидроусилитель рулевого управления, а такие функции безопасности, как подушки безопасности сделали пассажиров намного безопаснее. Есть веские основания полагать, что самые крупные инновации в автомобильной промышленности еще впереди.

Ключевые слова: инновации, автомобильная промышленность, производство, новые технологии, экономика.

Пандемия Covid-19 почти мгновенно и очень резко изменила приоритеты некоторых производителей, основателей стартапов, предпринимателей, исследователей и исполнителей-новаторов — к решению проблем, связанных с пандемией, и подготовке к ней в будущем. Можно сказать, время кризиса - время новых возможностей.

Пандемия коронавируса выявила многочисленные слабые места в том, как правительство, бизнес и граждане РФ готовятся к таким изменениям и реагируют на них. Но эти слабые места — это, во-первых, возможности для предпринимателей внедрять инновационные решения. На данный момент времени существует множество стартапов, разрабатывающих инструменты, которые помогут остановить распространение коронавируса. Это, например, моделирование распространения искусственного интеллекта, чат-боты для диагностики и отслеживание людей с уведомлением о близлежащей инфекции и т.п.

Данная ситуация в стране сказалась на все сферы жизни людей, исключением не стало и автомобилестроение. Автомобильная промышленность уже пострадала от беспрецедентных потрясений до появления коронавируса. Работая с автомобильными брендами в течение последних нескольких лет прослеживалась как общая мобильность, проектирование беспилотных автомобилей и электромобилей, которые потрясают индустрию. Поэтому понимание

того, как адаптироваться в трудные времена, не является новой задачей. Вот что изменилось: COVID-19 ускоряет тенденции в автомобильной промышленности, которые уже начались, но еще не получили широкого распространения. Они, вероятно, станут новой нормой, когда операции возобновятся в полной мере.

Автомобилестроительная промышленность – одна из ключевых сфер мировой экономики. Ежегодные ассигнования на исследовательские изыскания и инновации в автомобилестроении превышают сотни миллиардов долларов. Количество рабочих мест в отрасли – свыше 14 млн, а суммарные активы составляют более 2 трлн долларов.

Несмотря на столь впечатляющие показатели, отрасль непрерывно испытывает затруднения и вынуждена оптимизироваться. Постоянные изменения и дополнения, касающиеся охраны окружающей среды, требуют апгрейда существующих моделей еще на стадии проектирования. Современный автомобиль должен основываться на принципиально новых разработках, отвечающих всем требованиям технического прогресса. Непрерывное развитие технологий во всех сферах жизни и компьютеризация многих процессов ориентируют производителей на создание высокоинтеллектуальных машин [2].

Объединяет обе возрастные группы высокий интерес и открытость к современным технологиям в автосфере. Потребители готовы, открыты к внедрению таких инноваций, и спрос на них растет. Интерес к беспилотным автомобилям среди россиян выше, чем в остальном мире.

Согласно опросу Ipsos Global Advisor в России 51% опрошенных заявили, что хотели бы иметь автомобиль без водителя. В мировом масштабе она составляет 42%. Меньше всего желающих приобрести этот вид транспорта – жители Германии (24%). Согласно результатам того же опроса, только 15% россиян заявили, что не будут пользоваться автомобилем без водителя [1].

Представим актуальное состояние российского рынка автомобилей на рисунке 1 [3].

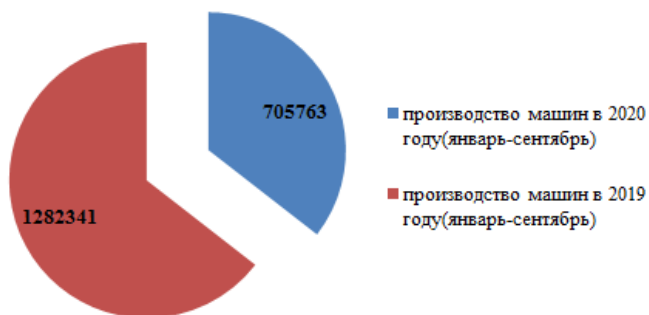


Рисунок 1 - Анализ производства автомобилей в РФ за 2019 и 2020 годы [3]

За анализируемый период видно, что данные за 2019 год значительно превышают значения за 2020 год. Для российского автомобильного рынка текущий год по глубине падения может оказаться сопоставимым с 2015 и 2009 годами, когда продажи новых легковых автомобилей в стране упали на 36% и 49% соответственно.

Основная причина падения показателей на данном рынке связана с тем, что из-за введенных из-за коронавируса ограничений значительная часть населения находится под угрозой увольнения или потери существенной части своих доходов.

Один из инновационных продуктов на автомобильном рынке – беспилотные автомобили. Считается, что появление данных машин поможет снизить количество аварий, большинство из которых происходят из-за человеческого фактора. Также такие транспортные средства будут способствовать повышению качества дорог в России – дорожникам придется переделывать разметку, дорожные знаки, бордюры, а также устанавливать электронные датчики, чтобы сделать дороги пригодными для беспилотных автомобилей.

Однако, несмотря на развитие событий в этом направлении, Россия вряд ли окажется в авангарде этого процесса. Хотя большинство россиян хотели бы иметь беспилотный автомобиль (Россия по-прежнему занимает 18-е место из 20 по принятию самоуправляемых автомобилей). Это может быть связано с низкой оценкой качества дорог, общим состоянием дорожной инфраструктуры, плохим покрытием сети 4G и низкой плотностью сети зарядных станций.

Современное автомобилестроение достигло небывалого уровня в мире. Новейшие разработки поражают смелостью фантазии и мастерством воплощения, кажутся фантастическими. В скором времени станет известно, какие инновации обогатят автомобилестроение будущего.

Список литературы:

1. Global Advisor | Ipsos [Электронный ресурс]. URL: <https://www.ipsos.com/ru-ru/global-advisor> (дата обращения: 20.09.2020)
2. Малыгина И.О., Салихова М.О. Инновации как фактор социально-экономического развития национальной экономики [Электронный ресурс] // Сб. докл. Междунар. молодежного форума «Образование. Наука. Производство». Белгород: Изд-во БГТУ им. В.Г. Шухова, 2019.
3. Производство новых авто в России за 2020 год [Электронный ресурс]. URL: <https://auto.vercity.ru/statistics/production/europe/2020/russia/> (дата обращения: 21.09.2020)

ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ В СИСТЕМЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

**Сомина И.В., д-р экон. наук, проф.,
Потапова М.Е.**

*Белгородский государственный технологический
университет им. В.Г. Шухова*

Аннотация. В работе обоснована роль экологической компоненты в обеспечении экономической безопасности. Представлены результаты анализа влияния экологических угроз на основные составляющие экономической безопасности предприятия: интеллектуально-кадровую, финансовую, политико-правовую, технико-технологическую.

Ключевые слова: экономическая безопасность, предприятие, экология, экологические угрозы, составляющие экономической безопасности.

Концепция экономической безопасности Российской Федерации определяет в качестве одного из важных условий обеспечения национальных интересов в области экономики переход к устойчивому развитию, обеспечивающему сбалансированное решение социально-экономических задач [6], в том числе проблем сохранения окружающей среды. Задача обеспечения экологической безопасности является основной как для каждой страны в отдельности, так и для мировой экономики в целом, поскольку экология может оказывать существенное влияние на большинство показателей здоровья населения [2, 3].

Самая обширная в мире база данных о городах и странах опубликовала статистику по уровню загрязненности внешней среды разных стран мира (Pollution Index for Country). Специалисты определили уровень, наносимый каждой страной окружающей среде на собственной территории, а также уровень загрязнения экологии в мире.

По данному исследованию Россия занимает 54 место в рейтинге [4], а по экологической чистоте - 52-е. Экологическая статистика России за 2019 год иллюстрирует недостаточную результативность предпринимаемых в данном направлении мер. За первое полугодие 2019 года выявлено 42 случая загрязнения атмосферного воздуха и три эпизода – аварийного. Помимо этого зафиксировано 1432 случая высокого загрязнения водных объектов. Кроме того, зарегистрировано 13 эпизодов аварийного загрязнения водных объектов и четыре – почв. Такие данные представлены в докладе ОЭСР «Green Growth Indicators 2019». Также Российская Федерация заняла второе место по выбросам в

атмосферу вредного для здоровья человека диоксида серы (SO₂) в 2019 году, уступив только Индии.

Статистика дает понять, что у граждан, живущих в Российской Федерации вблизи промышленных предприятий, число заболеваний в два раза больше, чем у жителей городов с более благоприятной экологической обстановкой. Соотношение указывает на наличие прямой зависимости между уровнем заболеваемости и близостью проживания людей к промышленным предприятиям [2].

В связи с этим, первостепенной задачей каждой крупной и средней промышленной компании должно стать сокращение уровня негативного воздействия на окружающую среду. Меры по минимизации такого влияния являются персональными для каждого хозяйствующего субъекта и обусловлены рядом факторов, таких как климат, географическое положение, масштабы деятельности и т.д. [3].

Как известно, все составляющие экономической безопасности промышленного предприятия взаимосвязаны и взаимообусловлены. В данной работе рассмотрим влияние экологических угроз на систему экономической безопасности предприятия.

Зависимость кадровой составляющей от экологических угроз прослеживается в части нанесения урона как здоровью, так и жизни работников предприятия. Экологические проблемы компании могут стать причиной высокой текучести кадров, а также сокращения производительности труда из-за роста утомляемости и уровня заболеваний сотрудников.

Влияние угроз экологической безопасности на финансовую составляющую экономической безопасности предприятия заключается в финансовых потерях от наложения штрафов за несоблюдение экологического и санитарно-эпидемиологического законодательства.

Кроме того, соблюдение экологических норм и санитарно-эпидемиологических требований к производимой продукции может значительно повысить конкурентоспособность организации на национальном и международном рынках, что будет способствовать росту прибыльности бизнеса.

Экологическая функциональная составляющая также оказывает непосредственное влияние на правовую составляющую. Это влияние заключается в угрозе потери имиджа предприятия вследствие высокого уровня судебных разбирательств в экологической сфере.

При рассмотрении влияния экологической составляющей на технико-технологическую составляющую экономической безопасности, выделим следующие основные угрозы [1]:

- потери из-за износа оборудования и иных видов основных средств, которые могут привести к существенным потерям металла и иных опасных веществ;

- потери от устаревания технологий производства, оказывающих влияние на энергозатратность производства, в том числе на очистку воды, воздуха и окружающей производство территории;

- потери из-за незапланированного экологического воздействия на состояние основных производственных фондов, вследствие чего происходит сокращение сроков службы производственного оборудования.

Наглядно направления влияния экологических угроз на систему экономической безопасности предприятия представлены на рисунке 1.



Рисунок 1 - Влияние экологических угроз на составляющие экономической безопасности предприятия [1]

Из вышесказанного можно сделать вывод, что экологические угрозы оказывают негативное воздействие на систему экономической безопасности предприятия. И каждое предприятие должно понимать, что одним из немаловажных условий для обеспечения его долгосрочного существования является сокращение воздействия факторов, отрицательно влияющих на окружающую среду.

Оценим уровень обеспечения экологической составляющей экономической безопасности конкретного предприятия – АО

«Старооскольский завод автотракторного электрооборудования им. А.М.Мамонова» (АО «СОАТЭ»).

В настоящее время уровень экологической безопасности АО «СОАТЭ» характеризуется ростом негативных воздействий факторов хозяйственной деятельности на объекты окружающей среды. Это происходит за счет увеличения производственных мощностей предприятия и роста выпуска продукции, что приводит к повышению количества потребляемых ресурсов и, следовательно, к увеличению вредных выбросов в природную среду.

По результатам государственного экологического надзора деятельности АО «СОАТЭ» в 2019 году выявлено рекордное количество выявленных нарушений экологического законодательства (рис. 2).

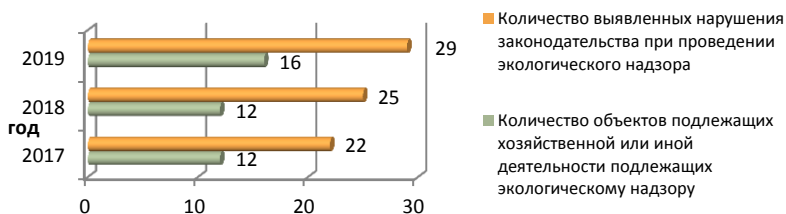


Рисунок 2 - Результаты экологического надзора АО «СОАТЭ»

Наиболее значимые нарушения, установленные при осуществлении регионального государственного экологического надзора, выявлены по следующим направлениям (рис.3): охрана атмосферного воздуха; использование и охрана водных объектов; обращение с отходами.



Рисунок 3 - Структура выявленных нарушений законодательства при проведении государственного экологического надзора АО "СОАТЭ"

Следствием роста количества нарушений является увеличение суммы выписанных штрафов на 300 тыс. руб., что отрицательно сказывается не только на финансовом положении организации, но и на её имидже.

За период 2017-2019 гг. АО «СОАТЭ» на реализацию мероприятий инвестиционного проекта «Обеспечение экологической безопасности» направлено около 8 млн. руб. Выделенные финансовые ресурсы были израсходованы на строительство и реконструкцию природоохранных объектов, приобретение природоохранного и лабораторного оборудования, экологическое обучение персонала и т.п. [5].

Следует подчеркнуть, что в сложившихся условиях каждый рубль, вложенный предприятием в защиту окружающей среды, приносит, в среднем, четыре рубля экономии на экологических платежах. Таким образом, инвестирование средств в природоохранные мероприятия является для АО «СОАТЭ» выгодным проектом не только с точки зрения соответствия государственным стандартам в области экологической безопасности, поддержания репутации экологоориентированного предприятия, но и с точки зрения экономической эффективности и влияния на общий уровень экономической безопасности.

Список литературы:

1. Бурков В.Н., Щепкин А.В. Экологическая безопасность: Учебник. М.: ИПУ РАН, 2015. 92 с.
2. Голицын А.Н. Промышленная экология и мониторинг загрязнения природной среды: Учебник. М.: Оникс, 2018. 336 с.
3. Катков Ю.Н., Галкин М.С., Махно А.А. Экологические аспекты в системе обеспечения экономической безопасности организации // Вестник Южно-Российского государственного технического университета. Серия: Социально-экономические науки. 2019. № 4. С. 99-106.
4. Официальный сайт информационного агентства ТАСС [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.tass.ru/>.
5. Официальный сайт АО «СОАТЭ им. А.М. Мамонова» [Электронный ресурс] - режим доступа: <http://www.soate.ru/>.
6. Фалько А.И., Сомина И.В. Экономическая безопасность предприятия в условиях цифровой экономики // Экономика. Общество. Человек. Вып. XXXVII. Типы научной рациональности в информационном обществе: методологические аспекты: материалы Всерос. научн.-практ. конф. Белгород: Изд-во БГТУ, 2019. Т. 2.С. 259-263.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ ПЛАНИРОВАНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ МОЩНОСТЕЙ

Стадникова С. В., канд. экон. наук, доц.
*Белгородский государственный технологический
университет им. В.Г. Шухова*

Аннотация. Производственная мощность служит для подтверждения реальной производственной программы предприятия. В процессе деятельности предприятий особую роль играют расчеты показателей производственной мощности предприятий как этапы планирования.

Ключевые слова: производственная мощность, износ оборудования, модернизация оборудования, экономические факторы, экстенсивные резервы.

Исходным пунктом планирования производственной программы предприятия является производственная мощность, которая отражает вероятные возможности объединений, предприятий, цехов по выпуску продукции. Кроме того главное место в выявлении и оценке резервов производства занимает определение величины производственной мощности. В процессе деятельности предприятий особую роль играют расчеты показателей производственной мощности предприятий как этапы планирования

Под производственной мощностью понимается максимально допустимый годовой объем производства продукции, который рассчитывается на основе полного использования всего установленного оборудования, полного использования времени его работы в течение года при применении технических норм производительности оборудования и современной организации производства и труда.

Производственная мощность служит для подтверждения реальной производственной программы предприятия и рассчитывается в натуральных и условно-натуральных единицах измерения [3].

Производственная мощность может измениться в течение каждого планируемого периода. Из чего можно сделать вывод, что чем дольше планируемый период, тем возможность таких изменений выше. К основными причинами изменений относятся:

- износ оборудования;
- ввод в действие новых мощностей;
- установка новых единиц оборудования, взамен устаревших или аварийных;

- изменения в структуре исходных материалов, состава сырья или полуфабрикатов;
- модернизация оборудования;
- продолжительность работы оборудования в течение планового периода с учетом остановок на ремонт, профилактику, технологические перерывы;
- режим работы оборудования (циклический, непрерывный);
- специализация производства [4].

Также на величину производственной мощности оказывает влияние ряд следующих факторов:

1. Технические факторы, к которым относится количественный состав основных фондов и их структура; качественный состав основных фондов; качество исходного сырья; степень механизации и автоматизации технологических процессов.

2. Организационные факторы, к которым относится степень специализации, концентрации, кооперирования производства и уровень организации производства, труда и управления.

3. Экономические факторы, т.е. формы оплаты труда и стимулирования работников.

4. Социальные факторы, т.е. квалификационный уровень работников, их профессионализм и общеобразовательный уровень подготовки [5].

Кроме того не стоит забывать различать при расчете производственной мощности два вида участков:

1) производственные участки, которые построены по технологическому принципу;

2) производственные участки, которые построены по предметному принципу и характеризуются наличием оборудования, разным по назначению [1].

По данным баланса производственных мощностей определяются:

1) мощность входная (на начало года) – Мн.г.;

2) мощность выходная (на конец года) – Мк.г.;

3) среднегодовая производственная мощность – Мср.

Также для расчета производственной мощности следует определить фонд времени работы оборудования, среди которого различают: календарный фонд времени (Фк), режимный (номинальный) фонд времени (Фр), эффективный (плановый, действительный) фонд времени (Фэф).

Производственная мощность предприятия определяется по мощности ведущих цехов, участков, агрегатов, в которых происходят основные наиболее трудоемкие технологические процессы и операции по изготовлению изделий или полуфабрикатов.

Кроме того большую роль играет наличие «узких мест», т.е. несоответствия производственной мощности отдельных цехов, участков, агрегатов возможности основного оборудования. Так же не стоит забывать, что присутствие «узких мест» на промежуточных стадиях производственного процесса не учитывается в расчетах производственной мощности предприятия [8].

Важную роль в достижении долгосрочного успеха организации играет планирование производственных мощностей. Так же следует принимать во внимание, что слишком большие производственные мощности могут быть не менее вредны, чем слишком маленькие. Исходя из этого, можно сделать вывод, что менеджерам предприятия следует исследовать три измерения стратегии выбора производственной мощности перед принятием целесообразных решений: выбор размера запаса производственной мощности, выбор времени и размера расширения и связывание решений по производственной мощности с другими принимаемыми решениями [7].

Ведущие пути улучшения использования производственных мощностей заключаются во вскрытии экстенсивных и интенсивных резервов.

Экстенсивные резервы находят свое конкретное выражение в следующем:

- повышение сменности работы цехов и участков;
- увеличение количества единиц установленного и фактически работающего оборудования;
- улучшение складирования и рациональном использовании производственных площадей;
- совершенствование организации ремонта оборудования;
- развитие рационального кооперирования заводов, цехов и участков;
- сокращение производственных циклов сборочно-монтажных работ;
- изменение технологии и передаче части работ на менее загруженные группы оборудования в цехе.

Интенсивные резервы в отличие от экстенсивных резервов почти безграничны. Они находят свое определенное выражение в следующем:

- углубление специализации заводов, цехов и участков с целью увеличения серийности производства и внедрения прогрессивной технологии;
- повышение технической оснащенности производства;
- расширение унификации, нормализации и стандартизации изделий;
- совершенствование конструкции выпускаемых изделий;
- внедрение научной организации труда на рабочих местах;
- обновление и модернизации оборудования [6].

Так же для понимания более полной картины на предприятиях, следует обратить свое внимание на такие данные, как:

1. В 2014 году по сравнению с 2012 годом произошло снижение производственных мощностей отечественных предприятий.
2. Почти треть предприятий в России убыточно.
3. В 2014 году не было закупок оборудования на протяжении двух и более месяцев почти у половины предприятий.

Из чего можно сделать вывод, что необходимо техперевооружение предприятий [2].

На сегодняшний день совершенствование нашей экономики на современном этапе и в ближайшем будущем влечет за собой потребность в совершенствовании организации интенсивного использования производственных мощностей действующих предприятий. Поэтому планирование фирмой применения производственных мощностей играет важную роль в достижении успеха в долгосрочной перспективе. Кроме того необходимо использовать маркетинг, чтобы знать черты рыночных сегментов и прогнозирования спроса, и финансового анализа, потому что каждое увеличение производства требует крупных капиталовложений. Так же следует не забывать и про анализ людских ресурсов, потому что в результате улучшения использования производственных мощностей, появится необходимость в найме новых рабочих и их обучению.

Из всего вышесказанного можно сделать вывод что из каждого комплекса мероприятий по улучшению использования производственных мощностей необходимо рассчитывать гарантию роста объемов производства продукции, в первую очередь за счет более полного и эффективного использования внутривозможных резервов и путем более полного использования машин и оборудования, возрастания коэффициента сменности, устранении простоев, снижения

сроков овладения вновь вводимых в действие мощностей, дальнейшей интенсификации производственных процессов.

Список литературы:

1. Выборнова В.В. Производственный менеджмент на предприятии: учебное пособие. Белгород: Изд-во БГТУ, 2014. 154 с.
2. Дорошенко Ю.А. Технологическая модернизация предприятия как фактор повышения его конкурентоспособности // Вестник БГТУ им. В.Г. Шухова. 2016. №4. С. 186 – 190.
3. Душенькина Е.А. Экономика предприятия: конспект лекций. Электронное издание. Эксмо, 2009. 85 с.
4. Ильенкова С.Д. Производственный менеджмент. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2011. 583 с.
5. Пути улучшения использования производственной мощности [Электронный ресурс]. – <http://www.paragononstate.com/shpargalka-po-planirovaniyu-na-predpriyatii/723-puti-uluchsheniya-ispolzovaniya-proizvodstvennoj.html>
6. Факторы влияющие на производственную мощность [Электронный ресурс]. – http://barmashova.ru/diplom/planir_proizvod_moshnosti_promish_predpriatia/aktori_vliaushi_proizvod_moshnost/
7. Фролова Т.А. Конспект лекций по курсу «Экономика предприятия». Таганрог: Изд-во ТТИ ФЮУ, 2012. 112 с.

ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ МАРКЕТИНГА ТЕРРИТОРИЙ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

**Старикова М.С., д-р экон. наук, доц.,
Пономарев И.Н., аспирант,
Джунтини М.А., магистрант**
*Белгородский государственный технологический
университет им. В.Г. Шухова*

Аннотация. В статье анализируется специфика территории через призму концепции маркетинга-микс. Определены элементы привлекательности интернет-сообществ как коммуникационного канала для продвижения территории. Обобщены стратегические факторы развития маркетинга территорий в социальных сетях с учетом технологических инноваций.

Ключевые слова: маркетинг территорий, продвижение территории, бренд территории, маркетинг в социальных сетях.

Маркетинг все чаще рассматривается как методологическая основа социально-экономического развития территорий, позволяющая капитализировать имеющиеся ресурсы [2, 5, 7, 8 и пр.]. С точки зрения концепции маркетинга специфичность территории как продукта проявляется в его одновременной направленности на рынок B2B и рынок B2C, в множественности целевых аудиторий, в эквивалентности продукта бренду (в отсутствии ассортимента, упаковки, сервиса как элементов продукта в реальном исполнении), в размытости характеристики цены (price как элемент маркетинга-микс) и способа продажи (place как элемент маркетинга-микс).

Одним из наиболее мощных инструментов продвижения продуктов в условиях цифровизации экономики становится маркетинг в социальных сетях (SMM, social media marketing). Причем целесообразность его использования обоснована не только в сфере B2C, но и на рынках B2B (для отраслей бизнеса с широкой потребительской аудиторией) [6]. Привлекательность интернет-сообществ как среды продвижения территории обусловлена нерекламным форматом и интерактивностью общения, действием принципа «сарафанного радио», глубоким таргетингом, лимитацией значимости пространства и времени коммуникации, возможностью создания «цифровых портретов» потребителей и оценкой активности конкурентов в социальной среде [1, 4]. SMM дает возможность привлекать внимание к бренду, продвигать

проекты развития территории через социальные платформы, становясь значимым элементом маркетинговой стратегии [3]. Перспективы развития маркетинга в социальных сетях связаны с динамичным скачком новых технологий. В связи с этим ниже выделены основные факторы развития маркетинга в социальных сетях, ориентация на которые в перспективе будет способствовать социально-экономическому развитию территорий:

1. Внедрение сетей передачи данных нового поколения 5G позволит передавать больший объем информации за меньшее время. Данный фактор позволит использовать более мощные и качественные технологии на смартфонах.

2. Дополненная реальность (AR, augmented reality), виртуальная реальность (VR, virtual reality), искусственный интеллект (AI, artificial intelligence) и другие развивающиеся технологии шагнут на новый уровень в маркетинге. Благодаря внедрению сетей 5G и общему развитию технологий, «дополненная реальность» и «виртуальная реальность» станут более продвинутыми и доступными. Такие технологии, например, позволят кастомизировать услуги отелей и будут использоваться повсеместно в социальных сетях. AI и нейронные сети, работая в связке с Big Data, позволяют автоматизировать и значительно улучшить все показатели рекламы. При помощи персонализации рекламы (по времени, интересам и другим доступным для использования данным) будут достигаться значительно лучшие показатели эффекта при прежних затратах. Данные технологии проявят себя не только в рекламе, но и во взаимодействии с пользователями на всех этапах принятия решения о приобретении и использовании продукта или услуги. Общение в мессенджерах, формирование контента, ответы на комментарии, работа с негативом и прочие области взаимодействия будут базироваться на данных технологиях.

3. Способность чат-ботов нового уровня, основанных на AI и нейросетях, осуществлять реальные продажи и решать большую часть возможных вопросов клиентов. Благодаря повсеместному внедрению они смогут учиться значительно быстрее, что будет дополнительно двигать их развитие и расширять применение.

4. Развитие продаж непосредственно на площадках социальных сетей. Shopping Tags (торговые метки) и карточки товаров в Instagram и Facebook – это только первые шаги к формированию полноценных прямых продаж, которые не выходят за рамки социальных сетей. То, что давно сделано в Китае, постепенно приходит в западные социальные сети и мессенджеры и будет развиваться в качественном

отношении, приобретая новые форматы. Побывать в театре на выбранном месте онлайн и сразу купить билет с помощью AR станет обыденностью.

