

**ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ КРЫМ
«КРЫМСКИЙ ИНЖЕНЕРНО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ ФЕВЗИ ЯКУБОВА»**

**СОВРЕМЕННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ И УПРАВЛЕНИЕ: ТЕНДЕНЦИИ И
ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ**

Сборник научных трудов

УДК 338.242
ББК 60
С 79

*Рекомендовано к изданию Ученым советом Государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования Республики Крым «Крымский инженерно-педагогический университет имени Февзи Якубова»
Протокол № 9 от 25.12. 2023 г.*

Сборник включен в Российский индекс научного цитирования (РИНЦ)

Рецензенты:

Ротанов Г.Н. – доктор экономических наук, доцент, заведующий кафедрой государственного и муниципального управления ФГАОУ ВО «Севастопольский государственный университет»;

Нехайчук Д.В. - доктор экономических наук, доцент, заместитель директора по научной работе Севастопольского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова.

**С79 Современный менеджмент и управление: тенденции и перспективы развития [Электронный ресурс]: сборник научных трудов / под общей редакцией д.э.н., профессора Стефаненко М.Н. – Электрон. дан. – Симферополь : ИТ «АРИАЛ», 2023. – Электрон. версия.
ISBN 978-5-907742-98-7**

В сборник научных трудов «Современный менеджмент и управление: тенденции и перспективы развития» включены статьи, в которых рассматриваются современные вопросы экономической науки, менеджмента, теории и практики управления отечественной экономики и перспективы ее развития.

Сборник предназначен для научных и педагогических работников, преподавателей, аспирантов, магистрантов и студентов с целью использования в научной работе и учебной деятельности.

**УДК 338.242
ББК 60**

ISBN 978-5-907742-98-7

© Авторы статей, 2023
© ИТ «Ариал», макет,
оформление, 2023

Абдулхаирова Э.М., к.э.н., доцент
Abdulkhairova E.M., Ph.D. Associate Professor

ГБОУВО РК «Крымский инженерно-педагогический университет имени Февзи Якубова»
SBEIHE RC «Crimean engineering and pedagogical university the name of Fevzi Yakubov

НАПРАВЛЕНИЯ СТРАТЕГИЧЕСКОГО КОНФЛИКТ-МЕНЕДЖМЕНТА, СПОСОБСТВУЮЩИЕ ПОВЫШЕНИЮ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ
DIRECTIONS OF STRATEGIC CONFLICT MANAGEMENT CONTRIBUTING TO INCREASING THE ECONOMIC EFFICIENCY OF ENTERPRISES

Аннотация. В статье исследуются направления стратегического управления конфликтами, которые способствуют повышению эффективности предприятий. Изучены этапы развития конфликтов на предприятии и основные причины возникновения конфликтов. В ходе исследования выявлена прямая зависимость между частотой возникновения конфликтных ситуаций и экономической эффективностью предприятия, в результате чего разработаны стили поведения управленческого персонала хозяйствующих субъектов в случае возникновения конфликтных ситуаций. Исследование позволило выявить проблемы управления конфликтами и пути устранения их, а также обозначены направления стратегического конфликт-менеджмента для предприятий.

Ключевые слова: конфликт-менеджмент, стратегия, возникновение конфликтов, урегулирование конфликтов.

Annotation. The article examines the directions of strategic conflict management that contribute to improving the efficiency of enterprises. The stages of conflict development at the enterprise and the main causes of conflicts are studied. The study revealed a direct relationship between the frequency of conflict situations and the economic efficiency of the enterprise, resulting in the development of behavioral styles of management personnel of business entities in the event of conflict situations. The study revealed the problems of conflict management and ways to eliminate them, as well as the directions of strategic conflict management for enterprises.

Keywords: conflict management, strategy, conflict emergence, conflict resolution.

Современные условия управления на предприятиях вызывают высокую социально-психологическую напряженность, приводящую к обострению отношений между работниками, составляющими человеческого капитала любого предприятия [1] и повышению уровня конфликтности. Это отражается

на процессе трудовой деятельности работников и взаимосвязано с экономической эффективностью деятельности экономического субъекта.

Чтобы выбрать правильный образ действий в конкретных конфликтных ситуациях и сохранить желаемую экономическую эффективность предприятия, следует разработать направления управления ими [2]. Эти знания повышают культуру общения, делают психологический климат на предприятии не только более спокойным, но и психологически устойчивым, что положительно влияет на финансовое положение предприятия, его финансовую устойчивость и экономическую эффективность. [3].

Конфликт между персоналом предприятия не всегда и обязательно приводит к фатальным последствиям. При определенных условиях конфликты могут способствовать жизнеспособности и устойчивости организации. Конфликт не следует воспринимать как однозначно деструктивное явление и не следует оценивать столь же однозначно, поскольку он содержит и потенциальные позитивные возможности. Ценность конфликтов в том, что это стимул к переменам, это вызов, требующий немедленных управленческих решений [3]. Работники организаций бывают разные. А значит, они по-разному воспринимают ситуацию, что соответственно приводит к тому, что люди не соглашаются друг с другом. Это разногласие усугубляется, когда ситуация действительно носит конфликтный характер [4].

Конфликт определяется тем, что сознательное поведение одной из сторон противоречит интересам другой стороны [5] Чтобы затяжной конфликт не повлек за собой отрицательные экономические последствия, влияющие на финансовую устойчивость предприятия, управленческий персонал должен быстро реагировать и разрешать конфликтную ситуацию всеми возможными способами.

Таким образом, управление конфликтами, направленное в конечном счете на повышение финансовой устойчивости предприятия, является одной из важнейших функций менеджера.

Конфликт – это любое противоречие между людьми, связанное с решением тех или иных вопросов в их общественной или личной жизни. Конфликт исторически концептуализировался и реализовывался как статическое командное состояние [6].

Основными причинами конфликтов являются ограниченность ресурсов, взаимозависимость задач, различия в целях и ценностях, различиях в поведении, в образовании, плохом общении, несбалансированности рабочих мест, отсутствии мотивации.

Разрешение конфликтов – наиболее благоприятный способ разрешения противоречий. Это подразумевает полное решение проблемы. Обе стороны должны быть заинтересованы в ее разрешении и один из оппонентов должен быть готов к компромиссу.

Однако не всякое противоречие является конфликтом [7]. Противоречия приводят к конфликтам, когда они затрагивают социальный статус группы или личности, материальные или духовные интересы людей, их престиж и моральное достоинство. Любой конфликт имеет одни и те же элементы.

Урегулирование конфликта также означает полное разрешение противоречий, но, в отличие от разрешения, требует еще и участия третьей стороны. Это может произойти как добровольно, так и против воли оппонентов.

Устранение конфликта – это устранение хотя бы одной составляющей конфликта. Это не лучший способ, поскольку он не решает проблему спора, а лишь «разделяет» элементы конфликта.

Затухание конфликта не является его полным разрешением. Это скорее временное прекращение явного спора, и конфликт перетекает в скрытую форму. Противоречия между оппонентами сохраняются.

Возможна также эскалация конфликта. Это происходит, когда объект конфликта меняется на новый, более серьезный и значимый для оппонентов.

Чтобы положить конец конфликту, следует использовать одну из следующих стратегий:

1. Приспособление. Полный отказ от претензий первой стороны и принятие позиции второй стороны.

2. Компромисс. Его используют, если оппоненты готовы пойти на уступки ради достижения консенсуса, если видят разумные мысли в позициях друг друга.

3. Соперничество. Навязывание своего мнения оппоненту. Его применяют, если одна из сторон имеет абсолютно аргументированную, конструктивную позицию и не желает ни в чем уступать, если ситуация принципиальна, если существует вероятность опасных последствий.

4. Избегание. Уклонение от решения проблемы с минимумом потерь приводит не к разрешению, а к затуханию конфликта.

5. Сотрудничество. Конструктивное рассмотрение проблемы обеими сторонами, поиск наилучшего решения. Максимально эффективное поведение противников. Его используют, если участники толерантны к позициям друг друга.

Другие утверждают, что конфликт может быть не только движущей силой успешной и эффективной групповой работы, но и необходимым ее условием – интеракционистский подход (табл. 1).

Таким образом, можно сделать вывод, что большинство конфликтов имеют как деструктивные, так и конструктивные последствия, а также могут серьезно снизить эффективность работы, а поскольку они неизбежны, с ними необходимо уметь справляться.

Экономическая эффективность предприятия обычно достигается при выполнении нескольких условий. Одним из которых является достаточность финансовых ресурсов для текущей деятельности и развития. Для обеспечения достойного уровня финансовой устойчивости управленческий персонал предприятия должен стремиться к стабильному увеличению доходов над расходами при сохранении экономического роста.

Для разработки направлений стратегического управления конфликтами необходимо составить матрицу рисков, влияющих на экономическую эффективность предприятия, где возникновение конфликтной ситуации играют весьма существенную роль (табл. 1).

Таблица 1. Матрица рисков, влияющих на экономическую эффективность предприятия

Возникновение конфликтной ситуаций	Степень влияния на экономическую эффективность		
	low	medium	high
low	Уменьшение прибыли приводит к потере репутации	Снижение объемов продаж приводит к нарушению условий договора	Потеря квалифицированного персонала, сокращение производства приводит к высокой конкуренции.
medium	Снижение прибыли приводит к инфляционным процессам	Возникновение дополнительных затрат приводит к изменению законодательства, конкурентов, инфляции.	Снижение покупательной способности юридических и физических лиц, снижение спроса на продукцию
high	Потери приводят к новым технологиям, форс-мажорным обстоятельствам	Сокращение производства – использование устаревшего оборудования.	Изменение курсов валют, увеличение дебиторской задолженности, потеря ликвидности

Таким образом, пути выхода из конфликтных ситуаций различаются по уровням и причинам их возникновения.

Для предотвращения возникновения конфликтных ситуаций можно рекомендовать следующие стили поведения (Табл.2).

Таблица 2. Рекомендуемые стили поведения в конфликтных ситуациях

Название	Ситуации, которые носят рекомендательный характер
Соответствие, адаптация	Потери уступающего меньше, чем у противника; если важнее сохранить хорошие отношения, чем отстаивать собственные интересы; если шансов на победу мало, не хватает власти, авторитета и т. д.
Уклонение, избегание, уход	Отсутствие стиля: подавляет инициативу подчиненных; может вызвать возмущение особенно более молодого и образованного сотрудника.
Сотрудничество	Стороны готовы разрешить возникшие разногласия и выработать общее решение, учитывающее интересы всех участников конфликта.
Компромисс	Оппоненты обладают одинаковыми полномочиями, имеют взаимоисключающие интересы, не имеют времени для поиска наилучшего решения; возникает временное

	промежуточное решение, когда никто не выигрывает, но и никто не проигрывает.
Решение проблемы	Признание различий во мнениях, готовность знакомится с другими точками зрения, чтобы найти пути разрешения конфликта, приемлемые для всех сторон; стороны не пытаются добиться своей цели за счет других, они ищут наилучшее решение конфликтной ситуации.

На основе исследования выявлены следующие проблемы в управлении конфликтами на предприятиях.

1. Причины конфликтов часто связаны с перераспределением сфер ответственности при исполнении обязанностей;

2. Игнорирование психологической несовместимости сотрудников при приеме на работу;

3. Выбор компромиссного или адаптируемого варианта разрешения.

Эти проблемы негативно влияют на экономическую эффективность предприятий.

Для устранения выявленных проблем определены направления стратегического управления конфликтами: формирование чек-листа диагностики конфликтов; разработка матрицы управления конфликтами; использование всех стилей поведения в конфликтных ситуациях; своевременное реагирование на возникающую конфликтную ситуацию.

Предложенные способы разрешения конфликтных ситуаций будут способствовать: улучшению атмосферы в коллективе, повышению производительности труда, снижению операционных рисков, повышению статуса руководителя как лидера, укреплению позиций в компетенции «мы – команда».

Таким образом, развитые направления конфликт-менеджмента позволят предприятиям получить резерв увеличения прибыли от реализации продукции, тем самым повысив экономическую эффективность своей деятельности.

Список литературы:

1. Абдулхайрова Э.М. Конфликтология : учебное пособие / Э.М. Абдулхайрова, М.Н. Стефаненко. – Симферополь: ИТ «АРИАЛ», 2020. – 184 с.

2. Аврамова О.С. Эффективное управление конфликтами на предприятии в рамках стратегического менеджмента // Современные научные исследования и инновации. 2015. № 12.

3. Евсеев В.О., Селезнев И.А. Конфликт-менеджмент и методы исследования региональных конфликтов // ЦИТИСЭ. — 2021. — № 3. — С. 79-95.

4. Кошкин А.П., Давыдова Ю.А. Разрешение конфликтов в сфере интеллектуальной собственности с использованием процедуры медиации // ЦИТИСЭ. — 2019. — № 2 (19). — С. 9

5. Кузьмина Т.В. Конфликтология. Ай Пи Эр Медиа, 2019 г. – Режим доступа: <http://www.iprb-ookshop.ru/79799>

6. Лукаш Ю. А. Профилактика конфликтов и иных негативных проявлений со стороны персонала как составляющая обеспечения безопасности и развития бизнеса : учеб.пособие / Ю. А. Лукаш. - 2-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2017. - 70 с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/100047>

7. Шрайбер А.Н., Штро Т. Конфликт-менеджмент в региональных организациях // В сборнике: Управление социальной напряженностью и конфликтностью в регионе. Под редакцией В.В. Нагайцева. — Барнаул: Алтайский государственный университет, 2019. — С. 37-39.

УДК 338.2

Абрамов В.И., д.э.н., профессор, Безруков Н.О., магистрант 2 курса
Abramov V.I., doctor of economics, professor Bezrukov N.O., 2nd year master's student

Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ», ФБИУКС
National Research Nuclear University MEPHI, Faculty of Business Informatics and
Complex Systems Management

THE ROLE OF GOVERNMENT SUPPORT FOR SMES IN THE CONTEXT OF DIGITAL BUSINESS TRANSFORMATION

Abstract: The effectiveness of government support measures in Russia, Germany and Japan and their impact on SME development, with the aim of digitally transforming both the firms themselves and their role in organizing regional ecosystems are discussed in this paper. SMEs are more responsive to changing economic and market conditions, which can contribute to both the shrinking of the small-owner class and capital flight from the sector, as well as to economic recovery through increased entrepreneurial activity. In order to regulate the situation in this area, the state must intervene in the economy through direct, indirect and external economic regulation of fiscal and monetary policy by means of law, in a rational but reasonably limited manner. Support measures directly reflect the state's subjective understanding of business needs, on which their effectiveness depends, as evidenced by the birth or death rates of SMEs and the strengthening or weakening of their position in the overall structure of the national economy. In the context of the digital transformation of business, this understanding is reflected in the targeted programmes that the state implements and whether the digitalisation of SMEs is the main goal of such programmes or a secondary one.

Keywords: digital transformation, small business, entrepreneurship, digital platforms, ecosystems.

One of the world's most pressing challenges is business development in a Covid-19 pandemic, which is creating instability in the world and giving a boost to the digitalization of economies and societies. As K. Schwab notes, the new post-pandemic world that surrounds us is complex, adaptive, dynamic and ambiguous, and

the reasons for this are: interdependence, speed and complexity of social processes [1]. In the new technological paradigm, the real share of the digital sector is growing at a high rate, which challenges organizations to effectively implement digital transformation to improve their competitive position in the market through the development of entrepreneurial approaches and innovation. Nowadays, the ramp-up of production according to an intensive strategy no longer plays a significant role as before, the new times require speed and flexibility in the market, personalization of the goods and services offered [2]. In order to remain competitive and to survive in the market, companies resort to innovations in their value propositions, and the general strategy is to base new services on digital technologies [3]. Today, we can observe how parts of Russian companies are already successfully applying the latest technologies such as big data analytics, machine learning and artificial intelligence technologies, and personalization technologies. By using new technologies, companies are breaking out into the industry leaders, overtaking direct competitors in terms of customer satisfaction.

In a pandemic environment, we are seeing consumption stagnate. Meanwhile, for SMEs, there is increasing competition from the big players who have maximum market power. Large companies are implementing a systematic approach to ensure maximum consumer convenience. It is difficult for SMEs to create a wide range of products and almost impossible to promote a digital platform alone. For network platforms, economies of scale are important, so significant investments are required initially to attract customers and investors.

The current environment demonstrates that in the logic of the industrial economy, SMEs do not have significant resources and therefore particular prospects for development. The new economic environment requires new approaches to public support measures to enable digital transformation and the effective use of digital technologies to improve their own efficiency. This paper analyses state support measures for SMEs in the Russian Federation, Germany and Japan, in the context of the current stage of digital business transformation.

Digital transformation of companies is a complex process of redesigning management systems. Often companies are not ready for radical change and fail, so diagnosing the digital maturity of companies to identify growth points is particularly important [4]. The state can encourage this by providing targeted support to businesses operating in a particular industry, thereby providing a vision of who is ready for digital transformation, who needs to be stimulated and who is not yet mature. SMEs are no exception and, through digitalization, can improve their competitiveness. The Digital Economy of the Russian Federation programme targets at least 500 SMEs to be successful in creating digital technologies and platforms and providing digital services by 2024 [5].

SMEs in particular are the most responsive to changing economic conditions and market conditions, which may contribute both to a shrinking class of smallholders and capital outflows from the sector, and to economic recovery through increased entrepreneurial activity. In order to regulate the situation in this area, a rational but reasonably limited intervention by the state in the economy through

direct, indirect and external economic regulation of fiscal and monetary policy by means of law is necessary.

Three objectives focused on the digital transformation of the economy were selected as criteria for the effectiveness of SME state support measures: 1. Development of digital technologies by SMEs; 2. Digital transformation of SMEs, development of new business models based on digital technologies; 3. Participation in the development of regional entrepreneurial ecosystems. Support measures for three countries RF, Germany and Japan were analyzed in detail on the basis of data [6-14] in the context of fiscal policy, monetary policy and public distribution of income. On the basis of the data obtained, an analysis of state support measures in Russia has been carried out with a focus on the above goals.

Analysis of support measures in Russia, Germany and Japan

In Russia, there is an impressive array of support measures in the regions relating to reducing the tax burden. Additional measures include: rent holidays, preferential loans, abolition of transport tax for organizations and other measures taken in a particular region. In total there are about 100 regional laws that reduce the tax burden for SMEs (a number that far exceeds the federal level), which again indicates the emphasis placed on both the choice of regulatory levers and the choice of entities implementing them. Because of the pandemic in most regions, tax reductions were in effect for the entire year 2020.

The combination of monetary and fiscal instruments is expressed in the fact that the government provides support through the banking sector of the economy, which receives cash through interest rate subsidies (transfers) for granting soft loans to SMEs on a cost-sharing basis. The measures are mainly aimed at a number of sectors which are either the hardest hit by the epidemic or whose importance is outlined in Federal Law No. 172-FZ of 28.06.2014 "On Strategic Planning in the Russian Federation" and the Russian Government's Order No. 1083-r of 02.06.2016. "On the Strategy for the Development of Small and Medium-Sized Entrepreneurship in the Russian Federation for the period up to 2030". These areas are: manufacturing of basic necessities, agriculture, eco-tourism, municipal services, social entrepreneurship, innovative technologies and the health care system. Counselling is aimed at educating on how to overcome administrative barriers and how to pay taxes correctly. With the lagging domestic market for digital technologies [15], offering expensive and sometimes not adapted to the Russian market localized Western technologies.

In Germany, based on the EU Regulation No. 800/2008 of 06.08.2008. "On Approval of Certain Categories of Assistance Compatible with Common Market Principles", in accordance with Art. 87 and 88 of the Lisbon Treaty and the Europe 2020 Strategy, the EU Charter for Small and Medium-sized Enterprises (2000), the European Small Business Act (2008), the German Federal Ministry of Economics and Technology (BMWi) and its regional offices are developing measures to strengthen the entrepreneurial culture and promote entrepreneurship in the form of the following programs that satisfy the 'middle class initiative' strategy

- Central Innovation Programme for SMEs;
- Investment subsidy programme in regions with a weak economic structure;

- Environmental Improvement Programme;
- The programme of investment subsidies in structurally weak regions is implemented within the framework of the law on "Improvement of Regional Economic Structures".

The focus of SME support measures in Germany is on a reasonable combination of monetary and fiscal impulses in the economy, which means that the state is increasing the proportion of available financial resources in the assets by influencing the volume of circulation money and credit. By increasing the total money supply in business turnover, especially in the investment sector, the state delegates to business entities the right to decide where to spend and invest money in accordance with the intended purpose of the funds. At the same time, according to the SME support policy in Germany, when implementing such measures, the state does not take the initiative to implement economic projects and tasks of a commercial nature, as this is the prerogative of the business.

The rationality of spending free financial resources directly determines the profit received or lost, hence the funds will be spent in the most rational way, which corresponds to the strategy of profitable business development according to market mechanisms, i.e. "unhealthy" economic entities will not receive investments from the state passed through an intermediary and will "die". Most investment goes into technology and knowledge-intensive businesses, where all participants are connected to IT, which, without direct intervention, creates favorable conditions for the development of innovations that become individual instruments of digital transformation and consequently promote it.

The fiscal component of the impulse consists of increased government spending on the purchase of goods in areas such as the environment, where there is direct protectionism of economic activity, which has the main purpose of increasing economic activity in a certain area, as well as the creation of additional SME entities, for which an array of preferential business startup loans is available.

There are several centers to support and stimulate SMEs in Japan: the central government (responsible for loan and credit programmes and tax incentives), local governments (responsible for SME insurance and credit guarantees). The SME incentive center is the big business and independent SME associations, through which the state implements support programmes indirectly.

There are the following established directions:

1) Financial support to entrepreneurship - a variety of direct and indirect subsidy programmes through redirecting financial flows to the SME sector with the help of the population, which interacts most closely with SMEs. The population stimulates the most viable and important areas of SMEs by managing the allowances and benefits in a smart way. Preferential taxation, grants and financial incentives are provided.

2) Development of human capital - the direction includes training of personnel and young management generation. A system of professional development courses in cooperation with universities is being implemented.

3) Measures for the recovery of loss-making enterprises, exit programs - a set of financial, credit and advisory instruments, as well as measures aimed at assisting in

the sale and transfer of SMEs from hand to hand on the principle of "The main thing is to work and not to close".

4) Technological development of enterprises - stimulation of technical re-equipment for the use of advanced technologies increasing productivity and competitiveness of Japanese goods and services. Realizing the objectives of this direction, public authorities and prefectures hold "technology exchange fairs", where SMEs carry out technological cooperation, sharing information about their own achievements in improving production technologies.

5) Assistance in the development of new businesses - non-repayable and preferential loans are provided for enterprises wishing to intensively expand their field of activity or for people wishing to start a business again or for the first time.

6) Internationalization of the Japanese market - assisting enterprises in entering foreign markets and building chains of economic relations.

7) Encouraging SMEs to participate in public contracts and subcontracting - protecting domestic producers in the domestic market. The "National Subcontracting Support Association" and "Subcontracting Support Association" have been established to assist in finding partners, settling disagreements, organizing R&D and finding information.

8) Development of regional industry and trade - prioritizing the use of local resources, clustering of industrial groups leading to consolidation and mutual reinforcement of businesses, development of the "Japan Brand".

9) Bankruptcy protection, in order to increase the birth rate of SMEs over their death rate. At the state and municipal level in Japan prefectures in implementing measures to support SMEs are most focused on encouraging entrepreneurship and business start-ups, through soft loans, non-repayable and interest-free loans for start-ups, which are also subsidized by the state and prefectures. By increasing the total number of SMEs, the aim is to keep jobs and combat unemployment by increasing self-employment. However, emphasis has been placed on extensive business information and human capital development, based on an understanding the role of information and employees as the most important resources of an organization.

SMEs are more responsive to changing economic and market conditions, which can contribute both to a shrinking small-ownership class and capital outflow from the SME sector and to economic recovery through increased entrepreneurial activity. In order to regulate the situation in this area, a rational but reasonably limited intervention from the state through direct, indirect and foreign economic regulation of fiscal and monetary policy by means of law is necessary, so that SMEs can provide their services quickly and effectively on a par with large corporations.

Digitalization can be an effective tool to level the playing field between SMEs and large businesses. It is much easier for SMEs to adopt innovative processes that help SMEs to stand out from the crowd, as well as provide an opportunity to find low-cost means of attracting customers and offer an opportunity to popularize their services. Moreover, the impact of digital transformation is most pronounced at the SME level, since this type of business transforms itself more rapidly than large corporations. By shifting the priority from implementing technology solutions in individual processes to the need for complete business transformation, this transition

becomes a priori necessary not only for customer interaction, but also for the ability to survive and thrive later on.

In an environment of uncertainty and rapid change, an ecosystem becomes a promising business model. Thus, regional business ecosystems are seen as systems of interaction between government, business and the population within the development of the digital environment. With socio-economic ecosystems emerging as a new significant economic driver, the role of government support measures and regional governments can be both to stimulate entrepreneurial ecosystem processes and to create secure data repositories and aggregate knowledge about citizens in order to impersonally provide data to ecosystem actors.

Support measures directly reflect the state's subjective understanding of business needs, on which their effectiveness depends, as evidenced by the birth or death rates of SMEs, their strengthening or weakening of their position in the overall structure of the national economy. In the context of the digital transformation of business, this understanding is reflected in what targeted programmes the state implements, whether it is the digitalization of SMEs that is the main goal of such programmes or whether it is incidental. The state support measures for SMEs should be seen as "soft" state regulation of the economic sphere, where each measure is of a recommendatory nature. SMEs are directly or indirectly rewarded for complying with state recommendations - "support measures" [16].

The analysis of state support measures in Russia does not actually focus on the innovative development of SME companies, whereas in Germany and Japan there is a systematic approach. However, it should be noted that in Japan, the state creates more opportunities for SME development not only in the field of mastering new digital technologies, but also in the development of entrepreneurship based on new business models. However, the role of government support measures in the development of entrepreneurial ecosystems is not yet sufficient, and it is entrepreneurial ecosystems that provide access to the most effective mechanisms for creating and opening up new markets and removing barriers to their implementation.

References:

1. Schwab K., Mallere T. COVID-19: The Great Reboot Forum Publishing Edition 1.0 © World Economic Forum. 2020.
2. Abramov V.I., Mikhailov D.M., Stolyarov A.D. Ecosystem approach to creating omnichannel communications and digital customer profiles // Business management in digital economy: Collection of abstracts of presentations of the Fourth International Conference. / Edited by I.A. Arenkov, M.K. Cenzharik. - Saint-Petersburg: SPGUPTD, 2021. - p.180-186.
3. Porter M., Heppelmann J. E. How Smart, Connected Products are Transforming Competition, Harvard Business Review, 2014. Vol. 11. <https://hbr.org/2014/11/how-smart-connected-products-are-transforming-competition>
4. Abramov V.I., Borzov A.V., Semenov K.Y. Criteria for assessing the digital maturity of Russian small and medium businesses. In: XX International Scientific and Practical Conference within the framework of the III Moscow

Academic Economic Forum "Socio-Economic Development of Russia: Problems, Trends and Prospects". Kursk, Financial University under the RF Government, 2021, p. 712.

5. Abramov V.I., Melnik A.D. Peculiarities of digital transformation of small and medium businesses. In the collection: XIII International Scientific-Practical Conference "Problems and Prospects of Development of Economics and Management in Russia and abroad". Rubtsovsk, RII, 2021, p.256262, p.394.

6. How Germany saves small and medium-sized businesses from coronavirus. URL: <https://www.dw.com/ru/как-в-германии-спасают-малый-и-средний-бизнес-от-коронавируса/a-52916009>

7. Overview of measures implemented by countries to support businesses and people during the coronavirus pandemic as of 27.04.2020. URL: <https://nationalfitness.ru/wp-content/uploads/2020/05/00.-Obzor-mer-podderzhki-biznesa-v-mire.pdf>.

8. German government aid to small and medium-sized businesses in the context of the corona-crisis. URL: <https://gkhsp.kz/wordpressmy/wpcontent/uploads/2020/04/Gosudarstvennaya-pomoshh-v-Germanii-malomu-i-srednemu-biznesu-v-usloviyah-korona-krizisa.pdf>.

9. A second package of SME support measures is being prepared. URL: <https://covid.economy.gov.ru/gotovitsya-vtoroy-paket-mer-podderzhki-msp>.

10. Small business mortality in Russia has set a record since 2013. URL: <https://www.finanz.ru/novosti/aktsii/smertnost-malogo-biznesa-v-rossii-ustanovila-rekord-s-2013-goda-1030624531>.

11. Year of dying business: where and why individual entrepreneurs are disappearing in Russia. URL: <https://forbes-ru.turbopages.org/forbes.ru/s/svoi-biznes/437999-god-umirausego-biznesa-gde-i-pocemu-v-rossii-ischezaut-individualnye-predprinimateli>.

12. How the State Supports Small and Medium Business. URL: <https://ppt.ru/art/krizis/kak-gosudarstvo-podderzhivaet-biznes> (accessed 27.09.2021).

13. State programmes of small business support - 2021. URL: <https://kontur-ru.turbopages.org/kontur.ru/s/articles/4710>.

14. List of federal measures to support small and medium business. URL: <https://xn--90aifddrld7a.xn--p1ai/anticrisis/perechen-federalnykh-mer-podderzhki-malogo-i-srednego-biznesa>.

15. Bezrukov N.O., Travin N.A. Virtualization-network decisions of the complex of projects of free software OpenStack and their perspectives on the Russian market of information technologies // International youth scientific school-conference "Digital transformation of the real economy". Moscow: NRNU MEPhI, 2021. С. 241-245.

16. The preconditions of economic management of problematic region in a federal state / V. I. Abramov, S.S. Ostanina, E.L. Vodolazhskaya [et al.] //

УДК 338

Абулджелилов А.Х., обучающийся 4 курса, Ильясова М.К., к.э.н., доцент
Abuljelilov A.Kh., 4th year student, Ilyasova M.K., PhD, Associate Professor

ГБОУВО РК «Крымский инженерно-педагогический университет имени Февзи Якубова»

SBEIHE RC «Crimean engineering and pedagogical university the name of Fevzi Yakubov

**МЕРОПРИЯТИЯ ПО ПОВЫШЕНИЮ ЭФФЕКТИВНОСТИ
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
EVENTS TO INCREASE THE EFFICIENCY OF BUSINESS ACTIVITIES**

Аннотация. В статье обоснованы основные направления и мероприятия по повышению эффективности предпринимательской деятельности в современных условиях. Обоснованы принципы оценки эффективности предпринимательской деятельности.

Ключевые слова: предпринимательская деятельность, принципы предпринимательства, эффективность предпринимательства.

Annotation. The article substantiates the main directions and measures to improve the efficiency of entrepreneurial activity in modern conditions. The principles for assessing the effectiveness of business activities are substantiated.

Key words: entrepreneurial activity, principles of entrepreneurship, efficiency of entrepreneurship.

Поскольку результат деятельности всегда связан с ее целью, то стремление экономического объекта достигнуть предпочтительного для него состояния определяет ее целенаправленное поведение. Это состояние и есть цель объекта.

Трактовка цели предполагает ее объективную обусловленность. Она проявляется в четкой определенности, в направленности развития, вызванной объективными материальными причинами. Объективность цели проявляется и в том, что она “переходит” в объект в процессе предметной целесообразной деятельности человека.

В теоретических концепциях утвердилось понимание цели как некоторого состояния, к которому стремится тот или иной объект. Уже в процессе постановки целей фиксируются те свойства и качества, которые должен получить объект по завершении определенной деятельности. Цель, таким образом, формирует основы деятельности. При этом деятельность

тракуется как активность, направленная на достижение сознательно поставленной цели. Бесцельная активность не является деятельностью.

Предпринимательская деятельность всегда направлена на достижение цели, хотя не всегда к ней приводит. Но обязательно заканчивается результатом, даже если он и не запланирован или не имеет положительного характера. Если конечный результат совпадает с целью, то деятельность может быть признана рациональной, если же такое совпадение отсутствует - деятельность является нерациональной [1].

Совпадение результата и цели особенно важно с позиции выбора наиболее успешных решений. Такое совпадение свидетельствует о том, что выбранные условия соответствуют “стандартам рациональности”, а анализ ситуации достаточно полный и обоснованный.

Более точным определением таких понятий, как “успешная деятельность”, “деятельность, соответствующая принципам рациональности”, является понятие эффективности как отражающее возможность получения результата (или уже полученный результат) при определенных условиях осуществления деятельности. Это обстоятельство помогает выделить основной принцип измерения эффективности - принцип взаимосвязи цели и конечного результата деятельности. Распространяя этот принцип на систему предпринимательства и ее специфичную область - строительство, важно подчеркнуть необходимость такого построения методической базы для оценки эффективности предпринимательских решений, когда моделируемый результат адекватен условиям и задачам целеполагания.

Предпринимательству, базирующемуся на современной маркетинговой концепции, всегда присуща множественность целей. Она проявляется, в первую очередь, в альтернативности процесса целеполагания, когда из множества целей выбирается одна, в наибольшей степени соответствующая принципам эффективности. Множественность целей может проявляться в ее многокомпонентном составе.

Предпринимательская деятельность, как известно, агрегирует в себе три аспекта: производственный, коммерческий и финансовый. Для каждого из направлений характерны собственные цели, иногда взаимоисключающие (например, при стремлении к росту прибыли и минимизации затрат). При этом, разумеется, ставятся задачи поиска единого направления целей, или, в крайнем случае - установления разумного компромисса. Такой компромисс не всегда возможен, и задача оценки эффективности в этих случаях решается с помощью метода многоцелевой оптимизации [2].

Такой подход обуславливает второй принцип оценки эффективности предпринимательства - доступность использования нескольких критериев оптимальности. Важно подчеркнуть, что речь идет именно о допустимости использования критериев, а не их необходимости. Совокупность критериев используется в тех случаях, когда нет возможности для применения единых или обобщенных оценок [6].

В зависимости от применяемой стратегии и внешних условий могут выдвигаться как количественные, так и качественные цели. Однако в системе

предпринимательства к процессу целеполагания предъявляются особые требования. Они обусловлены интеграцией целеполагания в единый планово - управленческий цикл. В этом цикле целевые установки составляют базу для стратегических решений, реализация которых обеспечивается тактическими и оперативными мероприятиями. Они же закладываются в основу контроля полученных результатов, где осуществляется процедура сравнения целей и результатов. На этапе контроля количественные оценки дают более точные и обоснованные результаты. Качественные оценки также пригодные, в принципе, для проведения процедур контроля, позволяют получать менее точные и надежные результаты. Безусловно, любые качественные категории могут быть описаны количественными оценками с помощью баллов или индексами. Но такие оценки всегда имеют элемент условности, который можно сократить (например, с помощью соблюдения всех правил и принципов экспертного метода), но невозможно полностью исключить. Поэтому при оценке эффективности предпринимательства следует отдавать предпочтение количественным оценкам, используя их как для характеристики цели, так и для характеристики результата [3].

Третий принцип оценки эффективности предпринимательства - в процессе целеполагания целесообразно отдавать предпочтение целям, характеризующим устойчивость рыночных позиций предпринимателя, реализуя принципы маркетинга, как рыночной концепции управления. Такой подход не противоречит стремлению к максимизации прибыли, характерному для маркетинговой концепции, но создает условия для успешного функционирования в длительной перспективе. Оценка эффективности при этом проводится с учетом стратегических приоритетов, а во множестве возможных оценочных показателей преобладают показатели, характеризующие результативность усилий, предпринимаемых в том или ином стратегическом направлении [4].

Говоря об эффективности коммуникативной подсистемы необходимо подчеркнуть, что под ней понимается в данном случае не вся система рыночных коммуникаций (эффективность использования различных коммуникативных связей оценивается в разных подсистемах), но коммуникации между производителем и потребителем. В этой подсистеме могут быть использованы следующие дополнительные показатели эффективности:

- эффективность рекламной деятельности (экономическая и социопсихологическая);
- эффективность стимулирования сбыта;
- система показателей, характеризующих работу выставок и ярмарок;
- эффективность использования различных средств рекламного воздействия;
- эффективность изучения мотиваций;
- система показателей, отражающих информационные составляющие;
- эффективность использования средств создания общественного мнения в отношении предприятия и ее продукции [5].

Особого внимания заслуживает показатель имиджа предприятия. Он может быть использован в качестве показателя результата не только в рамках коммуникативной подсистемы, но в ряде случаев и применительно по всей системе предпринимательства. Например, если бизнес - субъект ориентируется на концепцию социально - экономического маркетинга и предлагает осуществлять свою деятельность в длительной перспективе, он может выстраивать целевые установки, исходя из необходимости укрепления доверия потребителей, приобретения необходимого социального статуса и общественного признания. В этом случае оценка результата его деятельности может производиться с помощью характеристик, отражающих его имидж. Недостатком такой оценки является неизбежная условность результирующих показателей - баллов, индексов, полученных с помощью экспертного метода. Она может быть снижена за счет полного использования норм и правил, присущих экспертному моделированию.

Таким образом, предлагаемый подход позволяет решить широкий ряд практически значимых задач:

- выбирать оптимальные стратегические ориентиры;
- обосновать цели и задачи предпринимательства;
- прогнозировать результаты деятельности;
- анализировать рыночные возможности организации и характеризовать его позиции в конкурентной среде;
- сочетать результирующие характеристики, реализуя принципы взаимодополняемости целевых характеристик;

Список литературы.

1. Костин К.Б., Березовская А.А. Современное состояние и перспективы развития мирового электронного бизнеса // Российское предпринимательство. – 2017. – Том 18. – № 24. – с. 4071-4086.

2. Люй Хунъюй, Хохлова Г.И., Кретова Н.В., Коршунова Е.И. Малый и средний бизнес: особенности функционирования на современном этапе // Российское предпринимательство. – 2019. – Том 20. – № 4. – с. 865-872.

3. Мартыненко, А. Г. Перспективы развития малого предпринимательства в Российской Федерации / А. Г. Мартыненко. — Текст : непосредственный // Актуальные вопросы экономики и управления : материалы IV Междунар. науч. конф. (г. Москва, июнь 2016 г.). — Москва : Буки-Веди, 2016. — С. 115-117.

4. Пурыжова, Л. В. Оценка эффективности предпринимательской деятельности: основные подходы / Л. В. Пурыжова. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2015. — № 10.2 (90.2). — С. 76-78

5. Стрельник М.М. Предпринимательская деятельность: аспекты, тенденции и перспективы развития предпринимательства // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2020. – № 7-1. – С. 181-192;

6. Сулейманова К.Р. Государственное регулирование предпринимательской деятельности: проблемы и тенденции // Российское предпринимательство. – 2015. – Том 16. – № 16. – с. 2587-2598.

Абултаиров А.Л., магистрант 2 курса, Адельсеитова Э.Б., к.э.н., доцент
Abultairov A.L., 2nd year Master's student, Adelseitova E.B., PhD, Associate
Professor

ГБОУВО РК «Крымский инженерно-педагогический университет имени Февзи
Якубова»

SBEIHE RC «Crimean engineering and pedagogical university the name of Fevzi
Yakubov

ИННОВАЦИОННЫЙ ПОДХОД В УПРАВЛЕНИИ ПРОЕКТАМИ INNOVATIVE APPROACH IN PROJECT MANAGEMENT

Аннотация. Проектное управление используется в качестве движущей силы экономического и социального развития путем формального применения принципов управления проектами. Многие концепции и проектные методы были разработаны академическими исследователями и успешно использованы бизнес практиками. В данной статье рассмотрен инновационный методологический инструментарий для формирования проектных предложений. Данная статья способствует пониманию роли стратегического управления проектами как основы успеха организации и возможности конкурировать в современных динамичных условиях.

Ключевые слова: методология, корпоративная стратегия, управление проектами, программа развития, инновация.

Annotation. Project management is used as a driving force for economic and social development through the formal application of project management principles. Many concepts and design methods have been developed by academic researchers and successfully used by business practitioners. This article discusses innovative methodological tools for the formation of project proposals. This article contributes to understanding the role of strategic project management as the basis for the success of an organization and the ability to compete in modern dynamic conditions.

Keywords: methodology, corporate strategy, project management, development program, innovation.

Инновационные проекты, как правило, обладают всеми аспектами сложности. Инновационная деятельность создает сложность в определении конечного результата, а также требует анализа большого количества информации из разных сфер. При этом в инновационных проектах принимают участие специалисты разных областей, которые всегда могут найти общий язык и наладить совместное взаимодействие, что создает дополнительную сложность.

В соответствии с различными уровнями сложности и неопределенности авторы работ [5] выделяют 4 типа проектов:

1) простые проекты, требующие рационального принятия решений. Люди, участвующие в проекте, понимают конечную цель и методы ее достижения, следовательно, необходимо применить стандартные инструменты менеджмента для управления этим типом проектов;

2) проекты с высоким уровнем неопределенности и согласованностью. В подобных проектах есть определенная цель, но пути ее достижения не очевидны. Традиционные инструменты менеджмента не работают, так как нет четкого плана действий. В этих проектах требуется лидер, который бы направлял и корректировал работу участников проекта;

3) проекты с низким уровнем неопределенности и несогласованностью. В таких проектах присутствует понимание, какие выгоды может принести проект или портфель проектов, но нет единого понимания, какие выгоды являются значимыми для организации. Вследствие этого возникает политическая борьба, противостояние и поиск компромиссов;

4) анархия (неопределенность и несогласованность). В организации нет четкого плана действий, цели, а внешняя среда быстро меняется. Лучшее решение - избегать подобных ситуаций, так как известные инструменты менеджмента не приносят ожидаемого результата. Требуется новый, более совершенный подход к управлению.

Использование методологии управления проектами и программами для формализации и упорядочения развития является сравнительно новым (для России) подходом в менеджменте. Методы проектного управления в основном применялись крупными организациями, работающими в различных отраслях. Проекты и программы именно развития компании или бизнеса, как особая категория не бизнес проектов, обделены таким вниманием, и применение проектных методов к ним пока не формализовано, хотя именно здесь концентрируются реальные возможности повышения эффективности предприятия — снижение издержек, усиление соответствия корпоративной стратегии, ускорение и синхронизации инициатив развития, упорядочение развития, достижение синергии и т. п.

Подобный инновационный подход позволит значительно повысить производственный потенциал организации и обеспечит значительный экономический, социальный и имиджевый эффект.

В ходе осуществления и распространения применения проектных подходов к развитию формируется и развивается новая, современная корпоративная система управления проектами и программами развития, как открытого, гибкого, прозрачного, настроенного под конкретный проект или программу, метода. Именно такие «не классические» объекты проектного управления, как например, крупные организационные преобразования и трансформации, внутренние проекты улучшений или изменений существующих основных процессов «не-проектно-ориентированной» начинают играть все большую и большую роль в функционировании компании и вспомогательных процессов не проектного типа как структуро-образующие элементы повышения их эффективности [1].

Очевидно, что разработка принципиально новых концептуальных и методологических подходов к обоснованию применения проектного управления для развития российских предприятий во многом обеспечивает методологическую целостность, теоретическое развитие и практическую значимость самой науки управления.

Хотя все большее количество компаний, не ведущих проекты в качестве основного типа деятельности, сталкивается с необходимостью осуществлять управление своими проектами развития, изменениями и преобразованиями, тем не менее, исследования показывают, что немногочисленные попытки построения подобных систем не дали эффективных результатов из-за отсутствия научно-методологических основ управления развитием, упорядоченной совокупности инструментов управления развитием, а также понятной и адаптированной к этой ситуации методологии проектного менеджмента [4].

Разработка соответствующей теории проектных методов и их адаптация к процессу инициирования и реализации проектов, программ и портфелей развития, как способа организации их выполнения в рамках ограниченных ресурсов, времени и существующей стратегии развития, является обязательным условием деятельности по развитию компаний любого масштаба и отрасли.

Любое изменение корпоративной стратегии, скорее всего, потребует некоторых изменений в структуре организации и в объеме навыков, необходимых для дальнейшей успешной реализации. Чаще всего потребность в более глубоких структурных изменениях внутри организации возникает при следующих условиях:

- растущая экологическая неопределенность;
- более широкое использование сложных технологических методов производства и информационных систем;
- увеличение размеров и масштабов деятельности международных коммерческих корпораций;
- повышенный акцент на многоотраслевой конкурентной стратегии;
- более образованные кадры руководителей и служащих.

Для того чтобы преодолеть внутренние (нехватка ресурсов и возможностей, негибкость топ менеджмента и т. д.) и внешние (экономические трудности, нехватка трудовых ресурсов и т. д.) риски, все ресурсы компании, в том числе люди и процессы, ее структура и окружающая среда должны быть мобилизованы и ориентированы на стратегические цели; в противном случае организационная эффективность может сильно пострадать [2].

С начала XXI века под мощным влиянием развития цифровых технологий стратегическое управление формировалось на основе новых принципов и практик. Постоянно ускоряющиеся темпы изменений в глобальном рыночном пространстве означали, что стратегия — это уже не просто планирование, а создание вариантов будущего и поощрение стратегических инноваций. Эти изменения привели к повышению осведомленности компании о практиках корпоративной социальной ответственности, этике и устойчивости природной среды, которые сыграли важную роль в долгосрочном корпоративном успехе.

Список литературы:

1. Акатов Н.Б., Жуков В.Ю. Рефлексивно-креативный механизм управления предприятием (в контексте стратегии развития ООО «ЛУКОЙЛ-Пермнефтеоргсинтез») // Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Социально-экономические науки. -2021. - № 14 (38). - С. 77-100.

2. Гохберг Л.М. Пилотные инновационные территориальные кластеры в Российской Федерации: направления реализации программ развития / под ред. Л.М. Гохберга, А.Е. Шадрина. - М.: Изд. дом НИУ ВШЭ, 2022. - 92 с.

3. Гохберг Л.М. Пилотные инновационные территориальные кластеры в Российской Федерации: направления реализации программ развития / под ред. Л.М. Гохберга, А.Е. Шадрина. - М.: Изд. дом НИУ ВШЭ, 2022. - 92 с.

4. Кортни Х., Керкленд Д., Вигери П. Стратегия в условиях неопределенности // Вестник McKinsey. - 2019. - № 1. - С. 68-82.

УДК 338.48

Адельсеитова Э.Б., к.э.н., доцент
Adelseitova E.B., Ph.D. Associate Professor

ГБОУВО РК «Крымский инженерно-педагогический университет имени Февзи Якубова»

SBEIHE RC «Crimean engineering and pedagogical university the name of FevziYakubov»

**СОВРЕМЕННЫЕ РЕАЛИИ ИНФОРМАЦИОННОГО
ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЛОГИСТИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ**
MODERN REALITIES OF LOGISTICS MANAGEMENT INFORMATION
SUPPORT

Аннотация. В статье рассматривается информационное обеспечение логистического управления в современных реалиях. Информационное обеспечение рассматривается как самостоятельный фактор производства. Выделены цели стоящие перед информационной системой предприятия. Отражены критерии эффективности внедрения информационной системы. Определяется ЛИС как система управления логистическими информационными потоками путем создания каналов их движения. На основе исследования сделаны соответствующие выводы.

Ключевые слова: логистическое управление, информационное обеспечение, эффективность управления, управленческие решения.

Annotation. The article deals with the information support of logistics management in modern realities. Information support is considered as an independent factor of production. The goals facing the information system of the enterprise are highlighted. The criteria for the effectiveness of the information system implementation are reflected. LIS is defined as a system for managing logistics

information flows by creating channels for their movement. On the basis of the study, the relevant conclusions are made.

Key words: logistics management, information support, management efficiency, management decisions.

Постановка проблемы. Анализ информационных потоков и структуры принятия решений в компаниях показал важность наличия адекватного информационного обеспечения для принятия качественных управленческих решений. Одним из способов повышения эффективности бизнеса является информационная поддержка управления логистикой.

Анализ последних публикаций. Сегодня к данной проблеме проявляют интерес различные исследователи, среди которых Антоненкова А. В., Быркова Е., Веремеенко Е. Г., Дмитрук, К. А., Дыбская В. В., Косюга О. С., Рыбальченко, М. В. и многие другие. В современных условиях эти исследования актуальны для исследования методов совершенствования экологического менеджмента на предприятии.

Целью статьи является исследование основ совершенствования экологического менеджмента на предприятии

Изложение основного материала.

Предприятие представляет собой открытую систему, связанную материальными и информационными потоками с поставщиками, потребителями, грузоотправителями и транспортными организациями.

Обеспечение принятия управленческих решений и возможности соединения взаимных интересов в режиме реального времени возможно только при высокой степени информированности руководителей и менеджеров, с использованием современных информационных технологий.

Информационная составляющая выступает как самостоятельный фактор производства. При прочих равных условиях наличие более качественной информации и опережение конкурентов в ее получении позволяет существенно сэкономить при инвестировании в технологический цикл [1].

Повышение эффективности функционирования и организации системы управления в рыночных условиях невозможно без совершенствования информационного обеспечения подготовки управленческих решений, широкого использования современных компьютерных технологий и автоматизированных информационных систем для анализа принимаемых решений и прогнозирования эволюции компания.

Реализация концепции логистики в управлении предприятием приводит к изменениям в информационной системе. Это ставит новые цели перед информационной системой предприятия [5]:

- обеспечение оптимального движения и использования ограниченных материальных, энергетических, трудовых, финансовых и информационных ресурсов;
- создание комплексной, эффективной системы регулирования и контроля потоков используемых ограниченных ресурсов, обеспечивающей высокое качество обслуживания (удовлетворение потребностей) рынка;

- создание минимальных производственных резервов и максимальное сокращение времени хранения и транспортировки товаров;
- обеспечение высокой гибкости производства;
- сокращение продолжительности логистического цикла предприятия и времени выполнения заказов;
- минимальные закупочные цены;
- другие задачи.

Информационная система может иметь наибольший эффект, если для построения организационной структуры предприятия (в соответствии с требованиями концепции управления логистикой) будут реализованы следующие рекомендации [7]:

1. В компании создаются специальные логистические структуры для решения следующих задач:

- устранение потерь, возникающих из-за несогласованности материальных, финансовых, трудовых и информационных потоков в сфере продаж;
- устранение потерь, возникающих в результате несовпадения логистических потоков снабжения, производства и распределения;
- ориентация производства на рынок.

2. Информационная система построена с учетом принципа интеграции горизонтальной организационной структуры предприятия, т.е. основана на построении трехзвенной логистической цепочки «закупка-производство-продажа», что позволит связать информация, циркулирующая в системе и обеспечивающая движение материалов от закупки сырья и расходных материалов до реализации готовой продукции.

Горизонтальная интеграция позволяет, помимо прочего, органично связать материальные потоки с общей системой планирования и управления на уровне производства. Поэтому традиционная, линейно-функциональная структура, действующая на большинстве промышленных предприятий, этим принципам не соответствует. Такая система управления, построенная по «вертикали», не способна обеспечить должную экономическую эффективность предприятия.

3. Согласно принципу построения сложных искусственных систем организационная структура предприятия должна структурировать и направлять потоки с целью их оптимизации.

4. Процесс от закупки сырья для его производства до реализации готовой продукции конечному покупателю един и неделим, и управление им должно быть централизовано. Поскольку логистические каналы становятся длиннее и сложнее, вовлекая все больше и больше участников, эффективная координация стала ключом к эффективному управлению. Интеграция информации из различных источников внутри предприятия является важнейшей целью. Учет принципа неделимости единого бизнес-цикла предприятия при построении информационной системы требует деления информации, отражающей единство логистического цикла предприятия, и выявления (расчета) соответствующих затрат для каждого подразделения.

Корпоративная информационная система, построенная с учетом вышеизложенных задач логистической концепции, позволит предприятию функционировать максимально эффективно и укрепить свои позиции на рынке [3].

Несмотря на значительное количество публикаций в области информационных систем и логистических технологий, сложно найти единое определение логистической информационной системы (ЛИС), ее характеристики и отличия от других типов информационных систем.

ЛИС можно определить как систему управления логистическими информационными потоками путем создания каналов их движения. ЛИС организует поток данных, сопровождающий поток материалов, и представляет собой важнейшее звено в компании, связывающее поставки, производство и продажи.

Он охватывает управление всеми процессами перемещения и хранения недвижимости в компании, обеспечивая быструю доставку этих товаров в необходимых количествах, комплектации и качестве от точки отправления до точки потребления с минимальными затратами и оптимальным сервисом [4].

Существуют фундаментальные различия в терминологии информационной системы и логистической информационной системы. Информационная система логистики работает в соответствии с целями и задачами оптимального управления материальными и сопутствующими потоками, причем эти цели объединены как внутренними целями бизнес-организации, так и (или) внешними целями. На микроуровне информационная система логистики является частью корпоративной информационной системы. Корпоративная информационная система (КИС) строится как единый комплекс программных, технических и организационных решений, охватывающий все производственные, технологические, финансово-экономические процессы, объединяющий все подразделения корпорации в единое информационное пространство. В этом случае при дезагрегировании ЛИС рассматривается как система управления логистическими функциями внутри отдельной компании, а ее параметры определяются маркетинговыми целями компании.

Цель маркетинга — распределить ресурсы между элементами маркетингового комплекса, чтобы максимизировать долгосрочную прибыльность компании.

Высокая степень удовлетворенности клиентов достигается только тогда, когда все компоненты маркетинг-микса компании работают эффективно. Обслуживание клиентов является результатом скоординированных действий логистики и маркетинга. Компонент «распределение» (элемент маркетинг-микса «место») можно считать результатом функционирования логистической системы [6].

Этот процесс является показателем эффективности этой системы с точки зрения полезности каждого продукта во времени и месте. Уровень обслуживания клиентов определяет не только то, сохранит ли компания существующих клиентов, но и то, сколько из ее потенциальных клиентов станут реальными клиентами.

ЛИС является одним из основных инструментов управления предприятием, который организует поток данных, сопровождающий материальные потоки, и является важнейшим звеном предприятия, связывающим снабжение, производство и сбыт. Данная система позволяет выявить источники избыточных логистических затрат и оптимизировать логистические функции за счет повышения функциональной эффективности, управления логистической системой предприятия, интеграции и тесного взаимодействия звеньев цепочки поставок. Учет логистических затрат в ЛИС интегрирован с их стандартизацией.