5. Распространение модели оплаты из соцсетей. Libra от Facebook является прямым показателем того, что платформа думает о том, чтобы использовать весь свой ресурс и потенциал с целью аккумуляции на площадках продаж и прибыли. Внедрение своей валюты повлияет на возможности контроля и интереса к данному направлению. В перспективе любой соцсети выгодно получать прибыль не только от рекламы, но и процент от рынка продаж продуктов.

6. Новые динамично развивающиеся социальные сети станут появляться непредсказуемо. Например, Tik Tok продемонстрировал, что рынок социальных сетей не насыщен. Пользователи готовы воспринимать новое и желают этого. Соответственно спрос будет удовлетворяться.

7. Минимизация количества фальшивых подписчиков и ботов. Алгоритмы определения фальшивых подписчиков будут совершенствоваться социальными медиа-платформами, а ответственность за их использование, в том числе в виде экономических санкций, будет значительно увеличиваться.

Таким образом, дальнейшее развитие SMM-маркетинга трансформирует коммуникации между целевой аудиторией и инициатором общения, делая ее более прямой и функциональной. Открываются новые возможности продвижения не только товаров и услуг, но и территорий, позволяющие создавать уникальный контент и делать бренд более живым.

Благодарности. Статья выполнена в рамках реализации Программы развития опорного университета на базе БГТУ им. В.Г. Шухова.

Список литературы

1. Григорьев Н.Ю., Чвякин В.А. Продвижение бренда в социальных сетях средствами цифрового маркетинга // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2019. Т. 9. № 6-1. С. 192-201.
2. Ибрагимхалилова Т.В. Концепция маркетинга территорий в системе социально-экономического развития территорий // Вестник Донецкого национального университета. Серия В. Экономика и право. 2018. № 2. С. 49-57.
3. Игнатъева И.В., Зедгенизова И.И. Маркетинг социальных сетей как инструмент продвижения // Инновации и инвестиции. 2019. № 7. С. 125-129.

4. Сальманова Г.Х., Сахаутдинова Е.Т., Хамитова Ю.Ф., Курманова Л.Р. Маркетинг в социальных сетях - продвижение бренда компании, сайта через социальные сети // Бенефициар. 2016. № 3 (3). С. 23-28.
5. Старцев Ю.Н. Маркетинг как методологическая основа моделирования социально-экономического развития территории // Вестник Челябинского государственного университета. 2003. Т. 7. № 1. С. 12-17.
6. Токарева И.В. Социальные сети как инструмент B2B маркетинга // Экономика и современный менеджмент: теория и практика. 2015. № 49. С. 48-53.
7. Щетинина Е.Д., Козлова Н.В. Маркетинг региона как инструмент капитализации экономических ресурсов территории // Белгородский экономический вестник. 2015. № 4 (80). С. 218-222.
8. Щетинина Е.Д., Кондрашов И.Б. Нематериальные активы региона: сущность, роль и функции в системе управления региональной конкурентоспособностью // Вестник Белгородского государственного технологического университета им. В.Г. Шухова . 2016. № 12. С. 245-251.

ПРОЦЕСС СОЗДАНИЯ НАУКОЕМКОЙ ПРОДУКЦИИ КАК ОБЪЕКТ УПРАВЛЕНИЯ

Столярова В.А., канд. экон. наук, проф.,

Столярова З.В., канд. экон. наук, доц.,

Елисеева К.С., магистрант

*Белгородский государственный технологический
университет им. В.Г. Шухова*

Аннотация. Повышенный интерес к вопросам, связанным с наукоемкостью продукции, производства и отраслей в целом обусловлен необходимостью перехода от традиционной промышленно ориентированной экономики к экономике знаний. В статье рассмотрены основные этапы процесса создания наукоемкой продукции. Авторами было показано, что разработка и производство наукоемкой продукции является объектом управления, от эффективности которого, зависит, в конечном счете, уровень конкурентоспособности организации и национальной экономики.

Ключевые слова: наукоемкая продукция, жизненный цикл наукоемкой продукции, система управления созданием наукоемкой продукции, интеллектуальный потенциал, человеческий капитал.

Современный формат мироустройства требует пересмотра многих аспектов социальной, политической и экономической жизни. Давно стало очевидным, что индустриализация экономики – это прошлый этап, на смену которому приходит цифровая экономика и экономика знаний, построенная на богатстве явного и скрытого потенциала человеческого капитала.

Именно поэтому особое внимание должно уделяться благам, создаваемым при максимальном задействовании научных и интеллектуальных ресурсов. Одним из преимуществ увеличения удельного веса наукоемкой продукции в структуре национального производства и экспорта является аккумуляция дополнительных доходов, которые дает реализация продукции с высокой добавленной стоимостью.

Вместе с тем коммерческий аспект не является единственным в этом отношении. Рост производства высокотехнологичных изделий способствует развитию всего научно-технического сектора, повышению качества образования. Наконец, акцент национального производства на высокие технологии создает своего рода «подушку безопасности», являясь профилактикой сырьевой зависимости государства, которая

была и остается главной причиной хронического отставания от ведущих экономических держав.

Согласно утверждению А.Е., Варшавского: «Научоемкая продукция — продукция, при производстве которой характерны превышающий некоторый фиксированный уровень объемы затрат на НИОКР по отношению к объему выпускаемой, либо отгруженной продукции, добавленной стоимости или величине основных факторов производства (производственных фондов или труда)». Со своей стороны, считаем необходимым дополнить это определение, актуализируя качественную составляющую природы наукоемкой продукции.

На наш взгляд, необходимо признать многоаспектный характер сущности наукоемкой продукции и выделить ряд ее свойств, которые имеют место помимо количественного показателя, полученного путем сопоставления издержек на НИОКР и общей стоимости всех привлекаемых факторов производства.

Итак, среди качественных признаков наукоемкой продукции можно выделить следующие:

1) Наукоемкая продукция есть практическое воплощение интеллекта, знаний, опыта и научной информации.

2) Наукоемкая продукция – одновременно результат и условие развития науки и техники.

3) Наукоемкая продукция – средство интеграции научного, образовательного и промышленного секторов.

4) Наукоемкая продукция – пример блага, обладающего высокой степенью уникальности и вследствие этого повышенными потребительскими свойствами.

5) Наукоемкая продукция - стимул для создания конкурентной среды не только на товарных рынках, но и на рынке труда, поскольку ее разработка требует привлечения высококвалифицированных кадров.

Это далеко не полный перечень качественных характеристик наукоемкой продукции, который позволяет сформулировать следующее определение данного понятия. Наукоемкая продукция – имплементация результатов научного труда в товарной форме, создание которой сопряжено с издержками на НИОКР, превышающими некоторый фиксированный уровень, имеет высокую добавленную стоимость и обладает исключительной значимостью для социальной и экономической сферы.

Эффективное управление процессом создания наукоемкой продукции невозможно без тщательного анализа этапов ее жизненного

цикла. Так или иначе, все традиционные теории жизненного цикла продукции отражают одну и ту же последовательность, различаясь лишь количеством и названием фаз. Вследствие этого, учитывая характерные особенности сущности наукоемкой продукции, можно выделить следующие этапы ее жизненного цикла.

1. Этап постановки цели. Он заключается в определении эффекта, который стремится достичь организация. Это может быть продвижение конкурентоспособного товара на внутренних или внешних рынках или расширение ассортимента уже выпускаемой продукции, освоение производства дополняющего изделия или совершенствование его опций и т.п.

2. Этап маркетинговых исследований предполагает оценку потребительской активности, сегментирование покупателей, деятельность конкурентов, структуру ценообразования имеющихся аналогов.

3. Этап анализа возможностей организации. Включает оценку эффективности инновационной, кредитной и инвестиционной политики предприятия, состояние материально-технической базы, степень квалификации, мотивацию и дисциплинированность сотрудников.

4. Этап выбора методов управления. На практике существует огромное количество методов (математический и оценочный анализ, генерирование идей, опрос мнений, наглядные представления индикативные методы), которые могут применяться в зависимости от специфики продукции, организационной структуры организации и целей управления.

5. Этап осуществления НИОКР. Данный этап в деле создания наукоемкой продукции является определяющим, и от качества и сроков его выполнения зависит успех всего жизненного цикла продукции.

6. Этап контроля. Здесь происходит предварительная оценка НИОКР, фиксируются данные о затратах на проведение работ на дорыночной стадии.

7. Этап продвижения товара на рынок. Это время сбыта и подсчета первой прибыли, когда можно фиксировать начальную реакцию потребителя.

8. Этап обратной связи. На данном этапе оценивается эффективность эксплуатации, происходит учет потребительской реакции формируется план улучшения свойств продукции по итогам отзывов и рекламаций. Здесь производится предварительное заключение об уровне конкурентоспособности продукции, делаются

прогнозы относительно ее продолжительности жизни на рынке, востребованности и значимости для общества.

Эффективное управление процессом создания наукоемкой продукции невозможно в отрыве от учета факторов, которые прямо или косвенно влияют на деятельность организации. К таковым факторам, по нашему мнению следует отнести следующие: общее состояние материально-технической базы; кадровый ресурс; емкость рынка сбыта; уровень конкуренции в отрасли; финансовые источники и инвестиционная политика; мотивация и морально-психологический климат организации.

Учитывая данные факторы, можно выделить следующие принципы, отвечающие требованиям специфики процесса разработки и производства наукоемкой продукции:

1. Адекватность заявленной цели имеющимся возможностям.
2. Системность и непрерывность процесса управления.
3. Гибкость и вариативность методов управления.
4. Эффективное распределение ответственности и полномочий.
5. Рациональность применяемых средств.
6. Стимуляция мотивации.
7. Создание креативной среды.

Отталкиваясь от указанных принципов, можно представить процесс управления созданием наукоемкой продукции в виде системы.

На «входе» системы происходит накопление научно-технической информации, опыта, интеллектуального капитала, который на «выходе» трансформируется в готовую наукоемкую продукцию, отличающуюся высокой степенью конкурентоспособности на рынке. Система имеет обратную связь с внешней средой, которая представлена партнерами и конкурентами, функционирующими в отрасли, а также всеми участниками национального и мирового рынка.

Центральный элемент системы – это подсистема управления научно-исследовательскими и опытно-конструкторскими работами, которая включает в себя накопление, обработку фундаментальных знаний, поисковую работу, исследования и непосредственно сами опытно-конструкторские работы. В рамках данного элемента происходит осмысление значимости и возможности проведения интеллектуальной работы, результатом которой станет готовая наукоемкая продукция.

В качестве методов управления данной подсистемой можно выделить следующие: контроль качества научно-технической документации, скорости документооборота, учет производительности

исследовательской деятельности, обеспечение ресурсосбережения и безопасности труда.

Одной из вспомогательных структур является обеспечивающая подсистема, объединяющая нормативно-методическую базу, материальную базу, информационную базу и кредитно-финансовую.

Далее следует управляемая подсистема, включающая контингент научных работников и разработчиков наукоемкой продукции, осуществляющих весь объем НИОКР. В этой связи необходимо отметить, что непосредственно под объектом управления следует понимать сами научно-исследовательские работы, поскольку, специалисты их осуществляющие, являются самостоятельными независимыми единицами, способными принимать ответственные решения и вносить коррективы и рационализаторские предложения.

Управляющая подсистема процесса создания наукоемкой продукции подразумевает комплекс мероприятий, реализующих управленческие решения на разных уровнях организации. Мероприятия должны быть разработаны исходя из принципов управления процессом создания наукоемкой продукцией, рассмотренных выше. В этом случае представляется возможным сформировать продуктивные устойчивые связи между управляющей и управляемой подсистемами на основе общей цели, понимаемой и принимаемой всеми участниками процесса. Эффективность этого взаимодействия является гарантией устойчивости всей системы и необходимым условием для создания конкурентоспособной наукоемкой продукции.

Таким образом, являясь важнейшей частью инновационной политики организации и государства, процесс создания наукоемкой продукции является сложнейшим и многоаспектным объектом управления, что выдвигает дополнительные требования к методам и принципам его реализации.

Список литературы:

1. Варшавский А.Е. Наукоемкие отрасли и высокие технологии: определение, показатели, техническая политика, удельный вес в структуре экономики России // Экономическая наука современной России, 2000 №2. С. 61-83.
2. Коночкина Т. В. Формирование производственной программы выпуска высокотехнологичной продукции. Челябинск: Изд-во Южно-Уральский государственный университет, 2009. С.21.

**APPLICATION OF MODERN ACCOUNTING INFORMATION
SYSTEMS AS A CONDITION FOR BETTER ECONOMIC
DEVELOPMENT**

**Tesanovic M.B., professor,
Radivojevic M.M., postgraduate student,
Majstorovic V.M., postgraduate student,**
*Faculty of Business and Law,
University "Union – Nikola Tesla" Belgrade, Serbia*

Abstract. The need for the formation of accounting information systems that provide not only a good database, but also greatly simplify and facilitate the functioning of business systems is very important. Changes in the field of accounting information and communication technologies are dynamic. The development of modern technology and accounting information systems have led to a significant change in the business operations of the company and led to changes in the economy in the whole country.

Keywords: accounting, information system, development, economy, technology.

1. Introduction

In modern conditions, when the role of the public sector is becoming increasingly important in the functioning of the national system, it is necessary to have reliable information about its operations. Given the great interest of the public, and especially taxpayers, in the management of public affairs and the use of public resources, it is necessary to provide transparent reports necessary for the business decision-making process and assess the effectiveness, efficiency, cost-effectiveness, and accountability of public management.

Adequately built public sector accounting system is the basis for quality financial reporting. In transition countries, there is no integrated public sector accounting system that would provide the comprehensive information needed to assess the financial position, financial performance, cash flows, and other performance of public sector entities.

The public sectors of transition countries are characterized by institutional and functional complexity, which is a consequence of the existence of a large number of entities belonging to the public sector. Taking into account the specifics and coverage of the public sectors of countries in transition, the goal is to point out the shortcomings of the existing financial reporting system and to propose a model of the public sector accounting system.

The success and dynamics of building a quality public sector accounting system are determined by several factors, the most important of which are political, social, personal and technological. Also, the challenges in building an accounting system are numerous, which presupposes the existence of a strong will to improve the financial reporting system and improve the quality of existing financial statements.

Given that any change, even one for which positive effects are expected, is suspicious, it is important to eliminate apathy among the main actors in building the accounting system, namely politicians and professional accountants, and to affirm the role and importance of quality financial reporting in the public sector, in order to make the decision-making and management process better.

2. Public sector accounting as an instrument of reliable financial reports

At the global level, due to the role and importance of the public sector, steps have been taken in the direction of regulating the financial reporting system of public sector entities. That is why public sector accounting deserves more and more scientific and professional attention to the public.

Public sector accounting involves collecting, synthesizing, recording, recognition, valuation, reporting, and presentation information on business events of all public sector entities. So it's not aimed not only at users of budget funds but also at other entities in which the state has management rights based on invested capital or based on law.

The goal of public sector accounting is to provide complete information about past, current and future events, provide reliable financial reports and achieves a higher level of transparency than traditional budget accounting. It is therefore important that the financial reporting system public sector entities, above all, be comprehensive and accurate. Comprehensiveness showing business events of public sector entities ensures integrity in showing all balance sheet items and changes in those items.

Recently, the growing inefficiency of the public sector has been accompanied by an increase public expenditures, oversized human resources, inadequate systems of motivation and sanctioning, unproductiveness of the public entity sector, insufficient data transparency and lack of accountability poses a threat to the economic development of most countries.

3. Public sector accounting as an instrument of reliable financial reports

The goal of public sector accounting is to provide complete information about past, current and future events, provide reliable financial reports, and achieves a higher level of transparency than traditional budget accounting. It is therefore important that the financial reporting system public sector entities, above all, be comprehensive and accurate.

Comprehensiveness presentation of business events of public sector entities ensures integrity in showing all balance sheet items and changes in those items. In that manner, it also provides a realistic basis for planning and analysis at the public sector level and 96 control of performed activities. Furthermore, it affects the supervision of the work of the public sector and assesses the impact of all transactions on the national economy, as and to assess the sustainability of national government measures in the coming periods.

Public sector accounting provides an integrated approach to review the operations of public sector entities and is therefore important to be adequately organized with successfully implemented financial system control mechanisms reporting. Quality accounting controls contribute to the protection of public assets and represent a determinant of the reliability of financial statements.

4. Financial statements in the function of raising the level of public responsibility

Public accountability is a fundamental principle of the functioning of the public sector. It represents the responsibility of the national government towards the citizens, the voters, the tax authorities taxpayers, the media, the scientific and professional public for the material entrusted to them, intangible and financial resources.

The concept of public accountability can be viewed from different aspects. It is usually viewed in the context of political responsibility and choice between different political decisions. From this paper it is much more significant aspect of economic responsibility.

Within the framework of economic responsibility, the responsibility for compliance with the law, especially the budget law, where the purpose of the spending is considered funds and compliance with approved appropriations. So, public responsibility is to observe from the aspect of the expediency of the use of public funds; responsibilities for programs of public sector entities in terms of establishing and realizing goals program, which includes evaluation of outcomes, efficiency, effectiveness and cost-effectiveness of the program; responsibilities for performance and responsibilities for business planning and decision making processes.

5. Conclusion

Establishing modern accounting software for budget users is a prerequisite for the country's economic progress. The accounting system must be largely digitized and automated, to reduce the possibility of error, to display real financial information to make timely decisions.

Based on true information about business events and financial transactions the right decisions are made at the state level, and incorrect information entered into the accounting system shows a distorted picture of the functioning of the finances and accounting of a country.

All decisions made at the state level based on wrong decisions can produce detrimental consequences for the national economy in the long run.

References:

1. Allen, R., Tommasi, D., Managing public expenditure: A reference book for transition countries, Organisation for Economic Cooperation and Development (OECD) Paris. 2001. 215-220 pp.
2. Alfonso, A., Schuknecht, L., Tanzi, V., Public sector efficiency Evidence for new EU member states and emerging markets, European Central Bank. 2006. No 581. 10-30 pp.
3. Douglass, N., Institutions, Institutional Change and Economic Performance, Cambridge University Press. 1990. 73-92 pp.
4. DiNapoli, T.P., Accounting and Reporting Manual, Division of Local Government and School Accountability, New York. 2009. 27-35 pp.
5. Dwivedi D.N., Macroeconomics: Theory and Policy, Third Edition, Tata McGraw-Hill Education, New Delhi. 2010. 82-95 pp.
6. Jones, R., Pendlebury, M., Public sector accounting, Financial Times Prentice Hall. 2000. 230-250 pp.
7. Ketll F.D., The Global Public Management Revolution, Brookings Institutions Press, Washington. 2005. 50-74 pp.
8. Khury, B., Ab Van de Torre, De vierde, Sociaal en Cultureel Planbureau, Den Hag. 2002. 20-28 pp.
9. Premchand, A., Effective government accounting, International Monetary Fund, Washington. 1993. 150-170 pp.
10. Stiglitz, E.J., Ekonomija javnog sektora, Ekonomski Fakultet, Beograd. 2008. 325-380 pp.
11. Bajec, J., Joksimović, Lj., Savremeni privredni sistemi, Ekonomski Fakultet Beograd. 2010. 425-450 pp.
12. Jakšić, M., Osnovi makroekonomije, Ekonomski fakultet, Beograd. 2010. 190-225 pp.
13. Janjićijević, N., Upravljanje organizacionim promenama, Ekonomski fakultet, Beograd. 2011. 260-266 pp.
14. Petković, M., Janjićijević, N., Bogičević Milikić, B., Organizacija, Ekonomski fakultet, Beograd. 2002. 400-420 pp.
15. Trkulja, J. Osnovi političkog sistema, Pravni fakultet, Beograd. 2009. 60-65 pp.
16. Raičević, B., Javne finansije, Ekonomski fakultet, Beograd. 2004. 47-61 pp.
17. Raičević, B., Radičić, M., Javne finansije-teorija i praksa, Ekonomski fakultet, Subotica. 2008. 180-200 pp.

INCREASING EXPORTS FROM SERBIA AS AN URGENT PROBLEM OF ECONOMIC DEVELOPMENT

**Tesanovic M.B., Professor of Economics,
Krpmot J.V., Professor of Economics,
Radivojevic M.M., Postgraduate student**

University "Union – Nikola Tesla" Belgrade, Serbia

Abstract. Every country wants to make progress by raising money, through the export of its products and services, and foreign trade arises as a result of these interests. Foreign trade is any form of trade, transactions, contracts, and other activities, which represent the movement of goods, other tangible and intangible things, and services performed between two countries.

Keywords: Progres, raising money, export, product, trade.

1. Introduction

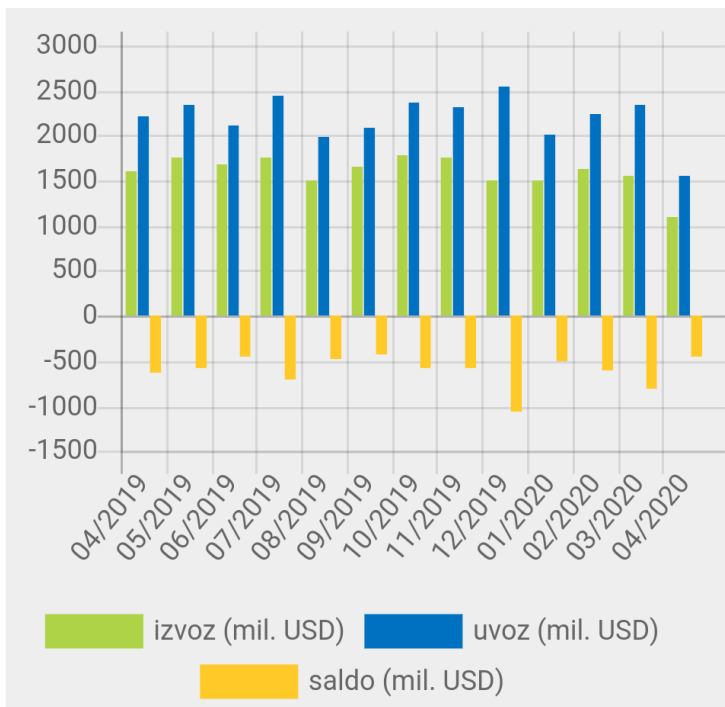
No country can produce all that it needs to consume, nor can it consume all the domestic goods it produces. That is why it is important for the state to satisfy the needs of the population by importing products or services that it does not own, or to get rid of the goods it has in surplus by exporting. By exporting these goods, it can provide funds for the necessary imports. Foreign trade is not limited to the import of goods that are in short supply, and the export of surplus goods, but also to earn additional profit, by placing goods on markets where those goods have a higher price, or by procuring necessary goods in more favorable markets where those goods are cheaper.

The aim of this paper is to establish the most important aspects of foreign trade and foreign trade operations, as well as the manner of realization of export business, as well as the importance of exports, especially for a small country with a poor market, such as Serbia.

As the definition of the region diminished, Serbia became more and more a leader in exports. Serbia has the highest output compared to Bosnia and Herzegovina, Montenegro, North Macedonia, Albania, but apart from Croatia, the lowest among the surrounding EU member states.

2. Serbia's foreign trade for the period april 2019 – april 2020.

Serbia's foreign trade for the period from april last year to april 2020 is shown in chart 1. Foreign trade was the largest with countries with which Serbia has signed free trade agreements. EU member states account for 60.1% of total trade. In second place are the CEFTA countries, with which Serbia is in surplus as a result of exports.



Graph 1 - Foreign trade exchange by months Source: Republic Statistical Office of Serbia

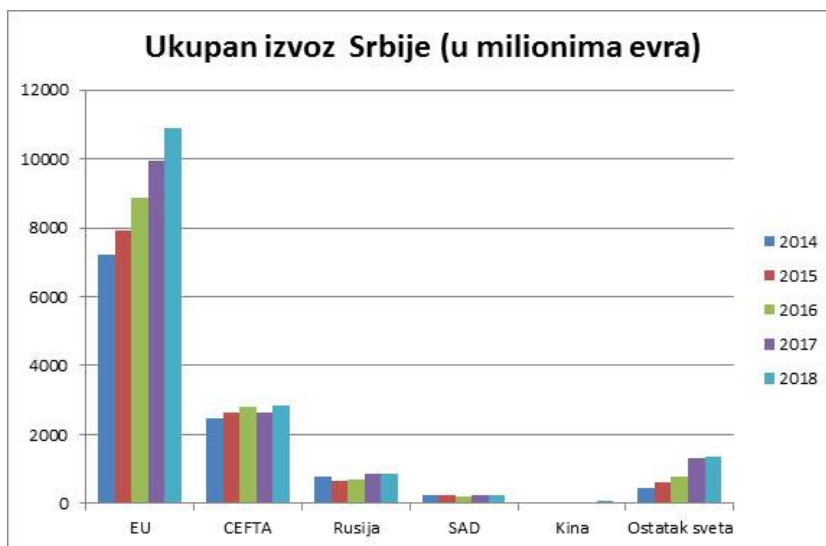
The total foreign trade of Serbia for the period January-April 2020 amounts to 13,905.2 million dollars, which means a decrease of 5.9% compared to the same period last year. Goods worth 5,767.6 million dollars were exported, which is a decrease of 7.7% compared to the same period last year, and goods worth 8,137.6 million dollars were imported, which is 4.6% less than in the same period last year. The deficit is 2,370 million dollars, an increase of 4.0% over the same period last year.

Expressed in euros, the total foreign trade for the same period is 12,649.5 million euros, or a decrease of 3.1% compared to the same period last year. Exports of goods had a value of 5,243.5 million euros, a decrease of 5.0%, and imports of goods had a value of 7,406.0 million euros, a decrease of 1.7%, compared to the same period last year. The deficit amounts to 2,162.5 million euros, an increase of 7.5% compared to the same period last year.

In the observed period, january-april, Serbia recorded a surplus in foreign trade with CEFTA countries. That surplus amounts to 647,5 million dollars or 588,7 million euros. Serbia realizes that surplus with exports, which amounts to 916,1 million dollars, which is 833,6 million euros, and imports amount to 268,6 million dollars, which is 244,9 million euros. Serbia mainly exports agricultural products (cereals and products thereof), oil and oil derivatives, electrical machines and appliances, road vehicles and metal products.