ЛИС, основанная на концепции BSM, позволяет принимать максимально эффективные и быстрые решения практически на каждом этапе деятельности компании [7]:

- Последовательное планирование и прогнозирование продаж, производства и закупок в цепочке: поставщик – производитель (дилер) – покупатель.
- Оптимальный выбор закупаемой продукции и поставщиков
- Оптимальный выбор места и времени производства в условиях ограниченности ресурсов.
- Управление запасами и оптимизация
- Управление складами и распределительными центрами
- Управление производством продукции на заказ.
- Управление погрузкой и транспортировкой продукции

Информационная инфраструктура, создаваемая как в рамках отдельных предприятий, так и групп предприятий на основе современных ЛИС, превращает информацию из вспомогательного фактора в самостоятельную производительную силу, способную существенно и быстро повысить производительность труда и минимизировать издержки производства [8]. Результатом использования ЛИС в условиях нестабильного спроса является минимизация совокупных затрат материальных ресурсов на производство и реализацию продукции и, тем самым, улучшение финансовых результатов производственной деятельности предприятия.

Список литературы:

1. Антоненкова А. В., Шайтура С. В., Анализ информационных систем в логистике / Транспортное дело России, 2015. № 5. С. 105–106.
2. Быркова Е. Обзор рынка грузоперевозок — 2015: статистика и тенденции/ Е. Быркова // Информационно-аналитическое издание ПРОВЭД. — 29.02.2016 URL: <http://провэд.рф/article/32406-obzor-pynka-gpuzopepevozok-2015-statistika-i-tendentsii.html> (дата обращения 07.11.2018)
3. Веремеенко Е. Г. Проблемы и перспективы российского рынка транспортно-логистических услуг // Молодой исследователь Дона – 2018 – № 4
4. Дмитрук, К. А. Информационно-логистические системы / К. А. Дмитрук. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2020. — № 19 (309). — С. 17-21. — URL: <https://moluch.ru/archive/309/69745/> (дата обращения: 10.11.2023).
5. Дыбская В. В. [и др.]; под ред. Сергеева В. И. Логистика. — М.: Эксмо, 2013. — 944 с. — (Полный курс МВА).
6. Косюга О. С., Коляда В. В. Применение архитектуры клиент-сервер и файл-сервер в информационных системах. В сборнике: Информационное

общество: современное состояние и перспективы развития Сборник материалов XI международного студенческого форума. 2018. С. 52–55.

7. Рыбальченко, М. В. Архитектура информационных систем: учеб. пособие для вузов / М. В. Рыбальченко. — Москва: Издательство Юрайт, 2016. — 91 с

УДК: 339.1

Аджимет Г.Х., к.э.н., доцент
Adzhimet G.Kh., Ph.D., Associate Professor

ГБОУВО РК «Крымский инженерно-педагогический университет имени Февзи Якубова»
SBEIHE RC «Crimean engineering and pedagogical university the name of Fevzi Yakubov»

**ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЗАРУБЕЖНЫХ ТНК В МИРОВОЙ
ЭКОНОМИКЕ**
**PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF FOREIGN TNCs IN THE WORLD
ECONOMY**

Аннотация. В статье рассмотрены перспективы развития зарубежных ТНК. Установлено, что ведущие компании инвестируют в прибыльные проекты, в возобновляемые источники энергии или чистые технологии и диверсифицируют свои ресурсы в различные отрасли. Отмечено, что на сегодня популярными являются вложения в цифровые проекты, способствующие созданию платформ для ведения торгов, организации бизнеса и удобства пользователей.

Ключевые слова: транснациональные корпорации, холдинг, прибыль, инструменты, инвестиции, стратегии, потребительский рынок.

Annotation. The article examines the prospects for the development of foreign TNCs. Leading companies are found to be investing in profitable projects, renewable energy or clean technologies, and diversifying their resources into different sectors. It is noted that investments in digital projects that contribute to the creation of platforms for trading, business organization and user convenience are popular today.

Key words: transnational corporations, holding, profit, tools, investments, strategies, consumer market.

Постановка проблемы. На современном этапе развития мировой экономики ТНК оказывают доминирующее влияние на экономики ряда стран. Их деятельность находится в основе стратегических интересов страны и государствообразующих инфраструктур. Благодаря им реализуются требования национальной безопасности страны местонахождения и осуществление внутренней социально-экономической политики. Они обеспечивают баланс интересов: страны и экономики. Имеются утверждения относительно того, насколько развитие или упадок страны в существенной мере зависит от действующих на ее территории ТНК. При этом, в соответствии со сложившимся

утверждением инструменты стабильности ТНК продиктованы с особой ролью удельного веса ее объемов торговли от торговли между головной компанией и зарубежными филиалами [2].

В числе ведущих компаний мира несколько лет подряд занимают ведущие позиции такие компании, как Berkshire Hathaway, Inc., Industrial & Commercial Bank of China Ltd., Saudi Arabian Oil Co., Apple и др.

Например, известная всему миру компания Berkshire Hathaway, Inc. предоставляет страхование и перестрахование имущества и от несчастных случаев, коммунальные услуги и энергетику, грузовые железнодорожные перевозки, финансы, производство, розничную торговлю и услуги. Работает в следующих сегментах: GEICO, Berkshire Hathaway Reinsurance Group, Berkshire Hathaway Primary Group, Burlington Northern Santa Fe, LLC (BNSF), Berkshire Hathaway Energy, McLane Company, производство, сервис и розничная торговля [5].

Компания постоянно инвестирует в различные отрасли. Инвестором принимаются различные шаги для того, чтобы обезопасить свой бизнес, поэтому компания инвестировала в 5 ведущих холдингов «голубых фишек» для увеличения прибыли. На сегодня акции Berkshire Hathaway являются привлекательными для покупки. По состоянию на 31 марта 2023 года инвестиционный гигант владел 130,6 млрд. долл. и краткосрочных ценных бумаг, что немного больше, чем 128,7 млрд. долл. на конец 2022 года. Несмотря на то, что Berkshire и его крупнейшие активы обладают отличными показателями, большинство из них имеют премиальную оценку и отсутствие роста. Операционная прибыль в первом квартале выросла почти на 13% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года благодаря скачку страховых взносов [1].

Например, лидирующая компания Industrial & Commercial Bank of China Ltd. занимается предоставлением коммерческих банковских и финансовых услуг. Компания работала в следующих бизнес-сегментах: корпоративный банкинг, персональный банкинг, казначейские операции и другие. Компания эффективно реализует свою политику через финансовые инструменты, благодаря которым она смогла поддержать реальный сектор экономики, вложив более 6,4 трлн. юаней, обеспечив рост и лидирующие позиции на рынке, чистый прирост инвестиций в облигации превысил 1,2 трлн. юаней, позволяя компании оставаться на первом месте. В 2022 году компания сохранила свое лидирующее положение по шкале кредитов в сфере производства, экологии, науки и технологий, инклюзивных и связанных с сельским хозяйством областях, а темпы роста кредитов были выше, чем у банка, поддерживающего экономическую трансформацию, модернизацию и содействие качественному экономическому и социальному развитию [7].

ICBC координировал свои услуги в ключевых регионах и областях развития и продолжал улучшать сбалансированное распределение финансовых ресурсов между городскими и сельскими районами, регионами и группами. Увеличивая ресурсы для поддержки ключевых регионов Китая, ICBC оптимизировал вложения финансовых ресурсов в регионы. Компания внедрила Стратегию совместного развития города и деревни, выделила на ее реализацию 3 трлн. юаней для создания комплексной сервисной платформы «Цифровые деревни».

В 2022 году ICBC активно использовала связи между правительством, бизнесом и потребителями для устойчивой оптимизации качества работы и ее динамичного развития. Благодаря этому увеличилось количество счетов корпоративных клиентов, счетов торговых клиентов и счетов управления денежными средствами, превысив 10 млн., а количество личных счетов превысило 720 млн., а экология клиентов гармоничного развития «крупных, средних, малых, микро и личных клиентов» был улучшен.

ICBC для реализации стратегии персонального банка № 1 внедрил инновационные продукты, ориентированные на удовлетворение потребностей людей в лучшей жизни. Для участников рынка 9 владельцев малых и микропредприятий, ИП и водителей грузовиков банк запустил специальное предложение, позволяющее справляться с трудностями. Кроме того, компания создала диверсифицированные сервисные брэнды для поколения Z, наемных работников, пожилых людей, родителей и детей.

Банк активно проводил цифровую трансформацию по всем направлениям, продолжил модернизацию экосистемы интеллектуального банковского обслуживания (ECOS), а ее всесторонний технологический потенциал продолжал лидировать в отрасли. Кроме того, банк значительно расширил возможности онлайн финансовых услуг, запустив Mobile Banking и ICBC e-Life, создав открытое сообщество с 516 млн. клиентов персонального мобильного банкинга и свыше 174 млн. активных пользователей за месяц. В 2022 году ICBC занял первое место в банковском секторе по количеству выданных новых и прочих патентов.

С целью повышения качества и эффективности своих интернациональных операций банк стремился создать глобальную операционную связь, поэтому сервисные возможности банка постоянно расширялись. Благодаря поддержке внешнеторговых связей в изучении деловых возможностей за рубежом в рамках внутреннего и внешнего сотрудничества, банк обслуживал международные выставочные площадки, продвигал Деловой совет Китая и Европы (CEBC) для укрепления экономического и торгового сотрудничества, а также способствовал расширению круглого стола банкиров «Один пояс, один путь» (BRBR) до 71 страны и региона. Банк запустил «ICBC Global Pay» контролирующую платформу для глобальных платежей, обслуживающих более 10 тыс. предприятий по всему миру. В настоящее время ICBC выступает в качестве клирингового банка в юанях в 11 зарубежных странах и является первым китайским банком, который представляет клиринговые услуги в юанях круглосуточно [7].

В числе успешных компаний, занимающих третью строчку в рейтинге крупных компаний является компания Saudi Arabian Oil Co., занимающаяся разведкой, добычей, транспортировкой и продажей сырой нефти и природного газа и работает в следующих сегментах: Upstream, Downstream и Corporate [6].

В перспективе Saudi Aramco планирует заключить контракты примерно на 90 проектов в течение следующих трех лет, поскольку она продолжает активно расширять свои мощности по разведке и добыче нефти и газа. С 2023 по 2025 год она планирует провести тендер и подписать контракты по 66 проектам, связанным с объектами по переработке нефти и газа, 14 проектам, связанным с

трубопроводами и распределением, и 10 проектам, связанным с гражданской инфраструктурой и системами безопасности.

Для реализации 90 проектов компании потребуется 12 000 километров трубопровода, 20 000 километров кабеля и 2,2 миллиона кубических метров бетона. Aramco планирует увеличить свои мощности по добыче нефти на 1 миллион баррелей в сутки до 13 миллионов баррелей в сутки к 2027 году, при этом большая часть увеличения будет приходиться на морские месторождения. Другие крупные проекты включают разработку наземного месторождения нетрадиционного газа Джафура и расширение основной газовой системы Aramco. Эксперты отмечают, что если Aramco хочет достичь цели в 13 млн. баррелей в сутки к 2027 году, то большая часть морских работ на месторождениях Сафания и Манифа, должна быть заключена в этом году [4].

Как и другие крупные технологические гиганты, Apple прикладывает огромные усилия для создания комплексной экосистемы потребительских услуг в течение следующих 10 лет, поскольку продажи оборудования замедляются, а количество установленных устройств Apple увеличивается.

Apple в настоящее время реализует ряд инициатив в области здравоохранения. Компания зарегистрировала пользователей Apple Watch в трех отдельных исследованиях по здоровью сердца, гинекологическому здоровью и слуху. Встроенная в Apple Watch функция электрокардиограммы (ЭКГ) может обнаруживать нерегулярные сердечные сокращения при состоянии, известном как ишемия миокарда, потенциально опасном для жизни состоянии. Будущие версии Apple Watch будут иметь больше полезных для здоровья функций, таких как отслеживание сна, мониторинг кислорода в крови, измерение стресса и многое другое.

Apple также берется за решение проблемы электронных медицинских карт, поскольку многие системы здравоохранения используют разные форматы, что затрудняет сбор информации о пациентах. Но, стандартизовав формат Apple, лечебные учреждения могут рассчитывать на беспрепятственный и простой ввод медицинских карт пациентов, независимо от того, где пациент лечился ранее. Apple уже достигла 16% проникновения в системы здравоохранения США [9].

Конкурентные преимущества мировых ТНК, их способность противостоять финансово-экономическим потрясениям и лидировать в глобальной экономике обусловлены уникальными корпоративными стратегиями, динамичными оргструктурами, в которых доминируют инновационные структуры, крупные научно-исследовательские центры, подразделения по повышению квалификации и подготовке кадров. В настоящее время ТНК определяют и направляют мировое производство природного сырья, конструкционных материалов, топлива и электроэнергии, современной техники, технологических знаний, информации и глобальных информационных сетей, средств планетарного транспорта и вооружений [3, с. 312]. В этой связи можно выделить следующие тенденции развития ТНК:

- ТНК увеличивают степень концентрации и централизации капитала;
- транснациональные корпорации становятся центром сосредоточения мировой постиндустриальной экономики;
- активнее происходят процессы слияний и поглощений корпораций;

- осуществляется усиление влияния ТНК в глобализационных процессах;
- транснациональные корпорации носят инновационно-инвестиционный характер.

Институциональные инвесторы могут оказывать значительное влияние на объекты своих инвестиций и устойчивый инвестиционный рынок благодаря как размеру их активов, так и активному характеру их деятельности. Стало очевидным, что институциональные инвесторы с более долгосрочными инвестиционными ориентирами, владеющими значительной долей фондовых рынков, должны быстро перейти к более устойчивому инвестиционному портфелю, способствующему финансированию, например, инвестиции в возобновляемые источники энергии или чистые технологии. Кроме того, многие ТНК сегодня вкладывают в цифровые технологии, их бизнес-модель легко масштабируется до международного уровня без значительных расходов.

Выводы. Таким образом, ТНК масштабируют объемы своей деятельности, развивают инновационные направления, влияющие на рост доходности, развитие экономик месторасположения компаний и их филиалов.

Список литературы

1. Клычев Т.Ю. Перспективы развития транснациональных корпораций на мировом рынке / Т.Ю. Клычев // Российское предпринимательство. - № 13 (259). – 2014 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [file:///C:/Users/user/Downloads/perspektivy-razvitiya-transnatsionalnyh-korporatsiy-na-mirovom-gynke%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/user/Downloads/perspektivy-razvitiya-transnatsionalnyh-korporatsiy-na-mirovom-gynke%20(1).pdf) (дата обращения: 10.11.2023)
2. Преображенский Д. Транснациональная корпорация / Д. Преображенский, Ю. Латов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.krugosvet.ru/enc/gumanitarnye_nauki/ekonomika_i_pravo/TRA_NSNATSIONALNAYA_KORPORATSIYA_TNK.html. (дата обращения: 10.11.2023)
3. Ромашкин Т.В. Становление и развитие ТНК в условиях глобализации / Т.В. Ромашкин [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.sgu.ru/sites/default/files/documents/2017/monografiya_romashkin_k_pechati.pdf (дата обращения: 10.11.2023)
4. Aramco Sets Out Project Plans for Next Three Years <https://www.energyintel.com/00000186-1741-d0a2-a3e7-17f5765b0000> (дата обращения: 10.11.2023)
5. Berkshire Hathaway [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.forbes.com/companies/berkshire-hathaway/?list=global2000&sh=5fb9ebbf8> (дата обращения 10.11.2023)
6. Saudi Arabian Oil Company (Saudi Aramco) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.forbes.com/companies/saudi-arabian-oil-company-saudi-aramco/?list=global2000&sh=4b95b29f21ac> (дата обращения: 10.11.2023)
7. ICBC Enhances the Quality of Business Development While Maintaining Stability in 2022 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.icbc-ltd.com/en/page/814948821284282368.html> (дата обращения: 10.11.2023)
8. TRANSNATIONAL CORPORATIONS INVESTMENT AND DEVELOPMENT Volume 29.- 2022.- Number 1 [Электронный ресурс]. – Режим

доступа: https://unctad.org/system/files/official-document/diaeia2022d2_en.pdf (дата обращения: 10.11.2023)

9. Where Will Apple Be in 10 Years? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.fool.com/investing/2020/05/31/where-will-apple-be-in-10-years.aspx> (дата обращения: 10.11.2023)

УДК 338.2

Акимова З.Э., обучающаяся 4 курса, Адельсеитова Э.Б., к.э.н., доцент
Akimova Z.E., 4th year student, Adelseitova E.B., Ph.D. Associate Professor

ГБОУВО РК «Крымский инженерно-педагогический университет имени Февзи Якубова»
SBEIHE RC «Crimean engineering and pedagogical university the name of Fevzi Yakubov»

ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ТУРИСТИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

FEATURES OF MANAGING THE COMPETITIVENESS OF TOURISM ENTERPRISES

Аннотация: в статье раскрыто понятие конкурентоспособности предприятия, рассмотрены особенности управления конкурентоспособностью предприятий, работающих в сфере туризма, описаны ключевые факторы успеха туристической фирмы. Были выделены ключевые особенности функционирования туристических фирм и их влияние на выбор стратегии конкурентоспособности. Рассмотрены современные проблемы формирования имиджа туристических фирм, которые становятся всё более актуальными в условиях несоответствия качества туристских услуг, что значительно влияет на репутацию туристических предприятий.

Ключевые слова: конкурентоспособность, конкуренция, туризм, управление, туристическая фирма.

Abstract: the article reveals the concept of enterprise competitiveness, examines the features of managing the competitiveness of enterprises operating in the field of tourism, describes the key success factors of a travel company. The key features of the functioning of travel companies and their influence on the choice of competitiveness strategy were highlighted. The modern problems of forming the image of travel companies are considered, which are becoming more and more relevant in the conditions of inconsistency in the quality of tourist services, which significantly affects the reputation of travel companies.

Keywords: competitiveness, competition, tourism, management, travel company.

На сегодняшний день эффективное управление конкурентоспособностью предприятия является одним из самых важных требований для успешной деятельности любой фирмы. Чтобы достичь положительных результатов

руководителям нужно грамотно оценить все имеющиеся возможности организации, применяя доступные способы и методы.

Конкурентоспособность предприятия – это оцененное субъектами внешней среды его превосходство на выбранных сегментах рынка над конкурентами в данный момент времени, достигнутое без ущерба окружающим, определяемое конкурентоспособностью его конкретных товаров и уровнем конкурентного потенциала, характеризующего способность в будущем разрабатывать, изготавливать, сбывать и обслуживать товары, превосходящие по качеству и цене аналоги [1].

Конкурентные преимущества представляют собой высокую компетентность туристического предприятия, которая дает ему наилучшие возможности преодолевать конкуренцию, привлекать клиентов, сохраняя их приверженность к предлагаемым услугам и торговой марке.

Рассмотрим ключевые факторы успеха туристической фирмы (рис. 1).

Уровень конкурентоспособности характеризуется качеством и уровнем его соответствия по сравнению с аналогичными продуктами конкурирующих организаций.



Рисунок 1. Ключевые факторы успеха туристической фирмы

На возможности предприятия по завоеванию рынка туризма влияют внутренние и внешние факторы. Определение конкурентных преимуществ помогают предприятию успешно функционировать в условиях нестабильной внешней среды. Внешние факторы среды оказывают определенное воздействие на уровень конкуренции в туристическом бизнесе (рис. 2).

В оценке влияния внешних и внутренних факторов используют SWOT-анализ – это анализ сильных и слабых сторон, возможностей и угроз предприятия. Методика проведения SWOT-анализа достаточно проста, поэтому менеджер может сосредоточиться на фактах, не теряя времени на какие-то функциональные вопросы. Анализ состоит из двух частей: анализ возможностей и угроз (факторы, влияющие на предприятие, но не зависящие от него) и анализ сильных и слабых

сторон (внутренний анализ предприятия). При выявлении сильных и слабых сторон нужно учитывать мнение не сотрудников, а потребителей. SWOT-анализ оформляется в виде таблицы.



Рисунок 2. Внешние факторы, влияющие на конкурентоспособность предприятий в сфере туризма

После проведения анализа SWOT необходима разработка плана для устранения слабых сторон и по действию предприятия в случае возникновения определённых угроз. Также необходимо определить, каким образом можно эффективно использовать возможности и сильные стороны организации.

Проанализировать внутреннюю среду можно также с помощью SNW-анализа, который также как и SWOT-анализ оценивает сильные и слабые стороны предприятия, но имеет свои особенности. SNW – аббревиатура, которая состоит из трех слов (S – сильная сторона, N – нейтральное состояние и W – слабая).

Внешняя и внутренняя среда является частью деятельности и функционирования предприятия. Для определения целей, стратегии организации, выявления её слабых и сильных сторон необходимо анализировать макро- и микроокружение, а также элементы внутренней среды предприятия [2].

Фактором повышения конкурентоспособности предприятия туристической направленности, а также эффективности оказания услуг и управления является корпоративная культура, представляющая собой сложную систему взаимоотношений фирмы и её клиентов. Корпоративная культура нацелена на объединение ценностей и норм, стиля предприятия и особенности управления, концепции социального развития. В ее основе лежат потребности личности и потребности фирмы.

Репутация фирмы – направленность на формирование положительного образа о предприятии, получение выгодного положения на рынке, удовлетворение потребностей и соответствие предпочтениям клиентов.

Формирование имиджа происходит благодаря активной рекламной и маркетинговой кампании, целью которой является распространение информации о

качестве предлагаемых услуг и создание положительного мнения о фирме и выпускаемого продукта [3].

Для эффективного управления конкурентоспособностью туристическим предприятиям необходимо правильно выбирать стратегию развития. Турфирме с недостаточным уровнем конкурентоспособности и длительное время занимающей последние позиции на рынке, эффективно предложить стратегию сокращения. Конкурентной стратегией такой турфирмы является концентрация на сегменте, предусматривающем территориальное ограничение [4].

Для туристских организаций со стабильной позицией на рынке, можно предложить стратегию роста, предусматривающую выход на новые рынки. Конкурентной следует выбрать стратегию дифференцирования, в основе которой лежит повышение качества услуг.

Если турфирма является лидером и имеет наилучший коэффициент конкурентоспособности, то его общая стратегия – стратегия стабильности, в основе которой контроль по затратам, экономия средств, организация сервисной деятельности. В таких условиях можно выделить три стратегии (рис. 3) [5].

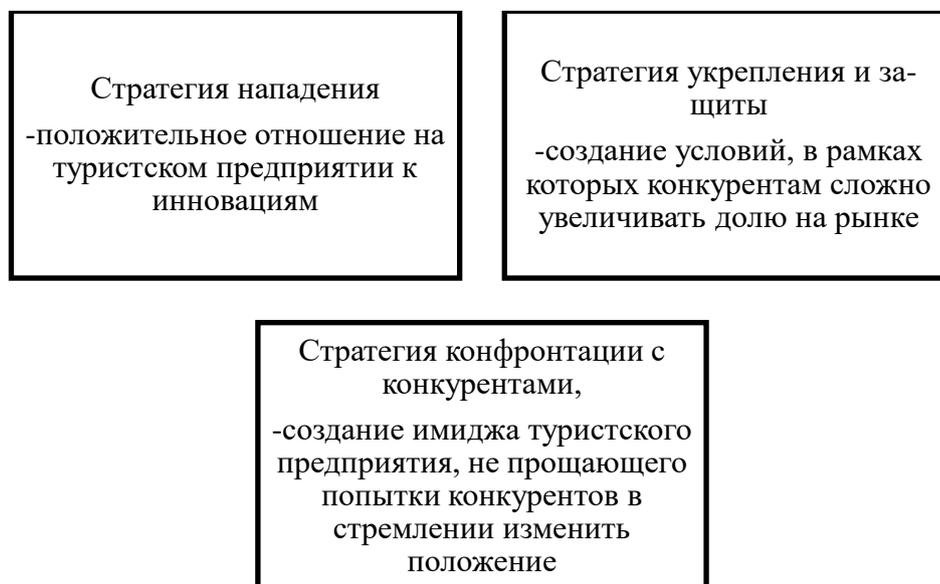


Рисунок 3. Стратегии для конкурентоспособной туристической организации

Для успешной деятельности предприятия туристической направленности, формирования высокого уровня конкурентоспособности необходимо создавать комплекс приоритетных направлений национальной туристической политики, основанный на обеспечении повышения конкурентоспособности туристического комплекса с помощью расширения возможностей в финансировании и статуса предприятия

Список литературы:

1. Латорцев, А.А., Белоусова Ю.С. Особенности планирования показателя конкурентоспособности в индустрии туризма // Вестник МФЮА. 2018.
2. SWOT-анализ: теоретические основы и практика [Электронный ресурс]. URL: <https://www.alkosto.ru/blog/swot-analiz-teoreticheskie-osnovyi-i->

praktika/?utm_referrer=https%3A%2F%2Fyandex.ru%2F (дата обращения: 14.11.2023)

3. Тарасов, А. А., Трушина Д. А. Формирование имиджа туристского предприятия и его влияние на конкурентоспособность // Российские регионы: взгляд в будущее. 2018. №2.

4. Журавель, М.А. Особенности конкурентоспособности организаций в сфере туризма // Современные научные исследования и инновации. 2020. № 10 [Электронный ресурс]. URL: <https://web.snauka.ru/issues/2020/10/93559> (дата обращения: 14.11.2023)

5. Лебедева, О.Е. Повышение конкурентоспособности туристских предприятий на современном этапе // Управленческий учёт. 2023. №3

УДК 331.1

Алиев М. М., обучающийся 4 курса
Aliyev M. M., 4th year student

Научный руководитель: Стефаненко М.Н., д.э.н., профессор
Scientific supervisor: Stefanenko M.N., doctor of economy sciences, professor

ГБОУВО РК «Крымский инженерно-педагогический университет имени Февзи Якубова»
SBEIHE RC «Crimean engineering and pedagogical university the name of Fevzi Yakubov»

**ЭФФЕКТИВНОСТЬ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СИСТЕМЫ
МОТИВАЦИИ И СТИМУЛИРОВАНИЯ ТРУДА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ
В СОВРЕМЕННОЕ ВРЕМЯ**

**THE EFFECTIVENESS OF THE FUNCTIONING OF THE SYSTEM OF
MOTIVATION AND STIMULATION OF LABOR AT ENTERPRISES IN MODERN
TIMES**

Аннотация: В статье проанализировано современное состояние системы мотивации и стимулирования труда персонала на предприятиях. Выделены основные аспекты регулирования и контроля системы мотивации и стимулирования труда со стороны государства. Выявлены цели и задачи мотивации и стимулирования труда на предприятии. Упомянуты особенности функционирования системы мотивации и стимулирования труда. Также упомянуты и характеризованы условия и методы мотивационной деятельности.

Ключевые слова: Система мотивации и стимулирования труда, стимулирование, мотивация, труд, эффективность, управление персоналом, производительность труда, предприятие, персонал.

Abstract: The article analyzes the current state of the system of motivation and stimulation of labor at enterprises. The main aspects of regulation and control of the system of motivation and stimulation of labor by the state are highlighted. The goals and objectives of motivation and stimulation of labor at the enterprise are identified.

The features of the functioning of the system of motivation and stimulation of labor are mentioned. The conditions and methods of motivation and stimulation of staff work are also mentioned and characterized.