3. Exports of Serbia for the period of : 2014-2019

Serbia's total exports, for the period from 2014 to 2019, is presented in Graph 2. The highest percentage of exports for that period, Serbia recorded in EU countries, and it covers 67% of total exports for that period. The coverage of imports by exports in 2014 amounted to 72,1%, while in 2015 it increased by 73,5%. The total foreign trade of Serbia for 2015 amounts to 31.589,1 million dollars, or 28.428,5 million euros. Compared to the previous year, it recorded a decrease of 10,9% and an increase of 6,7%.The decline expressed in dollars, is the result of the strengthening of the dollar against the euro in this period. In this period, Serbia exported goods worth 13.378,9 million dollars, or 12.041,0 million euros. Exports of goods in the value of the dollar decreased by 9,9%, and in the value of the euro increased by 7,9%, compared to the same period last year. In the period from january to december 2015, Serbia exported the most to Italy – 2.163 million dollars, Germany – 1.672,6 million dollars, Bosnia and Herzegovina – 1.172,1 million dollars, Romania and the Russian Federation. In this period, Serbia exported the most products for reproduction – 58,7% or 10.694,9 million dollars, followed by consumer goods – 20,2%, equipment worth 2.327,6 million dollars and unclassified goods by purpose worth 1.503,8 million dollars.



Graph 2 - Total exports of Serbia from 2014 to 2018 Source: Republic Statistical Office of Serbia

4. Conclusion

Foreign trade has a very important role in the development of every country, including Serbia. Serbia went through difficult periods, which left consequences on the economy, and other spheres of life. A good perspective for the development of Serbia is a good foreign trade relationship with the surrounding countries, primarily, and then with the CEFTA and EU countries, as well as Russia, China, and other friendly countries. By strengthening these good relations, new chances for the country's progress, chances for new international cooperation, trade, new investments are created. The agriculture of our country relies on rich natural potential, ie favorable geomorphological conditions, as well as on favorable geographical positioning, which enables quality cultivation of crops and various fruits. Serbia has a great export potential of agricultural goods. Certain agricultural products, such as raspberries and some other types of berries, are among the products that make Serbia stand out at the world level. When it comes to one of the national brands and the "red gold" of our country - raspberries, the export of the Republic of Serbia is at a significantly high level. That is why Serbia needs to use its geographical position, foreign policy, rich natural potential, and improve its foreign trade, and raise its economy to a better level.

References:

1. Douglass, N., (1990), *Institutions, Institutional Change and Economic Performance*, Cambridge University Press., 73-92 page.
2. DiNapoli, T.P., (2009), *Accounting and Reporting Manual*, Division of Local Government and School Accountability, New York., 27-35 page,
3. Dwivedi D.N., (2010), *Macroeconomics: Theory and Policy*, Third Edition, Tata McGraw-Hill Education, New Delhi., 82-95 page,
4. Jones, R., Pendlebury, M. (2000), *Public sector accounting*, Financial Times Prentice Hall., 230-250 page,
5. Kettl F.D., (2005) *The Global Public Management Revolution*, Brookings Institutions Press, Washington., 50-74 page,
6. Khury, B., Ab Van de Torre, (2002), *De vierde, Sociaal en Cultureel Planbureau*, Den Hag., 20-28 page,
7. Premchand, A., (1993), *Effective government accounting*, International Monetary Fund, Washington, 150-170 page,
8. Stiglitz, E.J., (2008), *Ekonomija javnog sektora*, Ekonomski Fakultet, Beograd, 325-380 page,
9. Bajec, J., Joksimović, Lj., (2010), *Savremeni privredni sistemi*, Ekonomski Fakultet Beograd, 425-450 page,
10. Jakšić, M., (2010), *Osnovi makroekonomije*, Ekonomski fakultet, Beograd, 190-225 page,
11. Janjićijević, N., (2011), *Upravljanje organizacionim promenama*, Ekonomski fakultet, Beograd, 260-266 page,
12. Petković, M., Janjićijević, N., Bogičević Milikić, B., (2002), *Organizacija*, Ekonomski fakultet, Beograd, 400-420 page,
13. Trkulja, J., (2009), *Osnovi političkog sistema*, Pravni fakultet, Beograd, 60-65 page,
14. Raičević, B., (2004), *Javne finansije*, Ekonomski fakultet, Beograd, 47-61 page,
15. Raičević, B., Radičić, M., (2008), *Javne finansije-teorija i praksa*, Ekonomski fakultet, Subotica., 180-200 page.

БУХГАЛТЕРСКИЕ МЕССЕНДЖЕРЫ

Слабинская И.А., д-р экон. наук, проф.,

Ткаченко Ю.А., канд. экон. наук, доц.

*Белгородский государственный технологический
университет им. В.Г. Шухова*

Аннотация. Мессенджеры - новый рабочий инструмент бухгалтера. Рабочие инструменты бухгалтера продолжают совершенствоваться. Когда-то на смену счетам пришли калькуляторы, потом появились компьютеры и специальные программы. Чтобы оставаться востребованным специалистом, бухгалтеру нужно постоянно осваивать новые технологии и применять их в работе.

Ключевые слова: мессенджер, бухгалтерский учет, документооборот.

WhatsApp, Viber или Skype давно перестали быть инструментами исключительно для личного общения и стали основным способом бизнес-коммуникаций. Новое поколение «гаджетных» предпринимателей не любит звонить и писать письма.

Все чаще предприниматели говорят, что им удобнее решать рабочие вопросы с бухгалтерами в чатах.

По сравнению с другими средствами коммуникации мессенджеры обладают следующими преимуществами:

- мессенджеры можно устанавливать, как на телефон, который у предпринимателя всегда под рукой, так и на компьютер, что удобно для бухгалтера;

- мессенджеры, в том числе онлайн-консультанты на сайте и чат-боты, абсолютно бесплатны. Использование мессенджеров в бизнесе (интеграция с сайтом, рассылки, собственные группы и каналы) не требует больших финансовых затрат.

По последним данным Института современных медиа MOMRI, владельцы смартфонов, планшетов и ноутбуков активно пользуются мессенджерами (опрос проводился в российских городах с населением более 100 тыс. человек):

WhatsApp – 44 %;

Viber – 36 %;

Вконтакте – 32%;

Facebook – 14%.

Сервисы мгновенного обмена сообщениями прочно удерживают лидерские позиции, вытеснив телефон и электронную почту. Разберемся почему.

Мессенджер удобнее e-mail. Электронная почта больше подходит для решения вопросов, не требующих немедленного ответа, поскольку нет никакой гарантии, что клиент сразу увидит ваше письмо.

Кроме того, почтовый адрес может оказаться некорректным, а значит, письмо пропадет.

Мессенджер удобнее телефона. Помимо привычки современных руководителей обсуждать все вопросы в мессенджерах, есть и объективные причины использовать этот способ коммуникации. Перечислим их.

- общение по телефону может стоить слишком дорого, например, когда бухгалтер и его клиент находятся в разных регионах; общаться в мессенджере можно бесплатно;
- телефонный звонок может быть неуместен. Если у обслуживающей есть мессенджер, предприниматель может написать сообщение и быть уверенным, что ему оперативно ответят;
- нет гарантии, что клиент запомнит все подробности телефонного разговора. А мессенджере можно четко структурировать ваш ответ. Для клиента это будет записанный разговор, к которому он всегда сможет обратиться.

Современные руководители решают рабочие вопросы в режиме 24/7, поэтому бухгалтер может получить сообщение в мессенджер в любое время. Когда клиент обращается к вам посредством мессенджера, он видит, что сообщение прочитано. При общении по электронной почте такой уверенности нет, ведь письмо может попасть в папку со спамом.

Работа бухгалтера строго регламентирована временными рамками: не сдал вовремя отчёт — штраф, вовремя не заплатил налог — пени.

Во избежание штрафных санкций важно наладить контакт между бухгалтерией и клиентом.

На сегодняшний день, топ популярных мессенджеров для общения с клиентами.

На первом месте - e-mail (электронная почта) для бухгалтера удобна, но нет гарантии. Качество и читаемость отсканированных документов выше, чем, когда документ фотографируют на телефон.

Хорошо, если полностью документ еще сфотографируют, а то в кадр попадает или половина документа.

А вот клиенты менее лояльно настроены к электронной почте, т.к. нерегулярно заходят в почту и могут упустить важное письмо; кто-то не хочет тратить время на сканирование документов:

На втором месте — Битрикс24. Далее следует — WhatsApp. Менее популярные, но также полезные в работе: Скайп, Viber.

В настоящее время электронная форма информационного взаимодействия между работником и работодателем предусмотрена лишь в отношении дистанционных работников в главе 491 ТК РФ, в которой определен порядок обмена электронными документами между сторонами трудового договора, включая порядок подтверждения, направившего электронный документ лица посредством использования усиленной квалифицированной электронной подписи.

Сфера применения электронного документооборота в области трудовых отношений, безусловно, будет в дальнейшем расширяться. Однако правовое регулирование этого вопроса должно осуществляться с учетом специфики регулирования трудовых отношений, которое нацелено на достижение баланса интересов сторон трудового договора при максимально возможной защите прав работника, как наиболее экономически слабой стороны трудовых отношений.

Упрощающий документооборот Законопроект № 736455-7 подготовлен к первому чтению в Государственной думе.

Поправками в Трудовой кодекс депутатская группа, инициировавшая изменения, предлагает работодателям заключать с сотрудниками особое дополнительное соглашение к трудовому договору.

После подписания дополнительного соглашения стороны смогут обходиться без лишних документов и подписей.

Узаконив смс-общение между работниками и работодателями, депутаты надеются уменьшить количество бумажных документов и, тем самым, сохранить российские леса.

Кроме того, проект упрощает взаимодействие с кадровиками и бухгалтерией: кроме смс вместо заявлений работодатель будет принимать также сообщения в WhatsApp или Viber.

Такой порядок оформления депутаты предлагают использовать как рекомендуемый, бумажный документооборот никто отменять не собирается.

Приведем также пример использования мессенджера в одной из сбытовых компаний.

В октябре-ноябре 2019 года была реализована возможность обслуживания потребителей с помощью таких мессенджеров, как Viber.

По данным каналам обслуживания поступило 370 обращений, что говорит об устойчивом интересе к данным каналам связи.

В феврале 2020 года реализована возможность отправки уведомлений о плановых ограничениях электроэнергии на Viber.

Отправлено свыше 1 млн. таких уведомлений, из них доставлено - свыше 250 тыс. (количество доставленных сообщений таким образом составило 21%).

С момента начала применения мессенджера Viber произведено 4 835 замен приборов учёта, после получения абонентом соответствующего уведомления.

Динамика роста количества обращений потребителей сбытовой компании по каналам связи Viber представлена на рис. 1.

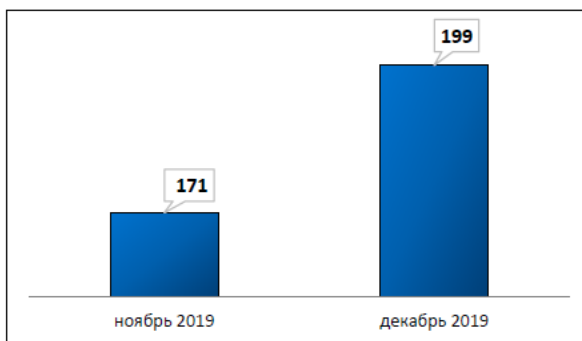


Рисунок 1 - Динамика роста количества обращений потребителей сбытовой компании по каналам связи Viber

Современные бухгалтерские сервисы, опираются на мессенджеры и чаты, потому что понимают их удобство. В чате директор с бухгалтером могут общаться по рабочим вопросам. Вся переписка сохраняется, и при необходимости к ней можно будет вернуться.

Новые технологии дают бухгалтеру возможность оперативно информировать своих клиентов.

Группа в мессенджере - это сообщество клиентов, которые обслуживаются в организации. Они будут чувствовать, что привязаны к вам и к сообществу, будут ждать новостных рассылок, особенно если эти рассылки интересные и полезные.

В группе можно:

- выкладывать актуальную информацию об изменениях в законодательстве;
- напоминать о необходимости совершить какие-то действия, например, отправить подтверждение кодов в ФСС;
- при необходимости давать ссылки на сайт экономического субъекта.

Список литературы:

1. Бухгалтерские мессенджеры, планировщики платежей и слезы от ошибок: топ обсуждений. [Электронный ресурс] URL: <https://www.klerk.ru/buh/articles/487828/> (дата обращения: 01.09.2020)
2. Оказание бухгалтерских услуг: как привлечь и удержать клиентов с помощью мессенджеров. [Электронный ресурс] URL: <https://www.buhonline.ru/pub/experience/2018/4/13413> (дата обращения: 01.09.2020)
3. Ткаченко Ю.А., Слабинская И.А. Диагностика системы внутреннего контроля строительных компаний // Вестник Белгородского государственного технологического университета им. В.Г. Шухова. 2018. № 7. С. 124-130.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КИНОТРЕНИНГОВ ДЛЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СИСТЕМЫ ОБУЧЕНИЯ ПЕРСОНАЛА

**Федотова М. А., канд. экон. наук, доц.,
Облогина К. В., магистрант**

*Московский авиационный институт
(национальный исследовательский университет)*

Аннотация. С непрерывным внедрением в производство современных технологий на сегодняшний день возникает потребность в совершенствовании персоналом организации профессиональных навыков. Для решения данной задачи становится актуально развитие систем дистанционного обучения. В статье раскрывается значимость обучения сотрудников российского банка. Предлагается решение по оптимизации дистанционного обучения для кассиров и клиентских менеджеров с помощью проведения кинотренинга. Раскрыта суть этапов и роли участников кинотренинга.

Современный рынок труда и задачи развития организаций требуют совершенствования системы обучения и развития персонала в связи с тем, что данная система является очень важной в кадровом менеджменте финансовой организации – при принятии многих управленческих решений, создании кадрового резерва, перераспределения компетенций и полномочий, оценки эффективности использования кадровых ресурсов и др. Опыт решений, представленный в статье может найти применение и для других организаций.

Ключевые слова: обучение персонала, развитие персонала, дистанционное обучение, кинотренинг, обучение в банке.

На сегодняшний день обучение и развитие персонала является необходимым условием эффективного функционирования организации в соответствии с ее целями. Это обусловлено стремительным изменением внешних условий (экономическая политика государства, законодательство и система налогообложения, появление на рынке новых конкурентов и т.д.) и внутренних условий функционирования организации (реструктуризация предприятий, технологические изменения, появление новых рабочих мест и др.). Задача развития также является актуальной в связи с ростом необходимости использовать современные подходы к профессиональному обучению. В целом обучение персонала в организации следует рассматривать как единый, непрерывный процесс требуемого качества.

Исходя из результатов исследований Deloitte за 2019 год, можно сделать вывод, что 79% респондентов в России и 76% респондентов в мире предпочитают обучение своих сотрудников найму новых. 44% российских работодателей информируют о том, что из-за низкой скорости приобретения новых знаний и навыков вынуждены выходить на рынок труда существующими сотрудниками. По мнению порядка, 60% респондентов в России и в мире, низкая скорость обучения сотрудников может являться следствием недостаточного обучения на практике [1].

Проанализировав различные толкования понятия «обучение персонала» с позиции российских и зарубежных учёных [2,3,4] можно дать следующее определение понятию: обучение персонала - это необходимое средство профессионального развития персонала, являющееся основным показателем конкурентоспособности и эффективности организации, направленное на освоение и совершенствование сотрудниками трудовых компетенций, необходимых для выполнения функциональных обязанностей и решения бизнес-задач организации.

На сегодняшний день особое значение приобрело дистанционное обучение, которое может рассматриваться как инновационная форма обучения, при котором большая часть учебных процедур осуществляется удаленно с использованием современных технических средств, позволяющих осуществлять обучение на расстоянии без непосредственного контакта между тренером и обучающимся.

Под системой дистанционного обучения (СДО) понимается качественное и доступное комплексное образование сотрудников организации, реализуемое в основном с применением информационно-телекоммуникационных сетей при опосредованном взаимодействии обучающихся и тренеров [5]. Такая система автоматизирована в соответствии с поставленными задачами, как правило, СДО – это система доставки учебного материала с помощью корпоративной информационной сети организации непосредственно на рабочее место сотрудника.

Сегодня дистанционное образование является актуальным, оно стало современной и эффективной формой обучения, которая позволяет сократить затраты не только времени, но и средств на стационарные обучающие курсы благодаря использованию современных интернет-технологий и автоматизации большинства процессов. Популярность СДО во всем мире растет значительными темпами. Многие организации активно используют на практике дистанционное обучение, актуально

развитие его применения в финансовых организациях. Ввиду широкой разветвленности и развитости сети филиалов по всей стране, банковская система Российской Федерации активнее стала использовать в качестве одной из наиболее эффективных форм обучения персонала дистанционную форму, в частности, использование портала обучения и развития.

СДО позволяет эффективно обучать сотрудников, передавать наработанные практические навыки и полученные знания, быстро готовить людей к новым, динамично меняющимся условиям. Если говорить про обучение большого числа сотрудников, то с помощью дистанционного обучения это сделать гораздо быстрее и дешевле, так как созданный курс или программу можно использовать, пока они востребованы. Кроме того, внедрение в систему обучения персонала финансовой организации СДО является получение новых полноценных знаний по конкретным вопросам, связанным с профессиональной деятельностью, повышение общей культуры, повышение квалификации, совершенствование имеющихся профессиональных умений и навыков, формирование непрерывного обучения сотрудников, создание общей виртуальной базы знаний и централизованный контроль за этим процессом. СДО должна быть обязательной составляющей рабочего процесса каждого сотрудника, иначе результаты от обучения будут меньше ожидаемых [6-10].

Для осуществления дистанционного обучения сотрудников группы продаж и обслуживания клиентов в банке используют преимущественно внутреннее обучение, которое осуществляется ежегодно в соответствии с Ежегодным планом обучения персонала. Внутрифирменная система обучения направлена на решение специфичных задач и проблем банка через повышение образовательного и профессионального уровня его сотрудников.

Программа обучения отдельных категорий работников в рамках внутрифирменного обучения должна быть составлена в соответствии с целями и стратегией банка на основе анализа профессиональной деятельности работников по выполнению производственных функций, определяя знания, умения и навыки успешного выполнения поставленных профессиональных задач. В случае возникновения необходимости проведения обучения управленческого состава сотрудников, осуществляющих обслуживание и сопровождение привилегированного сегмента, некоторые банки привлекают внешнего провайдера.

Для того, чтобы развивать навыки общения с клиентами и успешных продаж у кассиров и менеджеров по работе с клиентами был разработан кинотренинг (рекомендуется проводить его не реже одного раза в год). Реализация данного решения раскрыта по четырем этапам.

Этап 1. Тренер подбирает сюжеты из художественных фильмов, которые прямо или ассоциативно связаны с темой тренинга. Например, если он называется «Навыки активных продаж», то необходимо сделать подборку эпизодов торговли. Для проведения тренинга подойдут любые фильмы: голливудская классика, советские фильмы, современные мировые блокбастеры. Но, как правило, лучше учесть особенности аудитории при выборе базы фильмов. Сотрудники, участвующие в кинотренинге, просматривают сюжеты и анализируют их: обсуждают, как повел себя каждый герой в той или иной ситуации, какие мотивы скрываются за его поведением, как необходимо было правильно себя вести.

Этап 2. Тренер просит перенести ситуацию, которую участники увидели в отрывке из фильма, на реальную рабочую ситуацию. Затем необходимо задать аудитории вопросы для размышления: «Как бы Вы повели себя в данной ситуации? Как вы думаете, какое решение было бы самым верным?» Отвечая на эти вопросы, сотрудники размышляют, что-то переосмысливают, иногда спорят, делают выводы для себя. По сути, решая поставленные задачи, приобретают новые знания и навыки.

Затем ведущий предлагает 4 участникам самим разыграть сценки, которые могут случиться на практике. Один обучающийся выступает в роли Кассира/Менеджера по работе с клиентами, 3 других играют роли клиентов. Таким образом, имитируются конфликтные ситуации или сложные деловые переговоры, которые записываются на видео.

Этап 3. Сценки, разыгранные участниками тренинга и записанные на видео, показывают присутствующим. Участники получают возможность взглянуть на себя со стороны - это очень важный момент. Все, что непосредственно связано с личностью сотрудника, обычно акцентирует внимание и запоминается. После просмотра каждой сценки участники тренинга обсуждают ее, оценивают поведение действующих лиц, анализируют ситуацию и ищут оптимальные способы решения проблемы.

В завершение тренинга участникам демонстрируют универсальную технику продаж, которую необходимо применять на практике в качестве эталона общения с клиентами в виде заранее подготовленного видеоролика тренером длительностью 10-15 минут.

Кинотренинги после отработки в аудитории могут переводиться в дистанционный формат (как минимум частично).

Опыт взаимодействия с одним из российских банков показывает, что предложенный подход использования кинотренинга для совершенствования обучения персонала формирует возможности для повышения эффективности работы организации в целом (оценка результатов в ходе исследования проводилась). Предложенное решение также может быть использовано и в других организациях, в том числе как финансовых, так и производственных.

Список литературы:

1. ООО «Делойт Консалтинг» Тенденции в сфере управления персоналом в России – 2019 // Deloitte. Insights. - 2019.
2. Кибанов А.Я. Управление персоналом организации. (Высшее образование: Бакалавриат). - 4 изд., доп. и перераб. - М.: ИНФРА-М, 2018. - 695 с.
3. Маслова В.М. Различные подходы к обучению и развитию персонала компании // Дельта науки. - 2015. - №2. - С. 10-16.
4. Армстронг М., Тейлор С. Практика управления человеческими ресурсами: [пер. с англ.] / М. Армстронг. - 14-е изд. - Санкт-Петербург [и др.]: Питер, 2018. - 1040 с.
5. Дроздова А.А., Гусева А.И. Современные технологии дистанционного обучения в банковской сфере // Современные проблемы науки и образования. - 2015. - №5.
6. Семина А.П., Федотова М.А., Тихонов А.И. Обучение персонала в современных компаниях: проблемы и новые направления // Московский экономический журнал. 2016. № 3. С. 33.
7. Кудряшов В.С., Моисеева Е.А. Основы формирования системы обучения персонала организации // Juvenis scientia. - 2017. - №2. - С. 19-24.
8. Система обучения персонала // HR-director.Ru URL: <https://www.hr-director.ru/article/66088-qqq-16-m6-14-06-2016-sistema-obucheniya-personala> (дата обращения: 18.09.2020).
9. Анализ методов обучения персонала // HR-director.Ru URL: <https://www.hr-director.ru/article/66776-qqq-17-m7-analiz-metodov-obucheniya-personala> (дата обращения: 20.09.2020).
10. Тренды в корпоративном обучении. Что нового взять в работу? // HR-director.Ru URL: https://e.hr-director.ru/693676?btx=10125871&utm_medium=refer&utm_source=www.hr-director.ru&utm_term=65747&utm_content=art&utm_campaign=red_bloc_content_button (дата обращения: 21.09.2020).

ASSESSMENT OF THE IMPACT OF STATE REGULATION ON THE PERFORMANCE OF ORGANIZATIONS

**Chernyakov M.K.¹, Dr. Econ., prof.,
Chernyakova M.M.², PhD Econ., associate prof.,
Akberov K.³ Ch., PhD Econ.**

¹*Novosibirsk State Technical University*

²*Siberian Institute of Management*

³*Novosibirsk State University of Economics and Management*

Annotation. The article analyzes the factors of influence of state regulation of the banking sector of the economy. The impact assessment of the Bank of Russia is considered on the example of JSC "Bank Accept". The main instrument of the Bank's monetary system, which is the key rate, has been identified. The conditions for granting preferential loans with state support to small and medium-sized businesses are formulated. The main regulatory measures of monetary, fiscal and budgetary authorities should be aimed at stabilizing the economy, creating a predictable long-term attractive investment climate, and improving the efficiency of Bank lending.

Keywords: government regulation, support, Bank, analysis, evaluation, management

The first factor of influence of state regulation on the activities of Bank Accept JSC is licensing. The Bank operates under the following licenses and permits [1]:

- License for banking operations with funds in rubles and foreign currency (without the right to attract funds from individuals to deposits) No. 567 dated October 30, 2015 (without expiration date);
- License to attract deposits and place precious metals from October 30, 2015 (without expiration date);
- License to attract deposits of individuals' funds in rubles and foreign currency from October 30, 2015 (without expiration date).

The second factor is the impact of monetary policy. The goals of the Bank of Russia in the monetary regulation system are usually divided into 5 groups [2]:

- 1) price stability,
- 2) exchange rate stability,
- 3) economic growth;
- 4) employment,
- 5) stability of the financial system.

At the same time, the first 4 groups are associated with macroeconomic stabilization and economic growth, and the last group is associated with reducing the risks of the financial sector. In fact, the most important goal is to stabilize prices and ensure the security of the financial system.

The key rate is the main instrument of the Bank of Russia's monetary policy. By changing the key rate, the Bank of Russia affects the dynamics of interest rates in the economy, which in turn affects domestic demand and inflation. By changing the level of the key rate, the Bank of Russia pursues a policy of "expensive" or "cheap" money. The policy of "cheap" money is used to maintain sustainable economic growth, and the policy of "expensive" money is used in the financial crisis to suppress rising inflation.

Another reduction in the key rate led to a consistent reduction in loan rates for legal entities and individuals.

Accordingly, any change in the key rate almost immediately affects the cost of borrowed funds. When it increases, rates rise, as they did, for example, in 2018, and when it decreases, they decrease.

In terms of regulatory easing in the SME lending segment, we can note the measures taken by the Central Bank of the Russian Federation in the second half of 2019 to simplify procedures for assessing the financial situation of borrowers.

Bank Accept provides loans to small and medium-sized businesses, including through targeted resources of the open joint stock company "Russian Bank for support of small and medium-sized businesses".

In addition, Accept Bank is an active participant in state support programs for small and medium-sized businesses, providing loans both in the framework of Programs with the SME Corporation and the Ministry of economic development of the Russian Federation, and in the framework of cooperation with SME Bank:

- Program 8.5%
- Loans under the guarantee of the Fund
- * Guarantees under the guarantee of the Fund
- Business loans at 9.6% supported by the SME Corporation
- Business loan (for micro-business enterprises)

Bank Accept is one of the accredited banks for granting preferential loans with state support to small and medium-sized businesses at a rate of up to 8.5% per annum. This program was approved by Decree of the Government of the Russian Federation No. 1764 of December 30, 2017. Changes to the program were approved by Russian government Resolution No. 1927 of 28.12.2019. Under the Program, loans are issued for projects implemented in priority sectors (table 1).

Table 1 - Conditions For granting preferential loans with state support to small and medium-sized businesses at a rate of up to 8.5% per annum [3-4].

Form of issuance	Credit, credit line (with issue limit or revolving)	
Goals	Investment goals-a loan to Finance an Investment project - for the purchase and (or) creation (construction, manufacture, completion, retrofitting, reconstruction, modernization and technical re-equipment) of fixed assets (including construction, reconstruction, modernization of capital construction projects, including engineering surveys, preparation of project documentation for their construction, reconstruction, modernization), housing construction.	
Term	Up to 7 years old	Up to 3 years old
The amount	From 1 million to 450 million rubles.	
Pledge	Collateral for transport, special equipment, real estate, liquid securities, and Deposit claims.	
Guarantee	Business owners must be Guaranteed by regional Guarantee Funds, or by the SME Corporation.	
Deferred repayment of principal debt	Individually	

Requirements for borrowers:

- A legal entity or Individual entrepreneur that meets the requirements of the Federal law " on the development of small and medium-sized businesses in the Russian Federation " dated 24.07. 2007 No. 209-FZ,
- Operates in one or more priority industries,
- Tax resident of the Russian Federation,
- The presence of positive credit history,
- Overdue taxes, fees and other mandatory payments to the budget no more than 50 thousand rubles.

Missing:

- * initiated insolvency (bankruptcy) proceedings),
- * wage arrears to employees.

It is also worth noting that the demand for loans with the state support increased significantly, which affected the amount of assistance – if in 2019 under the Programme lending issued loans in the amount of 6 million rubles in 2020 – 13 million rubles. In 2020, it is planned to provide funding for this program in the amount of 40 million rubles.

In General, borrowers have become more advanced in support measures. If earlier subjects did not have information about the possibilities of state support, now they themselves apply for preferential loans. However, it is already clear that the demand for these loans will be different in terms of both the borrower's profile and credit conditions.

The third influence factor is banking supervision. Banking supervision over the activities of JSC "Bank Acceptance" (reg.№567) performs the Service within the current banking supervision of the Bank of Russia.

Supervision of compliance with the requirements of the legislation of the Russian Federation in the field of consumer protection of financial services is carried out by the Service for consumer protection and accessibility of financial services of the Bank of Russia.

In a situation of constant global uncertainty, the solution lies primarily in the political and legal plane. The main regulatory measures of monetary, fiscal and budgetary authorities should be aimed at stabilizing the economy, creating a predictable long-term attractive investment climate, and improving the efficiency of Bank lending, primarily by stimulating lending to the real economy.

References:

1. Gritsenko G. M., Chernyakov M. K., Chernyakova M. M., Chernyakova I. A. Principles of state regulation of digitalization of the dairy industry = Principles of state regulation of digitalization of the dairy industry / Food industry = Pishchevaya promyshlennost'. - 2019. – № 11. – Pp. 45-49 – - DOI: 10.24411 / 0235 2486 2019 10176.
2. Chernyakov M. K., Akberov K. CH., Malozemov B. V., Postnikov A.V. State regulation of small business in the agro-industrial complex: monograph /. - Novosibirsk: NSTU publishing House, 2018. - 208 p.
3. Chernyakov M. K., Osipov A. A. Prospects for small business development in Novosibirsk region / Scientific Light. - 2020. - Vol 1, no. 36. – P. 15-16.
4. Osipov A. A., Chernyakov M. K. Prospects for small business development in Novosibirsk region / Innovative development of socio-economic systems: collection of scientific works. Tr. 6 Intern. stud. nauch. - prakt. konf., Ulyanovsk, may 22, 2020-Ulyanovsk: UISTU, 2020. - P. 20-22.

FIXIKISM AS A NEW RISK TO THE DIGITAL ECONOMY

Chernyakov M.K., Dr. Econ., prof.,
Novosibirsk State Technical University
Chernyakova M.M., PhD Econ., associate prof.,
Siberian Institute of Management
Zvyagintsev D.A., master student
Novosibirsk State Technical University

Annotation. The article analyzes the risks of the digital economy. In the absence of economic necessity, the individual is reduced, and then completely disappears. This new phenomenon is suggested to call fixikism. Fixicism is a change in the psychology of some part of the digital generation, which identifies itself as a part of electronic technology, with which they are in contact most of their time.

Keywords: digital economy, risk, fixikism, classification.

The key factors determining the formation of new approaches to the transformation of the economy are three phenomena of the XXI century: digital generations (Y and Z) [1, P. 222-223], which have their own special socio-psychological characteristics, new technologies that form the digital environment, and, finally, the Digital economy and its dictated requirements for all areas of activity.

In the absence of economic necessity, the individual shrinks and then disappears altogether. An elementary extrapolation of the digital economy allows us to foresee that the concept of individuality will cease to play any role in the life of the "it civilization". It's being emasculated. A person who becomes a part of a machine, a "fixie", becomes 100% replaceable for it, just like any computer microchip.

Consequently, with the transformation into a digital economy and the emergence of new digital generations, a new phenomenon arises that can be called fixicism. Fixicism in our opinion is a change in the psychology of some part of the digital generation, which identifies itself as a part of electronic technology, with which they are in contact most of their time. The risk of fixism should be attributed to the category of psychological risks of the digital economy (Fig. 1), which is unique to it and was absent in the traditional one [1, P.44-45].

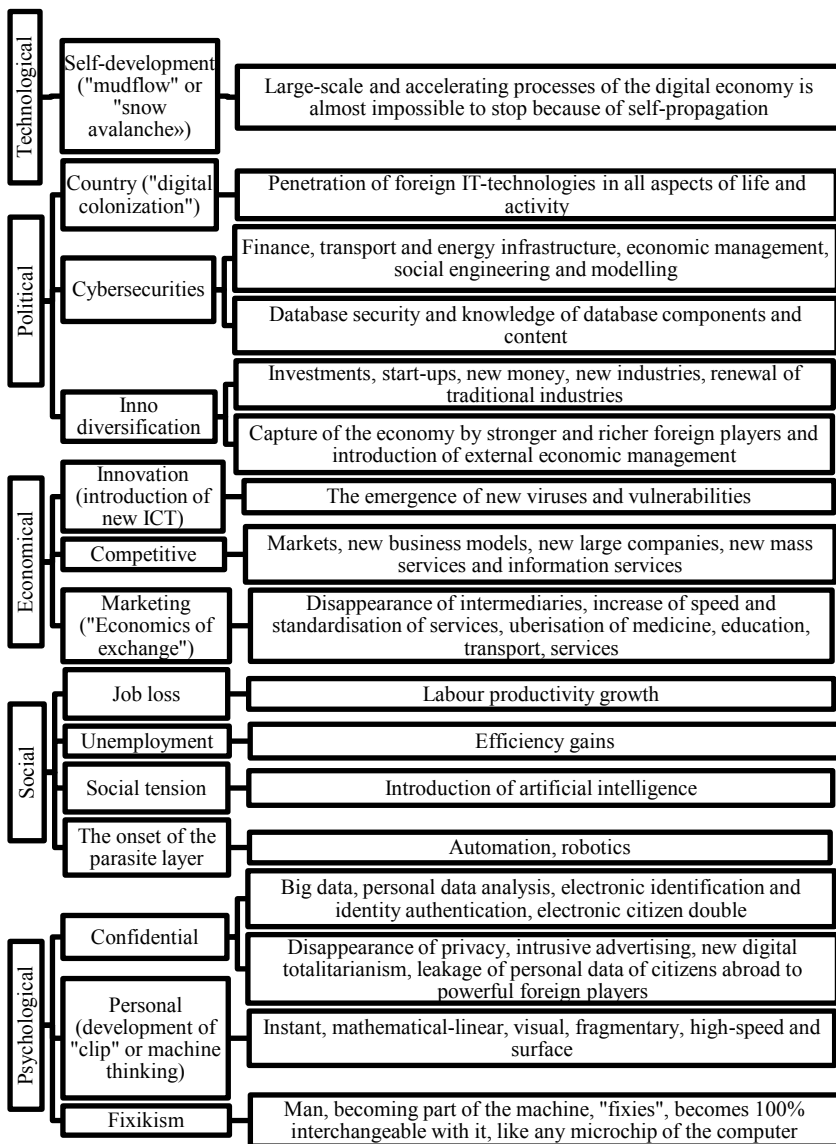


Figure 1 – Classification of risks of the digital economy

Fixism versatile as any phenomenon has a lot of both positive and negative faces (Fig. 2-3). In particular, S. A. Melkov and co-authors [2] considered the idea of digital nomads appearing in any modern society as a supposedly influential social group. Conducted scientific problematization and formulated scientific problem of the work: "...in a digital society, forming new social groups that do not simply change its social structure, but also capable of changing the system of governance and state policy" [2, p. 76].

Digital nomadism	<ul style="list-style-type: none"> • ability to quickly change your environment • a sense of independence and freedom from the place, work schedule • learning about other cultures through travel • expanding the range of off-line communications • project nature of the work
Clip thinking	<ul style="list-style-type: none"> • speed of data processing • predominance of visual perception • multitasking
Internet	<ul style="list-style-type: none"> • the ability to earn money without leaving your apartment • ability to purchase products or services around the world • ability to expand your social circle • ability to keep up to date with the latest news

Figure 2 – The Positive side pixelism

Another face of toxicity is computer addiction (addiction) [3]. Computer addiction begins with the fact that a person neglects household chores in order to be online, checks email or turns on the computer before doing more necessary things, sacrifices their academic performance or success at work, sleep, food for the sake of computer passion. He also takes a defensive position or is secretive when asked about his time spent online or about his interests in the computer. The computer addict prefers real life online, considering it tasteless and joyless, does not make efforts to build relationships with people offline, escapes to the virtual world, avoiding the difficulties and problems of real life, and fails in attempts to control himself and his addiction.

Digital nomadism	<ul style="list-style-type: none"> • unstable wages • the emergence of Internet addiction • lack of a permanent circle of off-line communication • limiting career growth in traditional office companies • failure to follow the correct daily routine can lead to health problems • vulnerability, despite their "advanced "nature, digital nomads have certain" vulnerabilities", including real and virtual ones
Clip thinking	<ul style="list-style-type: none"> • fragmentariness • brightness • short duration • illogicality • fragmentary • disparity
Internet	<ul style="list-style-type: none"> • Internet information addiction (online surfing) • computer gambling addiction • hacking • involuntary craving to buy things at online auctions and online stores • endless downloading of video and audio materials from torrent trackers in order to create your own database

Figure 3 – Negative aspects of fixicism

Clip thinking is a way of perceiving the world around us in the form of a mosaic, puzzles, when a bright, but fragmentary and short-term image is formed in the mind, which is immediately replaced by others like it [4].

The Internet can definitely be called one of the most significant inventions of man. More than half of the Russian population uses the Internet [5]. The Internet, like all global discoveries, can have a significant impact on the development of society, having both a positive and negative impact. Using the Internet, you can improve your intellectual level and education [6]. However, Internet addiction (online surfing), or an overwhelming need for a constant flow of information, makes a person travel endlessly on the Network, and gaming addiction is when a person gets hooked and can't break away from online games.

The problem of atomization of society is important for the state. The emergence of fixicism only increases the atomization of society by changing values and the availability of new tools for self-actualization of the individual through communication in the Network. The risk of fixicism cannot be analyzed in isolation from other risks of the digital economy (Fig. 1) [7-12].

References:

1. Chernyakov M. K. Regulation of the digital economy of agriculture: monograph / M. K. Chernyakov, M. M. Chernyakova. - Novosibirsk: NSTU publishing House, 2019. 232 p.
2. Melkov S. A., Saltykova M. V., Iyabakh A. Yu. "Digital nomads": problematization of appearance and influence on the development of modern society " / Bulletin of the Moscow state linguistic University. Social science. 2019. Vol. 1 (834). Pp. 76-94.
3. Zhukova M. V. Computer addiction as one of the types of addictive implementation // Bulletin Of The South Ural State Pedagogical University, 2013, Pp. 120-129.
4. Chernyakov M. K., Chernyakova M. M., Akberov K. CH. Transformation of personality and clipped consciousness / Sociocultural problems of modern man: 5 vseros. scientific-practical Conf. with Intern. participation. Novosibirsk: NSPU Publishing house, 2018. - Vol. 1. P. 102-109.
5. Chernyakov M. K., Chernyakova M. M. Statistical analysis of the labor market of the Novosibirsk region / Bulletin of the Siberian University of consumer cooperation. 2014. Vol. 3 (10). Pp. 26-31.
6. Chernyakov M. K., Intensive automated training / In the collection: Technologies in education. Materials of the scientific and methodological conference. 2015. Pp. 16-20.
7. Chernyakov M. K., Chernyakova M. M. Innovative risks of digital economy // National priorities of Russia. 2018. Vol. 4 (31). – Pp. 63-68.
8. Chernyakov M. K., Chernyakova M. M. Classification of risks of digital economy // Financial Economics. - 2018. - No. 6. - Pp. 384-389.
9. Chernyakov M. K., Chernyakova M. M. Technological risks of the digital economy [Electronic resource] // Journal of Corporate Finance Research. 2018. Vol. 12(4). Pp. 99–109. Mode of access: <https://cfjournal.hse.ru/article/view/8132>. Title from screen. DOI: 10.17323/j.jcfr.2073-0438.12.4.2018.99-109.
10. Galushkina A. M., Chernyakov M. K., Chernyakova M. M. Assessment and management of risks indivisibilities in the digital economy // Problems of ensuring the competitiveness of economic systems at various levels: collection of scientific articles vseros. student scientific conference-competition. Khabarovsk, 2019, Pp. 33-37.
11. Nikshina O. S., Chernyakov M. K. Influence of digital economy on personality // Scientific Annual Publication of the Analysis and Forecast center. - 2018. Vol. 2. Pp. 212-216.

МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОЦЕНКИ ФИНАНСОВОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

**Черняков М.К., д-р экон. наук, проф.,
Гольшшкина А.М.**

Новосибирский государственный технический университет

Аннотация. В данной статье рассматриваются методические аспекты оценки финансовой безопасности предприятия. В результате обобщения существующих подходов к оценке финансовой безопасности, в данной статье можно отметить, что методические аспекты оценки позволяют определить степень финансовой безопасности организации на основе предложенных авторами нормативов, и соответственно, предположить потенциальные финансовые угрозы и риски и оценить перспективы их устранения. Предложен авторский алгоритм методики оценки финансовой безопасности предприятия.

Ключевые слова: финансы, состояние, безопасность, оценка, анализ, методы оценки.

Каждое предприятие, исходя из особенностей ведения бизнеса, отраслевой принадлежности, определяет угрозы финансовой безопасности, оценивает их возможное воздействие и принимает меры по смягчению их воздействия. Таким образом, каждое предприятия должно самостоятельно разрабатывать концепцию финансовой безопасности и строить систему ее обеспечения.

Для того чтобы определить уровень финансовой безопасности предприятия и разработать рекомендации по усовершенствованию обеспечения финансовой безопасности был предложен системный подход к оценке финансовой безопасности предприятия, который состоит из методов анализа финансового состояния и методик оценки финансовой безопасности предприятия.

Методическое обеспечение анализа финансового состояния – это необходимый инструмент эффективного управления финансовой безопасностью предприятия.

Обобщив рассмотренные методики оценки финансовой безопасности были сделаны выводы о существовании подходов и методик оценки финансовой безопасности, а также особенностей, характерных для выявления финансовых угроз и оценки перспективы и вероятности наступления банкротства (рис. 1).



Рисунок 1 – Методические аспекты оценки финансовой безопасности предприятия*

*Разработано авторами

В первом блоке на первом этапе осуществляется общая оценка финансового состояния предприятия. После проведения визуальной счетной проверки показателей отчетности по формальным признакам и по существу:

- определяется наличие всех необходимых форм и приложений;
- происходит процесс проверки на ясность, точность и правильность заполнения отчетных форм;
- производится горизонтальный, вертикальный, сравнительный анализ бухгалтерского баланса и отчёта о финансовых результатах;
- делается предварительный вывод об общем финансовом состоянии предприятия.

На втором этапе проводится анализ ликвидности бухгалтерского баланса, финансовой устойчивости и рентабельности рассматриваемого предприятия. Общая оценка финансового состояния и анализ ликвидности будет осуществляться по рассмотренной ранее методике А.Д. Шеремета и Е.В. Негашева.

Во втором блоке на третьем этапе осуществляется оценка финансовой безопасности предприятия по разработанным критериям оценки уровня финансовой безопасности. Суть данного подхода заключается в выборе показателей, характеризующих уровень финансовой безопасности, и сравнении их с пороговыми значениями. Для оценки будет использована методика Володиной И.Г. [1], которая выделяет основные финансовые показатели по уровню безопасности.

На четвертом этапе необходимо произвести оценку финансовой безопасности предприятия индикаторным методом. Суть данного подхода заключается в выборе показателей, характеризующих финансовую безопасность, и сравнении их с пороговыми значениями. Для оценки будет использована методика Запорожцевой Л.А, которая через угрозы выделяет основные финансовые показатели, утрата или потеря которых может привести к финансовой опасности.

На пятом этапе с учетом проведенной оценки финансовой безопасности предприятия индикаторным методом выявляются угрозы финансовой безопасности предприятия. После анализа классификации угроз можно сформировать основные показатели, потеря или утрата, которых оказывает и наносит вред финансовому состоянию компании. Выделим основные угрозы финансовой безопасности компании согласно методике Л.А. Запорожцевой (таблица 1, представлена ниже) [2].

Таблица 1 – Угрозы и показатели, на основе которых они рассчитываются

	Угроза для предприятия	Показатель/коэффициент, на основе которого осуществляется расчет
1	Потеря ликвидности	Коэффициент текущей ликвидности
2	Утрата финансовой самостоятельности	Коэффициент автономии и значение плеча финансового рычага
3	Снижение эффективности деятельности, утрата доходности и	Показатель рентабельности активов Показатель рентабельности

4	Старение объектов основных средств	Уровень инвестирования амортизации
5	Нарастание долгов по причине замедления оборачиваемости дебиторской задолженности	Показатель оборачиваемости дебиторской задолженности
6	Неэффективная кредитная политика	Сопоставление оборачиваемости дебиторской и кредиторской задолженностей
7	Неплатежеспособность предприятия	Показатель достаточности денежных средств
8	Сокращение доходности и рыночной стоимости предприятия	Средневзвешенная стоимости капитала к рентабельности активов предприятия
9	Разрушение стоимости предприятия	Показатель экономической добавленной стоимости
10	Неустойчивое развитие предприятия	Темп роста прибыли > Темп роста объема продаж > Темп роста активов > 100%

Шестой этап согласно вышеуказанным методическим аспектам предполагает проведение процесса оценки и анализа вероятности наступления банкротства предприятия. Для такой оценки наилучшим вариантом, по – нашему мнению, необходимо использовать методику оценки вероятности банкротства российского автора Зайцевой О.П.

По результатам обобщения материала в данной работе важно сделать следующие выводы:

1) к оценке финансового состояния существует множество традиционных подходов, разработанных, в том числе и отечественными авторами;

2) сравнительная оценка направлений анализа финансового состояния выявила, что авторы придерживаются расчета традиционных показателей, характеризующих финансовое положение, ликвидность и платежеспособность, деловую активность, рентабельность, финансовую устойчивость организации;

3) для оценки финансовой безопасности организации активно используются показатели финансового состояния;

4) важно осознавать, что, действительно, многие из показателей оценки финансового состояния могут быть основой для принятия решений, связанных с определением потенциальных угроз и рисков деятельности организации, что подтверждается предложенными методиками анализа финансовой безопасности под авторством И.Г. Володиной и Л.А. [1] Запорожцевой [2];

5) целесообразно использовать подходы к оценке финансовой безопасности указанных выше авторов для того, чтобы определить не

только финансовое состояние организации на определенную дату, но и оценить существующие и потенциальные угрозы эффективности деятельности с целью дальнейшего ее стратегического развития.

Таким образом, можно сделать вывод, что постоянный мониторинг финансовой безопасности, который происходит на основе использования системной методики анализа позволит предприятию заранее избежать появления негативных явлений в ходе производственно-коммерческой деятельности. Также необходимый мониторинг на постоянной основе позволит, обеспечит предприятию устойчивое функционирование в современной экономике. Стоит отметить, что объединение данных методов, отличается достаточной универсальностью. Универсальность данной системной методики означает, что в данном случае появляется возможность отслеживать, анализировать и контролировать уровень финансовой безопасности любого экономического субъекта, обладающего финансовой самостоятельностью.

Для того, чтобы система финансовой безопасности на предприятии эффективно функционировала, следует принимать оперативные управленческие решения по нейтрализации вышеперечисленных угроз путем практической реализации выработанных мероприятий и проконтролировать данный процесс.

Таким образом, стоит отметить, что в данной работе общее содержание процедур анализа финансовой безопасности предприятия обуславливается избранными видами анализа и методами его проведения.

Список литературы:

1. Володина, И. Г. Анализ и оценка уровня финансовой безопасности предприятия / И. Г. Володина. — Текст: непосредственный // Проблемы и перспективы экономики и управления: материалы II Междунар. Науч. Конф. (г. Санкт-Петербург, июнь 2013 г.). Т. 0. Санкт-Петербург: Реноме, 2013. С. 101-104. URL: <https://moluch.ru/conf/econ/archive/77/4010/> (дата обращения: 22.09.2020).
2. Запорожцева Л.А., Ткачева Ю.В. Особенности выбора критериев и показателей финансовой диагностики российских агроформирований [Электронный ресурс] // Экономические науки / 3. Финансовые отношения. — Режим доступа: http://www.rusnauka.com/10_DN_2012/Economics/3_107335.doc.htm (дата обращения: 19.09.20).

ОПТИМИЗАЦИЯ РЕЦЕПТУР ПИЩЕВЫХ ПРОДУКТОВ МЕТОДОМ МАТЕМАТИЧЕСКОГО МОДЕЛИРОВАНИЯ

**Черняков М. К., д-р экон. наук., проф.,
Госман Д.В., магистрант,
Малгатаева М.С., магистрант**

Новосибирский государственный технический университет

Аннотация. Разработка новых рецептов блюд и полуфабрикатов с заданными характеристиками является одним из основных направлений развития индустрии питания. Применение методов математического моделирования имеют преимущества при разработке сложных многокомпонентных пищевых продуктов, где есть неопределенность входных и выходных данных. Установлено, что данная методика позволяет оценить характеристики продуктов при минимальном количестве эмпирических опытов, сокращая временные и материальные затраты.

Ключевые слова: математическое моделирование, оптимизация рецептуры.

Пища начинает рассматриваться как сложная система с различными возможными взаимодействиями между ключевыми переменными в разных масштабах (от нано масштаба до макроскопического). В настоящее время в большинстве научных областей признано, что динамическое моделирование и компьютерное моделирование являются ценными инструментами для понимания, проектирования, оптимизации и контроля продуктов и процессов. Цель математической модели - зафиксировать соответствующие характеристики (в заданном контексте) сложного объекта или процесса на основе существующего теоретического понимания явлений и доступных измерений. В пищевой промышленности использование математических методов в последнее время значительно расширилось. Это связано со сложностью технологических процессов, когда любое технически и экономически необоснованное решение приводит к значительным материальным потерям. Избежать просчетов в современных условиях производства можно только применяя строгую количественную оценку технологических процессов, основанную на математически описанных закономерностях происходящих явлений. Преобразование технологических задач в математическую форму позволяет не только прояснить существенные аспекты самой задачи, но и существенно сократить время и стоимость ее решения. Различные

математические методы используются как при исследовании и оптимизации режимов и параметров различных технологических процессов, определении показателей качества разрабатываемых изделий, так и при определении сроков хранения готовой продукции.

Формирование математической модели состоит из следующих этапов: выбор продукта разработки (проектного объекта), определение цели исследования, выбор критерия оптимальности, выявление неизвестных и основных ограничений, математическое моделирование (рис.1). Объектами разработки (проектирования) могут быть продукты различных групп, обладающие определенными свойствами, которые необходимо учитывать в процессе проектирования. В результате анализа характеристик продукта определенной группы определяется объект проектирования.

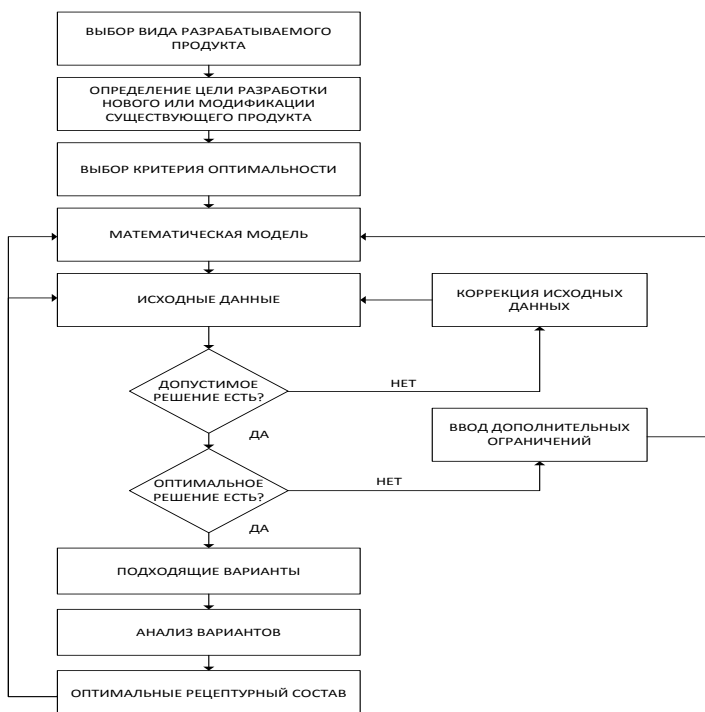


Рисунок 1– Этапы проектирования рецептуры пищевого продукта

Первый этап проектирования состоит из создания информационной базы данных, которая позволяет структурировать процесс разработки, установить связи и определить последовательность наиболее важных этапов. На рисунке 2 показано схематическое изображение этапов процесса производства хлебобулочных изделий с овощной начинкой [1].