Keywords: System of motivation and stimulation of labor, stimulation, motivation, labor, efficiency, personnel management, labor productivity, enterprise, personnel.

Постановка проблемы: В современной экономике мотивация и стимулирование труда персонала являются одним из главных факторов повышения производительности труда на предприятии. Соответственно, в настоящее время существует необходимость её повышения. Так как от производительности персонала зависит экономическая эффективность функционирования предприятия. Следовательно, повышая производительность труда можно повлиять не только на самого предприятие, но и на государство в целом. Поэтому данный вопрос крайне важен и по сей день для экономик стран.

Анализ литературы: Теоретические и методологические подходы к оценке последствий особых экономических зон были освещены в трудах таких исследователей, как Ф. Герцберга, Ф. Тейлора, М.Х. Мескона, М.Альберта Ф Хедоури и многих других.

Цель статьи: заключается в характеристике перспектив развития современной системы мотивации и стимулирования персонала и особенностей их (контроля)регулирования со стороны государства

Изложение основного материала: как было упомянуто ранее в современное время большое внимание уделяется вопросам мотивации и стимулирования труда работников, как функции управления, которая позволяет руководству компании эффективно управлять персоналом и успешно реализовывать планы по улучшению производственного процесса.

Для того, чтобы наиболее полно понять суть данных вопросов необходимо раскрыть сущность таких понятий как: «Мотивация», «Система мотивации и стимулирования труда». Выявить цели, особенности, методы мотивации персонала.

Мотивация труда персонала представляется собой наличие определенного стимула к трудовой деятельности человека, который направлен на удовлетворение потребностей [1]. Как отмечают многие эксперты понятия «мотивация» и «стимулирование» имеет не разрывную контекстную связь. Целью мотивации и стимулирования работников на предприятии является повышение эффективности работы сотрудников для достижения целей организации. Мотивация помогает создать условия, при которых сотрудники будут заинтересованы в достижении высоких результатов и постоянном развитии.

В свою очередь система мотивации персонала - это комплекс мер, направленных на стимулирование сотрудников к достижению общих целей предприятия и повышение их личной заинтересованности в результатах своего труда [1]. Система мотивации включает в себя материальные и нематериальные методы поощрения, которые могут быть индивидуальными или

коллективными, долгосрочными или краткосрочными. Характеризуем данные методы более подробно [1, 2].

1) Материальные стимулы-включают:

- Денежное поощрение- зарплата, премии, бонусы и другие выплаты, которые напрямую связаны с результатами работы сотрудника.

- Не денежное поощрение- различные виды льгот и компенсаций, такие как оплата питания, медицинская страховка, оплата транспортных расходов и другое. Эти виды поощрений могут быть очень полезными для сотрудников, особенно если они не получают достаточного денежного вознаграждения за свою работу.

- Штрафные санкции- это меры наказания, которые применяются к сотрудникам за нарушение правил и процедур компании. Они могут включать штрафы, снижение премий, увольнение и другие виды наказаний. Применение штрафных санкций должно быть обоснованным и соответствовать законодательству.

2) Нематериальные стимулы. Могут включать в себя: организационные и психологические стимулы. Популярны следующие варианты мотивации:

- Предоставление карьерного роста.

- Создание, и поддержка здоровой психологической атмосферы внутри коллектива сотрудников. Данный аспект может включать проведение каких-либо культурных мероприятий.

- Поддержка сотрудников через проведение совещаний и публичное признание их достижений со стороны руководства предприятия, а также поздравление сотрудников со значимыми для них праздниками, также играют важную роль в моральном стимулировании персонала.

- Обеспечение удобных условий труда, создание зоны отдыха, спортивных залов и кафе также способствует повышению морального настроения сотрудников.

Индивидуальные методы мотивации включают в себя премии, бонусы, повышение зарплаты, предоставление гибкого графика работы или возможности работать удаленно [4]. Коллективные методы мотивации, в свою очередь, направлены на поощрение всего коллектива или отдельных команд за достижение общих целей. К таким методам можно отнести проведение корпоративных мероприятий, награждение лучших сотрудников, предоставление скидок на продукцию компании для сотрудников и их семей и т.д. [4].

Эффективность функционирования системы мотивации на предприятиях зависит от множества факторов, включая специфику отрасли, размер и структуру компании, корпоративную культуру, особенности управления персоналом и т.д. В современном мире, где конкуренция на рынке труда высока, многие компании сталкиваются с проблемой удержания квалифицированных кадров и повышения производительности труда [2,3]. Поэтому необходимо регулярно проводить специфические аналитические работы по данному направлению, и принимать меры в случае отрицательных результатов [2,3].

Для анализа эффективности системы мотивации персонала на предприятии можно использовать следующие метрики:

- Уровень удовлетворенности сотрудников: определяется с помощью опросов или интервью. Чем выше уровень удовлетворенности, тем эффективнее система мотивации.

- Текучесть кадров: показывает, насколько сотрудники удовлетворены условиями работы и системой мотивации. Низкая текучесть кадров свидетельствует о высокой эффективности системы.

- Производительность труда: отражает, насколько эффективно сотрудники выполняют свои обязанности. Повышение производительности труда говорит о том, что система мотивации работает хорошо.

- Уровень абсентеизма: показывает количество пропусков работы по болезни или другим причинам. Низкий уровень абсентеизма свидетельствует о том, что сотрудники довольны системой мотивации и условиями труда.

- Финансовые показатели: такие как прибыль, рентабельность, оборачиваемость и другие. Рост этих показателей говорит о том, что система мотивации эффективна и способствует развитию предприятия.

Кратко проанализируем систему стимулирования сотрудников предприятия ООО «ДНС Ритейл» [6,7,8]. Анализ системы мотивации персонала в компании DNS можно провести по следующим метрикам:

- Уровень удовлетворенности сотрудников - по данным опросов, уровень удовлетворенности сотрудников компании DNS составляет более 80%. Это говорит о том, что система мотивации в компании эффективна.

- Текучесть кадров - компания DNS около 5% в год. Как отмечают специалисты данный показатель находится на низком уровне, что свидетельствует о хорошей системе мотивации и условиях труда.

- Производительность труда - по данным компании, постоянно растет на более чем 10-15 % за последние года, что говорит о том, что система мотивации персонала предприятия успешно стимулирует сотрудников к повышению эффективности работы.

- Уровень абсентеизма - компания DNS также имеет низкий уровень - около 2%, что подтверждает эффективность системы мотивации и условий труда.

- Финансовые показатели - компания DNS показывает стабильный рост примерно на 20-30% в год, что также говорит о том, что система мотивации способствует развитию компании и привлекает новых клиентов [8].

Как отмечают многие специалисты одним из основных инструментов регулирования со стороны государства является законодательство о труде, которое устанавливает права и обязанности работников и работодателей, а также определяет условия труда и оплаты. Кроме того, государство может осуществлять контроль за соблюдением трудовых норм и правил, а также проводить проверки предприятий на предмет их соответствия законодательству.

Контроль и регулирование со стороны государства проводятся в различных формах. Одной из них является законодательное регулирование

трудовых отношений. Государство принимает законы, которые устанавливают права и обязанности работников и работодателей, а также регулируют условия труда и оплату [2,5].

Кроме того, государство может проводить проверки предприятий на соответствие законодательству и контролировать его соблюдение. Это может включать проверку документов, опрос работников и проведение инспекций на местах.

Также государство может принимать меры по стимулированию развития трудовых отношений, например, путем создания программ обучения и повышения квалификации работников, предоставления субсидий и кредитов для развития бизнеса и т.д.

В целом, стимулирование персонала и контроль со стороны государства являются важными составляющими эффективной системы управления человеческими ресурсами. Они помогают обеспечить справедливость и равенство в трудовых отношениях, а также способствуют развитию экономики и повышению уровня жизни населения.

Исходя из вышесказанного, эксперты выделяют следующие направления совершенствования системы мотивации персонала [2,5]:

- Совершенствованием системы оценки производительности и результативности труда работников по ключевым показателям эффективности.
- Совершенствование бонусных ставок.
- Улучшение системы как материального, так и нематериального стимулирования с учётом возможностей компании.
- Создания, доработка каких-либо государственных, нормативно-правовых документов, которые будут наиболее полно разъяснять порядок проведения мотивирующих мероприятий.

- Совершенствования системы государственного регулирования. Путём создания дополнительных регулирующих ведомств. Также создания программ обучения и повышения квалификации работников, предоставления субсидий и кредитов для развития бизнеса и т.д. [5].

По мнению специалистов данной области - увеличение субсидирования бизнеса также может сильно повлиять на эффективность функционирования бизнеса в стране. Так как правило, в бизнесе, особенно малом, ограничены материальные ресурсы для улучшения мотивации сотрудников. Бюджет, выделяемый руководством компании на организационные мероприятия по повышению мотивации, является основным ограничением для внедрения планов.

Таким образом, система мотивации и стимулирования труда представляется собой совокупность определенных методов и инструментов, направленных на повышение производительности труда с учётом материальных и моральных аспектов работников. Соблюдение выше предложенных рекомендаций значительно повысит эффективность функционирования системы мотивации персонала на предприятиях страны, следовательно, конкурентоспособность страны продемонстрирует значительный положительный эффект.

Список литературы:

1. Худякова П. В., Аршанская О. В. - Современные представления о системе мотивации труда // Экономика и бизнес: теория и практика. 2020. №1-2. // Киберленинка //URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-predstavleniya-o-sisteme-motivatsii-truda> (дата обращения: 10.11.2023).
2. Битюкова, С. С. Совершенствование системы мотивации персонала / С. С. Битюкова. — Текст: непосредственный // Молодой ученый. — 2019. — № 15 (253). — С. 187-190. — URL: <https://moluch.ru/archive/253/58040/> (дата обращения: 10.11.2023).
3. Задорова Т.В, Шигильчева С.А., Богатова Т.А. Оценка эффективности системы мотивации персонала организации// Задорова Т.В, Шигильчева С.А., Богатова Т.А.— Текст: непосредственный //Киберленинка// [Электронный ресурс]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-effektivnosti-sistemy-motivatsii-personala-organizatsii/viewer> (дата обращения: 10.11.2023).
4. Рагимова П. Методы стимулирования персонала// Рагимова П.— Текст: непосредственный//Порта gd.ru// [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.gd.ru/articles/9930-metody-stimulirovaniya-personala> (дата обращения: 10.11.2023).
5. Щербаков И.В. Экономические вопросы управления-Мотивация экономической деятельности человека: направления повышения эффективности. // Щербаков И.В. — Текст: непосредственный //Киберленинка// [Электронный ресурс]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/motivatsiya-ekonomicheskoy-deyatelnosti-cheloveka-napravleniya-povysheniya-effektivnosti/viewer> (дата обращения: 10.11.2023).
6. Федеральная служба государственной статистики //РОССТАТ// [Электронный ресурс]. – URL: <https://rosstat.gov.ru/compendium/document/50801> (дата обращения: 10.11.2023).
7. ООО «ДНС РИТЕЙЛ»//Днс шоп// [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.dns-shop.ru/about/> (дата обращения: 10.11.2023).
8. ООО "ДНС РИТЕЙЛ": бухгалтерская отчетность и финансовый анализ//Аудит.ру// [Электронный ресурс]. – URL: https://www.audit-it.ru/buh_otchet/2540167061_ooo-dns-riteyl (дата обращения: 10.11.2023).

УДК 336.7:004

Аметов А.А., обучающийся 3 курса
Ametov A.A., 3rd year student

ГБОУВО РК «Крымский инженерно-педагогический университет имени Февзи Якубова»

**ИННОВАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА НА РЫНКЕ ЦИФРОВЫХ
ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ**
INNOVATIVE POLICY IN THE DIGITAL FINANCIAL SERVICES MARKET

Аннотация. В данной статье исследуется инновационная политика в сфере услуг. Была проанализирована нормативно-правовая база, выявлены условия развития инновационной политики на рынке цифровых финансовых услуг, изучены причины необходимости государственного регулирования инновационного развития. Обоснованы перспективы исследования данной проблематики и сформулирована ее актуальность для развития экономики Российской Федерации в настоящее время.

Ключевые слова: цифровые финансовые услуги, инновационная политика, цифровой финансовый рынок, инновационная инфраструктура, цифровая экономика.

Annotation. This article examines the innovation policy in the service sector. The regulatory framework was analyzed, the conditions for the development of innovative policy in the digital financial services market were identified, and the reasons for the need for state regulation of innovative development were studied. The prospects for the study of this issue are substantiated and its relevance for the development of the economy of the Russian Federation at the present time is formulated.

Keywords: digital financial services, innovation policy, digital financial market, innovation infrastructure, digital economy.

Одной из актуальных задач развития национальной экономики является выработка направлений повышения конкурентоспособности финансовых организаций. На национальном финансовом рынке высокий уровень конкурентной борьбы обусловлен как количественными изменениями в банковском секторе, так и появлением финансово-технологических компаний и альтернативных банков. В качестве одного из ключевых направлений повышения уровня конкурентоспособности национального финансового рынка становится инновационная активность. При этом процесс внедрения инноваций достаточно сложен, необходима государственная поддержка предприятий и организаций. Приоритетным направлением повышения конкурентоспособности финансовых организаций является цифровизация технологических процессов.

Цифровой финансовый рынок - это подсегмент финансового рынка, состоящий из специализированных финансовых институтов, предметом отношений между которыми являются цифровые финансовые инструменты и электронные деньги, а также цифровые финансовые услуги.

Цифровые финансовые услуги (в узком понимании) - это услуги в отношении цифровых финансовых активов, электронных денег, в широком понимании - это услуги на финансовом рынке с использованием сети Интернет,

мобильных приложений и т.п. К видам цифровых финансовых услуг можно отнести информационные, коммуникационные, кибербезопасность, сервисные, обслуживание финансовых продуктов и др. [1].

Национальная инновационная система состоит из двух основных блоков. Первый блок состоит из субъектов и институциональных механизмов инновационной политики, а также инструментов промышленной и образовательной политик. Во второй блок входят, организации высшего образования, ведущие подготовку кадров для национальной инновационной системы, территории с особо высокой концентрацией научно-технического потенциала, система обеспечения инновационного развития, состоящая из инфраструктурных организаций, управляющих жизненным циклом инноваций и крупные инновационные промышленные корпорации и предприятия.

Следует отметить, что отечественная национальная инновационная система институционально создана, но функционально еще не сложилась, т.к. основные ее составляющие: инновационная инфраструктура, предприятия и научно-техническая сфера функционируют отдельно друг от друга, отсутствуют прочные взаимоотношения между наукой и бизнесом [2].

Система обеспечения инновационного развития включает в себя научно-методическое, организационно-правовое и ресурсное обеспечение, а также государственную поддержку коммерциализации результатов интеллектуальной деятельности, а также инновационных товаров и услуг.

Формирование и развитие инновационного потенциала сферы услуг основывается, в первую очередь, на государственной поддержке в таких направлениях как [3]:

- отраслевое стратегическое управление сферой услуг;
- прямое финансирование инновационных проектов;
- лизинг (формирование и расширение сетей лизинговых компаний);
- финансово-кредитная поддержка на основе региональных и муниципальных фондов и системы взаимного кредитования и страхования;
- кадровое обеспечение инновационных предприятий;
- предоставление консультационных и проектных услуг;
- предоставление возможности инновационным предприятиям аренды помещений на льготных условиях.

К инструментам системы обеспечения инновационного развития отраслей сферы услуг можно отнести [4]:

- контракт, который заключается, как правило, по итогам конкурса. Причем в процессе выполнения работ по контракту государство имеет право осуществлять контроль хода выполнения работ и их корректировать. Что касается результатов научно-исследовательских работ, то непосредственную выгоду или пользу они приносят государству;

- муниципальный заказ, представляющий собой совокупность муниципальных контрактов на поставку товаров, производство работ либо оказание услуг за счет средств местного бюджета;

– грант, направленный на поддержку и стимулирование научных исследований. В отличие от первого инструмента государство не осуществляет контроль за ходом выполнения работ, а результаты работ не могут принести выгоду в ближайшей перспективе и носят неопределенный характер;

– кооперативное соглашение, направленное на организацию взаимодействия государства и бизнеса, в том числе и решение вопросов инвестирования и раздела полученного результата. Специфика данного инструмента заключается в том, что контроль за проведением работ осуществляется государством, а права и вклад участников соглашения имеют четкое распределение;

– аренда, временное безвозмездное пользование оборудования и помещений, находящихся в собственности органов власти;

– стандартизация - относится к различным направлениям предоставления услуг;

– и иные инструменты.

Рассматривая сферу услуг в целом, то здесь можно выделить ряд причин необходимости государственного регулирования инновационного развития.

Во-первых, обеспечение концентрации, для проведения масштабных инноваций, требуемого количества ресурсов, в том числе и при проведении фундаментальных исследований.

Во-вторых, со стороны государства должна исходить поддержка определенного уровня спроса на значимые для развития экономики продукцию и инновационные услуги.

В-третьих, предоставление определенных гарантий либо преференций для предпринимателей, выбирающих инновационные проекты с достаточно высоким уровнем риска.

В рамках государственной инновационной политики ключевую роль играет инновационная стратегия [5].

В России все элементы системы обеспечения инновационного развития созданы, однако они не оказывают существенного влияния на внедрение инноваций на предприятиях и организациях сферы услуг. Необходимо скорректировать государственный подход к требованиям инновационности предприятий, следует обеспечить движение инноваций «снизу-вверх», когда предприятия самостоятельно будут искать и внедрять новации для увеличения своей прибыли, выхода на новые рынки, а государство должно поддержать их интерес соответствующей денежно-кредитной политикой. Через государственные программы общая инновационная политика связывается с решением задач инновационного развития в различных секторах экономики.

Таким образом, реализация основных направлений развития финансовых технологий приведёт к развитию инновационных технологий на финансовом рынке Российской Федерации и в Банке России, что будет способствовать повышению как уровня доступности финансовых продуктов и услуг для частного и корпоративного секторов, так и конкурентоспособности

финансового сектора РФ. Именно внедрение цифровых инноваций является одним из направлений инновационного развития финансового рынка.

Список литературы

1. Арутюнов, Ю.А. Инновационная политика / Юрий Арутюнов. - М.: КноРус, 2019. - 778 с.
2. Гретченко, А.А. Государственная инновационная политика России / Александр Гретченко. - М.: LAP Lambert Academic Publishing, 2017. - 364 с.
3. Инновационная политика и региональное развитие в современном мире. - М.: Институт научной информации по общественным наукам (ИНИОН) РАН, 2017. - 351 с.
4. Левин, Ю.А. Инновационная политика. Учебное пособие / Ю.А. Левин. - М.: Русайнс, 2018. - 541 с.
5. Филин, С.А. Инновационная политика. Учебник для бакалавриата и магистратуры: моногр. / Сергей Филин. - М.: Юрайт, 2019. - 287 с.

УДК 338.48

Амет-устаева Д.М., преподаватель
Amet-ustaeva D.M., teacher

ГБОУВО РК «Крымский инженерно-педагогический университет имени Февзи Якубова»
SBEIHE RC «Crimean engineering and pedagogical university the name of Fevzi Yakubov

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОЛИТИКА В ОБЛАСТИ ОБЕСПЕЧЕНИЯ БЕЗОПАСНОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ STATE POLICY IN THE FIELD OF ENSURING THE SAFETY OF CONSUMERS OF TOURIST SERVICES

Аннотация: В статье рассматриваются нормативно-правовые документы, регламентирующие безопасность потребителей туристических услуг со стороны государственной политики. Туристические услуги выступают как системное образование, представляющее собой комплексный объект государственной безопасности. Любые меры безопасности в отрасли будут эффективны, когда при их разработке, реализации и внедрении будут учтены проблемы на всех управленческих уровнях критерии оценки эффективности. Безопасность потребителей туристических услуг рассматривает всевозможные риски, связанные с участниками туристической индустрии (туристические фирмы, транспортные компании, страховые компании, экскурсионные бюро, гостиницы и др.). Нормативно-правовая база должна быть эффективным инструментом объединения усилий общества, государства для достижения

целей по безопасности и решения перспективных задач в туризме. Для обеспечения безопасности туристов в основу заложена государственная политика – совокупность организационных, информационных, правовых, социально-экономических мер, направленных на создание благоприятных условий для надежного существования и устойчивого развития туризма.

Ключевые слова: государственная политика, туристические услуги, безопасность, турист, туризм.

Annotation. The article discusses the regulatory documents regulating the safety of consumers of tourist services from the side of state policy. Tourist services act as a system education, which is a complex object of state security. Any security measures in the industry will be effective when their development, implementation and implementation take into account the problems at all management levels of the criteria for evaluating effectiveness. The safety of consumers of tourist services considers all kinds of risks associated with participants in the tourism industry (travel companies, transport companies, insurance companies, tour bureaus, hotels, etc.). The regulatory framework should be an effective tool for combining the efforts of society and the state to achieve safety goals and solve promising tasks in tourism. To ensure the safety of tourists, the state policy is based on a set of organizational, informational, legal, socio-economic measures aimed at creating favorable conditions for a reliable existence and sustainable development of tourism.

Keywords: state policy, tourist services, security, tourist, tourism.

Введение. Обеспечение безопасности и ее отдельных аспектов являются важнейшей составляющей внутренней и внешней политики Российской Федерации, от эффективности которых в конечном итоге зависит жизнь и благополучие граждан России, надежное существование и прогрессивное развитие гражданского общества, государства и его институтов.

Согласно Закона «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» в статье 14 «личная безопасность туристов – это состояние защищенности туриста и (или) отдельных объектов его личной безопасности от угроз безопасности, которое позволяет туристу свободно и беспрепятственно реализовывать свои права на отдых, свободу передвижения и иные права при совершении путешествий» [1].

Для потребителей туристических услуг личная безопасность представляется как состояние, при котором отсутствует недопустимый риск, связанный причинением вреда объектам личной безопасности туриста в результате недостатков оказываемых туристу услуг.

К объектам личной безопасности туриста можно соотнести жизненно важные нематериальные блага туристов как жизнь и здоровье и соответствующие им личные неимущественные права («право на жизнь», «право на здоровье» и другие).

Законодательство РФ о туристской деятельности, нормы международного права также устанавливают специальные требования к туристским организациям в области обеспечения защиты персональных данных туристов и иной конфиденциальной информации.

Обеспечение личной безопасности туристов приобретает все большую актуальность в условиях современного сложноорганизованного и взаимообусловленного мира. Мира, в котором опасности природного и техногенного характера (включая чрезвычайные ситуации) непрерывно подстерегают туристов во время их путешествий. Также активно проявляют себя и другие угрозы безопасности: массовые инфекционные заболевания, несчастные случаи, дорожно-транспортные, авиационные и иные происшествия, техногенные и природные катастрофы, хищения имущества туристов и насильственные действия в отношении них, экстремизм, террористические акты.

Помимо обеспечения безопасности туристов, большое внимание уделяется также обеспечению безопасности туризма как отрасли экономики и защите дестинации от туристов, которые могут нанести ей вред.

Цель исследования - изучить повышение качества и безопасность потребителей туристических услуг (проживание, питание, досуг, финансовые операции, трансферт и др.)

Методика и организация исследования. Анализ и обобщение научно-методической литературы применялось с целью определения актуальности выбранной темы исследования, а также глубины разработанности проблемы, выяснения особенностей безопасности туриста.

Результаты исследования и их обсуждение. Безопасность туризма подразделяется на определенные виды, которые классифицируются по различным основаниям:

— по элементам, входящим в сферу туризма, можно выделить безопасность субъектов сферы туризма (безопасность туристов, безопасность предпринимателей, безопасность работников туристской индустрии, безопасность населения туристских территорий); безопасность объектов туризма (сохранность туристских ресурсов, безопасность инфраструктуры туризма, безопасность объектов туристской индустрии, безопасность автоматизированных информационных систем, персональных данных субъектов сферы туризма и др.);

— по типам и видам совершаемых путешествий – безопасность международного туризма (безопасность въездного туризма, безопасность выездного туризма); безопасность внутреннего туризма, безопасность социального туризма, экологического туризма и т.д.;

— по объектам национальной безопасности, которые могут подвергаться воздействию негативных факторов и условий, возникающих в сфере туризма, – общественная безопасность, государственная безопасность, экологическая безопасность и санитарно-эпидемиологическое благополучие местного населения, правовая безопасность и безопасность государственного управления в сфере туризма;

— по характеру применяемых мер безопасности в сфере туризма безопасность туризма может быть видовой (безопасность гостиничного, туристского обслуживания, услуг общественного питания, средств развлечения

туристов и т.д.) и функциональной (техническая безопасность, пожарная безопасность, информационная безопасность в сфере туризма и др.);

— по месту нахождения источников опасности и направленности мер безопасности в сфере туризма безопасность туризма может быть внутренней и внешней;

— по форме (способу) организации туризма – безопасность организованного туризма и безопасность неорганизованного (самодеятельного) туризма.

К категории личной безопасности туристов и экскурсантов тесно примыкает термин «сохранность имущества туристов (экскурсантов)» (ст. 14 Закона о туристской деятельности) [1]. К такому имуществу туристов могут относиться их личные денежные средства, в том числе передаваемые туристским организациям в счет оплаты услуг по договорам, предметы личного обихода, туристского снаряжения и инвентаря, сувенирная продукция, драгоценные вещи и другие предметы, которые используются и (или) приобретены туристом (экскурсантом) во время путешествия.

Следует отметить, что в соответствии с пунктом 4.2. Национального стандарта РФ ГОСТ Р 50644-2009 «Туристские услуги. Требования по обеспечению безопасности туристов» [2] безопасность туристов (экскурсантов) при совершении путешествия помимо жизни и здоровья туриста распространяется на его личную неприкосновенность, включая физическое (телесное) и психическое (моральное) состояние, а также частную жизнь.

В правовом смысле личная безопасность туристов является предметом урегулированных нормами права социальных связей между субъектами права по поводу обеспечения личной безопасности туриста («право туриста на личную безопасность»).

В соответствии с документами Всемирной туристской организации (ЮНВТО) «право международного туриста на личную безопасность» включает в себя право [3]:

— свободно обращаться за помощью к консульским властям стран своего гражданства;

— на оперативный и беспрепятственный доступ ко всем имеющимся формам внутренних и внешних коммуникаций, в том числе на информирование своей семьи с использованием наиболее оперативных и доступных средств связи о совершении противоправных посягательств на личность и (или) имущество туриста;

— на оперативный и беспрепятственный доступ к местному административному, медицинскому и юридическому обслуживанию, в том числе право без необходимости внесения какого-либо залога, требуемого от иностранцев, начать судебное и, в частности, уголовное дело в национальном суде против лиц, совершивших противоправные посягательства в отношении туриста;

— на внесудебное разрешение спора, возникающего между туристом и лицами, осуществляющими туристскую деятельность;

— пользоваться теми же правами, что и граждане страны пребывания в области конфиденциальности относящихся к ним личных данных и сведений, особенно, что касается данных, хранящихся в электронном виде;

— на быструю репатриацию в страну, откуда турист прибыл в случае, если он пострадал в результате посягательств на его личность и/или имущество;

— на возвращение похищенной и впоследствии найденной вещи в страну, откуда прибыл турист.

К основным задачам обеспечения безопасности потребителей туристических услуг следует отнести:

— своевременное прогнозирование, выявление, анализ, оценка внутренних и внешних угроз безопасности туризма, разработка и применение комплекса оперативных и долговременных мер по их предупреждению и устранению, локализации и нейтрализации последствий проявления;

— государственно-правовая защита прав и законных интересов российских туристов, в том числе предоставление покровительства Российской Федерации гражданам, находящимся за пределами ее территории;

— повышение качества, доступности и безопасности услуг, оказываемых индустрией туризма;

— укрепление законности и обеспечение общественного порядка на туристском рынке, противодействие преступным и иным противоправным посягательствам на безопасность туризма;

— защита здоровья, общественной нравственности и санитарно-эпидемиологического благополучия местного населения;

— обеспечение сохранности компонентов и объектов окружающей среды, материальных и духовных ценностей общества;

— укрепление суверенитета и независимости Российской Федерации, обеспечение незыблемости ее конституционного строя и государственной целостности;

— обеспечение согласованного и беспрепятственного функционирования и взаимодействия органов государственной власти Российской Федерации, субъектов Российской Федерации, органов местного самоуправления;

— улучшение качества и доступности государственных услуг, предоставляемых в области безопасности туризма, повышение эффективности контрольно-надзорной деятельности, ограничение произвольного административного усмотрения;

— повышение уровня культуры безопасности в сфере туризма.

Необходимо создание государственной структуры, которая отвечала за координацию всех аспектов безопасности туризма, мы рекомендуем разработанную нами схему взаимодействия органов власти с целью осуществления управления безопасностью туристской деятельности в России. Так орган, который по нашему мнению необходимо создать в целях усовершенствования процесса управления безопасностью туристской деятельности в России в сфере рассматриваемой задачи – это Отдел по

обеспечению безопасности туризма, входящий в структуру Управления анализа и организации гостиничной и туристской деятельности Федерального агентства по туризму, который взял бы на себя функции по организации работ в исследуемой сфере.

Основные направления государственной политики Российской Федерации в области обеспечения безопасности туризма:

— модернизация государственного управления и правового обеспечения в области безопасности туризма с учетом определения и поддержания баланса между развитием внутреннего и международного туризма, охраной окружающей среды и укреплением национальной безопасности;

— внедрение принципов концепции устойчивого развития в практику функционирования сферы туризма на всех уровнях;

— координация деятельности федеральных органов государственной власти, органов государственной власти субъектов Российской Федерации, органов местного самоуправления, коммерческих и некоммерческих организаций, индивидуальных предпринимателей и граждан в области обеспечения безопасности туризма;

— создание и поддержание в готовности сил, средств и технологий обеспечения безопасности туризма, осуществление комплекса оперативных и долговременных мер по предупреждению и нейтрализации угроз безопасности;

— осуществление на систематической основе мониторинга состояния безопасности туризма в Российской Федерации, проведение объективного и всестороннего анализа, прогнозирования и выявления угроз безопасности в сфере туризма;

— управление силами и средствами обеспечения безопасности туризма в повседневных условиях, а также в условиях чрезвычайных ситуациях природного и техногенного характера;

— подготовка оперативных решений по предотвращению чрезвычайных ситуаций в сфере туризма и по организации ликвидации последствий таких ситуаций;

— осуществление мер безопасности, направленных на восстановление нормального функционирования элементов сферы туризма в регионах, пострадавших в результате чрезвычайной ситуации;

— предупреждение, выявление и пресечение правонарушений, связанных с посягательствами на безопасность туризма;

— деbüroкратизация условий предпринимательской деятельности, ликвидацию избыточных административных барьеров, обеспечение безопасности предпринимательской деятельности в сфере туризма, государственную поддержку малого и среднего предпринимательства и его защиту от экономической деятельности, направленной на монополизацию и недобросовестную конкуренцию;

— разработка и содействие внедрению современных методов управления рисками в сфере туризма в повседневных условиях и в кризисных ситуациях;

— упрощение визовых, валютных, паспортных, таможенных, медицинских, пограничных и иных формальностей в сфере туризма;

— осуществление государственного и общественного контроля за деятельностью федеральных органов государственной власти и органов государственной власти субъектов Российской Федерации, государственных и межведомственных комиссий, участвующих в решении задач обеспечения безопасности туризма в Российской Федерации;

— развитие и совершенствование системы подготовки и переподготовки кадров для системы безопасности туризма;

— развитие фундаментальных и прикладных научных исследований в области безопасности туризма;

— участие в мероприятиях по обеспечению безопасности туризма за пределами Российской Федерации в соответствии с международными договорами и соглашениями, заключенными или признанными Российской Федерацией;

— осуществление международного сотрудничества в сфере обеспечения безопасности туризма, представление интересов Российской Федерации в соответствующих международных организациях.

Механизмы реализации государственной политики в области обеспечения безопасности туризма включают в себя меры организационного, программно-установочного, политико-правового, правоохранительного, информационного, социального и иного характера.

Предполагается, что указанная структура будет владеть всеми необходимыми политическими механизмами, обеспечивающими безопасность туристской деятельности. В рамках формирования и реализации государственной туристской политики стоит выделить политико-правовые и легализующие механизмы, а также механизм социального партнерства.

Выводы. Государственная политика в области безопасности туристов в узком смысле представляет собой деятельность государства по развитию туристской индустрии и субъектом туристского рынка, совершенствованию форм туристского обслуживания населения и укреплению на их основе своего политического, экономического и социального потенциала. Так, основными принципами государственной политики является содействие развитию туристской деятельности, поддержка приоритетных ее направлений, формирование имиджа России как страны, благоприятной для туризма, а также осуществление защиты и обеспечения безопасности туристов, туристских организаций и их объединений.

В основе обеспечения безопасности туризма в Российской Федерации должна лежать единая государственная политика, поскольку речь идет о выработке комплекса скоординированных и объединенных единым замыслом политических, организационных, социально-экономических, правовых, информационных и иных мер, направленных на создание благоприятных условий для надежного существования и устойчивого развития сферы туризма.

Безопасность туризма является одним из направлений национальной безопасности Российской Федерации, ключевым фактором, способствующим реализации социально-экономических, культурно-экологических и иных функций сферы туризма и необходимым условием достойной жизни и

свободного развития человека в социальном правовом федеративном государстве.

Список литературы

1. Федеральный закон от 24 ноября 1996 г. N 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (с изменениями и дополнениями) - URL: <https://base.garant.ru/136248/>

2. ГОСТ Р 50644-2009 «Туристские услуги. Требования по обеспечению безопасности туристов» (утв. и введен в действие приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 15 декабря 2009 г. № 773-ст) - URL: <https://campv.ru/images/docs/ГОСТ%20Р%2050644-2009.pdf>

3. Всемирной туристской организации (ЮНВТО): официальный сайт - URL: <https://www.unwto.org/>

УДК 330.342.24

Антошкова А. В., старший преп., Зернина А. Д., магистрант 1 курса
Antoshkov A.V., Senior Rev., Zernina A.D., 1st year undergraduate

Государственный институт экономики, финансов, права и технологий,
г. Гатчина

State Institute of Economics, Finance, Law and Technology, Gatchina

ЭВОЛЮЦИЯ ПРОМЫШЛЕННОГО МАРКЕТИНГА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ THE EVOLUTION OF INDUSTRIAL MARKETING IN THE CONTEXT OF DIGITALIZATION OF ECONOMIC PROCESSES

Аннотация: Новые информационные технологии, по-новому соединяют потребительский и промышленный рынки, а также ведут к изменениям в методах управления. Бурное развитие рекламных и медийных каналов также привело к размыванию границ между B2B и B2C. Новые технологии помогли создать более широкие возможности для потребителей, что привело к изменению отношений между компаниями и заказчиками.

Ключевые слова: потребительский маркетинг, промышленной маркетинг, бизнес основанный на знаниях, электронной обмен данными (EDI), разрушение границ продуктов, потребительский опыт, «просьюмер», бета-тестирование, блог, инновационные продукты.

Abstract: New information technologies connect consumer and industrial markets in a new way, and also lead to changes in management methods. The rapid development of advertising and media channels has also led to the blurring of the boundaries between B2B and B2C. In the consumer and industrial markets, new

technologies have helped create more opportunities for consumers, which has led to a change in the relationship between companies and customers.

Keywords: consumer marketing, industrial branding, knowledge-based business, electronic data exchange (EDI), breaking product boundaries, consumer experience, "prosumer", beta testing, blog, innovative products.

«Всередине шестидесятых годов прошлого века, основным направлением маркетинговых исследований был потребительский маркетинг. Было завершено несколько новаторских исследований в области делового и промышленного маркетинга, включая работы Роберта Дэвиса, Франко Никосии, Фреда Вебстера, Ричарда Кардозо и Дэвида Уилсона» [4, с. 389].

Основные принципы маркетинга, ориентированного на потребителя, могут быть изменены и применены к взаимодействию между предприятиями в отношении товаров и услуг, а также к продаже сырья промышленным покупателям. Например, одним из первых пониманий стало осознание того, что покупка - это сложный процесс принятия решений, и что необходимо обратить внимание на «центры закупок». Как организационные центры закупок, так и процессы закупок варьируются в зависимости от ситуации покупки (новый продукт, усовершенствованный товар и повторная покупка), и этот вывод был подтвержден в различных отраслях экономики. Критерии покупки, применяемые организационными покупателями и потребителями, многомерны и включают в себя параметры в области отношений и эмоций, а не только учет функциональности, доставки и цены.

Необходимо признать, что границы между рынками размываются в виду целого ряда причин:

— конвергенции рынков B2B и B2C, обусловленная развитием Интернета и ростом малого бизнеса;

— изменения цепочек создания стоимости за счет аутсорсинга и других отношений, которые позволяют сетям фирм делать то, что когда-то делалось внутри фирмы;

— размывания отношений с клиентами, поскольку клиентам предлагается участвовать вместе с компаниями в процессах проектирования и поставки товаров;

— изменения границ функциональных подразделений внутри фирмы, поскольку маркетинг и другие функции более интегрированы с помощью системы электронного обмена данными (EDI) и других систем;

— размывания продуктов, услуг и потребительского опыта, перехода от индустриальной эпохи к обществу, основанному на знаниях [1, с. 50].

Признавая важность промышленных рынков и рынков B2B и повышенное внимание к этой области, также следует признать ограниченность такого отдельного внимания к бизнесу и промышленному маркетингу, особенно в быстро меняющемся мире.

Сайт eBay стал одним из крупнейших ритейлеров планеты, но без магазинов и выставочных полок, а также без каких-либо запасов. Вместо этого

он служит огромным виртуальным блошиным рынком для покупателей и продавцов. Эти клиенты могут начинать с малого, но затем по мере увеличения объемов их деятельности превращаться в промышленных продавцов и покупателей. Многие корпорации, такие как SunMicrosystems, осознавая характер своей продукции, начали продавать товары непосредственно на аукционной платформе eBay [1, с. 51]. В процессе продажи участвуют различные деловые партнеры, такие как компании, занимающиеся оплатой счетов, условным депонированием и доставкой. Клиенты лидируют в создании новых сервисов, таких как продажа автомобилей, поэтому, когда количество товаров в категории достигает критической массы, eBay создает новый раздел в своем виртуальном магазине. Следует ли отнести эти виды взаимодействия к сфере B2B или B2C? Где проходит грань между потребительским маркетингом и промышленным маркетингом в такой бизнес-модели?

Расцвет малого бизнеса по всему миру в последние годы, ускоренный реорганизациями и увольнениями в крупных корпорациях, еще больше модифицировал особенности маркетинговой деятельности. В малом бизнесе очень трудно провести различие между поведением предпринимателя как частного лица и как владельца бизнеса. Потребности малого бизнеса также совпадают с потребностями частных лиц, и этим фактом пользуются такие компании, как Staples или HomeDepot, которые обслуживают оба рынка, продавая канцелярские принадлежности и строительные материалы школьникам и домовладельцам, а также офисам и подрядчикам.

Бурное развитие рекламных и медийных каналов также привело к размыванию границ между B2B и B2C. Например, в фармацевтике можно наблюдать взаимодействие между потребительским и промышленным маркетингом. Фармацевтические фирмы уже давно ориентированы на профессиональную аудиторию, такую как врачи, больницы, поликлиники и страховые компании. Однако в последние годы они осознали необходимость сочетать этот подход с обширными маркетинговыми кампаниями для повышения осведомленности потребителей и создания спроса на новые лекарства и методы лечения. Врачи, также видят потребительскую рекламу, находятся под ее влиянием и проявляют повышенную склонность позитивно реагировать на запросы потребителей.

Li&Fung производит одежду и другие товары с помощью гибкой сети поставщиков во многих странах. Взаимосвязи устанавливаются очень быстро, и Li&Fung является управляющим центром этой динамичной сети. Взаимодействие между фирмами представляет собой гибкие партнерские отношения, и, по-видимому, традиционный маркетинг практически не задействован в данном случае. Li&Fung обычно заключает контракты не более чем на 70 процентов мощностей своих партнеров, чтобы обеспечить их независимость и знакомство с новыми идеями других компаний [3, с. 18]. Эти изменения согласуются с новой концепцией маркетинга, направленной на управление стратегическими партнерствами и позиционированием фирмы в цепочке создания стоимости с целью предоставления клиентам более высокой

ценности. В этом контексте отношения с клиентами рассматриваются как ключевой стратегический ресурс бизнеса.

Растущее число стратегических альянсов, слияний и поглощений стирает границы между фирмами. Когда Apple открыла свой музыкальный магазин iTunes, она объединила ряд звукозаписывающих компаний с контентом и клиентов, которые хотели скачать их мелодии за 99 центов. Это был гениальный ход, соединивший желание производителей иметь эффективный рынок для цифровых песен и желание потребителей иметь простой способ приобретать музыкальные файлы и обмениваться ими.

Во многих отраслях, таких как туризм, мы наблюдаем отсутствие посредничества. Вместо того чтобы бронировать поездки через агента, многие путешественники (включая корпоративных путешественников) заходят непосредственно на веб-сайт компании. Потребитель таким образом вступает в прямые отношения с компанией. Компании также предлагают другие бизнес-услуги с помощью онлайн-инструментов. Онлайн-инструменты могут предоставить потребителям информацию и поддержку для принятия решений, которые в прошлом могли быть предложены консультантом или розничным продавцом.

Компании приглашают клиентов в лабораторию, чтобы они стали активными участниками исследований и разработок. Эрик фон Хиппель из Массачусетского технологического института вместе с другими коллегами обнаружил, что большинство значительных продуктовых инноваций во многих отраслях изначально иницируются ведущими пользователями, а затем дорабатываются компаниями [5, с. 265]. Это означает, что в то время, как компании традиционно обращаются за идеями к своим собственным лабораториям или партнерам, не менее важным источником инноваций могут быть их отношения с собственными клиентами. С появлением онлайн-сообществ возможности клиентов сотрудничать друг с другом и с компаниями значительно расширились. Компании находят способы использовать эту информацию о потребителях, но это означает, что инновации, которые когда-то создавались по каналам B2B, теперь зачастую приходят из сообществ, в которых участвуют как клиенты, так и фирмы [2, с. 11].

Различные виды сообществ приобретают все большее значение во многих областях. Например, состоятельные люди, уставшие от навязчивых предложений фирм по управлению капиталом, создали сети, чтобы делиться друг с другом финансовыми советами и способами управления своими деньгами. Они обмениваются идеями и дают советы, а также совместно инвестируют или получают групповые скидки на услуги и товары. Программное обеспечение с открытым исходным кодом и онлайн-энциклопедия Википедия - это другие примеры того, как люди объединяются в сообщества для разработки новых продуктов.

Клиенты также зачастую берут на себя обязанность по информированию других покупателей о работе продавцов. Взаимоотношения и доверие всегда были важны, но в дополнение к укреплению доверия с помощью маркетинговых инициатив и реальной эффективности продаж в настоящее

время возникли рейтинговые системы, такие как рейтинги eBay. Покупатели оценивают продавцов после каждого взаимодействия (и продавцы также могут оценивать покупателей), предлагая покупателям совокупную систему показателей для оценки конкретного продавца.

Важность этого взаимодействия также проявляется в возможности предоставления рекомендаций. Недавние исследования показали, что готовность клиента направить другого потребителя в компанию и выступать в качестве защитника в продвижении компании является более четким признаком удовлетворенности клиентов и намного лучше, чем традиционные показатели удовлетворенности. Происходит переход от акцента на транзакциях к выстраиванию отношений с клиентами.

Благодаря электронному обмену данными (EDI) такие компании, как Procter&Gamble и Wal-Mart, изменили свои взаимоотношения, установив механизм обратной связи между реализацией и производством[3, с. 21]. Это размывало границы не только между фирмами, но и между управлением операциями, маркетингом, продажами, информационными технологиями, финансами и другими функциями внутри фирмы. С одной стороны, этот феномен позволяет обойти некоторые традиционные маркетинговые проблемы, но также он ставит новые задачи перед промышленным маркетингом.

Необходимо указать, что имеет место разрушение границ продуктов, услуг и потребительского опыта при переходе от индустриальной эпохи к бизнесу, основанному на знаниях. Многие из этих изменений отражают меняющийся характер бизнеса. В отличие от индустриальной модели прошлого, бизнес все больше основывается на использовании знаний. Это ставит перед компаниями совершенно иной набор задач. В отличие от промышленного рынка, ориентированного на поиск сырья и превращение его в готовую продукцию, повышение ценности за счет производства, здесь основное внимание уделяется повышению ценности за счет оказания услуг и управления опытом клиентов. Традиционная концепция фирмы подвергается сомнению благодаря аутсорсингу, стратегическим альянсам, расширению возможностей клиентов.

Эти изменения имеют значительные последствия для теории и практики делового и промышленного маркетинга. Переключение внимания с покупателей на управление отношениями между участниками бизнес-платформ, требует значительных преобразований в области промышленного маркетинга. Поскольку на бизнес-решения влияют не только клиенты, но и конечные потребители, дистрибьюторы, поставщики, сотрудники, акционеры и другие партнёры, маркетинговые концепции и подходы не должны ограничиваться покупателями, а должны применяться ко всем заинтересованным сторонам. В условиях растущего внимания к корпоративной социальной ответственности становится ясно, что компаниям необходимо разрабатывать стратегии, включая маркетинговые стратегии, которые учитывают потребности всех заинтересованных сторон, а не только покупателей. Таким образом, решения по промышленному маркетингу должны учитывать воздействие на конечных потребителей и другие заинтересованные

стороны. Их нельзя рассматривать изолированно, если компания хочет в полной мере понимать последствия своих стратегических решений и управлять ими.

При акцентировании особого внимания на взаимоотношениях как на потребительском, так и на промышленном рынках доверие и честная игра становятся еще более важными, чем при взаимодействии, ориентированном на транзакции.

На потребительском и промышленном рынках новые технологии помогли создать более широкие возможности для потребителей, что привело к изменению отношений между компаниями и заказчиками. Элвин Тоффлер назвал эту тенденцию появлением «просьюмера», представляющего собой объект сочетающий характеристики производителя и потребителя, но достижения в области технологий намного превосходят то, что представлял себе Тоффлер.

Вместо покупателей и продавцов мы видим модели сопродюсеров. Клиент в современной экономике - это не пассивный получатель товаров и услуг, а активный участник сотрудничества. Можно наблюдать аналогичные сдвиги и в производственных отношениях. В этой среде вместо простого предоставления стандартных товаров нам необходимо предоставить клиентам инструменты для учёта их собственных приоритетов. Dell, например, позволяет потребителям или промышленным покупателям модифицировать характеристики компьютеров. Компании могут использовать Интернет для предоставления покупателям поисковых систем и инструментов, которые предоставляют им сравнительную информацию, а также вспомогательных средств для принятия оптимальных решений о покупке [3, с. 20].

Вместо управления взаимоотношениями с клиентами нужно создать систему управления отношениями, в которой клиенты отвечают за руководство в данной области. В данном случае задачи маркетинга коренным образом изменятся. Некоторые компании неохотно признают правомочность потребителей, поскольку опасаются, что они сведут на нет преимущества информации и знаний, которые являются источником прибыли.

Тем не менее, другие компании понимают, что, предоставляя больше возможностей клиентам, компании могут выстраивать с ними более глубокие и прочные отношения и даже перекладывать часть затрат на клиента. Microsoft фактически получила субсидию от своих лучших клиентов и разработчиков, привлекая их к бета-тестированию.

Одним из наиболее значительных изменений в глобальных деловых отношениях стало появление аутсорсинга бизнес-процессов. Капитал бренда становится все более важным фактором, определяющим многие решения фирмы. Появление баз данных и достижения в области аналитики изменили как исследования, так и практику хозяйственной деятельности. Базы данных обо всех клиентах и потенциальных покупателях дали компаниям возможность создавать основанные на данных стратегии промышленного маркетинга, учитывающие поведение каждого конкретного покупателя. Однако информационные технологии продолжают развиваться, и веб-платформы для

взаимодействия трансформировали отношения между покупателями и продавцами как на потребительском, так и на промышленном рынках. Появление блогов изменило поток коммуникаций и повысило их неформальность, частоту и интенсивность. Мы также наблюдаем конвергенцию коммуникаций по различным каналам.

Возникли межорганизационные системы, в которых предприятия создают программное обеспечение, связывающее воедино покупателей и продавцов, компании и заказчиков.

Компании, работающие как на промышленном, так и на потребительском рынках, уделяют особое внимание измерениям, выходящим за рамки функциональных характеристик продукта и цены. Они объединяют продукты с услугами и все связанные с ними финансовые аспекты и концентрируются на формировании общего потребительского опыта – от предварительной покупки до использования и утилизации после покупки.

Большая часть маркетинга была разработана для условий функционирования экономики развитых стран. Однако подавляющее большинство населения мира проживает в развивающихся странах, и по данной причине нужны новые подходы, чтобы охватить их. С помощью новых моделей даже сегменты с низким доходом могут быть прибыльными. Эти рынки требуют переосмысления бизнес-моделей и моделей получения доходов, предложений продуктов и услуг, каналов сбыта и взаимоотношений. Развивающиеся рынки открывают огромные возможности, однако это также порождает проблемы в налаживании отношений с компаниями с различными культурами и методами ведения бизнеса.

В то время как маркетинговые соображения, очевидно, влияют на принятие решений о слияниях и поглощениях, маркетинговые исследования и моделирование в процессе слияния или поглощения используются крайне редко. Не менее тревожным является тот факт, что многие решения принимаются на основе интервью с фокус-группами или выборок, которые не обеспечивают требуемый уровень точности и достоверности.

Учитывая растущее внимание к рентабельности инвестиций, необходимо переосмыслить меры, которые используются для отслеживания и оценки инвестиций в промышленный маркетинг. Однако при сборе и анализе информации необходимо не только отслеживать деятельность фирмы по отношению к своим клиентам и потенциальным покупателям, но и учитывать характеристики основных партнёров существующих клиентов.

Список литературы:

1. Борисов, А. А. Методические подходы в интернет-маркетинге. Основные метрики и показатели эффективности рекламной кампании / А. А. Борисов // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2019. – № 2-1. – С. 49-52.

2. Дамари, Р. Маркетинг на предприятии / Р. Дамари // Маркетинг, –2021. – № 2. – С.6–11.

3. Кузьмин, Г. Коммуникационная политика торговой фирмы /Г. Кузьмин // Вопросы экономики,–2020. – № 6. – С.17–22.

4. Bass F.M., «Market segmentation: group versus individual behavior», by Bass, F.M., Tigert, D.J. and Lonsdale, R.T., Journal of Marketing Research, 2017. Vol. 5 No. 3, pp. 264-270.

5. Bitner M., Ostrom A., Morgan F. Service Blueprinting: A Practical Technique for Service Innovation // California Management Review. 2008, Vol. 50. Issue (3). P. 66–94.

6. Frederick E. Jr «Elevating marketing: marketing is dead! Long live marketing!», FE Webster, RF Lusch Journal of the Academy of Marketing Science 2018 41 (4), 389-399;

7. Reichheld F., Darnell D., Burns M. Net Promoter Score 3.0 // Harvard Business Review. 2021. Vol. 99. Issue 6. P. 83.

УДК 343.148

Афони́на Ю. А., обучающийся 4 курса, Колесникова Е. В., к.э.н., доцент
Afonina Yu. A., 4th year student, Kolesnikova E. V., Ph.D. Associate Professor

Институт экономики и управления ФГАОУ ВО
«КФУ им. В.И. Вернадского»
Institute of Economics and Management of
FGAOU VO «CFU named after V.I. Vernadsky»

**УЧЕТНО-АНАЛИТИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ
ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ
ACCOUNTING AND ANALYTICAL SUPPORT OF ECONOMIC SECURITY OF
THE ENTERPRISE**

Аннотация. Рассмотрено понятие и основные составляющие учетно-аналитического обеспечения экономической безопасности организации. Приведено отражение учетно-аналитического обеспечения экономической безопасности в учетной политике предприятия. Также изложены ключевые аспекты внутреннего аудита и внутрихозяйственного контроля в обеспечении экономической безопасности хозяйствующего субъекта.

Ключевые слова: экономическая безопасность, бухгалтерский учет, учетно-аналитический процесс, внутрихозяйственный контроль, внутренний аудит.

Annotation. The concept and main components of accounting and analytical support for the economic security of an enterprise are considered. The reflection of accounting and analytical support for economic security in the accounting policy of the enterprise is given. The key aspects of internal audit and internal control in ensuring the economic security of the enterprise are also outlined.

Key words: economic security, accounting, accounting and analytical process, on-farm control, internal audit

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что проблема учетно-аналитического обеспечения экономической безопасности организации стоит перед всеми участниками экономических отношений, особенно в период кризиса. Предприятия принимают непосредственное участие в формировании экономики государства, что оказывает влияние на экономическую безопасность страны. На уровне государства создается экономическая основа развития приоритетных хозяйственных отраслей и сконцентрированы интересы собственников бизнеса, соответственно, важная роль отводится учетно-аналитическому обеспечению экономической безопасности экономических субъектов.

Эффективность управления организацией зависит во многом от своевременности и достоверности предоставления пользователям экономической информации, которая базируется на основе учетных данных. В процессе ведения бухгалтерского учета у организации возникают соответствующие риски, которые целесообразно относить к информационным типам рисков. Бухгалтерский учет как единая информационная система обеспечивает возможность формирования учетно-аналитической информации о предприятии и позволяет ее пользователям оценить реальное состояние финансово-хозяйственной деятельности.

Учетно-аналитическое обеспечение экономической безопасности представляет собой совокупность взаимосвязанных аспектов учетной, контрольной, аналитической и аудиторской информации предприятия, необходимой для обеспечения принятия управленческих решений с целью предотвращения угроз и рисков его развития в текущем и планируемом периодах [1, с. 127].

Систему учетно-аналитического обеспечения экономической безопасности компании целесообразно формировать на стадии ее создания. Система бухгалтерского учета должна отражать специфику ее деятельности и быть всегда адаптированной к информационным потребностям. Руководству и собственникам предприятия необходимо контролировать работу бухгалтерии, а также своевременно корректировать задачи внутрихозяйственного контроля учетно-аналитического процесса, решение которых нацелено на обеспечение экономической безопасности и эффективное развитие бизнеса.