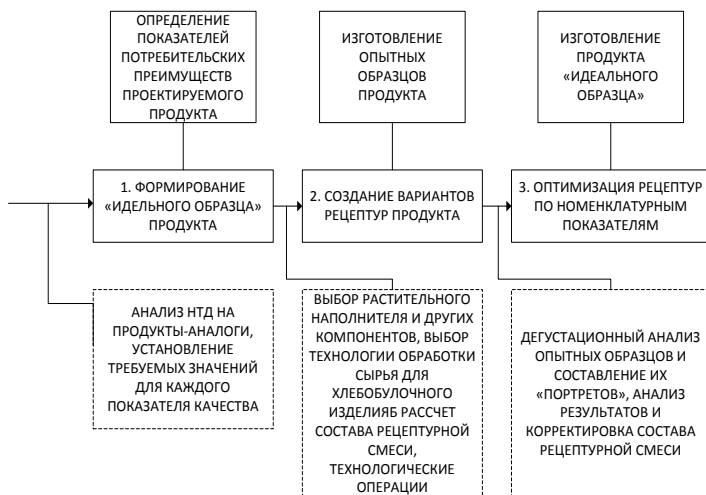


Рисунок 2– Схема этапов создания хлебобулочных изделий с растительным наполнителем

Структура ограничений зависит от характеристик объекта проектирования и условий, которые задаются целью и задачами. В математической модели ограничения выражаются в виде систем неравенства, уравнений и других взаимосвязей. Выбор метода и степень сложности при решении задачи влияет на структуру и количество ограничений. Количество ограничений должно соответствовать условиям проблемы. Большое количество ограничений усложняет процедуры решения задачи, влияет на вероятность ошибки и сокращает диапазон возможных решений. Но, с другой стороны, отсутствие ограничений в модели может привести к результату решения практически неподходящей задачи.

При разработке модели не всегда удается определить достаточное количество ограничений. Некоторые ограничения, необходимые для данной задачи, могут быть определены только после ее решения.

Например, в рецептуре хлебобулочных изделий с растительной начинкой используются следующие ограничения: максимальная концентрация отдельных ингредиентов и содержание витамина В в готовом продукте.

Создание рецептов блюд и полуфабрикатов, отвечающих стандартам физиологических потребностей человека, должно обеспечить сбалансированный химический состав готового продукта с высокими показателями вкуса, запаха, консистенции и оптимальной стоимостью. Подходы на основе математических моделей в пищевой промышленности подвержены одному или нескольким ограничениям (табл.1).

Таблица 1 – Трудности разработки и анализа моделей в пищевой промышленности

Трудности	Возможные решения
Разнообразие механизмов (физико-химические реакции, микробные реакции)	Многопрофильная исследовательская группа
Различные и неоднородные масштабы для переменных и разных типов знаний	Объединение математических методов
Нелинейные связи между переменными, шкала времени в сочетании с пространственной шкалой	Методы, способные справиться с эпистатическими и стохастическими неопределенностями
Неопределенность в измерениях и несогласованность данных	Повышенная вычислительная мощность
Стоимость и продолжительность экспериментов	Сотрудничество ученых и специалисты разных дисциплин

При решении этой задачи набор требований к качеству готового продукта формулируется как набор ограничений, которые касаются как элементов химического состава и стоимости продукта, так и процентного содержания отдельных ингредиентов.

После построения модели и определения ее параметров становится доступен ряд инструментов для анализа идентифицируемости, чувствительности и неопределенности, как структурных, так и параметрических. Результатом этих процедур может быть пересмотр гипотезы и структуры модели, а также разработка дополнительных экспериментов, позволяющих надежно идентифицировать параметры.

Построение математической модели рецептурных смесей индустрии питания и функциональных пищевых продуктов используется в практической деятельности предприятий пищевой и перерабатывающей промышленности. Задачи оптимизации, как правило, решаются в соответствии с планируемым курсом, например, по энергетической ценности, химическому, минеральному или витаминному составу. В то же время большой интерес вызывают проблемы проектирования сложных многокомпонентных пищевых систем, т.е. создания рецептур продуктов с оптимальными структурными и механическими свойствами при рациональном использовании сырья животного и растительного происхождения. Для разработки методов компьютерного проектирования сложных составных пищевых продуктов необходимо проанализировать и оценить преимущества и недостатки существующих методов решения аналогичных задач. До сих пор немногие исследования могли работать в таком сложном проектном пространстве. Существующие публикации по моделированию пищевых систем сосредоточены либо на вопросах безопасности, либо на вопросах пищевой ценности. Дополнительные факторы, которые необходимо учитывать, - это устойчивость и воздействие на окружающую среду. Возникающая область науки о сложных системах, расположенная на перекрестке математики и искусственного интеллекта, разрабатывает методы и инструменты для понимания и описания нестабильных и изменяющихся сред, систем, которые развиваются и адаптируются за счет внутренних и внешних динамических взаимодействий и непредсказуемы в рамках традиционных научных исследований [2].

Список литературы:

1. Mechanoenzymatic obtaining in the solid phase of protein hydrolyzate for the development of new product for specialized purposes / D. V. Gosman, V. D. Pogorova, A. L. Bychkov, E. S. Bychkova, O. I. Lomovskiy, L. N. Rozhdestvenskaya // Fundamental bases of mechanochemical technologies (FBMT–2018): book of abstr. of the 5 intern. conf., Novosibirsk, 25–28 June 2018. – Novosibirsk: IPC NSU, 2018. – P. 163.
2. Nathalie Perrot, Ioan-Cristian Trelea, Cédric Baudrit, Gilles Trystram, P. Bourguine. Modelling and analysis of complex food systems: State of the art and new trends. Trends in Food Science and Technology, Elsevier, 2011, 22 (6), pp.304 - 314.

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ КАК МЕХАНИЗМ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

**Черняков М.К., д-р экон. наук., проф.,
Садыкова А.А.**

*Новосибирский государственный
технический университет*

Аннотация. Понятие «конкурентоспособность предприятия» исходит из конкуренции, а, следовательно, проявляется в конкурентных преимуществах предприятия. Также оно является рыночным, междисциплинарным и многофакторным. Итак, конкуренция – это экономическое соперничество отдельных товаропроизводителей за долю рынка.

Ключевые слова: конкурентоспособность, конкуренция, экономическая безопасность, товар.

Конкуренция – это главный элемент рыночного механизма регулирования спроса и предложения товаров, форма социально – экономических отношений и взаимодействия рыночных субъектов хозяйствования в процессе производства, купли и продажи товаров. Исходными средствами конкуренции являются качество и цена товара, их соотношение, престижность, сервис и торговая марка предприятия.

Актуальность темы заключается в том, что в современных рыночных условиях хозяйствования экономическая безопасности и конкурентоспособность находятся в постоянном взаимодействии.

Цель данной работы – изучить конкурентоспособность как механизм обеспечения экономической безопасности предприятия.

Конкуренция определяется как динамичный развивающийся процесс соревнования предприятий, у которых цель – усовершенствовать производство, которое обуславливает повышение конкурентоспособности не только отдельно взятых компаний, но и их отраслей.

Современные условия хозяйствования характеризуются разнообразными кризисными тенденциями, и финансовая составляющая конкурентоспособности является одним из основных факторов, определить настоящее и будущее состояние предприятия. Деятельность предприятия предполагает ведение финансового учета, формирование финансовых планов и прогнозов, осуществление финансовых операций. От качества финансового управления в краткосрочном и долгосрочном периоде зависит жизнеспособность компании.

Базисными характеристиками финансовой конкурентоспособности выступают:

- рентабельность;
- ликвидность;
- финансовая и платежеспособность устойчиво;
- способность корпорации субсидировать устойчивое развитие, гарантировать окупаемость вложений и повышение стоимости бизнеса;
- поддержание высокого уровня кредитоспособности и продуктивное управление финансовыми рисками.

Конкуренция полагает, что свободный рынок с соответствующим ценообразованием - это стимул и мера эффективности рыночного хозяйства. Использование инноваций, разработка высокотехнологических продуктов, развитие научно-технологического потенциала повышает конкурентоспособность товаров в значительной части мира.

Конкурентоспособность товара – это относительная характеристика товара, которая показывает его лучшие отличия от товара конкурента по потребности потребителя и по затратам на удовлетворение этой потребности. Конкурентоспособность товара это четыре интегральных показателя: качеством товара, а также цена, затраты на эксплуатацию товара за его жизненный цикл, качество сервиса товара. Значения четырех интегральных показателей конкурентоспособности товара обуславливаются от силы влияния внешних и внутренних факторов конкурентного преимущества товара.

От ряда факторов, влияющих на предпочтительность товаров и определяющих объем их реализации на рынке зависит конкурентоспособность продукции. Компоненты конкурентоспособности можно считать за факторы, поэтому поделим их на три группы: технико-экономические, коммерческие, нормативно-правовые факторы.

Конкурентоспособность предприятия предполагает его способность взаимодействия с поставщиками как через куплю-продажу материалов, требующихся для производства, так и с потребителями через куплю-продажу товара, с конкурентами через систему организационных мер, перспективных и текущих, реализующих активность предприятия в конкурентном обществе.

Чем больше конкурентных преимуществ и выше их качественные характеристики у предприятия, тем более благоприятные условия

предприятие получает для успешной деятельности на всем рынке. В нынешней борьбе за мировые рынки надо использовать положительные стороны научно-технической революции и международного разделения труда, которые доступны только крупным организационным структурам. Сюда можно отнести финансово-промышленные группы (ФПГ), цель которых эффективно воспроизвести финансовый и торгового капитал, а также его накопление, инвестировать в приоритетные отрасли экономики.

Пути повышения конкурентоспособности:

- постоянно использовать нововведения;
- поиск новых, более совершенных форм выпускаемого товара;
- выпуск продукции качества, которое отвечало бы государственным и мировым стандартам;
- сбыт товаров в те же сегменты рынка, где наиболее высокие требования к качеству и сервисному обслуживанию;
- использование высококачественного сырья и материалов;
- постоянное обучение и переподготовка кадров;
- проведение маркетинговых исследований рынка с целью установления потребностей покупателей;
- повышение материальной заинтересованности работников и улучшение условий труда;
- анализ своих конкурентов, для выявления своих слабых и сильных сторон;
- поддержание контактов с научно-исследовательскими организациями и инвестирование научных разработок, направленных на повышение качества продукции;
- использование наиболее эффективных рекламных мероприятий.

Список литературы:

1. Абрамишвили, Г.Г. Конкуренция: анализ, стратегия и тактика конкурентной борьбы. М.: ИНФРА-М, 2015. 367 с.
2. Мамаева Л.Н. Безопасность предприятия: экономический аспект // Информационная безопасность регионов. 2015.
3. Мамаева Л.Н., Жадан И.Э. Информационный аспект экономической безопасности // Информационная безопасность регионов. 2013. № 2 (13).
4. Буянов, В. А. Анализ рисков в деятельности предприятия [Текст] : учеб. пособие. Вопросы экономики. 2015. № 8. С. 128-134.
5. Панков, Д. А. Конкурентоспособность предприятия [Текст] : учеб. М. : БГЭУ, 2015. 863 с.

МЕСТО СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СИСТЕМЕ ВИДОВ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ АКТИВНОСТИ

**Шавырина И.В., канд. социол. наук, доц.,
Деменко И.А., канд. социол. наук, доц.**
*Белгородский государственный технологический
университет им. В.Г. Шухова*

Аннотация. Изучение социального предпринимательства как явления в нашей стране осложняется трудностями при отнесении той или иной организации к социальному предпринимательству. В данной статье авторами предпринимается попытка определения места социального предпринимательства в системе других видов предпринимательской активности.

Ключевые слова: предпринимательство, социальное предпринимательство, социально-ориентированная деятельность, корпоративная социальная ответственность, социально ответственный бизнес.

Несмотря на то, что опыт «социального предпринимательства стал активно накапливаться лишь около 20-30 лет назад, появившись почти одновременно в различных точках мира с разными экономическими и социальными условиями, он уже успел стать отдельной предметной областью среди представителей научного сообщества исследователей предпринимательства» [1].

Организационно-правовой статус социального бизнеса может варьироваться: это может быть, как коммерческая, так и некоммерческая организация.

Ключевой отличительной чертой именно социального бизнеса является поставленная цель – решение или ослабление общественно разделяемой проблемы, на которую и направляется прибыль организации.

Социальный бизнес как организационная форма социального предпринимательства обладает тремя связанными между собой характеристиками, которые отличают его от других организационных форм предпринимательства как такового: социальное назначение, инновационность и самокупаемость.

Помимо социального бизнеса как организационной формы важнейшей составляющей социального предпринимательства является ее действующий актор – сам социальный предприниматель. Это человек, который творчески подходит к решению общественно

разделяемой социальной проблемы, применяя при этом устойчивую экономическую модель. Такие люди обычно и становятся идейными вдохновителями и создателями независимых социальных организаций.

Социальное предпринимательство включает в себя две основные сферы: социальную и экономическую.

При рассмотрении понятия социальное предпринимательство, прежде всего, необходимо обратиться к базовому понятию «предпринимательство». Безусловно, предпринимательство в классическом виде представляет движущей силой, которая способствует благосостоянию общества. Социум в данном случае выдвигает потребности, а предприниматели бросают свои силы на удовлетворение потребностей. В данном смысле, предпринимательская деятельность, расширяет границы решения социальных проблем.

Согласно гражданскому кодексу Российской Федерации (ст.23) предпринимательской является «самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение, прибыли от пользования имуществом, продажи товаров или оказания услуг лицами, зарегистрированными в этом качестве в установленном законом порядке» [2].

По мнению Д.А. Калугина и Г.Г. Климовой, предпринимательство представляет собой «свободное экономическое ведение хозяйства в разных сферах деятельности, осуществляемое субъектами рыночных отношений с целью удовлетворения потребностей конкретных потребителей и общества в товарах (работах и услугах) и получения прибыли (дохода), необходимых для саморазвития собственного дела (предприятия) и обеспечения финансовых обязательств перед бюджетами и другими хозяйствующими субъектами» [3].

Наиболее типичное и емкое определение предпринимательства дано в работе К: Левиса. По его мнению, предпринимательство представляет собой «процесс создания чего-то нового, обладающего ценностью; процесс, поглощающий время и силы, предполагающий принятие на себя финансовой, моральной и социальной ответственности; процесс, приносящий денежный доход и личное удовлетворение» [4].

Таким образом, традиционное предпринимательство представляет собой процесс внедрения инновационных идей, направленных на удовлетворение потребностей с получением материальной выгоды.

Социальное предпринимательство как феномен современного цивилизационного процесса ещё далеко не в полной мере проанализировано и осмыслено научным сообществом. Анализ

публикаций по этой проблематике показывает, что среди учёных нет единого определения данного понятия.

Так, Грегори Дж. Дис. под данным словосочетанием понимает «энтузиазм социальной миссии и деловую дисциплину, инновационные подходы и решительность» [4]. Р. Мартин и С. Осберг рассматривают социальное предпринимательство как широкий процесс, который включает в себя «комбинацию ресурсов для создания возможностей ускорения социальных изменений и/или удовлетворения социальных потребностей» [5].

Гибкость определения социального предпринимательства и вариативность его трактовок среди представителей научного сообщества зачастую способствует подмене этой формы предпринимательской активности иными проявлениями социально ориентированной деятельности, что приводит к путанице и препятствует точному пониманию и тщательному изучению явления.

Для того чтобы четко определить место социального предпринимательства в системе других видов социально ориентированной предпринимательской активности обратимся к работе К. Альтера «Типология социальных предприятий», предлагающей классификацию различных типов социально ориентированных предприятий на основе соотношения в их деятельности коммерческого и социального начала. Автор выделяет три группы организаций, осуществляющих активность в социальной сфере:

- 1) благотворительные организации, основанные на чистой филантропии (традиционные НКО);
- 2) коммерческие компании, основанные на личной выгоде (традиционные прибыльные организации);
- 3) гибридные формы, объединяющие черты благотворительных и коммерческих организаций [6].

По мнению К. Альтера, различные типы организаций отличны в мотивации своей деятельности, в целях, а также методах достижения этих целей. Если мотив благотворительных организаций – порыв доброй воли, а основной целью благотворительной деятельности является создание социальной ценности, то деятельность коммерческих компаний мотивирована личной выгодой ее руководителей и нацелена на создание экономической ценности. При этом назначение и способы реализации, полученной прибыли также варьируется для разных типов организаций. Прибыль благотворительной организации направляется непосредственно на реализацию ее основной миссии, которая определяется законом или политикой организации, а прибыль

коммерческой организации не реинвестируется, а распределяется между акционерами и собственниками компании.

Гибридные организации, как правило, характеризуются особенностями как благотворительной организации, так и коммерческой компании. Это проявляется в том, что «целью таких организаций является создание и социальной, и экономической ценности путем использования методов, определяемых сочетанием миссии и рынка. Прибыль в гибридных организациях реинвестируется на реализацию миссии, однако также возможно и ее частичное перераспределение между стейкхолдерами» [7].

Социальные организации имеют гибридную форму, однако существуют и иные формы гибридных организаций, которые нельзя путать с социальным предпринимательством.

К. Альтер выделяет следующие гибридные организации: НКО с коммерческими компонентами, социально ответственный бизнес, корпоративная социальная ответственность, а также собственно социальное предпринимательство.

Он очерчивает расположение гибридных организаций в континууме между благотворительными организациями (традиционными НКО) и коммерческими компаниями (традиционными коммерческими организациями). Социальные организации по его шкале располагаются между НКО, имеющими доходную деятельность, и социально-ответственным бизнесом.

Здесь необходимо детально остановиться на разных гибридных формах организаций и определить их основные отличия от социального предпринимательства, чтобы в ходе исследования не подменять социальное предпринимательство иными формами социально ориентированной деятельности.

Некоммерческая организация с коммерческими компонентами представляет собой некоммерческую организацию, которая «не преследует цели получения прибыли, а в случае ее образования направляет ее на финансирование основной деятельности в следующих периодах» [8].

Социальное предпринимательство представляет собой коммерческую фирму, созданную с целью сокращения масштабов или полного решения разделяемой обществом социальной проблемы для создания общественного блага. Такие организации характеризуются наличием социальной цели, обусловленной созданием социальных эффектов и перемен путем решения социальных проблем, предпринимательских методов достижения цели и общественной

ценности создаваемого блага. Социальная организация возникает в условиях невозможности решения социальной проблемы уже известными способами. Иными словами, социальный предприниматель привносит с собой нечто качественно новое, будь это новый продукт или услуга, или новая методика их производства. Однако «инновационный подход к решению проблемы должен не только возникнуть, но и пройти процесс легитимации – приобрести устойчивость, распространиться и зарекомендовать себя как не просто новый, но и действенный метод достижения социальной цели» [9].

Социально ответственный бизнес. Это фирма, «имеющая двойственные цели: получение прибыли в пользу акционеров или собственников бизнеса и решение общественно значимой социальной проблемы как способ сохранения хороших отношений со стейкхолдерами и поддержания своей репутации. Подобные фирмы могут сильно различаться в зависимости от степени влияния на принятие бизнес-решений рыночных стимулов и объемов средств, инвестируемых в социальную миссию фирмы» [10].

Корпоративная социальная ответственность. Это тот же социально ответственный бизнес, имеющий двойственные цели, но в корпоративном сегменте. Иными словами, социально ответственный бизнес является собственностью одного или нескольких владельцев, в то время как корпорацией с социальной ответственностью руководят акционеры. Это и является единственным отличием между социально ответственным бизнесом и корпоративной социальной ответственностью крупного бизнеса.

Таким образом, социальное предпринимательство является уникальным типом организации, который не следует путать с другими гибридными формами, такими как НКО с коммерческими компонентами, социально ответственным бизнесом (включая компании, практикующие социальную ответственность), а также традиционными НКО и коммерческими компаниями.

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 20-011-00350 «Технология развития социального предпринимательства в молодежной среде (региональный аспект)»»

Список литературы:

1. Данакин Н.С., Шавырина И.В., Демененко И.А. Концептуальные основы понимания социального предпринимательства // Этносоциум и межнациональная культура. 2020. № 2 (140). С. 57.

2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. От 03.08.2018) (с изм. И доп., вступ. В силу с 01.01.2019) ГК РФ [Электронный ресурс]. Систем. требования: URL.: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/ecba25c5ee75edc02f685823ed10abe2b0d7b887/ (дата обращения 3.09.2020).
3. Калугина Д.А., Климова Г.Г. Государственная поддержка предпринимательства и социального предпринимательства как путь преодоления проблемы социального неравенства // Вопросы политологии и социологии. 2013. № 2 (5). С. 28.
4. Lewis KV. Identity capital: an exploration in the context of youth social entrepreneurship // Entrepreneurship & Regional Development, 2016. pp. 182-183.
5. Dees JG, Anderson BB. Framing a theory of social entrepreneurship: Building on two schools of practice and thought. Boston, 2016. Pp.15-17. Martin R.L.& Osberg S. Social Entrepreneurship: the Case for Definition// Stanford Social InnovationReview. Spring, 2017.
6. Alter K. Social enterprise typology. Virtue Ventures LLC, 2017. pp. 38-74.
7. Alter K. Social enterprise typology. Virtue Ventures LLC, 2017. p. 70.
8. Кицай Ю.А. От корпоративной социальной ответственности к социальному предпринимательству: к вопросу о тенденциях развития корпоративного законодательства // Бизнес в законе. Экономико-юридический журнал. 2016. № 1. С. 172.
9. Арай Ю.Н. Бизнес-модели в социальном предпринимательстве: подход к построению типологии // Российский журнал менеджмента. 2018. Т. 16. № 2. С. 255.
10. Арцер Т.В. Государство, бизнес и некоммерческие организации - социальное партнерство // дис. ... кандидата экономических наук / Томск, 2009. С. 45.

СОЗДАНИЕ ЦЕННОСТНОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ КАК ОДИН ИЗ ВАЖНЕЙШИХ ФАКТОРОВ РАЗРАБОТКИ ИННОВАЦИОННОЙ ПРОДУКЦИИ

**Щегинина Е.Д., д-р экон. наук, проф.,
Берлизев А.К., аспирант**

*Белгородский государственный технологический
университет им. В.Г. Шухова*

Аннотация. Статья посвящена проблеме разработки и вывода на рынок инновационных продуктов. С целью повышения уровня управления малыми инновационными предприятиями, в том числе и их инновационными проектами, в статье была рассмотрена возможность использования модели по созданию ценностного предложения при разработке наукоёмкой продукции.

Ключевые слова: ценностное предложение, инновационная продукция, маркетинг отношений, совместное создание ценности.

Формирование потребительского спроса происходит одновременно с созданием продукта, а в некоторых случаях с опережением. Результатом работы являются выводы о наличии или отсутствии спроса на инновационный товар, а в случае положительных результатов представляется в виде базы данных «горячих» клиентов. Это те потенциальные потребители, покупатели-пионеры (инноваторы - по терминологии С. Энтони и Дж. Мура) новых продуктов, на которых будут нацелены все силы для продажи товара на рынок.

Концепцию задач С. Энтони и методику «бережливого развития» потребителей С. Альварес очень хорошо соединили А. Остервальдер и его соавторы, представившие модель разработки ценности продукта для потребителя [2]. Данный подход обладает в чем-то универсальным характером и очень удобен в практике при работе с инновационными товарами. В основе модели лежит понимание того, что разработка компанией нового продукта происходит крайне сложно, с множеством доработок и переработок, и в итоге продукт может получиться таким, каким видит его разработчик. Но последний, возможно, мог вообще не изучать своего потенциального клиента, а если и исследовал его, то не думал и не рассуждал как он. Изучив и осознав это, А. Остервальдер с коллегами проанализировали это и начали работать над соответствием содержания продукта с тем, чего хочет получить потребитель.

Ценностное предложение показывает те преимущества, которые товары и услуги дают потребителю [2]. Согласно данной модели

создаётся два перечня, первый из которых показывает «профиль потребителя». Противоположно профилю предприятие формирует «карту ценности продукта». И соответствие, достигая которого, «карта ценности продукта» согласуется с «профилем потребителя», т.е. когда товары и услуги создают факторы выгоды и помощи, связанные с одной или несколькими для потребителя задачами. Итогом является совмещения профиля потребителя с идеей продукта.

Несмотря на распространённое мнение, источником успешных новых ценностных предложений не всегда является потребитель. Однако в конечном итоге они практически всегда обращены на значимые для него задачи, проблемы и выгоды. Поэтому, по мнению одних из ведущих исследователей, «совместное создание ценности должно быть активно использовано с целью определения потребностей и желаний потребителя» [7]. Данный подход не противоречит тому, что потребители всегда предпочитают для себя то предложение, которое для них будет наиболее ценным. Совместное создание ценности подразумевает, что потребитель принимает участие в разработке того, чего он сам в конечном итоге хочет.

На основных принципах концепции по совместному созданию ценности и маркетинга отношений и должна работать максимально инновационная экономическая модель будущего общества. Общее представление данной модели Н.Н. Молчанова схематично отображена на рисунке 1 [1].

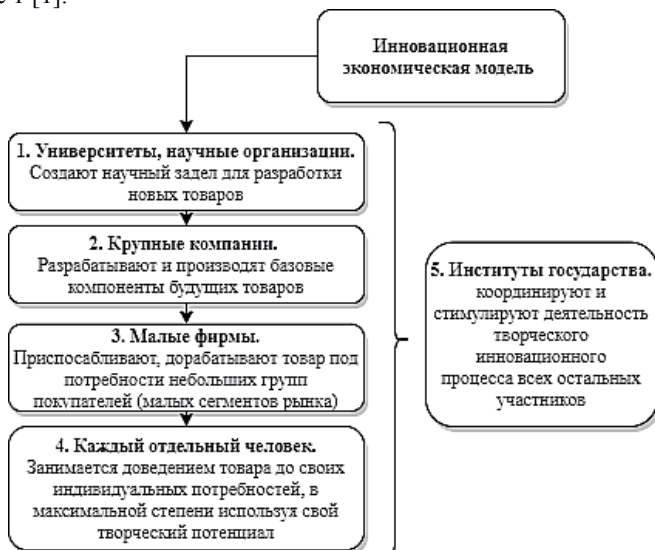


Рисунок 1 – Экономическая модель будущего общества

К настоящему времени сложились четыре основных концепции современных форм производства знания. Но в рамках данной научной статьи остановим наше внимание на одну из последних и актуальных на данное время – концепцию «тройной спирали».

Концепция «тройной спирали», которая включает в себе взаимодействие университет – правительство – бизнес внедренная профессором Г. Ицковицем и профессором Л. Лидесдорфом. Основная идея модели заключается в том, что «в современном обществе ядром инновационной деятельности оказывается университет. Он вступает в тесное сотрудничество с бизнесом, во многом беря на себя функции его отделений R&D (исследования и разработки) ...» [8].

Изложенная выше информация позволяет сделать вывод о появлении в сегодняшних экономических условиях новой спирали. И этой спиралью становится творческая деятельность человека-потребителя по со-созиданию и со-производству товара для индивидуальных нужд. Необходимо отметить, что в данной концепции важная роль отведена малым инновационным предприятиям (МИП) двух типов, что является актуальным моментом в рамках нашего научного исследования. Первый тип свои инновационные разработки доводит до высшего уровня новизны – это МИПВ первого рода. Они занимаются исследованиями, в которых обгоняют осознанную потребность клиента (technology push). Но намного больше МИП второго типа, разработки которых характеризуются невысоким уровнем новизны, индивидуализацией базовой инновации под запросы небольших сегментов рынка и отдельных покупателей (technology pull) [1].

Специфика реализации наукоёмкой продукции состоит в том, что ее научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы (НИОКР) происходят напрямую при участии потребителя-заказчика, который так или иначе коммуницирует с большим числом контрагентов. Таким образом, вокруг компании-заказчика создается маркетинговая сеть, обладающая множеством контактов между ее участниками и высоким уровнем полезного сотрудничества в рамках процесса совместного создания ценности.

Таким образом, стоит отметить, что на сегодняшний день невозможно представить себе разработку новой продукции, в том числе наукоёмкой, без анализа потребительского спроса, изучения емкости рынка и анализа конкурентных аналогов. Без согласованных исследований разработчиков инновационных товаров с анализом потенциального потребительского спроса, создание данной продукции

обречет любое предприятие, а тем более малое инновационное, на провал либо на стадии поиска инвестора, либо со стороны потребителей, не сумев найти среди них потенциальных клиентов.

Список литературы:

1. Молчанов Н.Н. Маркетинг инноваций: учебник и практикум для академического бакалавриата. М.: Издательство Юрайт. 2014. 528 с.
2. Остервальдер А. Разработка ценностных предложений: Как создавать товары и услуги, которые захотят купить потребители. Ваш первый шаг. М.: Альпина Паблишер. 2015. – 312 с.
3. Селиверстов Ю.И. Самоварова Е.С. Инновационная деятельность и трансфер технологий в университетах: европейский опыт // Вестник белгородского государственного технологического университета им. В.Г. Шухова. 2017. № 11. С.277-282.
4. Сомина И.В. Оценка современного состояния и институциональной среды развития высокотехнологичного сектора экономики РФ // Социально-гуманитарные знания. 2015. № 8. С. 328-333.
5. Токарев Б.Е. Концепция многоуровневого маркетинга инновационного стартапа // Вестник ГУУ. 2017. №3. С.158-164.
6. Щетинина Е.Д., Овчарова Н.В. Инструментарий коммерциализации инноваций в системе региональной экономики // Вестник Белгородского государственного технологического университета им. В.Г. Шухова. 2017. С 193-198.
7. Jaworski, B., Kohli, A.K. Co-creating the Voice of the Customer. New York, NY: M.E Sharpe. 2006. Pp. 109 – 117.
8. Etzkowitz, H., Leydesdorff, L. The Dynamics of Innovation: from National Systems and «Mode 2» to a Triple Helix of university-industry-government relations // Research Policy. 2000. Vol. 29. Pp. 109-123.

МЕСТО SMM В СИСТЕМЕ ВИДОВ МАРКЕТИНГА, ЕГО ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ

Щетинина Е.Д., д-р экон. наук, проф.,

Бузиашвили Г.З., магистрант

*Белгородский государственный технологический
университет им. В.Г. Шухова*

Аннотация. В статье определено место SMM в классификации видов маркетинга, выявлены его отличия от других видов маркетинга, дана дефиниция термину Social Media Marketing, а также указаны преимущества и недостатки SMM.

Ключевые слова: социальные сети, маркетинг в социальных медиа, маркетинг, SMM, marketing, Social Media Marketing, современный маркетинг, интернет-маркетинг, digital-маркетинг.

В XXI веке общество переживает динамические изменения, выстраиваются новые формы взаимоотношений и виды человеческой деятельности, а вместе с ними – эволюционирует маркетинг. Стремительно меняющиеся реалии и постоянно растущий перечень специализаций вызывают затруднения у маркетологов при ориентации в системе видов маркетинга.

Периодически классификатор «вид» используется без контекста, без указания точки зрения, с которой приводится классификация. Более того, проблему усугубляет употребление синонимичных классификаторов «тип» и «форма», усиливая неопределенность предмета обсуждения. Например, подобное наблюдается в статье Жабреева С.А. [3], где описывается поочередно «тип» и «вид» маркетинга, а также Куликовой Е.С. [7]

С другой стороны, актуальность темы подтверждается работами по систематизации видов маркетинга коллективом ученых и предпринимателей: Столяровой А.Н., Лочан С.А., Федютина Д.В., Петросяна Д.С. и Машина Д.В. В статье они дают определение 120 видам современного маркетинга, называя их управленческими инструментами – то есть конкретными методами и приемами, которые применяются при сборе, обработке и анализе информации и при выработке управленческих решений, основанных на этой информации. [9]

Наиболее последовательное определение видов маркетинга изложена в статье за авторством Усовой Н.В, описывающей появление

и эволюцию маркетинга. На основе её исследования сформирована иерархия системы видов маркетинга в этой работе. [12]

Стоит отметить, что данная проблема более характерна для русскоязычного сегмента научного сообщества. Поиск в англоязычных ресурсах научных публикаций и литературы Microsoft Academic и Google Scholar, релевантных результатов не дал. Ближайшая классификация описывает виды цифрового маркетинга (types of digital marketing), и в ней не просматривается противоречивости. Виды маркетинга бессистемно излагаются в форме списка, насчитывая более 40 терминов [1]

Цель настоящей работы – определить место SMM в классификации видов маркетинга. Задачи: сформировать иерархию системы видов маркетинга, выявить отличия SMM от других видов маркетинга, а также указать его преимущества и недостатки.

Методы исследования. Используются системный, сравнительный, логический подходы, метод обобщения, классификации и дескрипции.

Гипотеза. SMM – это уникальный вид маркетинга с отличительными чертами, имеющий свои преимущества и недостатки и занимающий определенное место в системе видов маркетинга.

Как уже было отмечено ранее, общество с течением времени значительно меняется. Возрастание сложности человеческой деятельности и взаимоотношений в социуме приводит к развитию маркетинга, его видов, усложнению классификации. Так, Усова в своей работе выделяет следующие классификационные признаки видов маркетинга:

- состояние спроса;
- область применения;
- размер предприятия;
- вид деятельности;
- степень охвата рынка;
- уровень развития маркетинговой среды (современный маркетинг).

Подробное описание каждого из видов не обязательно для достижения цели данной работы, однако стоит отметить, что иерархия видов современного маркетинга находится в процессе формирования, особенно в сфере цифровых технологий. Классификация исследуемых видов маркетинга без учета иерархии подкласса современных видов маркетинга представлена в таблице 1.

Таблица 1 - Классификация видов маркетинга

Классификационный признак	Виды маркетинга, соответствующие признаку
Состояние спроса	Конверсионный маркетинг Развивающийся маркетинг Стимулирующий маркетинг Синхромаркетинг Поддерживающий Ремаркетинг Демаркетинг Антимаркетинг
Область применения	Маркетинг потребительских товаров (B2C) Маркетинг товаров производственного назначения (B2B) Маркетинг услуг
Размер предприятия	Маркетинг малых предприятий Маркетинг средних предприятий Маркетинг крупных предприятий
Вид деятельности	Маркетинг организации Маркетинг личности Маркетинг территории Маркетинг идей Социальный маркетинг
Степень охвата рынка	Массовый маркетинг Дифференцированный маркетинг Концентрированный маркетинг
Уровень развития маркетинговой среды (современный маркетинг)	Событийный маркетинг (event-маркетинг) Партизанский маркетинг Доверительный маркетинг Скрытый маркетинг Вирусный маркетинг Digital-маркетинг (цифровой маркетинг) SMM (маркетинг в социальных медиа) Ко-маркетинг и другие

Согласно таблице 1, SMM относится к классу современных видов маркетинга. Стоит отметить, что классификация не окончательная, и современных виды маркетинга гораздо больше. Например, существуют такие немаловажные виды, как нейромаркетинг, вирусный, латеральный маркетинг и другие, имеющие важную роль. [8]

Однако определение места SMM в иерархии классификации не может быть завершенным без учета такого направления, как интернет-маркетинг, являющегося частью digital-маркетинга. Часто понятие «digital-маркетинг» путают с «интернет маркетингом». Это ожидаемо, так как в digital-сферу входят все инструменты и каналы интернет маркетинга [10]

В итоге, после объединения найденной информации, место SMM в иерархии классификации видов маркетинга можно изобразить следующим образом.



Рисунок 1 - Место SMM в иерархии классификации видов маркетинга

Данная иерархия полезна для систематического выявления отличий SMM от других видов маркетинга на каждом уровне, ведь ему свойственные черты не только своего направления, но и более широких:

Общепринято, что SMM – современный вид маркетинга, новое направление, появившееся относительно недавно, обусловленное развитием маркетинговой среды.

Можно дополнить, что SMM – вид маркетинга, который активно используют комплекс цифровых технологий применительно к привлечению потенциальных клиентов и последующему удержанию их как потребителей. Иными словами, он обязательно включает использование Интернет технологий, в том числе постоянно обновляющиеся самые современные достижения в этой сфере.

По Гусеву, SMM – вид маркетинга, направленный на продвижение компании и решение её бизнес-задач, используя социальные медиа в качестве каналов продвижения [2]

Наиболее полная дефиниция термина Social Media Marketing является суммой всех перечисленных отличительных черт. Кроме того, положительные и отрицательные стороны SMM трактуются спецификой этих черт и включают многочисленные качества.

Преимущества:

1. Повышение продаж благодаря положительным отзывам потребителей, которые делятся впечатлениями в социальных медиа.

2. Широкий потенциальный охват целевой аудитории, возможность тонкой настройки при сегментировании.

3. Относительно низкий уровень затрат в сравнении с традиционными каналами коммуникаций.

4. Участие потребителей в генерации контента для продвижения продукции.

5. Широкий выбор возможностей влиять на имидж бренда, в том числе с помощью лидеров мнений.

6. Высокий уровень активности потребителей, большая доля молодежи, неограниченный мобильный доступ с помощью смартфонов [4].

7. Возможность удовлетворять дополнительные потребности клиентов, интегрироваться в их жизнь.

8. Возможность укрепить лояльность, доверие, узнаваемость бренда, управлять репутацией и обезвреживать часть негатива [11].

Недостатки:

1. Невозможность полностью гарантировать результативность деятельности.

2. Редкая демонстрация незамедлительного эффекта.

3. Сложность реализации стратегии.

4. Негатив, вызываемый назойливым присутствием в жизни потребителя.

5. Для обеспечения долгосрочного результата необходима постоянная работа: обновление информации, публикация новостей, авторского уникального контента [5].

6. Сложность оформления налоговой документации при самостоятельной покупке рекламы предприятием.

7. Покупатели не всегда доверяют товарам/услугам, предлагаемым через интернет, в связи с большим количеством мошенников.

8. Существует риск испортить заработанную репутацию некорректным постом/отзывом/реакцией, в связи с этим высокая роль человеческого фактора.

9. Необходимость регулярных разносторонних маркетинговых исследований для сохранения эффективности рекламы [6].

Таким образом, в условиях изменения общества и развития интернет-технологий, в нашу жизнь входят все новые и новые виды маркетинга, к классификации которых разрабатываются соответствующие подходы. SMM – это уникальный вид маркетинга, играющий не последнюю роль в маркетинговом инструментарии. Он обладает отличительными чертами, имеет свои преимущества и недостатки и занимает определенное место в иерархии классификации. Изложенная в данной работе информация поможет преодолеть затруднения у маркетологов при ориентации в системе применяемых видов маркетинга.

Список литературы:

1. Clifford C. The Ultimate List of Types of Marketing [41 and Counting] [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://blog.hubspot.com/marketing/marketing-types> (дата обращения 29.09.2020)
2. Гусев А.С., Болдырева Т.В. Трансформация маркетинговых коммуникаций в цифровой экономике [Текст] / А.С. Гусев, Т.В. Болдырева // Молодежь и наука: шаг к успеху: материалы 4-й Всероссийской науч. перспективных разработок, Курск, 19-20 мар. 2020 г. / ЮЗГУ – Курск, 2020 г. С. 53-57
3. Жабреев С. А. Виды маркетинга / Актуальные вопросы устойчивого развития России в исследованиях студентов: управленческий, правовой и социально-экономический аспекты: материалы XVII Всероссийской научно-практической конф., Челябинск, 25-26 апр. 2019 г. / Челябинский филиал РАНХиГС, 2019 г. – С. 194-196

4. Жильцов Д. А. Smm-маркетинг: планирование работы в социальных сетях // Маркетинг и логистика. - 2019. - №2 (22). - с. 25-31.
5. Каменева Е.Ю. Анализ современных видов маркетинга / От синергии знаний к синергии бизнеса: материалы междунар. научно-практической конф., Омск, 23 ноябр. 2018 г. / ООО «Издательский центр КАН», 2018 г. – С. 600-602
6. Козлова Е.И. SMM: один из главных видов маркетинга современности // Вектор экономики: электронный научный журнал. – 2019. – №11 (41) [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=41548614> (дата обращения 29.09.2020)
7. Куликова Е. С., Галикеева К.Г. Виды маркетинга // Наука и образование сегодня. – 2018. – № 11 (34) – С. 20-21.
8. Мусаева Д.Н, Скокленева И.С. Роль и виды современного маркетинга // Актуальные проблемы права, экономики и управления. – 2016. – № 12 – С 37-39.
9. Столярова А. Н. Систематизация видов современного маркетинга / А.Н. Столярова, С.А. Лочан, Д.В. Федютин и др. // Инновации и инвестиции. – 2020. – № 1 – С. 89-93.
10. Судоргина Д.В. Digital-маркетинг: современное направление маркетинга. В сб.: Конкурентоспособность территорий // мат. XXI Всерос. эконом. форума молодых ученых и студентов. В 8 ч. / Отв. за выпуск Я.П. Силин, Е.Б. Дворядкина. - Екатеринбург: Издательство Уральского государственного экономического университета, 2018. - С. 34-38.
11. Уманская М.В., Петров С.В. SMM как элемент стратегии развития предприятия // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. - 2018. - Т. 2. -№ 6. - С. 104-106.
12. Усова Н.В. Эволюция маркетинга и его виды на современном этапе развития // Теория и практика мировой науки. – 2019. – № 2 – С. 37-40.
13. Щетинина Е.Д., Манде А. Современные методы и проблемы маркетинговых исследований // Белгородский экономический вестник. – 2018. - № 2 (90) – С. 90-95.
14. Щетинина Е.Д., Нермин С. Корпоративный маркетинг и его принципы // Белгородский экономический вестник. – 2018. - № 4 (92) – С. 53-60.
15. Щетинина Е.Д., Савсан А. Современные методы маркетинговых исследований // Белгородский экономический вестник. – 2020. - № 1 (97) – С. 49-54.

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ БРАКОВ И РАЗВОДОВ В БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

Яблонская А.Е., канд. экон. наук, доц.,

Колчина В.В.,

Волощенко А.С.

*Белгородский государственный технологический
Университет им. В.Г. Шухова*

Аннотация. Данная статья посвящена исследованию состояния современного института семьи в Белгородской области. В работе представлены результаты исследования тенденций брачности, разводимости и рождаемости на территории Белгородской области. Проведенные исследования позволили авторам дать логическую оценку демографической ситуации на территории Белгородской области.

Ключевые слова: демография, институт семьи, брак, развод, рождаемость.

Семья является одним из основных институтов, который выполняет репродуктивную функцию и помогает личности в ее становлении и социализации. В современных условиях семья остается главным регулятором общественных отношений, объединяя различные сферы жизни общества.

Изучение динамики брачности и разводимости имеет весомое значение в исследовании института семьи и на прямую влияет как на социально-экономическое развитие страны в целом, так и на развитие отдельных регионов. Поэтому исследование современного состояния браков и разводов в Белгородской области являются актуальным и своевременным.

Обратимся к исследованию понятия семьи. Так, по мнению Я. Щепаньского «из всех социальных институтов семья является единственным социальным организмом, «разрастающимся изнутри» [7].

А.А. Реан в своей работе отмечает, что «семья представляет собой центральный институт воспитания и социализации личности» [5].

Исходя из вышеуказанных определений, можно сказать, что семья – это малая ячейка общества, выполняющая репродуктивную, социальную, духовную, экономическую, политическую функции, а ее члены связаны между собой определенными отношениями, создают все необходимые условия для социализации личности и обладают взаимными правами и обязанностями.

В настоящее время институт семьи ослаблен из-за того, что общество переживает преобразование социальных отношений. Следствием этого является увеличение разводов, внебрачных детей и развитие альтернативных форм семьи. Количество заключенных браков и разводов является одной из характеристик естественного движения населения.

Брак представляет собой семейный союз между мужчиной и женщиной, зарегистрированный через уполномоченные государственные органы. Он определяет взаимные права и обязанности. Развод – это формальное, добровольное расторжение супружеских отношений в психологическом, экономическом, юридическом аспектах.

Анализ о состоянии браков и разводов в Белгородской области за период с 2002 года по 2018 год представлен в таблице 1. По данным Белгородстата количество браков, разводов и рождений на территории Белгородской области с 2002 по 2018 года имеет негативную тенденцию. Количество разводов с 2002 года по 2018 год на территории всей Белгородской области увеличилось практически в два раза. И как следствие снизилась рождаемость на 1 197 человек в год. В 2018 году в изученном регионе зафиксировано критическое значение количества разводов, а именно на 1 000 браков приходится 868 разводов. В 2002 году данный показатель составил 829 разводов на 1 000 браков. Считаем, что представленная статистика характерна негативной ситуацией для регистрации новых семей.

Таблица 1 - Динамика числа браков и разводов на территории Белгородской области за период с 2002 по 2018 годы

Годы	Браки	Абсолютный прирост, (браки), (±)	Разводы	Абсолютный прирост, (разводы), (±)
2002	10856	-	8995	-
2003	12318	1462	8194	-801
2004	9898	-2420	6510	-1684
2005	12071	2173	6070	-440
2006	12419	348	5944	-126
2007	14899	2480	6550	606
2008	12375	-2524	6641	91
2009	12917	542	6765	124

Продолжение табл. 1

2010	12977	60	6612	-153
2011	14964	1987	6978	366
2012	12400	-2564	6916	-68
2013	13476	1076	7718	802
2014	13207	-269	7654	-64
2015	12859	-348	6774	-880
2016	9522	-3337	6787	13
2017	11287	1765	6782	8
2018	10432	-855	6753	-29

За последние 17 лет в среднем ежегодно создавалось 12 286, 88 семей. Количество разводов в 2018 году уменьшилось на 2 242 по сравнению с 2002 годом. Однако, по данным управления ЗАГС по Белгородской области, с января по август 2019 г. представлены сведения о заключении браков, их количество составило 6500, расторжение браков достигло 4362. Из этого следует, что для людей брак перестал быть социальным и экономическим институтом общества.

Необходимо отметить, что в современном обществе обозначены основные причины разводов: злоупотребление алкоголем, наркомания; отсутствие жилья в собственности семейной пары; отведение значительной роли близким родственникам в отношениях отсутствие детей; длительное раздельное проживание; пребывание в местах лишения свободы; заболевания одного из супругов; ранний брак; измена одного из супругов.

Считаем, что современное состояние браков и разводов Белгородской в первую очередь влияет на рождаемость (табл. 2). В соответствии с данными таблицы 2, число родившихся в Белгородской области в 2002 году по сравнению с 2018 годом, увеличилось на 1 280 единиц.

Таблица 2 - Показатели рождаемости в России за период с 2002 по 2018 годы

Годы	Всего родившихся, человек	Родившихся на 1000 человек населения
2002	13037	8,6
2003	13853	9,2
2004	13795	9,1
2005	13486	8,9
2006	14382	9,5

Продолжение табл. 2

2007	15676	10,3
2008	16790	11,0
2009	16845	11,0
2010	16635	10,9
2011	16980	11,1
2012	17923	11,6
2013	17885	11,6
2014	17848	11,5
2015	17773	11,5
2016	17247	11,1
2017	15093	9,7
2018	14317	9,2

Положительная динамика рождаемости наблюдается в период с 2012 по 2016 года. Однако в 2017 и 2018 годах данный показатель резко сократился и составил 15093 и 14317 человек соответственно.

В соответствие с проведенными исследованиями следует обозначить, что демографическая ситуация в Белгородской области ухудшается. Данная тенденция может повлиять на дальнейшее социально-экономическое и политическое развитие региона. Государству для решения обозначенной проблемы необходимо, во-первых, предоставить квоты на обучение в высших учебных заведениях для детей из многодетных семей. Во-вторых, государственная программа по субсидированию процентных ставок по ипотечным кредитам для многодетных семей должна предлагаться не только в городах, но и в селах. В третьих, необходимы налоговые льготы для многодетных семей и организаций, в которых работают многодетные супруги.

Представляется определенный интерес к исследованию доли мужчин и доли женщин, возрасту и структуре мужчин и женщин, вступивших в брак в период с 2002 по 2018 года (табл. 3).

Таблица 3 - Доля мужчин и женщин, вступивших в брак за период с 2002 по 2018 годы (процент от общего числа первых браков)

Возрастная группа	Года			
	2002		2018	
	Мужчины (%)	Женщины (%)	Мужчины (%)	Женщины (%)
До 18 лет	0,32	2,52	0,05	0,51
18-24 лет	41,31	54,91	19,08	31,97
25-34 лет	36,72	26,27	51,13	43,29
35 и более лет	21,61	16,27	29,73	24,21

По данным таблицы 3 следует отметить, что в период с 2002 года по 2018 год значительно изменился возрастной состав мужчин и женщин. Так, в 2002 году мужчины заключают браки в основном в возрасте от 18-24 лет (41,31%) и 25-34 лет (36,72%). Удельный вес невест готовых вступить в брак варьируется от 18 до 24 (54,91%) лет. Если подвести итог, то пары в 2002 году образуются в пределах 18-34 лет. Однако, в 2018 году ситуация изменилась. Статистически достоверно увеличился средний возраст вступления в брак для мужчин на 15,41% в возрасте 25-34 лет. Возрастные границы невест сместились также в большую сторону – 25-34 (43,29%). Количество невест в возрасте 18-24 достаточно стабильно и составляет 31,97%.

В соответствии с исследуемыми данными можно сделать вывод, что с годами требования к браку изменились. Количество разводов по данным официального сайта управления ЗАГС Белгородской области значительно увеличилось и достигло рекордных цифр. Также наблюдаются изменения в возрастных категориях невест и женихов. Но, ко всему прочему, есть и положительный прогноз, количество браков увеличивается с каждым годом. Мы можем предполагать, что в ближайшем будущем ситуация в области изменится в лучшую сторону, ведь уровень жизни населения улучшается с каждым годом, а это одна из главных причин распада молодых семей.

Государство в свою очередь, для того чтобы улучшить состояние браков в стране принимает следующие меры:

1) модернизирует систему соц. защиты семей. Предоставляет материнский капитал, выплата пособий по уходу за детьми;

2) реализует программу строительства жилья для молодежи. Например, программа «Молодая семья». Целью этого мероприятия является предоставление государственной помощи в решении жилищной проблемы молодым семьям;

3) расширяет учреждения, осуществляющих работу с семьями.

По нашему мнению, для того чтобы показатели разводов сокращались, государству необходимо в большей мере уделять внимание на следующие моменты:

1) создание семейно-консультативных центров и центров профессиональной психологической помощи при ЗАГСах, где работники самих загсов, психологи и священники разговаривают с парами, находящимися на грани развода;

2) создание центров помощи только создавшимся семьям, где молодым людям будут даваться советы по преодолению кризисных ситуаций и гармонизации личных отношений; 3) помощь государства молодым

семьям по жилищным вопросам, так как при проживании с родственниками молодые пары зачастую прибегают к разводам.

Таким образом, можно утверждать, что современное состояние браков и разводов Белгородской области имеет неблагоприятную тенденцию. Институт семьи постепенно утрачивает свою ценность, задевая различные сферы общества. Следствием этого является сокращение рождаемости и ухудшение демографии региона. Однако, приведенные выше меры государства смогут существенно изменить ситуацию в стране в лучшую сторону.

Список литературы:

1. Бухонова С.М., Яблонская А.Е. Социальные инвестиции как инструмент повышения демографической ситуации в Белгородской области // Актуальные проблемы экономического развития: сборник докладов X Международной заочной научно-практической конференции. – 2019. – С. 84-90.
2. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Белгородской области [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.belg.gks.ru/> (дата обращения: 10.09.2019)
3. Белгородстат: на 1000 браков приходится 868 разводов [Электронный ресурс]. Систем. требования: AdobeAcrobatReader. URL: <https://bel.ru/news/society/20-08-2018/belgorodstat-na-1000-brakov-prihoditsya-868-razvodov> (дата обращения 12.10.2019 г.).
4. Браки и разводы в Российской Федерации [Электронный ресурс]. Систем. требования: AdobeAcrobatReader. URL: https://www.gks.ru/free_doc/new_site/rosstat/smi/prez_love0707.pdf (дата обращения 12.10.2019 г.).
5. Семья и социум: психология развития личности [Электронный ресурс]. URL: <https://psy.su/feed/6386/> (дата обращения 08.11.2019 г.).
6. Кризис отношений. Почему на 10 браков приходится 8 разводов [Электронный ресурс] URL: <https://www.belpressa.ru/society/drugoe/26464.html> (дата обращения 12.10.2019 г.).
7. Яблонская А.Е., Скалева М. А. Дифференциация бедности в современной России // Статистический анализ социально-экономического развития федеральных округов российской федерации: опыт, реалии, перспективы : материалы Всерос. науч.-практ. конф., Ставрополь, 7-8 апр. 2020 г. / Северо-Кавказстат, СКФУ, ФГБОУ ВО СтГМУ Минздрава России. – Ставрополь, 2020. –С. 356-361.
8. Яблонская А.Е., Фатнева И.В. Оценка уровня жизни населения Белгородской области // Статистический анализ социально-экономического развития федеральных округов российской федерации: опыт, реалии, перспективы : материалы Всерос. науч.-практ. конф., Ставрополь, 7-8 апр. 2020 г. / Северо-Кавказстат, СКФУ, ФГБОУ ВО СтГМУ Минздрава России. – Ставрополь, 2020. –С. 191-196.