В сфере экономической безопасности бухгалтерский учет является компонентом информационной системы управления предприятием, он представлен подсистемами управленческого, финансового, оперативного, статистического, стратегического, налогового и прочих видов учета. Риски в учетно-аналитическом процессе подлежат управлению. Для их снижения осуществляется подготовка и реализация определенных мероприятий, позволяющих уменьшить вероятность ошибочного решения и минимизировать возможные нежелательные последствия негативного развития событий при реализации принятых управленческих решений.

Эффективная организация бухгалтерского учета организации во многом позволяет снизить угрозы ее экономической безопасности. Особенности системы бухгалтерского учета хозяйствующего субъекта находят свое отражение в учетной политике.

Учетная политика организации представляет собой принятую экономическим субъектом совокупность способов отражения и ведения бухгалтерского учета, которая включает стоимостное измерение, первичное наблюдение, текущую группировку, а также итоговое обобщение фактических данных хозяйственной деятельности [4, с. 29]. Существенными являются способы ведения финансового учета, без информации о применении которых, пользователями бухгалтерской отчетности не может быть проведена достоверная оценка финансового состояния, движения денежных ресурсов либо финансовых результатов деятельности компании с целью оценки ее экономической безопасности.

Учётная политика организации формируется в результате выбора способов и методов ведения бухгалтерского, а также налогового учёта из за альтернативных, допускаемых стандартами, общепризнанными в учете. Если стандартами данные способы ведения учёта относительно каких-либо объектов не установлены, то компания сама разрабатывает соответствующие учетные процедуры, исходя из норм законодательства. Основными составляющими учетной политики организации являются следующие элементы:

- рабочий план счетов, который включает синтетические, а также аналитические счета бухгалтерского учета, необходимые для учетного процесса, в соответствии с нормами своевременности и полноты ведения учета и составления отчетности;

- формы первичных документов, используемые с целью оформления совершенных операций в хозяйственной деятельности предприятия, по которым отсутствуют типовые разработанные формы первичных документов учета и формы документов внутренней финансовой отчетности;

- правила проведения инвентаризации активов, а также обязательств организации;

- методы и способы оценки активов и обязательств;

- порядок документооборота и технология обработки финансовой учетной информации предприятия;

- правила контроля за проведенными хозяйственными операциями;

- прочие решения, необходимые для ведения бухгалтерского учета.

При формировании в организации учетной политики по конкретному направлению бухгалтерского учета производится выбор одного способа учета из нескольких, которые допускаются законодательством по бухгалтерскому учету. В случае, если по конкретному учетному вопросу в законодательных документах не определены способы ведения финансового учета, то в процессе разработки учетной политики производится оформление предприятием соответствующего способа согласно требованиям положений по финансовому учету.

Для внутренних пользователей и целей управленческого учета в учетную политику следует включить такие составляющие, как: общие положения относительно управленческой структуры компании; рабочий план счетов организации для пользователей сферы управленческого учёта; классификацию и состав расходов; способы и методы учёта расходов и калькулирования себестоимости; правила ценообразования; фиксацию даты получения дохода; период списания стоимости основных фондов; установление лимита стоимости имущества; включаемого в материально-производственные запасы, внутренняя управленческая отчётность и система бюджетирования. Содержание и состав подлежащей раскрытию в финансовой отчетности информации, относительно учетной политики предприятия, по конкретным вопросам финансового учета устанавливаются соответствующими положениями и стандартами бухгалтерского учета.

Смысл учетной политики компании сводится к обеспечению отражения и формированию в учете оптимальных показателей финансовых результатов хозяйствования. Финансово-хозяйственная деятельность хозяйствующего субъекта может быть отражена по-разному, например, без нарушения принципов и правил учета, но с выделением одних аспектов и нивелированием других факторов. При разделении финансового, налогового и управленческого учета данные возможности учетной политики имеют первостепенное значение в рамках учетно-аналитического обеспечения экономической безопасности предприятия [3, с. 62].

Поскольку система рассмотренных элементов управленческой политики отражает возможность группировки информации относительно происходящих явлений и процессов в организации и создания условий применения данной информации в целях оперативного управления, то состав рассмотренных элементов учетной политики организации для управленческого учета даст возможность специалистам и руководителям оценить деятельность своего предприятия и принимать эффективные управленческие решения в отношении обеспечения его экономической безопасности.

Еще недавно мало кто из глав российских компаний уделял внимание внутреннему аудиту и внутривладельческому контролю, не имея четкого понимания роли самостоятельной проверки финансовой и хозяйственной деятельности для экономической безопасности хозяйствующего субъекта. Но сегодня наметилась устойчивая тенденция – руководители все больше заинтересованы в создании собственных служб и проведении аудита на своих предприятиях. Внутренний аудит бизнеса является эффективным инструментом, позволяющим получить информацию о результативности работы отделов и структурных единиц организации в рамках оценки экономической безопасности. Также такие проверки помогают защитить интересы собственников компании. Руководящие органы могут поставить перед аудиторами следующие задачи:

- предоставлять сведения о финансово-хозяйственных процессах;
- обеспечивать эффективное взаимодействие с другими компаниями;
- предупреждать возможные нарушения;

- оказывать содействие в уменьшении количества потерь финансов.

Основные задачи, которые на предприятии решает внутренний аудит в аспекте экономической безопасности:

- оценка системы внутреннего контроля на достоверность информации, соблюдение требований законодательства;
- проведение анализа и оценка эффективности;
- предложение принципов уменьшения рисков;
- оценка соответствий систем управления.

Для руководства экономического субъекта аудит имеет важнейшее значение, он содействует повышению эффективности административных функций, оптимизации управленческой деятельности и стимулирует руководство к исполнению обязанностей. Благодаря тому, что аудит позволяет провести оценку успешности работы подразделений организации, происходит повышение уровня контроля и корпоративного управления, что в конечном итоге способствует достижению целей и задач, поставленных перед предприятием [5, с. 49].

Внутренний аудит бизнеса появился как инструмент повышения достоверности данных о финансовой деятельности субъекта хозяйствования. Также такого рода проверки контролировали точность и правильность расчета налогов. Но сегодня функциональность аудита расширилась, и он способен выполнять целый ряд ключевых задач, от которых напрямую зависит деятельность компании. Внутренний аудит бизнеса позволяет оценить надежность и эффективность собственных надзорных систем предприятия, при этом речь идет не только о финансовом контроле, но и управленческом или контроле соблюдения процессов и процедур, происходящих в структурах организации. Также внутренний аудит бизнеса позволяет отслеживать действенность политики, установленной на предприятии. Такие проверки также имеют функцию контроля и управления рисками, которые возникают перед компанией в процессе финансово-хозяйственной деятельности, например, при внедрении новых информационных систем, или выводе на рынок очередной линейки товаров.

Аудит выполняет и задачу по контролю корпоративного управления. Главное отличие внутреннего аудита бизнеса от внешнего в том, что второй представляет собой оценку только финансовых показателей фирмы, первый же направлен на содействие руководству в достижении поставленных целей и задач. Таким образом, внутренний аудит бизнеса ориентирован на будущее предприятия, оценивая реальную деятельность которого эксперты представляют руководству полноценный отчет. Опираясь на данные из этого отчета, администрация организации может планировать ее функционирование в перспективе. Главными заказчиками внутреннего аудита, как правило, являются собственники компании и высшее звено ее руководителей.

Высшее руководство организации, как правило, склонно воспринимать внутренний аудит бизнеса как инструмент оценки контроля предприятия, то есть администрация может пытаться сопрягать такую проверку с функциями, решающими внутренние задачи по построению системы управления и надзора.

Это ошибочный подход, так как подобное отношение вынуждает аудиторов оценивать механизмы, разработанные и внедренные ими же, в результате чего эксперты при своей деятельности могут показать неверные и необъективные данные [2, с. 96].

И внутренний аудит, и внутренний контроль имеют общую цель – осуществление надзора над финансами и обеспечение экономической безопасности экономического субъекта. Но при этом эти два аспекта инспекционной деятельности не являются синонимами, у аудита и контроля различные задачи. Под аудитом понимается независимая проверка финансовой деятельности компании, бухгалтерских отчетов, составление итоговой оценки достоверности финансовых отчетов, их соответствие законодательству, а также проверяются требования по ведению учета на предприятии. Аудит включает в себя не только контроль над финансовой стороной функционирования фирмы и формирование отчета по ней, но и содержит сформулированные предложения по рационализации и оптимизации хозяйственной деятельности для увеличения прибыли.

Внутренний контроль предназначен для оценки финансовых показателей предприятия с целью их улучшения, также он решает задачи отслеживания эффективности и обоснованности расходования финансовых средств. Внутренний контроль необходим для упорядочивания ведения дел, надзора за процессами, принятыми в компании, выявления проблем в структуре организации и их устранения. Также контроль применяется для обеспечения достоверности информации в рамках экономической безопасности предприятия [6, с. 93].

Можно сказать, что внутренний аудит – мероприятия по проверке финансов. Результатом этих действий является мнение о достоверности финансовых показателей и предложения по увеличению прибыли. А внутренний контроль – процедура по отслеживанию внутренних финансовых дел компании с целью улучшения их состояния, а также сокращению и рационализации расходов. Внутренний аудит и контроль дополняют друг друга. В результате формируется отчет, позволяющий руководителям увидеть реальное положение дел в финансово-хозяйственной активности компании и на основе этих данных строить политику по увеличению прибыли, оптимизируя различные внутренние процессы и объективно оценивая эффективность вложения средств, их расходование и рациональность тех или иных изменений в управлении, а также экономической деятельности предприятия.

Внутренний аудит бизнеса и контроль в крупных фирмах, помимо основной, выполняют задачу по предоставлению высшему руководству компании информации по финансовой деятельности всей структуры в полном объеме. Основными задачами аудита являются:

- сохранение независимости, непредвзятости и объективности при проведении проверок;
- сбор и анализ максимального количества информации;
- составление мнения, учитывающего все имеющееся недочеты и содержащего рекомендации по их устранению;

- подтверждение или опровержение реальности данных, представленных в отчетности.

В отличие от аудита, круг вопросов для внутреннего контроля устанавливается руководством, поэтому его имеет смысл проводить тогда, когда менеджеры компании четко определяют цели и задачи и составляют план работы. На основе этих планов формируются базовые пункты внутреннего контроля, среди которых могут быть такие мероприятия:

- отслеживание эффективности и целесообразности расходования средств (заемных, собственных и привлеченных);
- анализ и сопоставление фактических результатов с прогнозируемыми;
- контроль за финансовым состоянием предприятия;
- финансовая оценка результатов вложения средств.

Аудит предоставляет итоговые сведения проверки отчетности, а контроль – предварительные данные по результатам проверок, предшествующих аудиту. Аудит и контроль дополняют друг друга, позволяя получить наиболее точный отчет по деятельности компании и в итоге понять картину ее реального финансового состояния. Для максимально результативной финансовой деятельности организации внутренний аудит и контроль должны выполняться своевременно, благодаря чему у руководства всегда будут достоверные и реальные данные по работе фирмы, что поможет улучшить ее финансовые показатели и повысить экономическую безопасность.

Таким образом, эффективная организация бухгалтерского учета, внутреннего аудита и внутрихозяйственного контроля позволяет обеспечивать экономическую безопасность предприятия, сохранность его активов, а также формировать достоверную информацию для управленческого учета.

Список литературы:

1. Гезиханов Р.А. Учетно-аналитическое обеспечение экономической безопасности организации // Экономическая безопасность. – 2022. – Том 5. – № 1. – С. 125-142.
2. Дерновая О.С. Внутренний аудит и внутренний контроль // Terra Economicus. – 2021. – № 2. – С. 94–97.
3. Калеменова, Е.Е. Механизмы и инструменты создания эффективной системы экономической безопасности предприятия / Е.Е. Калеменова. – Текст: непосредственный // Молодой ученый. – 2020. – № 34 (324). – С. 60-63.
4. Крамаренко, А.С. Концепция обеспечения экономической безопасности предприятия / А.С. Крамаренко // Наука XXI века. – 2021. – № 3. – С. 28-31.
5. Мамушкина Н. В. Внутренний аудит как эффективный метод управления организацией в системе обеспечения экономической безопасности // Вестник НГИЭИ. – 2020. – № 1. – С. 48-62.
6. Сажина, С.С., Таралина В.В. Внутренний контроль и экономическая безопасность предприятия / С.С. Сажина, В.В. Таралина. // Молодой ученый. – 2022. – № 26. – с. 93–95.

Байназарова Р.З., генеральный директор ГК «ИремельОтель»
Bainazarova R. Z., General Director, Iremelotel Group of Companies

Гостиничный комплекс «Иремель-Отель»
Iremel-Hotel Hotel Complex

**АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ ФАКТОРОВ НА РЕЗУЛЬТАТИВНОСТЬ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**
ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF FACTORS ON THE EFFECTIVENESS OF
ACTIVITIES

Аннотация. В статье рассматривается позитивное, нейтральное и негативное влияние внутренних и внешних факторов на результативность деятельности компании. Автор проводит анализ фактора личного вклада сотрудников, позволяющий компании достигать выдающихся результатов, расти и развиваться быстрее других компаний отрасли. Интенсивность личного вклада зависит от персональных навыков управления своим рабочим временем, самоорганизации и самоконтроля. Правильность направления усилий определяется пониманием и правильным выбором приоритетов деятельности

Ключевые слова: результативность, управленческие процессы, внешние и внутренние факторы, мотивирование, личный вклад, стимулирование, управленческие функции

Annotation. The article examines the positive, neutral and negative impact of internal and external factors on the company's performance. The author analyzes the factor of personal contribution of employees, which allows the company to achieve outstanding results, grow and develop faster than other companies in the industry. The intensity of personal contribution depends on personal skills of managing your working time, self-organization and self-control. The correctness of the direction of efforts is determined by understanding and choosing the right priorities of activity

Keywords: effectiveness, management processes, external and internal factors, motivation, personal contribution, stimulation, management functions

На результативность любой деятельности, в том числе производственной, административной, коммерческой, оказывают влияние как внешние, так и внутренние факторы.

Внешние факторы – факторы, которые компания изменить не может, но должна постоянно учитывать при принятии решений. Компания не может влиять на состояние внешних факторов, для нее они являются возможностями и угрозами.

К внешним факторам можно отнести:

- клиенты компании и их действия;
- конкуренты компании и их активность;

- деятельность поставщиков компании;
- общее состояние экономики;
- общее состояние политической системы;
- законодательство и т.д.

Для каждой организации в отрасли внешние факторы играют роль возможностей и угроз. Как правило, воздействие внешних факторов является ограничивающим возможности или негативным, однако оно же является общими «правилами» развития рынка. Под воздействием данных факторов во многом формируется рынок отрасли или сегмента.

Внутренние факторы представляют собой существенные обстоятельства, которые в значительной степени поддаются управляющему воздействию со стороны организации. Описывая компанию, внутренние факторы представляют собой ее сильные и слабые стороны.

К внутренним факторам можно отнести: наличие целей и долгосрочных планов развития компании; структура компании; культура компании; используемые компанией технологии и процессы; используемые компанией приемы и методы работы; обеспеченность компании финансовыми ресурсами и человеческими ресурсами.[1]

В зависимости от того, каковы внутренние факторы компании, они могут оказывать как позитивное воздействие на рост результативности, так и нейтральное или негативное. Внутренние факторы составляют материальный и нематериальный капитал компании.

В любой отрасли организациями используются схожие технологии и ресурсы, а их деятельность осуществляется под воздействием идентичных внешних условий. Таким образом, воздействие внешних и внутренних факторов на все компании отрасли имеет схожий характер, однако при этом результативность организаций различна. Таким образом, проявляется воздействие фактора личного вклада на результативность компании.

Личный вклад – это совокупность знаний, умений и привычек, которые человек приобретает и развивает на протяжении всей своей жизни. Он определяет уникальность каждого человека, влияет на его поведение, на то, как он видит мир и взаимодействует с ним. Личный вклад важен не только для самоутверждения, но и для того, чтобы стать востребованным и успешным в различных областях жизни.

Оценить личный вклад может быть сложно, потому что он не всегда явно выражен и измерим. Однако, можно определить некоторые ключевые критерии, которые позволяют понять, насколько человек вносит вклад в различные сферы жизни. Важным фактором является личный опыт, который включает в себя знания, умения и навыки. Ещё одним критерием является творческий потенциал, который определяет способность человека к развитию и созданию чего-то нового.[2]

Фактор личного вклада представляет собой совокупность тех усилий, которые все сотрудники компании прикладывают к работе для достижения высоких результатов.

Единственный фактор, оказывающий влияние на результат, который в компаниях имеет существенные различия – это личный вклад сотрудников. Именно личный вклад сотрудников во многом позволяет компании достигать выдающихся результатов, расти и развиваться быстрее других компаний отрасли.

Личный вклад каждого сотрудника имеет три основные характеристики:

- интенсивность прилагаемых усилий;
- направление прилагаемых усилий;
- качество прилагаемых усилий.

Если говорить об оценке личного вклада сотрудника, тогда нужно представить 5 этапов:

1 этап - Определение ожиданий. В начале года руководитель встречается с сотрудником с целью обсуждения ключевых ожиданий от деятельности сотрудника. Ожидания формулируются в контексте демонстрации сотрудником приверженности ценностям компании в процессе работы.

2 этап - Мониторинг и обратная связь. В течении первого полугодия руководитель фиксирует конкретные примеры работы сотрудника и предоставляет сотруднику формальную или неформальную обратную связь.

3 этап - Промежуточная оценка. Сотрудник заполняет форму самооценки и договаривается о встрече с руководителем. Руководитель проводит с сотрудником формальное обсуждение личного вклада на базе конкретных примеров, формирует взаимное понимание эффективности и обсуждает ее повышение. Сотрудник вносит результаты оценки в форму оценки и обратной связи, после чего они утверждаются руководителем.

4 этап - Мониторинг и обратная связь. В течении второго полугодия руководитель фиксирует конкретные примеры работы сотрудника и предоставляет сотруднику формальную или неформальную обратную связь.

5 этап - Итоговая оценка. Сотрудник заполняет форму самооценки и договаривается о встрече с руководителем. При необходимости руководитель получает обратную связь от коллег, в случае если сотрудник тесно взаимодействовал с ними в течении года. Руководитель проводит с сотрудником формальное обсуждение личного вклада на базе конкретных примеров, формирует взаимное понимание результатов личной эффективности. Сотрудник вносит результаты оценки в форму оценки и обратной связи.[3]

Повышение результативности возможно за счет увеличения характеристик личного вклада. Возможности роста результативности за счет данной характеристики личного вклада существенно ограничены рабочим временем и физическими возможностями человека.

Интенсивность личного вклада зависит от персональных навыков управления своим рабочим временем, самоорганизации и самоконтроля. Правильность направления усилий определяется пониманием и правильным выбором приоритетов деятельности. Ошибка в определении приоритетов оборачивается несвоевременными и нерациональными усилиями, то есть работой «впустую». Следование корпоративному курсу, понимание целей и задач, приоритетов в своих обязанностях позволяет сотруднику точно

направлять свои усилия. Потенциал роста результативности за счет изменения данной характеристики практически не ограничен.

Вклад может быть качественным или количественным. Количественный личный вклад измеряется в рамках конкретной задачи или проекта, например, количество выполненных заданий или объем работы, которую человек произвел. Качественный личный вклад оценивается по критериям, связанным с личностными качествами, навыками и умениями, которые приносит человек в работу команды.

Качество личного вклада прямым образом влияет на результативность деятельности, на качество усилий влияет профессионализм, ориентация на результат, способность действовать в сложных ситуациях и решать возникающие проблемы. Характеристики личного вклада сотрудника компании зависят от его знаний, навыков, опыта, профессионализма. Сумма профессиональных знаний, деловых и личных качеств человека принято называть компетентностью. Чем выше компетентность, тем результативнее личный вклад.[4]

Участвуя в управленческих процессах, каждый руководитель (независимо от уровня в иерархии и масштаба управления) выполняет пять специфических взаимосвязанных управленческих функций:

- планирование,
- организация,
- контроль,
- развитие,
- мотивация.

Более подробно остановимся на функции мотивации. Обсуждая трудовую мотивацию (причины, по которым работник действует тем или иным образом в процессе труда) необходимо понимать и различать понятия «потребности» и «мотивы».

Все мотивы условно делят на мотивы стремления к цели и мотивы избегания неприятностей. Каждая из групп мотивов может проявляться в трех сферах: труде, семье, социальной жизни.

К мотивам стремления к цели можно отнести все идеи работника по достижению новых условий жизни и труда, материальные стремления, желание повысить социальный и профессиональный статус, достичь успеха в работе, творчестве, жизни в целом.

К мотивам избегания неприятностей можно отнести все идеи работника, направленные на сохранение текущего положения дел, страхи изменений, избегание конфликтов и ответственности.

В работе руководителя следует отличать мотивирование от внешне похожего способа воздействия на подчиненного – стимулирования.

Стимулирование – метод воздействия на подчиненных, при котором источником дальнейшей активности сотрудника является руководитель.

Мотивирование – метод воздействия на подчиненных, при котором источником дальнейшей активности сотрудника является он сам.[6]

Таблица 1. Отличительные черты мотивирования и стимулирования

	Мотивирование	Стимулирование
Источник дальнейшей активности	Подчиненный	Руководитель
Способ вовлечения	Через внутренние факторы – индивидуальные потребности сотрудника	Через внешние факторы – стимулы, организационный ресурс
Действия руководителя	Диалог Прояснение потребностей сотрудника Объединение задач и потребностей	Воздействие внешними условиями – поощрением или наказанием
Результат	Сотрудник заинтересован в выполнении задач	Сотрудник заинтересован в получении или избегании стимула через выполнение задачи

Позитивное подкрепление (вознаграждение) – действия, которые могут привести к повторению нужного поведения. Вознаграждение работника для удовлетворения потребности и получение желаемого мотиватора вызывает повышение удовлетворенности трудом и повышение мотивации. Чередование воздействия на различные мотиваторы необходимо для исключения чувства пресыщения и последующего безразличного отношения к стимулам.[5]

Негативное подкрепление (наказание) – действия, которые могут привести к подавлению негативного поведения. Наказание имеет отношение к базовым факторам мотивации и означает для работника лишение какого-либо из них. Наказанием является штраф – лишение денег, ужесточение стиля руководства – ухудшение отношений с руководителем, ужесточение контроля и ухудшение условий труда, изменение системы компенсаций – непредоставление отпуска или отгула в желаемое работником время и т.д.

Список литературы

1. Байназарова Р.З. Современные проблемы трудовой мотивации // Устойчивое развитие региона: проблемы и тенденции : материалы международной научно-практической конференции. Лип., 29 апр., 2022 – Липецк : Изд-во Липецкого государственного технического университета, 2022. С. 297-300.
2. Байназарова Р.З. Инструменты оценки трудовой мотивации персонала // Всероссийская научно-практическая конференция с международным участием «Социальная работа и социальное благополучие в изменяющемся обществе» Смоленск, Россия 29 - 30 Июня 2022.
3. Кузнецова Е.В. Управление стрессом персонала в современных условиях SHIVA-мира // Экономика и управление: научно-практический журнал. – 2023. – № 5(173). – С. 111-115.
4. Мусина, Л. М. Продвижение STEM-образования в России // Образовательное пространство в информационную эпоху : Сборник научных статей Международной научно-практической конференции, Москва, 07–08

июня 2022 года / Москва: Институт стратегии развития образования Российской академии образования, 2022. – С. 155-159.

5. Institutionalization of the innovative scenario of development of the country: modern state policy of innovations / R. Sibagatullina, F. Ibyatov, L. Sultanova [et al.] // Man-Power-Law-Governance: Interdisciplinary Approaches : To the 100th anniversary of the State University of Management, Москва, 24–25 сентября 2019 года / Edited by Irina S. Karabulatova. Vol. 374.

6. Romanova, N. V. Digitalization of higher education in the context of information inequality // Journal of Physics: Conference Series, Krasnoyarsk, 08–09 октября 2020 года / Krasnoyarsk Science and Technology City Hall. Vol. 1691. – Krasnoyarsk, Russian Federation: IOP Publishing Limited, 2020. – P. 12099.

УДК 657

Бастракова Е.А., обучающаяся 3 курса
Bastrakova E.A., 3rd year student

Научный руководитель: Леухина Т.Л., к.э.н., доцент
Scientific supervisor: Leukhina T.L., Ph.D. Associate Professor

ФГБОУ ВО «Поволжский государственный технологический университет»
Volga State Technological University

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ УЧЕТА ВАЛЮТНЫХ СРЕДСТВ THEORETICAL FOUNDATIONS OF CURRENCY ACCOUNTING

Аннотация: В данной статье рассматривается процесс учета валютных операций, его особенности и актуальные вопросы. Основное внимание уделяется правовым аспектам проведения валютных операций и их регулированию со стороны законодательства. Также описываются основные виды валютных операций и примеры их учета. Обобщив весь материал будет изложена условная методика учета.

Ключевые слова: валютные операции, иностранная валюта, бухгалтерский учет, курсовая разница, нормативная база.

Abstract: This article discusses the process of accounting for currency transactions, its features and topical issues. The main attention is paid to the legal aspects of currency transactions and their regulation by legislation. It also describes the main types of currency transactions and examples of their accounting. Summarizing all the material, a conditional accounting methodology will be outlined.

Keywords: currency transactions, foreign currency, accounting, exchange rate difference, regulatory framework.

В современном мире международные экономические отношения играют важную роль в развитии национальных экономик. Одним из ключевых элементов этих отношений являются валютные операции, которые

представляют собой обмен одной валюты на другую. Учет валютных операций является неотъемлемой частью финансовой деятельности любого предприятия, работающего на международном рынке.

Целью работы является изучение взглядов современных ученых, касающихся рассмотрения теоретического аспекта учета валютных операций и рассмотреть основные моменты нормативной базы и вывести методику учета валютных операций. Основной задачей данного изучения является анализ нормативной базы рассматриваемой темы.

В первую очередь стоит уделить внимание на счет бухгалтерского учета в интересующей нас операции. Денежные средства в иностранных валютах, находящиеся на валютных счетах организации в кредитных организациях на территории России и за ее пределами, учитываются на бухгалтерском счете 52 «Валютные счета». Счет 52 отражается по дебету данного счета при поступлении денежных средств и по кредиту при списании денежных средств. Ошибки, обнаруженные в выписках кредитной организации, фиксируются на счете 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами». Бухгалтерские операции по валютным счетам подтверждаются выписками кредитной организации и прилагающимися к ним расчетными документами. К счету 52 могут быть открыты дополнительные субсчета для разделения учета по разным валютам (52.1 "Валютные счета внутри страны", 52.2 "Валютные счета за рубежом"). Аналитический учет по каждому валютному счету ведется отдельно.

Валютными операциями считаются те, которые приводят к появлению, изменению или исчезновению обязательств и требований с валютной оценкой, включая те, что оплачиваются в рублях. Это соответствует пунктам 1, 4, 7 стандарта бухгалтерского учета ПБУ 3/2006 «Учет обязательств и требований с валютной оценкой», Приложению к ПБУ 3/2006, пунктам 8 статьи 271, пункту 10 статьи 272 Налогового Кодекса РФ.