ИССЛЕДОВАНИЕ МИРОВЫХ ДЕМОГРАФИЧЕСКИХ СДВИГОВ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

**Яблонская А.Е., канд. экон. наук, доц.,
Новосельцева Е.И.**

*Белгородский государственный технологический
Университет им. В.Г. Шухова*

Аннотация. В статье дана подробная характеристика понятию «демография». Авторами исследованы и определены основные мировые демографические тенденции. Рассмотрены различные прогнозные оценки численности населения Земли. Все это позволило дать сравнительную демографическую характеристику исследуемым регионам мира по определенным выделенным показателям.

Ключевые слова: демография, демографические сдвиги, население, темп роста.

В процессе эволюции современного общества в качестве ключевых факторов экономического развития является демографическая ситуация. В течение развития социально-экономических процессов вопросы численности, темпов роста и старения населения является первостепенным. В соответствии с этим тема исследования является актуальной.

Существует ряд определений термину «демография». Ахилл Гийяр – учёный, впервые ввел в научный оборот термин «демография». По его мнению, демография – это естественная и социальная история человека или математическое изучение населения, изменений его физического, гражданского, интеллектуального и морального состояния.

Всемирное признание термин "демография" получил в 1882 году в проведённом Международном конгрессе гигиены и демографии. На конгрессе большинством ученых было достигнуто соглашение о том, что «демография представляет собой самостоятельную науку, в основе которой лежат статистические методы описания и исследования населения» [5].

Таким образом, демография представляет собой описательную науку об изменении численности населения, и его миграции (переселения населения) и территориальное размещение, причины и последствия этих изменений и обеспечивающие рекомендации по их улучшению.

Основными демографическими тенденциями, которые окажут огромное влияние на развитие мира в будущем, является рост

численности населения в некоторых частях развивающегося мира и старения населения планеты.

В XX веке наблюдается стремительный рост население Земли. Если за 100 лет население увеличилось на 1 млрд. человек, то за тот же период до настоящего времени рост численности населения составил 5,7 млрд. При этом экономически развитые страны (ЭРС) и развивающиеся страны (РС) демонстрировали разнонаправленные тенденции. Так, начиная ещё с 1960-х и 1970-х годов, во всех ЭРС произошло уменьшение рождаемости и увеличение продолжительности жизни, что обусловило старение населения. Это явление характерно как для ЭРС, так и для многих других РС. Так, например, пожилое население Китая в возрасте 60 лет и старше в 2014 г. достигло 210 млн. человек, что равнялось населению Германии, Великобритании и Франции, вместе взятых.

В 2018 году темп прироста мирового населения составил примерно 1,09 % в год (1,12% в 2017 году и 1,14% в 2016 году). По оценкам экспертов, к 2023 году темпы роста достигнут 1%, к 2052 году – менее 0,5 и 0,25% к 2076 году, а к 2100 году – составят всего лишь 0,09%, то есть 10 млн. человек в общей численности населения в 11,3 млрд. человек. Нынешний средний прирост населения оценивается в 83 млн. человек в год. Таким образом, мировое население будет продолжать расти в 21 веке, но гораздо медленнее, чем в недавнем прошлом. Согласно последним мировым прогнозам, население мира достигнет к 2055 году 10 млрд. человек, а к 2088 году 11 млрд. [8]. Демография развития мира представляет следующие данные (рис. 1).

Как отмечалось выше, быстрый рост народонаселения мира в XX-XXI веках по сравнению с предыдущими столетиями обеспечивали развивающиеся страны. В то время как в РС наблюдается активный рост численности населения, в ЭРС уровень рождаемости остается ниже уровня простого замещения поколений. Например, в Индии население увеличивается за неделю на величину, сравнимую с приростом населения совокупно в 25 странах Европейского союза. Этот пример наглядно демонстрирует существующий в мире дисбаланс, выраженный неравномерным приростом населения в ЭРС и РС [9].

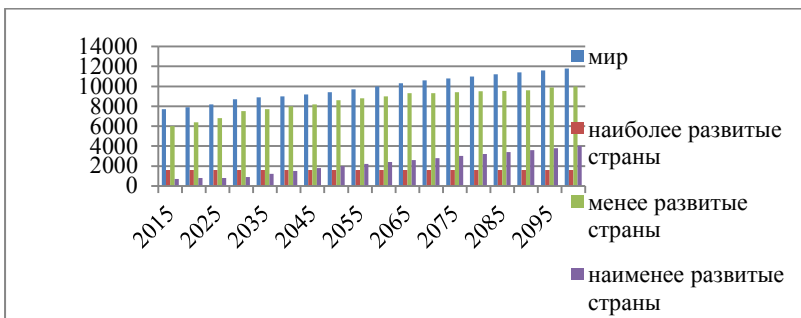


Рисунок 1 - Прогноз общей численности населения мира и групп стран (млн. человек; по уровню экономического развития)

В настоящее время в Азии проживает 60% жителей планеты. Однако, согласно прогнозам ООН, население Африки к 2100 году может вырасти более чем в 3 раза, достигнув 3,6 млрд. человек. По обновленным данным Организация Объединённых Наций (ООН), в период с 2017 по 2050 годы половину прироста населения планеты (более 1 млрд. человек) обеспечат страны Африки. Азия внесёт второй по величине вклад в будущий рост (около 750 млн. человек). За Африкой и Азией последуют Латинская Америка и страны Карибского бассейна. В Северной Америке и Океании, по прогнозам ООН, рост будет более скромный. Европа – единственный регион, в котором прогнозируется уменьшение численности населения к 2050 году [4]. Китай и Индия являются лидерами по демографическому составу (рис. 2). Вместе две страны составляют 36,28% населения мира, темпы роста населения которых представлены на рисунке 2. Численность населения Индии в 2060 году, по прогнозам аналитиков, будет постоянно расти и составит 1,44 млрд. человек в 2024 году: таким образом, Индия по данному показателю догонит Китай. При этом население Китая начнет постепенно сокращаться и в 2050 году не превысит 1,3 млрд. человек[4].

В течение двух веков в большинстве регионов мира происходят глубокие и регулярные сдвиги в демографических процессах. Поначалу отмечается снижение смертности, затем, с определенным шагом, уменьшается рождаемость. Демографический переход носит универсальный характер и является долговременным историческим трендом – показателем естественного движения населения. В настоящее время переход происходит гораздо быстрее, чем в прошлом. Великобритании потребовалось 95 лет, чтобы перейти от коэффициента

рождаемости 6 (детей на одну женщину) до 3, Ботсване – 24 года, Бангладеш – 20, а Ирану – всего 10 лет. Если сравнить 1950-1955 годы с 2010-2015 годами, то суммарный коэффициент рождаемости (СКР) для всего мира упал с 5 до 2,5 ребенка на одну женщину [9].

В результате глобального демографического перехода выросла доля населения, проживающего в странах, где уровень рождаемости ниже уровня замещения. Всего лишь полвека назад более 75% населения мира характеризовались «допереходным» уровнем рождаемости. Страны с уровнем рождаемости ниже уровня воспроизводства составляли 6,5%. Однако не было ни одной страны, где бы рождаемость упала ниже отметки «1,5 ребенка на одну женщину» [7].

В настоящее время почти половина населения мира (46%) проживает в странах с промежуточным уровнем рождаемости (от 2,1 до 5 детей на одну женщину). К этой группе стран относятся: Индия, Индонезия, Пакистан, Бангладеш, Мексика и Филиппины. Значительная часть населения мира (46%) живет в странах с уровнем рождаемости ниже 2,1 ребенка на одну женщину (например, Бразилия, Вьетнам, Китай, Российская Федерация, США и Япония) [7]. Наряду с тем, что с 1950 году численность населения Европы выросла почти на 100 млн. человек, отмечается тенденция к сокращению численности населения европейских стран. Более того, согласно прогнозам, Европе грозит демографический кризис. Показатель СКР во всех странах Европейский Союз (ЕС) значительно ниже 2,1- уровня, который обеспечивает воспроизводство населения. В ЕС коэффициент рождаемости равен 1,59. Данный показатель находится в диапазоне от 1,26 – на Мальте (1,31 – в Испании, 1,32 – в Италии и на Кипре, 1,78 – в Швеции) до 1,90 – во Франции. В ЭРС сокращение рождаемости происходит на фоне увеличения продолжительности жизни населения и его старения. При сохранении нынешних тенденций, по расчетам ученых, до 2050 г. население Италии, например, сократится на 22%, Латвии – на 44% и Эстонии – на 52% [5].

В 2017 г. число жителей планеты в возрасте 60 лет и старше достигло 962 млн. человек, составив 13% мирового населения. Число людей преклонного возраста растет со скоростью 3% в год. Сегодня самое большое количество лиц в возрасте 60 лет и старше проживает в Европе (25%). Процессы старения ускоряются и в других регионах мира. К 2030 году 60% пожилого населения земного шара будут жить в Азии [8]. Ожидается, что к 2050 году эта группа будет составлять 25% населения всех регионов, за исключением Африки. Глобальная численность лиц пожилого возраста, согласно прогнозам ООН,

достигнет примерно 1,4 млрд человек к 2030 году, 2,1 млрд. – к 2050 году и 3,1 млрд. – к 2100 году. Число жителей планеты в возрасте 80 лет и старше утроится – со 137 млн в 2017 год до 425 млн. в 2050 году. К 2100 г. эта цифра составит 909 млн., что почти в 7 раз больше показателя 2017 года [7]. В 2015 году коэффициент демографической нагрузки пожилыми людьми (отношение пожилых людей в возрасте от 65 лет и выше к населению от 15 до 65 лет) достигнет значения в ЕС 28,8%, а в Японии – 42,7% и продолжает расти.

Для большинства ЭРС прогнозируемый ООН коэффициент общей демографической нагрузки (отношение пожилых людей в возрасте от 65 лет и детей моложе 15 лет к трудоспособному населению от 15 до 64 лет) при допущении нулевой миграции к 2050 году возрастет почти вдвое, для Японии – втрое. В ЕС доля группы лиц старше 65 лет к 2060 году достигнет 53,5%. А на каждые четыре человека трудоспособного возраста будет приходиться три человека нетрудоспособного возраста. Коэффициент демографической нагрузки достигнет 78,5% [6].

Таким образом, проведенное нами исследование позволило определить, что демографические сдвиги на современном этапе развития существенно воздействуют на мировую эволюцию и мировую экономику.

Список литературы:

1. Бухонова С.М., Яблонская А.Е. Социальные инвестиции как инструмент повышения демографической ситуации в Белгородской области // Актуальные проблемы экономического развития: сборник докладов X Международной заочной научно-практической конференции. – 2019. – С. 84-90.
2. Молчанова В.А. Трансформация подходов к формированию официальной статистической информации о населении // В сборнике: Экономика. Общество. Человек. Материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. 2019. С. 168-172.
3. Программа развития ООН. Доклад о человеческом развитии 2011. Устойчивое развитие и равенство возможностей: лучшее будущее для всех. ООН, 2011. [Электронный ресурс]. Систем. требования: AdobeAcrobatReader. URL: https://www.undp.org/content/dam/undp/library/corporate/HDR/2011%20Global%20HDR/Russian/HDR_2011_RU_Complete.pdf (дата обращения: 10.10.2019)
4. ООН. Индексы и индикаторы человеческого развития. Обновленные статистические данные 2018. [Электронный ресурс]. Систем. требования: URL:

- http://hdr.undp.org/sites/default/files/2018_human_development_statistical_update_ru.pdf (дата обращения: 20.01.2020)
5. ООН. Индексы и индикаторы человеческого развития. Обновленные статистические данные 2018. [Электронный ресурс]. Систем. требования: URL: http://hdr.undp.org/sites/default/files/2018_human_development_statistical_update_ru.pdf (дата обращения: 10.03.2020)
 6. Яблонская А.Е., Бахолдина Т.Д. Специфика решения проблем безработицы на региональном уровне (на примере Белгородской области) // В сборнике: Актуальные проблемы и перспективы развития государственной статистики в современных условиях. Сборник докладов Международной научно-практической конференции: в 2 томах. Саратовстат, Саратовский социально-экономический институт (филиал) ФГБОУ ВО РЭУ им. Г.В. Плеханова. 2020. С. -94-97.
 7. UN, DESA. World Population Prospects: The 2017 Revision, Volume I: Comprehensive Tables. ST/ESA/SER. A/399. URL: https://esa.un.org/unpd/wpp/publications/Files/WPP2017_KeyFindings.pdf (дата обращения: 10.03.2020)
 8. World Bank Group, IMF. Global monitoring report 2015/2016. Development Goals in an Era of Demographic Change. Washington, DC: World Bank, 2015. URL: <http://pub-docs.worldbank.org/en/503001444058224597/Global-Monitoring-Report-2015.pdf>
 9. OECD. The Silver and White Economy: the Chinese Demographic Challenge. Preliminary version of chapter 6, in forthcoming report «Fostering resilient economies: demographic transition in local labour markets». OECD, 2012. URL: <https://www.oecd.org/employment/leed/OECD-China-report-Final.pdf>

ОСОБЕННОСТИ СОСТОЯНИЯ БАНКОВСКОГО СЕКТОРА В УСЛОВИЯХ СИСТЕМНОГО КРИЗИСА

Яковлева М.А., магистрант

Воронежский государственный технический университет

Аннотация. Статья посвящена вопросам современного состояния банковской системы России и мира в целом. Проведен анализ состояния банковского сектора на сегодняшний день, выявлены проблемы его развития в условиях глубокой экономической нестабильности.

Ключевые слова: банковская система, банковский сектор, центральный банк, банковский продукт.

Банковская система является одной из основных структур в экономике государства. Важным фактором устойчивого финансово-экономического развития является наличие конкурентоспособной, здоровой и стабильной банковской системы. Социально-экономическая и правовая среда, а также инвестиционный и деловой климат обеспечивают возможности качественного роста в банковском секторе на основе положительных макроэкономических показателей и опыта. Основные функции банковской системы заключаются в посредничестве перевода средств и кредитов между продавцами и покупателями, кредиторами и заемщиками, перераспределении временно свободных денежных средств и обслуживании денежного обращения [1].

На данном этапе в нее входят Центральный банк, действующий в качестве основного регулирующего органа, а также коммерческие банки и другие кредитно-расчетные компании. Банковская система в целом должна полностью соответствовать определенным требованиям, обеспечивающим ее стабильность и эффективность. Эти требования включают в себя:

- стабильность всех уровней банковской системы;
- активность и оперативность в принятии решений;
- рентабельность и финансовая целесообразность.

В банковском и кредитном секторе было предложено создать двухуровневую банковскую систему, разделяющую функции центрального банка и коммерческих банков. Более того, последние должны были быть непосредственно вовлечены в финансирование экономики, а центральный банк, получивший статус банка, независимого от политической власти, был призван своим уставом для обеспечения стабильности денежного обращения в стране [2].

В большинстве стран центральный банк-эмитент находится в государственной собственности. Но если государство частично является владельцем центрального банка, например, в Японии - 55%, Бельгии - 50% или не является формальным владельцем банка, как в США, Швейцарии и Италии - центральный банк все еще наделяется функциями государственного органа и обладает монополией на выдачу банкнот [3].

В нашей стране установленный банковский порядок уникален. Такую систему нельзя найти ни в одной другой стране. Фактически, это появилось искусственно благодаря комбинации:

- филиальная система Сбербанка широко распространена в СССР;
- Европейская банковская система на двух уровнях.

Однако эта комбинация привела в ужас финансистов во всем мире, потому что, насколько уникальной и логичной была банковская система при СССР, насколько совершенной была западная банковская организация, настолько нелепым получилось их сочетание [4].

Текущее состояние банковского сектора в условиях беспрецедентной геополитической нестабильности оценивается неоднозначно. С одной стороны, можно заметить положительные тенденции:

- усиление независимости Центрального банка Российской Федерации от Правительства. Точно такая же модель присутствует практически во всех развитых странах мира, за исключением того, что в некоторых странах, таких как Япония или Бельгия, государство владеет определенной долей Центрального банка Российской Федерации. В связи с этой ситуацией правительство страны не может использовать валютные резервы и денежные выпуски для покрытия дефицита бюджета;

- существует политика сокращения государственного бюджета: план структурирован так, как будто нефть стоит 45 долларов за баррель (реальная цена на рынке в полтора-два раза выше). Почти все излишки этих сумм конвертируются в валютные резервы. Это создает финансовую подушку безопасности в случае нового кризиса [5].

Но есть, по крайней мере, двусмысленные действия со стороны Правительства и Центрального банка Российской Федерации в частности. Например, тенденция снижения количества коммерческих банков в стране отчетливо видна: с начала 2008 года до начала 2018 года их число сократилось вдвое, то есть с 1136 до 561 банка. Это можно объяснить как результатом нормальной здоровой конкуренции, так и ограничением роста монополистами и законодательными

органами. Одновременно произошла «утечка мозгов» из банковского сектора [6].

Если вы проведете черту под перспективами, указанными выше, можно утверждать, что широта рынка и количество игроков будут продолжать уменьшаться. Однако качество услуг каждого банка и безопасность его граждан должны только повышаться [7].

В то же время можно выделить ряд проблем:

- недостаточный банковский капитал и масштабы деятельности;
- большое количество неработающих кредитов;
- высокая зависимость банков от государственного и муниципального бюджетов;
- недостаточный уровень развития перспективных банковских технологий;
- высокая зависимость банков от крупных акционеров;
- глубокие и давние институциональные различия, ставящие российские банки в невыгодное положение по сравнению с их западными конкурентами [8,9].

• В сложившейся ситуации хочется отметить социально-экономические последствия пандемии COVID-19. Первоначально пандемия оказала локальное влияние на фондовые биржи Китая, где объем торгов начал снижаться с 21 января 2020 года. 27 января снижение затронуло европейские биржи на фоне увеличения числа заболевших. Дальнейшее развитие событий привело к глобальному обвалу фондового рынка, который начался 20 февраля 2020 года.

Пандемия привела к закрытию компаний в странах с высоким процентом случаев заболевания, резкому росту спроса на товары повседневного спроса, спекуляциям на рынках некоторых продуктов: противовирусных препаратов, гигиенических масок и дезинфицирующих средств.

Из-за закрытия компаний в Китае, а затем и во всем мире спрос на нефть и нефтепродукты значительно снизился. На фоне снижения спроса Россия и ОПЕК не смогли договориться о сокращении добычи нефти и начали ценовую войну на рынке углеводородов, что, в свою очередь, привело к падению цен на нефть [10].

Пандемия продолжает оказывать значительное влияние на банковский сектор. У многих людей, которые платят кредиты, могут возникнуть проблемы с выполнением контракта из-за распространения

коронавируса. Многие из них не имеют положений о так называемых кредитных праздниках в своих соглашениях с банком.

Причины возможного ухудшения называются снижением процентных ставок, а также снижением продаж банковских продуктов. В настоящее время во многих случаях процентная ставка по сберегательным продуктам составляет 0,5%. Если бы произошло снижение процентных ставок даже на 0,5%, эта ставка достигла бы нуля. Банкам придется рискнуть снизить прибыль и оставить 0,2% или 0,3% от ставки.

Интересным явлением перед лицом пандемии COVID-19 является поведение центральных банков [11].

Центральный банк США снизил интервенционные процентные ставки из-за коронавируса и его потенциального влияния на мировую экономику. Он также объявил о согласованных действиях с пятью главными центральными банками мира, а именно с Европейским центральным банком, Банком Англии и центральными банками Японии, Канады и Швейцарии. Их цель - обеспечить ликвидность мировой финансовой системы.

Эти действия направлены на обеспечение того, чтобы глобальные банки по-прежнему имели достаточный доступ к доллару США для предоставления кредитов предпринимателям, работающим за пределами США.

Естественно, коронавирус будет продолжать оказывать отрицательное воздействие на экономику. Также стоит обозначить, что в рамках передового общества банковская система каждый день развивается и изменяется, усложняется ее структура. Это обосновано развитием денежных и товарных рынков, выходом в свет свежих инструментов и методов обслуживания клиентов, новых видов финансовых технологий.

Список литературы:

1. Авдеева Е.А., Семина А.М. Основные направления текущей денежно-кредитной политики / Е.А. Авдеева, А.М. Семина / Научный вестник Воронежского государственного архитектурно-строительного университета. Серия: Экономика и предпринимательство. – 2015.- №2 (13). - с.68-72.
2. Авдеева Е.А., Харьковская Е.М. Прогнозирование изменений процентной ставки в банковской деятельности / Е.А. Авдеева, Е.М. Харьковская / Экономическое прогнозирование: модели и методы.- 2016.- с.194-197.

3. E. Avdeeva, T. Davydova, N. Skripnikova, L. Kochetova, E3S Web of Conferences (110), 02139 (2019) DOI: 10.1051/e3sconf/201911002139
4. Аверина, Т.А., Бартенева, А.А., Первалова О.С. Направления развития социального предпринимательства в регионе / Т.А. Аверина, А.А. Бартенева, О.С. Первалова // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Компьютерные технологии, управление, радиоэлектроника. 2019. Т.19.- № 2.- с.117-127.
5. T. Averina, E. Avdeeva and O. Perevalova, Introduction of management innovations in the work of municipal organizations/ Т. Averina, E. Avdeeva, O. Perevalova // E3S Web of Conferences, 01121 (2018).
6. Давыдова Т.Е. Человеческий потенциал в стратегии развития региона: методологические аспекты исследования // Вестник ВГУ. Серия: Экономика и управление. - 2018. - № 4. - С. 69-74.
7. Аверина Т.А. Мероприятия по повышению кадрового потенциала для обеспечения экономической безопасности коммерческого банка / Т.А. Аверина, Е.С. Кунова / Управление строительством. 2018. - № 2 (11).- С. 116-126.
8. Давыдова Т.Е. Социальная ориентация системы высшего образования как принцип формирования эффективной социальной рыночной экономики / Т.Е. Давыдова // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 3, Экономика. Экология. - 2012. - № 1 (20). - С. 45-52. DOI: <https://doi.org/10.24412/Ffx-oRZDdhY>
9. Давыдова Т.Е., Баркалов С.А., Чекамазов А.Н. Направления совершенствования трудовых ресурсов Воронежской области: экономический аспект // Экономика и менеджмент систем управления. – 2014. - №4.2 (14). – С.253-260.
10. https://ru.wikipedia.org/wiki/Социально-экономические_последствия_пандемии_COVID-19
11. <https://24inf.ru/v-mire/2099-vlijanie-koronavirusa-na-mirovuju-jekonomiku.html>

ИЗМЕНЕНИЯ НА РЫНКЕ ТРУДА ПОД ВЛИЯНИЕМ КОРОНАВИРУСА

Ярмоленко Л.И., ст. преподаватель
*Белгородский государственный технологический
университет им. В.Г. Шухова*

Аннотация. Статья посвящена исследованию текущих изменений на рынке труда, происходящих под влиянием пандемии COVID-19, рассматривается формирование новых тенденции в сфере занятости.

Ключевые слова: рынок труда, деловая активность, пандемия, безработица, дистанционный режим работы, конкуренция на рынке труда.

За время эпидемии коронавируса в России можно наблюдать большие изменения на рынке труда. Они произошли под влиянием карантинных мер, принятых в стране. Неизбежно, это отразилось на внутри российском рынке труда.

Многие компании во время карантина сократили сотрудников или вовсе перестали существовать. Произошло резкое сокращение деловой активности

Во втором квартале 2020 года уровень безработицы достиг своего максимального значения за последние восемь лет и составил 6%. В последний раз этот порог она превышала в марте 2012 года.

По данным Росстата, общая численность безработных в стране превысила 4,5 млн. человек. Более половины (51%) официально зарегистрированных безработных - это молодежь от 25 до 40 лет. [6]

В среднем по регионам безработица выросла за время пандемии на 30%.

При этом Москва и Санкт - Петербург остаются регионами с самой минимальной безработицей в стране.

Летом в целом рост регистрируемой безработицы замедлился на треть.

Сейчас большинство предприятий только начинают выходить из режима ограничений. Меры поддержки, разработанные и принятые в стране, позволили сдержать рост безработных и сохранить рабочие места.

Однако эксперты прогнозируют новую волну безработицы осенью 2020 года. И с учетом прогноза Минэкономразвития по динамике ВВП, розничной торговли, восстановления потребительского спроса в 3 и 4 квартале 2020 года ситуация на рынке труда все еще будет сложной.

Стабилизацию ситуации на рынке труда Минтруд ожидает только в 4 квартале 2020, а положительную динамику – в 1-2 квартале 2021 года. [5]

В период первой волны пандемии на рынке труда России отчетливо проявилась тенденция по смещению спроса на конкретные профессии и сферы деятельности.

За вычетом сезонного фактора больше всего уволенных в следующих пострадавших от коронавируса отраслях:

- розничная торговля непродовольственными товарами;
- общественное питание;
- гостиничный бизнес;
- туристический бизнес;
- фитнес и индустрия красоты и др.

Среди наиболее востребованных были медицинские работники, курьеры, водители, специалисты по онлайн-образованию и онлайн-развлечениям.

Сегодня коронавирус продолжает активно и стремительно распространяться. Поэтому остро встает проблема актуализации рабочих мест на рынке труда в связи с значительными сдвигами на этом рынке и формированием новых тенденций.

Среди таких тенденций уже отчетливо сформировались следующие.

1. Новые профессии и формы занятости

В июне 2020 более 10% работающих, или примерно 5,6 млн. граждан продолжали трудиться удаленно. Более того, ряд организаций и сотрудников хотели бы продолжить работу именно в таком формате и после снятия ограничительных мер.

Соответственно, Минтруд предлагает в ТК РФ закрепить понятия:

- удаленная занятость;
- комбинированная занятость. [5]

О новых профессиях говорят уже всерьез - пандемия коронавируса меняет рабочие процессы, и рынок труда должен к этому адаптироваться. Так, в Национальном агентстве развития квалификаций уже называют некоторые будущие профессии, которые могут появиться уже скоро:

- цифровой куратор - тот, кто помогает людям пользоваться достижениями цифровых технологий вроде онлайн-банкинга и телемедицины;
- организатор виртуальных бизнес-туров - тот, кто поможет ознакомиться с какими-то бизнес-продуктами в режиме онлайн;

- организатор бизнес-процессов онлайн. [3]

2. Электронный документооборот

Одна из форм трудовых отношений, которая требует регулирования, – это платформенная занятость. Ее развитие связано именно с активной цифровизацией предоставляемых услуг.