В некоторых случаях для проведения платежа или поступления оплаты на счет необходимо провести конверсионную операцию. Эти операции также относятся к валютным. Конверсионная операция представляет собой обмен списываемой со счета или поступающей валюты на другую иностранную валюту с использованием согласованного с банком кросс-курса для осуществления платежа или поступления средств в валюте, которая отличается от валюты счета.

Валютные операции следует отражать в бухгалтерском учёте с помощью записей в рублях. Для этого суммы, выраженные в иностранной валюте, необходимо переводить в рубли. Если сумма операции должна быть оплачена в иностранной валюте, она также должна быть отражена в иностранной валюте (пункты 4, 7 и 20 ПБУ 3/2006).

Для конвертации сумм валютных операций в рубли используются следующие методы (пункты 5, 6 и 9 ПБУ 3/2006):

- Курс обмена валюты на дату перевода (получения) денежных средств, если речь идет о предоплате (авансе, залоге).

-Курс обмена на дату валютной операции, если сумма превышает сумму предоплаты (аванса, залога).

Обычно используется официальный курс Центрального банка России. Однако если договор заключен в условных единицах и устанавливает курс, отличающийся от официального, то используется этот курс.

Валютные обязательства и требования в бухгалтерском учете переоцениваются следующим образом: каждую отчетную дату и дату погашения (частичного погашения) сумма обязательства или требования в иностранной валюте переводится в рубли по курсу Центрального банка, актуальному на момент переоценки. Если в договоре в условных единицах предусмотрен иной курс для конвертации, то используется он (пункты с 5 по 8 стандарта бухгалтерского учета 3/2006). Эта операция может вызвать курсовую разницу, которая обычно включается в прочие доходы или расходы (пункты с 11 по 13 стандарта бухгалтерского учета 3/2006).

Если курс фиксируется в договоре или дополнительном соглашении сторон сделки в условных единицах, все операции после фиксации курса (начиная с момента заключения договора или дополнительного соглашения, либо наступления определенного события или даты) учитываются по этому фиксированному курсу. После фиксации курса курсовые разницы не возникают, при условии, что на момент фиксации все обязательства (или требования) пересчитываются по фиксированному курсу.

Вопросы в области учета валютных операций отражены в следующих научных статьях:

Бышок К.А. в своей статье «Теоретические основы бухгалтерского учета валютных операций» [3] согласно федеральному закону №173-ФЗ [1] исследует понятия и виды валютных операций в системе бухгалтерского учета РФ.

Автор начинает свою статью, указывая, что при осуществлении экономической деятельности предприятия часто сталкиваются с необходимостью проведения финансовых операций в национальных и иностранных валютах. Это включает в себя выплаты контрагентам, выдачу валюты для покрытия расходов сотрудников в командировках и выплату кредитов. Важно учитывать, что выполнение валютных операций не всегда разрешено и требует специальной документации.

Термин "валютные операции" означает серию действий, которые выполняют резиденты и нерезиденты с валютой и ценными бумагами через различные виды сделок. Эти операции характеризуются перемещением валюты, включая передачу права собственности на нее или ее физическое перемещение. На сегодняшний день существует несколько видов валютных операций, которые можно классифицировать по различным признакам: по срокам выполнения (капитальные, текущие, кассовые), по участникам (осуществляемые резидентами или нерезидентами) и по характеру (активные или пассивные).

На основе перечисленных видов валютных операций можно выделить следующие:

- Операции с денежными средствами на валютных счетах в банках.

- Установление корреспондентских отношений с другими финансовыми учреждениями.

- Оформление валютных операций в рамках экспорта и импорта товаров и услуг.

- Покупка и продажа валюты на внутреннем рынке России.

- Накопление валютных резервов внутри страны.

- Получение кредитов на международном финансовом рынке.

Согласно п. 6 ст. 1 Закона №173-ФЗ, участниками валютных операций могут быть следующие категории. Нерезидентами в валютных операциях считаются: юридические лица, зарегистрированные в соответствии с законодательством иностранных государств, включая их филиалы и представительства на территории России; иностранные граждане без постоянного вида на жительство в России. Резидентами в валютных операциях признаются: все граждане России; иностранные граждане, у которых есть вид на жительство в РФ; юридические лица, которые зарегистрированы в РФ по российскому законодательству. К субъектам относятся уполномоченные банки, также известные как валютные банки или банки-агенты, они являются финансовыми организациями, которые проводят валютные операции на основании лицензий, выданных Центральным банком.

Автор делает акцент на том, что валютные операции и их ограничения зависят непосредственно от участников этих операций. Взаимодействие между лицами, признанными нерезидентами, не подвергается каким-либо ограничениям. Есть некоторые исключения в рамках антимонопольного законодательства, которые применяются к валютным операциям, проводимым на территории России. Совершение валютных операций между нерезидентами и резидентами также не подвергается ограничениям. Однако стоит отметить, что валютные операции между резидентами запрещены, за исключением следующих случаев:

- Валютные операции между предприятием и банками с целью получения валютных кредитов в коммерческих банках РФ.

- Внесение и снятие валюты с текущего счета.

- Покупка векселей у банков.

- Уплата банку комиссионного вознаграждения в иностранной валюте.

- Продажа товаров в магазинах беспошлинной торговли.

- Расчеты в валюте между российскими предприятиями, если одно из них - импортер или экспортер, а другое - посредник по импорту или экспорту.

- Платежи в валюте российским транспортным компаниям за перевозку экспортных и импортных грузов.

- Выплаты в иностранной валюте персоналу при их направлении в зарубежную командировку.

Таким образом, автор делает вывод, что все счета в иностранной валюте лучше вести отдельно на специально открытых субсчетах соответствующих счетов бухгалтерского учета. Кроме стандартных составляющих учетных записей на этих субсчетах необходимо учитывать валютные курсы,

используемые для пересчета в рублях хозяйственных операций, отраженных в этих записях.

Матюнина М.В. в своей статье «Теоретические аспекты бухгалтерского учета валютных операций» [4] описывает операции с иностранной валютой и определяет их учетную специфику. Помимо этого, приводится анализ нормативной базы по учету валюты в РФ.

Законодательство в области бухгалтерского учета включает в себя следующие законодательные акты: федеральные законы, указы президента Российской Федерации, постановления правительства, приказы Министерства Финансов Российской Федерации и другие нормативные правовые акты. Бухгалтерский учет обязательств, активов, результатов хозяйственной деятельности и процессов осуществляется в рублях, валюте Российской Федерации. Автор подчеркивает, что предприниматели могут работать с зарубежными партнерами, и в таком случае им не избежать валютных операций, таких как покупка и продажа валюты. Эти процессы регулируются Федеральным законом №173-ФЗ о валютном регулировании, и должны выполняться с соблюдением норм валютного контроля. Операции с иностранной валютой регулируются Федеральным законом от 10.12.2003 №173-ФЗ «О валютном регулировании и валютном контроле». Кроме того, пересчет иностранной валюты производится по курсу Центрального банка Российской Федерации на дату совершения операции. Согласно статье 6 закона №173-ФЗ операции с иностранной валютой между резидентами и нерезидентами осуществляются без ограничений. Все операции должны быть зафиксированы в бухгалтерском учете в рублях на основе курса, действующего на момент операции.

Однако, автор отмечает о том, что присутствуют исключения согласно статье 9 закона №173-ФЗ, так операции в иностранной валюте разрешены между резидентами и уполномоченными банками. Они включают:

- Операции, связанные с банковскими гарантиями, включая выполнение обязательств по договорам залога и поручительства.

- Получение резидентами векселей от наделенных полномочиями банков, их представление к платежу и получение платежа.

- Приобретение и возврат займов, оплата процентов и штрафных санкций в соответствии с определенными договорами.

- Оплата комиссионного вознаграждения уполномоченным банкам.

- Внесение и получение денежных средств на банковские счета (как срочные, так и до востребования).

- Другие операции в иностранной валюте, отнесенные к банковским процедурам согласно законодательству РФ.

Кроме того, запрет не распространяется на юридические лица - представителей, имеющих право свободно производить операции в иностранной валюте с денежными средствами на счетах, открытых в банках за пределами РФ в соответствии с законом №173-ФЗ. Исключения составляют операции между резидентами в иностранной валюте.

Однако, существует ряд операций в иностранной валюте, допустимых между резидентами, перечисленных в статье 12. Среди них:

– Операции, связанные с выплатой заработной платы сотрудникам организаций и учреждений, таких как посольства, консульства, официальные представительства России за рубежом и постоянные представительства при международных организациях.

– Валютные операции по выплате заработной платы сотрудникам представительств российских юридических лиц, расположенных за пределами России.

– Операции с валютой, связанные с возмещением или оплатой расходов, связанных с отправкой сотрудников в командировки в страны, где находятся представительства, организации и учреждения, за исключением России.

ПБУ 3/2006 [2] регулирует бухгалтерский учет и отчетность по активам и обязательствам, выраженным в иностранной валюте, а также по связанным с ними хозяйственным операциям.

ПБУ 3/2006 определяет порядок пересчёта стоимости обязательства или актива в иностранной валюте для целей бухучёта. Эта операция проводится по курсу на момент совершения валютной операции. В частности, дата поступления или списания средств в валюте на счёт в банке или вклада организации определяется как дата валютной операции по банковским счетам/вкладам. Дата поступления валюты в кассу или выдачи из кассы рассматривается как дата кассовых операций. ПБУ 3/2006 требует, чтобы датой валютной операции считалось число, когда у организации возникло право в соответствии с российским законодательством или договором принять к учёту активы и обязательства по результатам данной операции. Если курс меняется незначительно при большом количестве аналогичных операций в одной валюте, ПБУ разрешает использовать средний курс за месяц или другой период для перерасчёта. В ПБУ 3/2006 нет конкретного порядка расчёта среднего курса или уровня изменения официального курса Центрального банка РФ. Поэтому, если организация решит использовать этот метод, она должна самостоятельно определить и зафиксировать порядок расчёта среднего курса в учётной политике для целей бухгалтерского учёта.

Пересчёт стоимости средств на счетах, наличности, ценных бумаг и прочего, деноминированных в иностранной валюте, производится на дату проведения валютной операции или же на отчётную дату. Кроме того, может производиться пересчет по мере изменения курса. Стоимость вышеупомянутых средств, ценных бумаг и прочего для составления бухгалтерской отчётности пересчитывается по состоянию на отчётную дату. Оценка вложений во внеоборотные активы, производственные запасы, прочие активы, полученных и выплаченных авансов, предварительной оплаты и задатков производится в рублях по курсу на дату валютной операции при принятии этих активов и обязательств к бухгалтерскому учёту для составления бухгалтерской отчётности.

Курсовая разница отражается в бухгалтерской отчётности и учёте согласно требованиям ПБУ 3/2006 и возникает в следующих случаях:

– При погашении дебиторской или кредиторской задолженности в иностранной валюте, если обменный курс на момент оплаты отличается от обменного курса на дату принятия этой задолженности к учёту или от обменного курса на отчётную дату последнего пересчёта.

– При пересчёте стоимости определённых активов и обязательств согласно ПБУ 3/2006. В отчётности и учёте курсовая разница отражается за период: относящийся к дате выполнения обязательств по оплате, и за который была составлена бухгалтерская отчётность.

ПБУ 3/2006 предусматривает, что курсовые разницы должны включаться в финансовые результаты предприятия как прочие доходы или расходы (за исключением случаев, предусмотренных пунктами 14 и 19 ПБУ 3/2006 или другими нормативными правовыми актами по бухгалтерскому учёту). Разница, связанная с расчетами с учредителями по вкладам, включая уставный капитал предприятия, должна включаться в добавочный капитал компании. Разница, возникающая при пересчете стоимости активов и обязательств компании, выраженных в иностранной валюте и используемых для ведения деятельности за пределами РФ, должна включаться в добавочный капитал предприятия. Автор отмечает, что особенность учета операций в иностранной валюте заключается в оперативном пересчете валюты в рубли по определенному курсу. Остальные бухгалтерские проводки не имеют существенных отличий от учета в рублях.

В бухгалтерском учёте курсовые разницы могут быть учтены с использованием следующих счетов бухучёта:

1. Для случаев расчётов с иностранными поставщиками могут возникнуть отрицательные и положительные курсовые разницы.

– Положительная курсовая разница учитывается так: дебет счёта 60 «Расчёты с поставщиками и подрядчиками», кредит счёта 91.1 «Прочие доходы».

– Отрицательная курсовая разница отражается так: дебет счёта 91.2 «Прочие расходы», кредит счёта 60 «Расчёты с поставщиками и подрядчиками».

2. В случаях расчётов с иностранными покупателями также возможно возникновение отрицательных и положительных курсовых разниц.

– При положительной курсовой разнице: дебет счёта 62 «Расчёты с покупателями и заказчиками», кредит счёта 91.1 «Прочие доходы».

– При отрицательной курсовой разнице делается следующая проводка: дебет счёта 91.2 «Прочие расходы», кредит счёта 62 «Расчёты с покупателями и заказчиками».

Таким образом, при учете валютных операций необходимо определить дату конвертации валюты в рубли и курсовую разницу - результат конвертации. Курсовая разница (положительная или отрицательная) влияет на итоговый финансовый результат.

Обобщив материал, изложенный выше, можно выделить условно методику учета валютных операций. Методика учета валютных операций включает следующие этапы:

1. Определение валюты. В Российской Федерации валютой являются все иностранные валюты, а также рубли.

2. Классификация валютных операций. Валютные операции можно разделить на две группы: внешние и внутренние. Внешние связаны с расчетами с иностранными контрагентами, внутренние — с расчетами между резидентами.

3. Учет валютных операций. Учет ведется на счете 52 «Валютные счета» в бухгалтерском балансе. При этом операции в иностранной валюте пересчитываются по курсу Центрального банка Российской Федерации на дату операции.

4. Учет курсовых разниц. Курсовые разницы возникают при пересчете стоимости активов и обязательств, выраженных в иностранной валюте, на дату составления отчетности. Курсовые разницы могут быть положительными (при росте курса) или отрицательными (при снижении курса).

5. Отражение валютных операций в бухгалтерской отчетности. В бухгалтерской отчетности отражаются все операции, проведенные в иностранной валюте, а также курсовые разницы.

6. Контроль за соблюдением валютного законодательства. Валютное законодательство Российской Федерации регулирует порядок проведения валютных операций, поэтому необходимо следить за его соблюдением.

Бухгалтерские записи по движению средств на валютном счете необходимо одновременно отразить в рублях и в иностранной валюте (п. 20 ПБУ 3/2006 "Учет активов и обязательств, стоимость которых выражена в иностранной валюте", п. 24 Положения по ведению бухгалтерского учета и отчетности). Для этого нужно пересчитать зачисленную или списанную сумму в рубли по официальному курсу Банка России, действующему на дату совершения операции (п. п. 4, 5, 6, 7 ПБУ 3/2006, Приложение к ПБУ 3/2006).

Таблица 1. Проводки по наиболее распространенным операциям:

Содержание операции	Дебет	Кредит
Поступили валютные средства от покупателя (заказчика)	52	62
Поступили валютные средства в возмещение убытков (по выставленной претензии или в виде страхового возмещения)	52	76-2 (76-1)
Зачислена на валютный счет приобретенная валюта	52	57 (76-1)
Поступили заемные средства в иностранной валюте	52	66 (67)
Перечислена оплата поставщику (подрядчику, исполнителю)	60	52
Выплачены суммы в иностранной валюте в возмещение убытков	76	52
Возвращен заем (кредит) в иностранной валюте, уплачены проценты по займу (кредиту) в валюте	66 (67)	52
С валютного счета списана валюта для продажи	57 (76) 1	52

Таким образом, учет валютных операций представляет собой сложный и ответственный процесс, требующий профессионального подхода и знания всех

нюансов. Для успешного ведения валютных операций необходимо постоянное совершенствование своих знаний и навыков, а также мониторинг изменений в законодательстве и рыночной ситуации.

Список литературы:

1. Федеральный закон «О валютном регулировании и контроле» от 10.12.2003 № 173-ФЗ. [Электронный ресурс] // Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_45458/ (дата обращения: 07.11.2023).

2. Приказ Минфина России от 27.11.2006 N 154н (ред. от 09.11.2017) "Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету "Учет активов и обязательств, стоимость которых выражена в иностранной валюте" (ПБУ 3/2006)" (Зарегистрировано в Минюсте России 17.01.2007 N 8788) [Электронный ресурс] // Режим доступа: clk.ru/36TU2M (дата обращения: 07.11.2023).

3. Бышок К.А. Теоретические основы бухгалтерского учета валютных операций / К.А. Бышок, Е.В. Сапунова // Вопросы науки и образования. – 2020. - С. 4-7. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: clk.ru/36TUFX (дата обращения: 07.11.2023).

4. Матюнина М.В. Теоретические аспекты бухгалтерского учета валютных операций / М.В. Матюнина // Современная научная мысль. -2020. – С.160-164., [Электронный ресурс]. – Режим доступа: clk.ru/36TUMw (дата обращения: 07.11.2023).

5. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://kurl.ru/qEPSY> (дата обращения: 12.11.2023).

УДК 338

Белова А.В., обучающаяся 3 курса
Belova A.V., 3rd year student

Научный руководитель Реброва Т.А., к.э.н., доцент
Scientific supervisor Rebrova T.A., Ph.D. Associate Professor

Оренбургский филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова
Orenburg Branch of Plekhanov Russian University of Economics

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ РЫНКА АВТОМОБИЛЕЙ С ПРОБЕГОМ Г.ОРЕНБУРГА THE CURRENT STATE OF THE USED CAR MARKET IN ORENBURG

Аннотация. В статье приведены результаты маркетингового исследования вторичного рынка автомобилей г. Оренбурга, были собраны и обобщены статистические данные за 2013 и 2018., проведен сравнительный анализ цен

базисного и отчетного периода. Результаты исследования показали критические сдвиги в динамике цен. На основе полученных данных и результатов была дана оценка факторов, оказывающих прямое влияние на изменение уровня цен.

Ключевые слова: вторичный рынок автомобилей, анализ рынка, динамика цен на автомобили с пробегом, статистические данные, сравнительный анализ.

Annotation. The article presents the results of a marketing study of the secondary car market in Orenburg, statistical data for 2013 and 2018 were collected and summarized, a comparative analysis of the prices of the base and reporting period was carried out. The results of the study showed critical shifts in price dynamics. Based on the data obtained and the results, an assessment of the factors that have a direct impact on the change in the price level was given.

Keywords: secondary car market, market analysis, price dynamics for used cars, statistical data, comparative analysis.

Спецификой автомобильного рынка в России является то, что спрос и предложение, а как следствие и цена на автомобили практически полностью зависят от политической обстановки в стране [1]. Из-за санкций, наложенных Западом, и как следствие из-за трудностей введения параллельного импорта, правительство РФ не имеет возможности обеспечить новыми автомобилями и комплектующими западных зарубежных автомобилестроительных компаний своих граждан, за счет чего спрос и цена на зарубежные автомобили в стране возрастает. К тому же, потребность соответствовать новым течениям и тенденциям в автомобилестроении, появление новых налогов и сборов, а также зависимость от импорта – все это спровоцировало рост цен автомобилей отечественного производителя [2]. Именно поэтому в связи с подорожанием новых автомобилей спрос на подержанные автомобили резко вырос. Согласно официальной статистике аналитического агентства «Автостат» россияне в первом полугодии 2023 года купили почти на 27% подержанных автомобилей больше, чем в первом полугодии 2022 года [3].

На основе этих данных возникла потребность в проведении маркетингового анализа динамики цен подержанных автомобилей. Для этого были рассмотрены автомобили с пробегом как отечественного, так и зарубежного производства, преимущественно 2013 и 2018 года выпуска. Выбор данных промежутков времени объясняется стремлением выявить динамику цен на автомобили, отслуживших 10 и 5 лет соответственно с момента проведения маркетингового анализа (сентябрь 2023г.)

Объектом исследования является рынок подержанных автомобилей в Оренбургской области (г.Оренбург и Оренбургская область в радиусе 200 км.)

В таблице ниже приведены данные, автомобили каких брендов и каких стран-производителей были рассмотрены в исследовании.

Таблица 1. Бренды автомобилей и страна их производства

Страна-производитель	Бренд
Германия	Audi
Америка	Ford
Россия	ВАЗ (Lada)
Китай	Geely

Выбор данных брендов объясняется необходимостью анализа цен на более и менее популярные бренды автомобилей. Как выяснилось, в Оренбурге и Оренбургской области в топ продаваемых машин вошли марки, представленные в таблице 2.

Таблица 2 . Рейтинг наиболее продаваемых автомобилей в Оренбурге (+200км.)

Марка	Количество продаваемых машин		Темп прироста, %
	Январь – сентябрь 2023г.	Январь-сентябрь 2022г.	
ВАЗ (Lada)	2 641	2 860	-7,66
Audi	173	189	-8,47
Ford	373	548	-31,93
Geely	295	360	-22

Согласно статистике, лидирующее положение в объеме продаж подержанных автомобилей в 2023г. занимает ВАЗ (Lada) - 76%, Ford – 11%, Geely – 8% и Audi – 5% [4]. Автомобиль отечественного производства для жителей Оренбурга и области остается на данный момент наиболее доступным и востребованным транспортным средством.

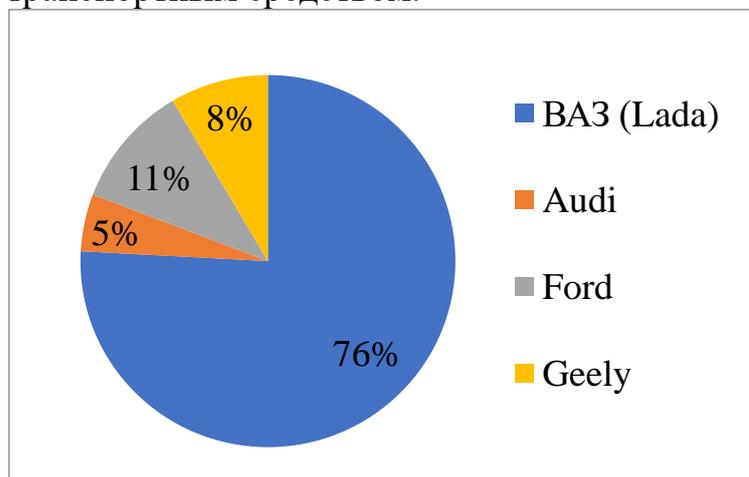


Рисунок 1. Доля подержанных автомобилей отечественного и зарубежного производства в общем объеме продаж за январь-сентябрь 2023г.

Также, для проведения маркетингового анализа были использованы открытые источники интернет-ресурса «Авито», а именно статистические данные, отражающие уровень цен на автомобили отечественного и зарубежного производства 2013 и 2018 года выпуска за период март-сентябрь 2023г. [5]. Для выявления динамики цен на автомобили за данный период был проанализирован модельный ряд каждого бренда, состоящий из 3-5 автомобилей. В таблице ниже представлено изменение цен на автомобили 2013г. выпуска за период март-сентябрь 2023г.

Таблица 3. Динамика цен на автомобили 2013г. выпуска за период март-сентябрь 2023г.

Бренд	Цена на автомобиль в марте 2023г. (млн.р.)	Цена на автомобиль в сентябре 2023г. (млн.р.)	Темп прироста, %	Пробег автомобиля
Audi	1,165	1,355	+16	>100 тыс.км.
	1,21	1,335	+10	>100 тыс.км.

	1,435	1,53	+7	>100 тыс.км.
	1,61	1,68	+4	>100 тыс.км.
Ford	0,605	0,781	+29	>100 тыс.км.
	0,544	0,628	+16	>200 тыс.км.
	1,06	1,375	+30	>100 тыс.км.
	0,678	0,784	+16	>100 тыс.км.
ВАЗ (Lada)	0,285	0,338	+19	>100 тыс.км.
	0,608	0,484	-20	<100 тыс.км.
	0,489	0,518	+6	>100 тыс.км.
	0,252	0,289	+15	>100 тыс.км.
Geely	0,373	0,434	+16	<100 тыс.км.
	0,373	0,434	+16	<100 тыс.км.
	0,249	0,265	+6	>100 тыс.км.
	0,328	0,415	+27	>100 тыс.км.

Согласно данным таблицы можно сделать вывод о том, что цены на модели зарубежного бренда автомобилей «Audi» 2013 года выпуска за период март-сентябрь 2023г. увеличились в среднем на 9%.

Американские автомобили бренда «Ford» 2013 года выпуска за этот же период времени подорожали в среднем на 23%. Дороже стали и автомобили отечественного производства «ВАЗ (Lada)» в среднем на 5%.

Также, увеличились цены на автомобили с пробегом китайской автомобилестроительной компании «Geely», в среднем на 16%. Эти данные демонстрирует рисунок ниже. Также выяснилось, что на темп прироста цен автомобилей не влияет значение пробега автотранспортного средства.

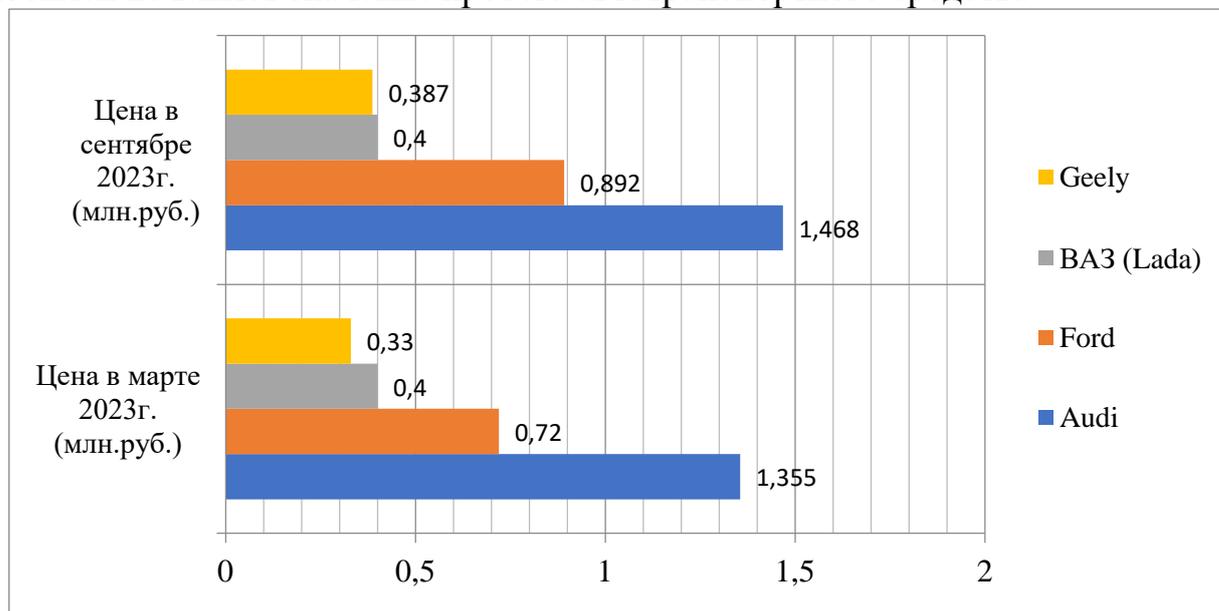


Рисунок 2. Среднее значение уровня цен на подержанные автомобили 2013г. выпуска в Оренбурге и Оренбургской области за период март-сентябрь 2023г.