Поскольку фактически трудовые отношения с применением этих форм гибкой занятости уже сложились, Минтруд намерен ускорить и цифровизацию кадрового делопроизводства. А именно – дать возможность работодателям с 2021 года вести кадровый документооборот электронно. То есть без дублирования на бумаге.

3. Неполная занятость

На отдельном контроле у Минтруда ситуация с переводом сотрудников в режим неполной занятости. Это 5,5% работников, или свыше 3 млн. человек.

Переход на гибкие условия труда применяется обычно после кризиса, когда компании массово переводят работников на неполную занятость (фриланс) и срочные контракты, чтобы избежать полного увольнения сотрудников. Этой же стратегии часть бизнеса будет придерживаться и теперь.

Фриланс остается одной из альтернатив постоянной занятости, которая стремительно развивается.

В ближайшем будущем наиболее защищенным среди владельцев бизнеса станут те, кто смогут оперативно находить фрилансеров и аутсорсеров и успешно взаимодействовать с ними. Услуги таких работников будут незаменимы для решения непрофильных или периодически возникающих задач, поскольку набирать в штат специалистов достаточно дорого и сопряжено с большими рисками, и особенно – в условиях кризиса.

4. Меры поддержки

Минтруд предлагает продлить период выплаты ранее назначенных пособий по безработице.

Для помощи гражданам, которые оказались под риском увольнения, предлагается организовать общественные работы или временную занятость в тех регионах, где эпидемиологическая ситуация это уже позволяет. Предприятия, которые могут организовать такие общественные работы или временную занятость для своих сотрудников, могут получить компенсацию части затрат на оплату труда. Это позволит поддержать сотрудников в наиболее сложный на рынке труда период и даст предприятиям сохранить трудовые коллективы.

Дополнительно Минтруд предлагает организовать обучение граждан, находящихся под риском увольнения и состоящих именно на учете в центре занятости. Но проводить такие обучения необходимо только после экспертной оценки работодателями предлагаемых образовательных программ. Здесь Минтруд и Минпросвещения уже провели дополнительную работу и готовы предложить варианты. Так граждане с учетом экспертной оценки работодателями данных программ смогут получить востребованные на сегодняшний день навыки.

5. Цифровизация процессов.

Уже в ближайшем будущем особенное значение приобретут цифровые навыки – понимание кибербезопасности, работы с данными, цифровизации процессов – и все, что касается креативности, прикладного творчества, умения работать в условиях неопределенности, эмоционального интеллекта, системного мышления и аналитики. [1] После карантина остро понадобятся специалисты, которые будут способны развивать цифровые каналы взаимодействия, налаживать и управлять коммуникацией людей.

Переход на удаленку вынуждает компании активнее использовать системы электронного документооборота и онлайн-инструменты для бизнеса, как, например, Trello или Asana, чтобы контролировать выполнение задач дистанционно, а также Zoom, Microsoft Teams или Google Hangouts Meet, чтобы проводить видеоконференции. [4]

Специалисты из сферы бизнес-девелопмента – так называемые, бизнес-реаниматоры, – понадобятся ближе к концу этого года и началу следующего. Их основной задачей станет поиск возможностей для экономии и точек роста с помощью организационных и технологических инструментов. Это станет одним из источников организационных инноваций для HR. [4]

То, что происходит сегодня, может привести к оздоровлению бизнеса: в кризис компании стараются сосредоточиться на главном, ищут нестандартные решения, даже меняют бизнес-модели. Компаниям нужно научиться быстро менять цели, а затем часто, короткими итерациями следить за их выполнением.

Что касается HR-специалистов, то будут пользоваться высоким спросом те, кто смогут ускорить и нарастить эффективность компании. Обязательным требованием выступает владение цифровыми HR-инструментами.

6. Санация кадрового потенциала

Во время кризиса бизнес избавляется от рабочей силы, которую не может продуктивно использовать. Сокращения особенно сильно затронули работников низкой и средней квалификации, а спрос на высококвалифицированные кадры остался высоким или даже усилился.

Очевидно, что ситуация повторится и в случае с пандемией. Наиболее квалифицированные специалисты гораздо быстрее могут освоить новые компетенции. Они успешнее адаптируются в меняющихся условиях и обладают способностью генерировать нестандартные решения, которые крайне необходимы в период кризиса. Такие работники обладают повышенной конкурентоспособностью и гибкостью, так как быстрее осваивают новые виды деятельности и новые профессии. [2]

Многим придется изменить профиль деятельности и переучиться на другие профессии, более востребованные в новых цифровых условиях. Мы увидим вытягивание рынка вакансий в сторону растущих отраслей: вакансии в онлайн, логистика, медицина, фарминдустрия, ритейл и товары повседневного спроса. Осваивать новые навыки можно начинать уже сейчас с помощью онлайн-курсов.

Список литературы:

1. Антипина Н.И. Трансформация российского бизнеса в условиях перехода к цифровой экономике: отраслевой и региональный аспекты // Экономическая наука современной России. 2018. № 2 (81). С. 102-111.
2. Выживут только высококвалифицированные: что ждет рынок труда после коронавируса. [Электронный ресурс]. URL: <https://vc.ru/hr/128793-vyzhivut-tolko-vysokokvalificirovannye-chto-zhdet-rыnok-truda-posle-koro-navirusa> (дата обращения 28.09.2020).
3. Гимпельсон В., Капельюшников Р. Рынок труда под натиском коронавируса [Электронный ресурс]. URL: https://docviewer.yandex.ru/view/0/?*= (дата обращения 28.09.2020).
4. Демура Н.А., Ярмоленко Л.И., Цифровизация как необходимое условие экономического развития России и регионов // Экономика устойчивого развития. 2019. № 2(38). С.126-130.
5. Как коронавирус повлиял на рынок труда в России по мнению Минтруда [Электронный ресурс]. URL: <https://buhguru.com/kadrovaya-rabota/kak-koronavirus-povliyal-na-rыnok-truda-v-rossii-mintrud.html> (дата обращения 28.09.2020).
6. Федеральная служба государственной статистики. Официальный сайт // [Электронный ресурс]. - URL: https://rosstat.gov.ru/labor_market_employment_salaries (дата обращения 28.09.2020).

ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ПРОЕКТ КАК ИНСТРУМЕНТ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Шилькова В.В., канд. экон. наук, доц.,
Никифорова Е.П., канд. тех. наук, доц.
*Белгородский государственный технологический
университет им. В.Г. Шухова*

Аннотация. Сложность экономической среды, многочисленность угроз и ограниченность инвестиционных ресурсов актуализируют для менеджмента поиск инструментов, позволяющих комплексно защищать экономические интересы предприятия. В контуре такой постановки задачи значимое место авторы отводят инвестиционному проекту, который позиционируется в статье как инструмент многовекторного функционала, обеспечивающий генерацию положительных эффектов в экономике предприятия и способствующий росту ее защищенности.

Ключевые слова: Экономическая безопасность, инвестиции, инвестиционный проект.

Позитивная динамика развития и устойчивость конкурентных позиций предприятия требуют обеспечения защищенности его экономики от многочисленных вызовов и угроз, что предполагает использование большого арсенала инструментов для такой защиты. Инвестиционная деятельность, трактуемая в современной науке в качестве важного фактора роста эффективности экономики предприятия и обеспечения ее безопасности, основывается на инвестиционном проектировании, технология которого включает разработку инвестиционного проекта. Полагаем, что в логике указанной взаимосвязи инвестиционной деятельности и экономической безопасности предприятия, инвестиционный проект можно позиционировать в статусе значимого инструмента управления, обеспечивающего одновременно эффективную реализацию инвестиционных процессов и повышение уровня защищенности экономики предприятия.

В современной научной литературе наиболее популярной трактовкой содержательного контекста инвестиционного проекта, с учетом определения, представленного в Федеральном законе № 39-ФЗ [1], является, так называемая, «документарная версия» [2]. В ней инвестиционный проект трактуется как документ, в котором отражается

основная информация по важнейшим характеристикам целевых инвестиционных процессов предприятия, включая требуемый объем и прогнозируемую эффективность инвестиций, сроки их окупаемости, риски и другие.

Мировая и отечественная практика доказывают, что эффективное управление инвестиционной деятельностью на предприятии сегодня невозможно без знания научной теории и освоения передовых методик по технологии инвестиционного проектирования. Эти технологии построены на применении сложных аналитических и расчетных алгоритмов, учитывающих влияние временных и иных факторов риска на процессы инвестирования [3]. Их применение позволяет менеджерам сделать правильный выбор эффективных направлений объектов возможного инвестирования; сформировать оптимально сбалансированный инвестиционный портфель, и в конечном итоге, представить обобщенно информацию по инвестпроцессам в форме инвестиционного проекта.

Инвестиционный проект многозначен по своему функционалу. С одной стороны, он необходим для обоснования целесообразности и эффективности инвестиционных затрат. С другой стороны, он важен как инструмент системного управления инвестиционной деятельностью. Используемый в таком целевом формате, инвестиционный проект, бесспорно, повышает адаптивность инвестиционных процессов предприятия к вызовам и угрозам, снижает уровень их рисков и обеспечивает более высокую вероятность прогнозируемых показателей эффективности инвестиций.

Необходимость инвестиционных проектов для грамотного управления в научных исследованиях часто аргументируется посредством перечисления тех задач, в решении которых роль инвестпроектов наиболее значима. В их перечне можно увидеть следующие:

- инвестпроекты содействуют реализации стратегических перспектив/целей предприятия;
- инвестпроекты укрепляют и/или формируют экономический потенциал предприятия;
- инвестпроекты способствуют оптимизации структуры капитала;
- инвестпроекты обеспечивают переход предприятия к расширенному типу воспроизводства или содействуют преодолению суженного формата воспроизводства (преодолению кризиса);
- инвестпроекты активизируют инвестиционную/инновационную направления многовекторной деятельности предприятия;

- инвестпроекты способствуют росту рыночной стоимости активов, укрепляют финансовое состояние хозяйствующего субъекта (посредством роста его финансовой устойчивости и платежеспособности);

- инвестпроекты позволяют решать социальные задачи, благотворно влияя тем самым, на формирование имиджа социально-ориентированного и социально-ответственного бизнеса и др.

В этот перечень предлагаем включить значимость инвестпроекта в обеспечении экономической безопасности предприятия, определив ему роль важного инструмента в системе защиты экономики предприятия. Большинство аргументов для обоснования данного предложения находятся в контуре многовекторного позитивного влияния инвестиционной деятельности на защиту экономических интересов предприятия.

Потребность предприятий в защите своих предпринимательских интересов, в обеспечении экономической безопасности, сегодня выглядит вполне естественно, обоснованно и закономерно [4]. Также естественно и обоснованно и их стремление использовать инвестиционную деятельность в качестве результативного инструмента удовлетворения обозначенной потребности. В этом прослеживается очевидная факторная взаимосвязь инвестиционной деятельности с экономической безопасностью. Обозначенная взаимосвязь имеет научное и практическое обоснование и продиктована многими обстоятельствами. Главное из них - это текущая и стратегическая целевая мотивированность предприятий на получение прибыли. Учитывая, что в конкурентной среде реализация данного мотива возможна только при наличии конкурентных преимуществ (бизнес-новаций), а также понимая, что большинство этих новаций формируются как итог инвестиционных вложений, становится объяснимой нацеленность предприятий, во-первых, на защиту имеющихся у них новаций/преимуществ от конкурентов, а, во-вторых, на защиту своей инвестиционной деятельности.

Экономическая безопасность, с присущей ей многоаспектностью в своей характеристике и в своих проявлениях на уровне предприятия требует от менеджеров серьезной и грамотной работы, нацеленной на достижение состояния защищенности для всех сторон экономики предприятия. Это полностью созвучно современным научным представлениям о системности самого предприятия и системности его экономической безопасности. Отражением системности является выделение в экономической безопасности ее составляющих, а также

вычленение инвестиционной безопасности в самостоятельный и значимый элемент этой системы.

Инвестиционную безопасность аналитики увязывают с полным удовлетворением запросов предприятия по инвестиционным ресурсам, с отсутствием ресурсного дефицита для тех инвестиционных проектов, которые уже исполняются, а также для тех, которые разрабатываются на перспективу. Сюда же включают и наличие на предприятии эффективных алгоритмов защиты своей инвестиционной деятельности от всевозможных угроз.

Когда в научных дискуссиях встает вопрос об иерархии соподчиненности между составляющими экономической безопасности и выборе приоритетной позиции для одной из них, всегда находится группа авторов, отдающих лидерство инвестиционной компоненте экономической безопасности и утверждающих ее доминантный статус. Их аргументы, в обобщенном виде, звучат примерно так: «Без инвестиционных вливаний предприятие не развивается, а лишь функционирует, таким образом, уровень экономической безопасности без инвестиций резко снижается» [5].

Защищенность инвестиционной деятельности как генератора новаций и конкурентных преимуществ предприятия требует грамотного управления со стороны менеджмента и качественного инструментария, в том числе методического и аналитического. Инструментарий механизма обеспечения инвестиционной безопасности многокомпонентный. В него входят все инструменты, задействованные предприятием для противодействия факторам/угрозам инвестиционной деятельности, включая инвестиционный проект. И все их можно позиционировать не только в статусе инструментов защиты инвестиционных интересов хозяйствующего субъекта, но и инструментами обеспечения экономической безопасности..

Достижение инвестиционной безопасности зависит от многих условий и факторов. В их числе профессиональная компетентность менеджеров играет ключевую роль. Именно менеджеры должны обладать не только теоретическими знаниями, но и аналитическими навыками, определяющими их способность:

- своевременно определять необходимость активизации инвестиционной деятельности и «улавливать» момент разработки новых инвестпроектов как начальных импульсов в трендах развития предприятия;

- находить возможные для использования источники инвестиций и адаптировать их к потребностям инвестпроектов предприятия;

- грамотно выполнять весь алгоритм оценки эффективности инвестпроектов, делать безошибочный выбор лучшего варианта из инвестиционных альтернатив;

- решать проблемы защиты инвестпроекта от разноплановых угроз;

- разрабатывать альтернативные сценарии развития событий на этапе реализации инвестпроекта и т.д.

Компетенции менеджера должны быть достаточными для быстрого реагирования на изменение среды и гибкой адаптации инвестиционных процессов к ним без ощутимого ущерба для предприятия.

Достижение оптимальной защищенности инвестиционной деятельности как генератора новаций и конкурентных преимуществ предприятия, несомненно, будет позитивно влиять на общее состояние безопасности и защищенности экономики предприятия. И грамотно разработанный инвестиционный проект, который призван сопровождать инвестиционную деятельность на протяжении всего цикла инвестирования, будет играть в этом значимую роль.

Список литературы:

1. Федеральный закон «Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений» № 39-ФЗ от 25.02.1999 г. (в ред. от 25.12.2018г. N 478-ФЗ) [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>
2. Фарахетдинова А.Р. К вопросу о понятии «инвестиционный проект». В сб.: Современное состояние, традиции и инновационные технологии в развитии АПК: матер. межд. научно-практич. конф. – БГАУ, 2019. – С.317-322.
3. Минаева Л.А., Акимова Г.З., Дорошенко Ю.А., Сомина И.А. Методологические аспекты стратегического анализа // Вестник БГТУ им. В.Г. Шухова. 2017. № 11. С. 226-232.
4. Акимова А.В., Шилькова В.В. Обеспечение защищенности и предотвращение угроз как сущностные характеристики экономической безопасности предприятия. Экономика. Общество. Человек. Межвуз. сборник науч. тр. /Науч. ред. Е.Н.Чижова. – Белгород, 2019. С.24-30.
5. Касперович С.А., Дербинская Е.А. Экономическая безопасность предприятия: сущность, цели и направления обеспечения // Труды БГТУ. Серия Экономика и управление. 2016. №7 (189). - С.278-282.

СОДЕРЖАНИЕ

Авдеева Е.А., Готовцева В.И. Долгосрочные изменения, произошедшие в сфере занятости в связи с пандемией коронавируса	3
Адова И.Б., Кутафина А.А. Актуальность проблем привлечения профильного персонала в логистическую компанию	8
Адова И.Б., Добрецкая А.А., Хабинова М.Б. Стратегия социально-экономического развития Кемеровской области в период пандемии	13
Адова И.Б., Сагабаева З.И. Стратегии выживания и развития предприятий в условиях пандемии	16
Акимов А.А. Цифровая трансформация: основные тенденции и влияние на систему управления персоналом предприятия	19
Александрова С.А., Блохина А.А. Анализ системы сбыта и распределения производителя молочной продукции	24
Александрова С.А., Котвицкая Е.В. Оценка использования собственного транспорта в транспортной системе производственного предприятия	29
Асатиани Н.И. Аналитическое обеспечение управления затратами предприятия в современных условиях	33
Атабиева Е.Л., Ковалева Т.Н. Об актуальных вопросах оценки готовой продукции в учете	39
Vaghdasaryan С. Issues of gasoline and diesel fuel markets. Challenges of liberalization	44
Баженов Р.И. Тенденции уровня цифровой трансформации экономики Приморского края	48
Балабанова Г.Г. Старение населения как следствие демографического перехода	53
Belovic D. Development perspectives of the Republic of Serbia	59
Боев А.Г. Исследование финансовой устойчивости промышленных комплексов и предприятий	64
Божий В., Димий С., Букий М. (Не)ответственность банков в обнаружении отмывания денег, приобретенных утайкой налога - недоумения в экономической теории и практике	69
Боровикова О.В. Применение моделей дисперсионного и ковариационного анализа в управлении качеством	75
Буданова М.В., Жиленкова Е.П. Создание агропромышленного кластера как фактор развития сельского хозяйства в регионе	80

Бухонова С.М., Яблонская А.Е. Сравнительная характеристика системы страхования вкладов: зарубежная и российская практика....	85
Вукчевич Н. Экономические аспекты проблемы миграции: отдельные примеры из истории.....	92
Гамулинская Н.В., Сайдакова В.А. Оценка экономической безопасности региона	97
Grinenko G.P., Bah Abdourahmane International business in Guinea	102
Давыдова Т.Е., Зыкова Д.А. Экологическая оптимизация городской среды как фактор роста качества жизни населения	107
Давыдова Т.Е., Попова А.И., Распопова А.Е. Переход к «зеленой экономике» в РФ: целесообразность и перспективы	112
Демура Н.А. Прогнозирование в системе управления развитием региона	117
Денисова Е.Д., Кузьменко Я.В. Современные проблемы и приоритеты стратегического планирования социально-экономического развития региона.....	122
Дорошенко Ю.А., Сотникова А.А. Роль инновационного потенциала в реинтеграции региональных экономик Российской Федерации	127
Дубино Н.В., Велез П. Андреа Совершенствование стратегии позиционирования и управления брендом в маркетинговой деятельности.....	131
Дубино Н.В., Вязовиченко А.А. Конкурентные преимущества, виды и источники их формирования в современных условиях.....	135
Дубино Н.В., Панарина А.В. Оценка качества банковских услуг на основе анализа удовлетворенности клиентов	141
Дюкарева В.И., Рябцева С.В. Использование понятия интеграла в экономике	144
Захарян А.Г. Проблемы подготовки профессиональных кадров сферы высоких технологий в Республике Армения	149
Иванов М.Ф., Калентев К.Г. Проблемы и возможные пути повышения экономической эффективности предприятий сферы ЖКХ в современных условиях	154
Канапинова С.С. Модель учета выручки в соответствии с МСФО 15 «выручка по договорам с покупателями».....	159
Каранина Е.В., Позднякова А.А. Коррупция как угроза экономической безопасности и.....	167
Киреева А. В. Цифровая экономика – шаг в будущее.....	172
Козлова Н.В., Богданова И.Ю. Маркетинговые исследования как инструмент снижения риска современного бизнеса.....	177

Козлова Н.В., Супрун О.Н. Развитие медиа-пространства в современном обществе	181
Кочина С.К. Имидж предприятия: понятие, роль, инструменты формирования	186
Кузнецова И.А., Салангина А.А. Современные тенденции развития рынка электроэнергетики в России	190
Лычева И.М., Павлова Ю.А. Развитие российского рынка ипотечного кредитования в условиях финансовой нестабильности ...	195
Лычева И.М., Филатова А.С. Долговая нагрузка населения России и ее регулирование.....	200
Лычева И.М., Филатова А.С. Показатель долговой нагрузки заемщика: отличительные особенности в основных подходах расчета.....	205
Majstorovic V. M., Radivojevic M. M. Data protection and information security in the age of the coronavirus (COVID-19) as a current problem of economic development.....	210
Манцеров Т.Ф., Скобля М.С. Использование возобновляемых источников энергии в малой энергетике Республики Беларусь	216
Манцеров Т.Ф., Эйсмонт В.А. Индекс развития человеческого потенциала как обобщающая оценка уровня жизни.....	220
Минаева Л.А., Акимов Г.З. Особенности макроэкономического прогнозирования в условиях пандемии COVID-19	224
Михайлова Е.М., Котлярова В.Б. Модернизация системы оплаты труда в условиях цифровизации экономики.....	228
Мурадян М.А. Улучшение бизнес-среды в экономике Армении.....	233
Никифорова Е.П., Шилькова В.В. Экономическая безопасность предприятия как объект стратегического управления.....	237
Nikolić Ž.M., Savanović G.N., Pokrajac U.S. Technological restructuring as a condition for sustainable growth of economy in Serbia	242
Павлова И.Г. Организационно-правовой детерминант инновационного развития регионов России и Белгородской области	248
Петимко А.М., Чень Ч. SMM как инновационный инструмент повышения эффективности маркетинговой деятельности.....	253
Плотников В.С., Карепина Е.В. Финансовая отчетность, как база для анализа финансового состояния	258
Плотников В.С., Плотникова О.В. Метод капитализации запасов стоимости капиталов в интегрированной отчетности	266
Приставка А.Н. Экономическая оценка эффективности маркетинговых мероприятий	273

Пузанова Т.В., Кодолитч А.С. Маркетинговые исследования рынка инноваций в управлении развитием предприятия	278
Родина Т.Е. Государственная собственность: проблемы и перспективы развития	283
Ромодина И.С., Борбутько В.К. Позиционирование предприятия на рынке транспортных агрегатов	288
Ромодина И.С., Дикалова К.А. Оценка и способы укрепления конкурентной позиции на рынке большегрузных автомобилей	293
Рябов А.А., Сухова А.С. Выявление резервов роста прибыли бизнес-организаций	301
Савчук С.С. ГЭП-анализ как основной инструмент управления активами и пассивами банка	306
Самосюк Н. А., Царик О. Г. Перспективы повышения экономической эффективности использования торфа в Республике Беларусь	311
Селиверстов Ю.И., Блинова А.А. Развитие информационно-коммуникационных технологий и их влияние на конкурентоспособность предприятия	316
Селиверстов Ю.И., Люлюченко М.В. Модели инновационного развития регионов РФ	322
Селиверстов Ю.И., Шевченко М.А. Региональные программы как инструмент формирования рынка доступного жилья и роста объемов жилищного строительства	328
Семина А.П. Подбор персонала через социальные сети: HR-маркетинг	334
Смирнова Т.С. Проблемы эффективного управления человеческими ресурсами в условиях пандемии	340
Снегирев В.А. Формирование социально- трудовых отношений при наличии резерва трудовых ресурсов	345
Соклаков В.А., Глаголев С.Н. Развитие инновационной деятельности в период COVID-19 на примере российской автомобильной промышленности	349
Сомина И.В., Потапова М.Е. Экологическая составляющая в системе экономической безопасности предприятия	353
Стадникова С.В. Совершенствование системы планирования производственных мощностей	358
Старикова М.С., Пономарев И.Н., Джунтини М.А. Факторы развития маркетинга территорий в социальных сетях	363
Столярова В.А., Столярова З.В., Елисеева К.С. Процесс создания наукоемкой продукции как объект управления	367

Tesanovic M.B., Radivojevic M.M., Majstorovic V.M. Application of modern accounting information systems as a condition for better economic development	372
Tesanovic M.B., Krmpot J.V., Radivojevic M.M. Increasing exports from Serbia as an urgent problem of economic development	376
Слабинская И.А., Ткаченко Ю.А. Бухгалтерские мессенджеры	381
Федотова М. А., Облогина К. В. Использование кинотренингов для совершенствования системы обучения персонала.....	386
Chernyakov M.K., Chernyakova M.M., Akberov K. Assessment of the impact of state regulation on the performance of organizations	391
Chernyakov M.K., Chernyakova M.M., Zvyagintsev D.A. Fixikism as a new risk to the digital economy	395
Черняков М.К., Гольшкина А.М. Методические аспекты оценки финансовой безопасности предприятия.....	400
Черняков М.К., Госман Д.В., Малгатаева М.С. Оптимизация рецептур пищевых продуктов методом математического моделирования	405
Черняков М.К., Садыкова А.А. Конкурентоспособность как механизм обеспечения экономической безопасности предприятия ...	410
Шавырина И.В., Демененко И.А. Место социального предпринимательства в системе видов предпринимательской активности	413
Щетинина Е.Д., Берлизев А.К. Создание ценностного предложения как один из важнейших факторов разработки инновационной продукции	419
Щетинина Е.Д., Бузиашвили Г.З. Место SMM в системе видов маркетинга, его преимущества и недостатки	423
Яблонская А.Е., Колчина В.В., Волощенко А.С. Современное состояние браков и разводов в Белгородской области.....	430
Яблонская А.Е., Новосельцева Е.И. Исследование мировых демографических сдвигов на современном этапе.....	436
Яковлева М.А. Особенности состояния банковского сектора в условиях системного кризиса	442
Ярмоленко Л.И. Изменения на рынке труда под влиянием коронавируса	447
Шилькова В.В., Никифорова Е.П. Инвестиционный проект как инструмент экономической безопасности предприятия	452

Научное издание

**АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ
ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ**

XI Международная
научно-практическая конференция

Сборник докладов

Ответственный за выпуск	Е.Н. Гокова
Компьютерная верстка	А.И. Горягина В.И. Бедина Н.К. Кириллова

Подписано в печать 20.10.2020
Формат 60x84/16. Усл. печ.л. 26,21 Уч.-изд. л. 28,19
Тираж 100 экз. Заказ 128

Отпечатано в Белгородском государственном
технологическом университете им. В.Г. Шухова
308012, г. Белгород, ул. Костюкова, 46