Отразим в таблице ниже динамику цен на автомобили с пробегом 2018 года выпуска.

Таблица 4. Динамика цен на автомобили 2018г. выпуска за период март-сентябрь 2023г.

Бренд	Цена на автомобиль в марте 2023г. (млн.р.)	Цена на автомобиль в сентябре 2023г. (млн.р.)	Темп прироста, %	Пробег автомобиля
Audi	5,48	5,85	+7	<100 тыс.км.
	4,32	4,245	-2	>100 тыс.км.
	1,99	2,37	+19	>100 тыс.км.
	1,87	2,56	+37	<100 тыс.км.
Ford	0,865	1,15	+33	>100 тыс.км.
	1,675	1,705	+2	>200 тыс.км.
	1,48	1,64	+11	>100 тыс.км.
	0,86	0,98	+14	>100 тыс.км.
	0,627	0,845	+35	<100 тыс.км.
ВАЗ (Lada)	0,714	0,965	+35	<100 тыс.км.
	0,382	0,449	+18	>100 тыс.км.
	0,734	0,778	+6	<100 тыс.км.
	0,793	0,828	+4	>100 тыс.км.
Geely	1,67	1,79	+7	<100 тыс.км.
	0,98	0,95	-3	>100 тыс.км.
	1,67	1,79	+7	>100 тыс.км.

Согласно данным таблицы, можно сделать вывод, что цены на немецкие автомобили с пробегом увеличились на 15%, на американские автомобили на 19%, на отечественные и китайские – 16% и 4% соответственно. Эти данные демонстрирует рисунок ниже.

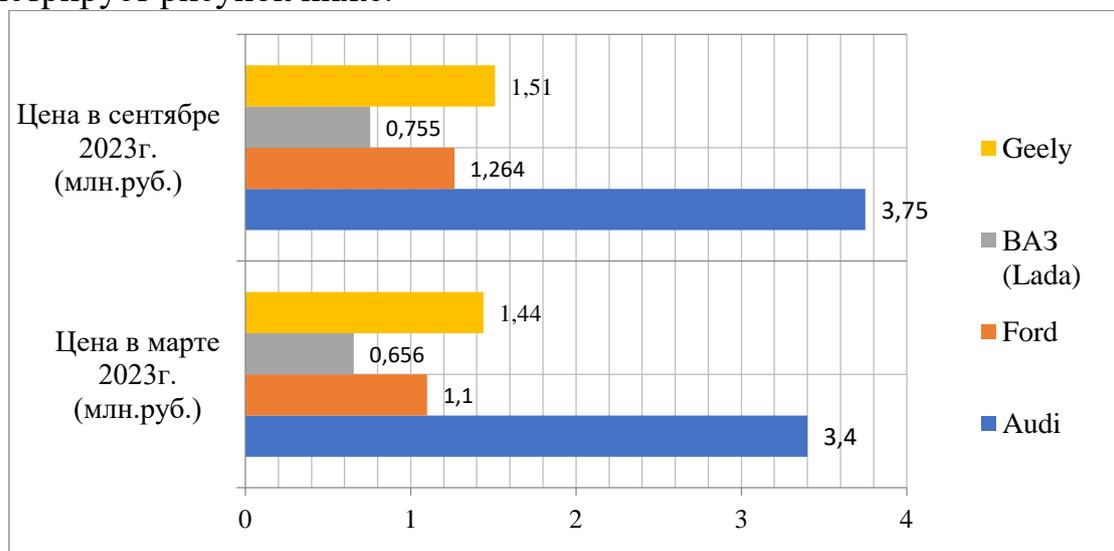


Рисунок 3. Среднее значение уровня цен на подержанные автомобили 2018г.выпуска в Оренбурге и Оренбургской области за период март-сентябрь 2023г.

Проведем сравнительный анализ, в ходе которого сравним цены на автомобили 2013г. выпуска и 2018г. выпуска на сентябрь 2023г. Результаты анализа отражены на Рисунке 4.

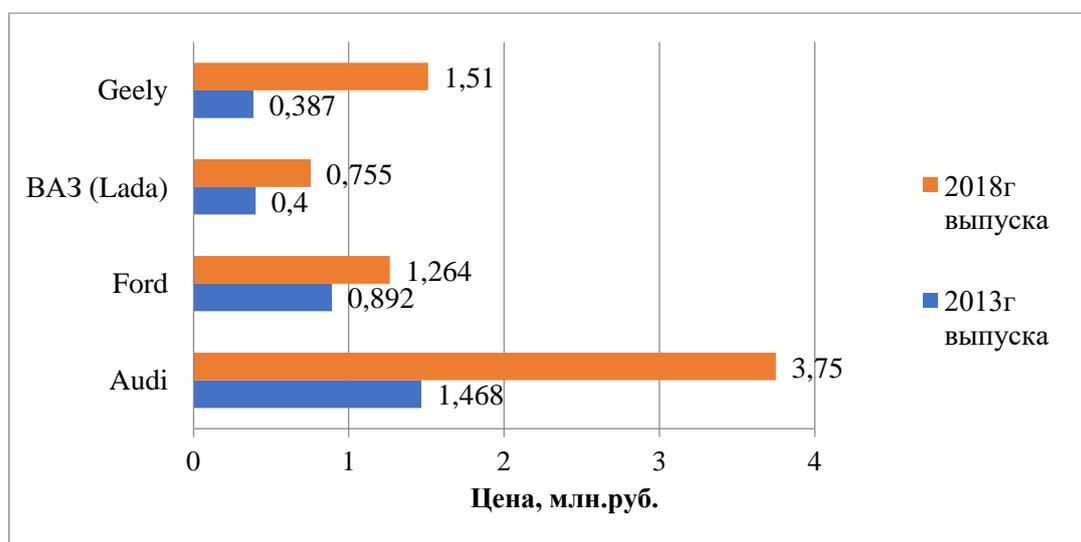


Рисунок 4. Средний уровень цен автомобилей 2018г. выпуска по отношению к тем же моделям автомобилей 2013г. выпуска на период сентябрь 2023г.

Сравнительный анализ показал, что цены на подержанные автомобили «Audi» 2018г. выпуска по сравнению с моделями 2013г. выпуска увеличились более чем в 2,5 раза на период сентября 2023г.

Цены на автомобили бренда «Ford», «ВАЗ» и «Geely» 2018г. выпуска по отношению к тем же моделям автомобиля 2013г. выпуска увеличились на 42%, 89% и 290% соответственно.

Согласно исследованию, можно подвести следующие итоги:

- 1) за последние полгода подорожали автомобили с пробегом как отечественных, так и зарубежных автомобилестроительных компаний;
- 2) пробег автомобиля не выявил никакого влияния на цены автомобилей с пробегом рассматриваемых брендов;

Самым доступным автомобилем в Оренбурге является автомобиль отечественного производства («ВАЗ») в силу его относительно наименьшей стоимости на рынке подержанных авто [6].

Постепенно набирают популярность автомобили китайского производства. Это может быть связано с тем, что крупнейшие Западные компании приостановили сотрудничество с Россией из-за накаленной политической обстановки с Западом [7].

На сентябрь 2023г. самое крупное подорожание за последние полгода наблюдается у автомобилей «Ford». А также авто данной автомобилестроительной компании вошли в топ продаваемых автомобилей в Оренбурге, заняв второе место по объему продаж за период март-сентябрь 2023г. Это может быть связано с:

- относительно невысокой стоимости автомобиля зарубежного производства вместе с относительно качественной сборкой самого автомобиля;
- увеличением спроса на автомобили зарубежного производства, поставляемых преимущественно из Америки и Европы, что может быть связано с приостановлением дружественных связей и наложением санкций с их стороны на Россию.

На основе всего вышеупомянутого, можно сделать вывод, что рынок подержанных автомобилей в Оренбурге и России в целом практически полностью зависим от политической обстановки, характеризующейся сохранением или разрывом дружественных связей России с другими странами - крупнейшими экспортерами автомобилей.

Список литературы:

1. Михайленко Д.И. «Статистика и аналитика автомобильного рынка в России» / Электронный ресурс, URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/statistika-i-analitika-avtomobilnogo-rynka-v-rossii/viewer> (дата обращения: 12.09.2023).

2. «Справедливая» Россия! Зачем правительство пересаживает нас на «Жигули»? Точнее, на дорогие «Жигули» / Электронный ресурс, URL: <https://www.drom.ru/info/misc> (дата обращения: 12.09.2023)

3. «Рынок автомобилей с пробегом в 1-ом полугодии вырос на 27%»/Электронный ресурс, URL: <https://autostat.ru.turbopages.org/autostat.ru/s/news/55137> (дата обращения: 12.09.2023)

4. Топ марки продажи за год в Оренбурге / Электронный ресурс, URL: https://cenamashin.ru/statistika/orenburg/top_marks_year (дата обращения: 17.0.2023)

5. Транспорт в Оренбурге: автомобили, мотоциклы, спецтехника, запчасти / Новый и б/у транспорт /Авито / Электронный ресурс, URL: <https://www.avito.ru/orenburg/transport> (дата обращения: 17.09.2023).

6. Реброва Т.А., Трунина О.Ю. Социально – экономические проблемы развития сервиса в Оренбургской области//Образовательная среда сегодня и завтра: материалы X Международной научно-практической конференции. Под редакцией Бубнова Г.Г., Плужника Е.В., Солдаткина В.И., 2015. С. 465-467.

7. Trunina O.Yu., Rebrova T.A .Influence of information technologies on educational process/Modern European Researches. 2016. № 5. С. 186-190.

УДК 338.2

Бикметова З.М., к.э.н., доцент
Bikmetova Z.M., Ph.D. Associate Professor

Уфимский университет науки и технологий
Ufa University of Science and Technology

**ИНВЕСТИЦИИ В ОСНОВНОЙ КАПИТАЛ РЕГИОНА И
КАЧЕСТВО ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ**
INVESTMENTS IN THE FIXED CAPITAL OF THE REGION and THE
QUALITY OF LIFE OF THE POPULATION

Аннотация: Одним из ключевых факторов, определяющих социально-экономическое развитие региона, являются инвестиции в основной капитал.

Именно через инвестиции предприятия получают необходимые средства для модернизации производственных мощностей, что позволяет увеличить производительность и эффективность производства, что в свою очередь приводит к увеличению объемов производства и росту выручки. Большой объем продукции требует большего количества сотрудников, что способствует созданию новых рабочих мест, увеличению прибыли организаций, доходов домохозяйств и повышению жизненного уровня населения. В работе предлагается определить, как уровень жизни населения зависит от инвестиций в основной капитал.

Ключевые слова: инвестиции в основной капитал, уровень жизни населения, среднедушевые денежные доходы, сбережения.

Annotation: One of the key factors determining the socio-economic development of the region is investment in fixed assets. It is through investments that enterprises receive the necessary funds to modernize production facilities, which allows them to increase productivity and production efficiency, which in turn leads to an increase in production volumes and revenue growth. A larger volume of products requires more employees, which contributes to the creation of new jobs, an increase in the profits of organizations, household incomes and an increase in the standard of living of the population. The paper proposes to determine how the standard of living of the population depends on investments in fixed assets.

Keywords: investments in fixed assets, standard of living of the population, per capita monetary income, savings.

Региональное экономическое развитие в современном мире играет важную роль в обеспечении устойчивого развития страны. Одним из ключевых факторов, способствующих этому развитию, являются инвестиции в основной капитал в развитие территории. Именно через инвестиции хозяйствующие субъекты получают необходимые средства для модернизации производственных мощностей, что позволяет увеличить производительность и эффективность производства, что в свою очередь приводит к увеличению объемов производства и росту выручки. Большой объем продукции требует большего количества сотрудников, что способствует созданию новых рабочих мест, увеличению прибыли организаций, доходов домохозяйств и повышению жизненного уровня населения.

Российские регионы различаются разнородностью по показателям социально-экономического развития: по уровню заработной платы, занятости, производства и т.д. Одним из важнейших критериев, определяющих уровень развития регионов, является объем и динамика инвестиций в основной капитал. В работе предлагается определить, как уровень жизни населения зависит от инвестиций в основной капитал.

Основой формирования производственного потенциала на новейшей научно-технической базе и определением конкурентных позиций субъектов РФ являются инвестиции в основной капитал. На уровне субъектов Российской Федерации находится значительный объем полномочий в этом вопросе, а доминирующее значение при выборе инвесторами территориальных программ

размещения своих производств имеет эффективность усилий региональных властей. [1]. Соответственно рост объема инвестиций в экономику региона должен способствовать повышению уровня жизни населения [2].

На примере субъектов Приволжского федерального округа (ПФО) РФ проведем оценку взаимосвязи между объемом инвестиций в основной капитал и уровнем жизни населения по следующим показателям: средства (вклады) юридических и физических и среднедушевые денежные доходы. Для точности расчетов рассмотрим все показатели приведем на душу населения региона.

Показатели объема инвестиций в основной капитал региона в среднем на душу населения представлены на рисунке 1 за период 2019-2022 года, и по среднему значению регионы отсортированы от более высокого к более низкому значению.

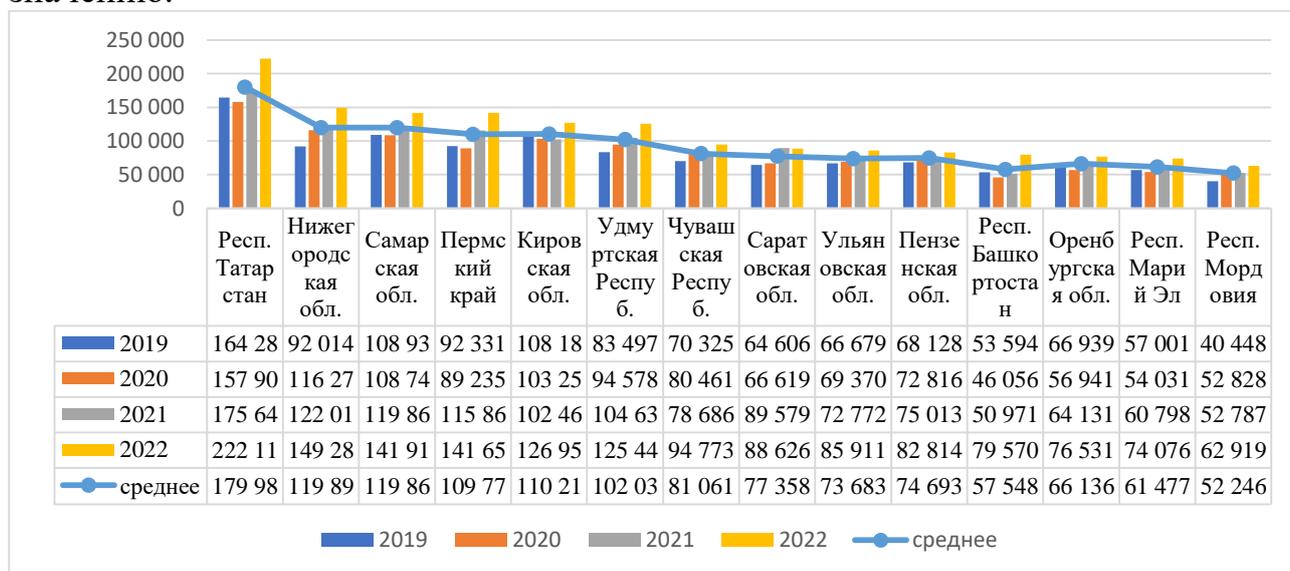


Рисунок 1. Инвестиции в основной капитал региона в среднем на душу населения, руб.

Инвестиции в основной капитал региона играют значительную роль в развитии его экономики и улучшении уровня жизни населения. Далее мы рассмотрим, какие преимущества приносят инвестиции в основной капитал и как они влияют на жизнь людей.

Первое и главное преимущество инвестиций в основной капитал – это создание новых рабочих мест. В том числе за счет развития производственных предприятий, строительства новых объектов инфраструктуры и модернизации существующих, появляется необходимость в повышении численности персонала. Это означает, что безработным людям будет предоставлена возможность найти работу и обеспечить себе стабильный доход. Таким образом, инвестиции способствуют сокращению безработицы и улучшению материального положения населения и соответственно влияют на денежные доходы в среднем на душу населения (рисунок 2).

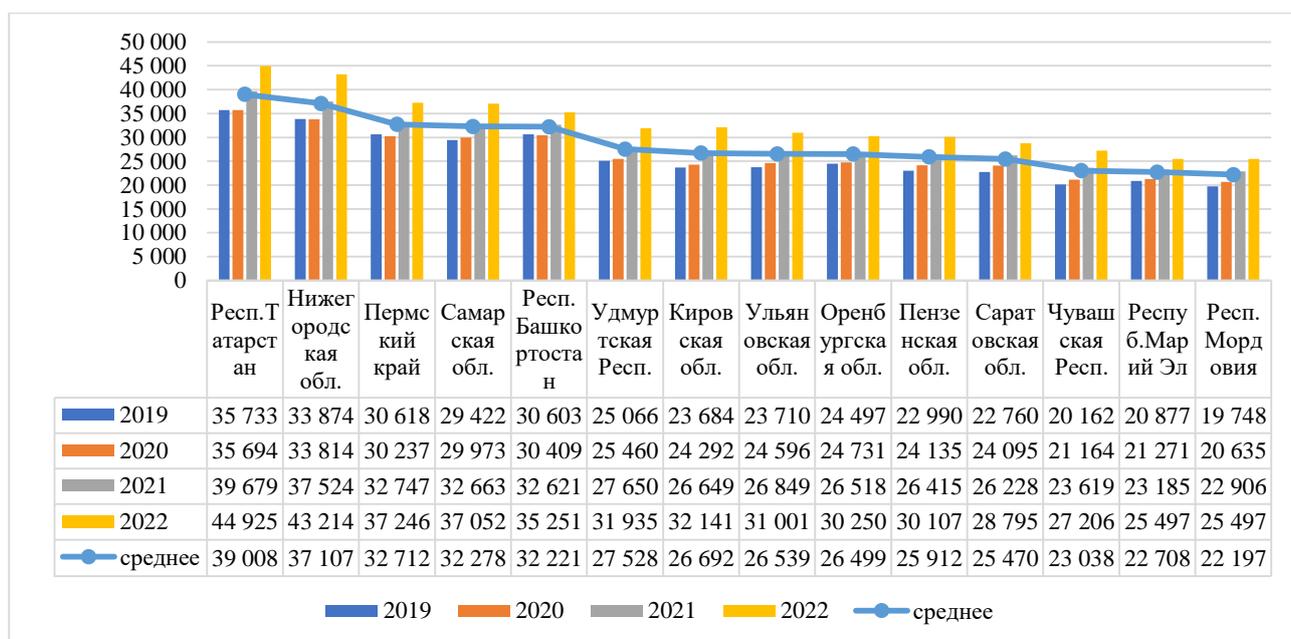


Рисунок 2. Денежные доходы в среднем на душу населения, руб.

Так возможность получения сравнительно большого дохода должна приводить к росту сбережений. На рисунке 3 представлены показатели объема средств (вкладов) юридических и физических лиц на душу населения, и по среднему значению регионы отсортированы от более высокого к более низкому значению.

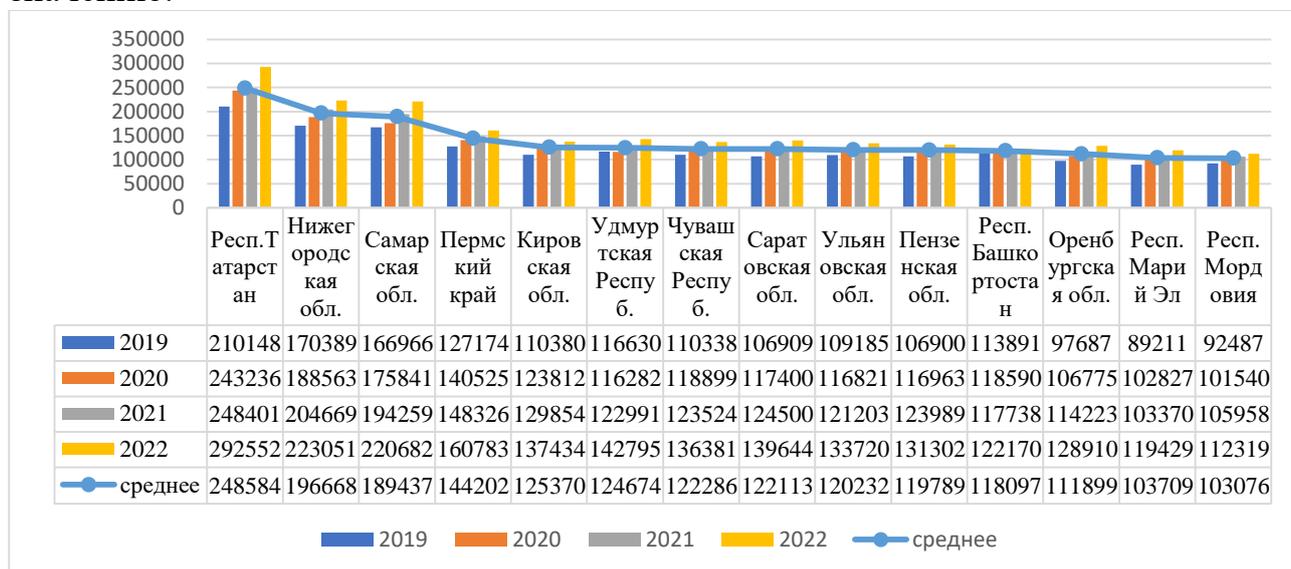


Рисунок 3. Средства (вклады) юридических и физических лиц в среднем на душу населения, руб.

Анализируя представленные выше таблицы, можно выделить 4 региона занимающих лидирующее положение – это Татарстан, Нижегородская и Самарская области, а также Пермский край. Другими словами, у названных регионов объем инвестиций более сильно влияет на величину доходов и сбережений или на уровень жизни населения. Данная взаимосвязь также

прослеживается у регионов-антилидеров, таких как Республика Мордовия и Марий Эл.

Для сравнительного анализа регионов ПФО по представленным показателям используем метод многомерной средней. Результаты представлены на рисунке 4.

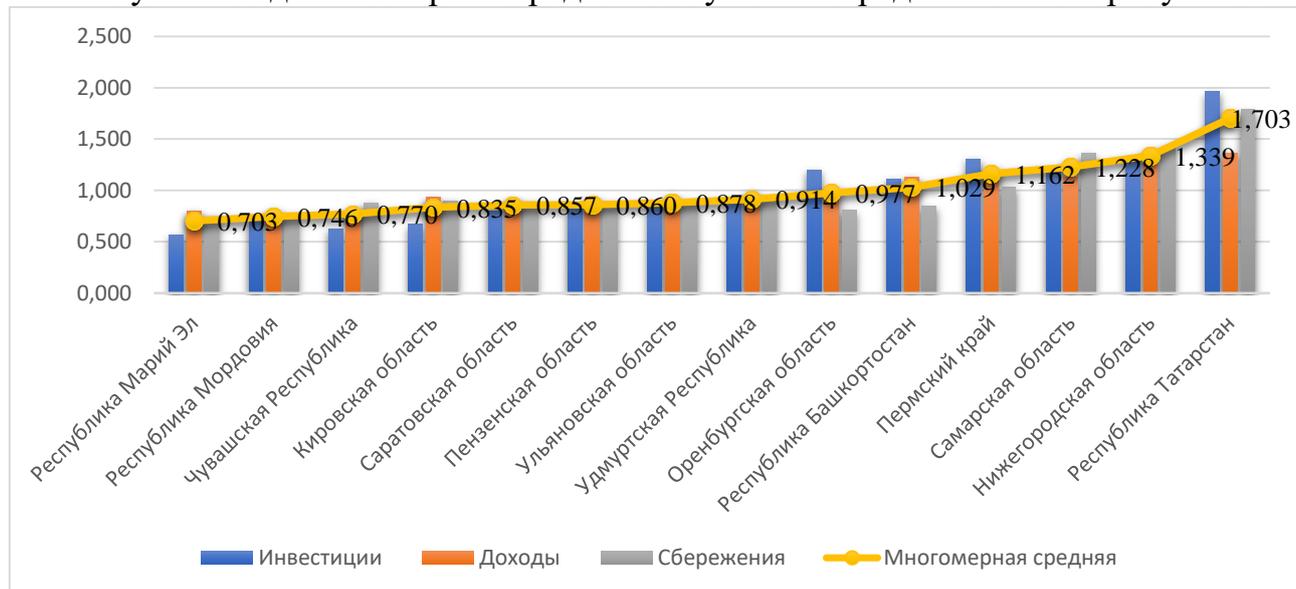


Рисунок 4. Многомерные средние характеристики регионов ПФО РФ

Согласно рисунку, расчет многомерной средней подтвердил взаимосвязь величины инвестиций в основной капитал региона и уровня жизни населения.

В заключение можно сказать, что имея положительное влияние на уровень жизни населения, инвестиции в основной капитал региона способствуют созданию новых рабочих мест и повышению производительности труда, а также развитию инфраструктуры и привлечению иностранных инвесторов. В результате население получает больше возможностей для саморазвития и улучшения своего материального положения. Поэтому государство и организации должны активно поддерживать инвестиции в основной капитал региона для достижения благосостояния населения.

Список литературы:

1. Бикметова, З. М. Управление инвестиционной деятельностью в регионе (опыт Республики Башкортостан) / З. М. Бикметова // Актуальные вопросы современной экономики. – 2020. – № 10. – С. 311-315.

2. Воробьев, Е. Б. Влияние инвестиционного потенциала на уровень жизни населения субъекта Российской Федерации / Е. Б. Воробьев, А. В. Макаров // Вестник Тверского государственного университета. Серия: Экономика и управление. – 2017. – № 2. – С. 200-207.

3. Федеральная служба государственной статистики (rosstat.gov.ru)/. URL: <https://rosstat.gov.ru/> (дата обращения 09.08.2023).

Белялова А.И., обучающаяся 4 курса, Ильясова М.К., к.э.н., доцент
Belyalova A.I., 4th year student, Ilyasova M.K., PhD, Associate Professor

ГБОУВО РК «Крымский инженерно-педагогический университет имени Февзи Якубова»
SBEIHE RC «Crimean engineering and pedagogical university the name of Fevzi Yakubov

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ ГОСТИНИЧНЫМ ХОЗЯЙСТВОМ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ IMPROVEMENT OF HOTEL MANAGEMENT IN MODERN CONDITIONS

Аннотация. В статье обоснованы основные направления совершенствования системы управления гостиничным хозяйством в современных условиях. Исследования показали, что внедрение в практическую деятельность типизации предприятий гостиничного хозяйства позволит взвешенно подойти к решению ряда управленческих вопросов, связанных с созданием организационных структур управления гостиничным хозяйством.

Ключевые слова: гостиничное хозяйство, управление, туризм, гостиничные предприятия.

Annotation. The article substantiates the main directions of improving the hotel management system in modern conditions. Research has shown that the introduction of typification of hotel enterprises into practice will allow a balanced approach to solving a number of management issues related to the creation of organizational structures for hotel management.

Keywords: hotel industry, management, tourism, hotel enterprises.

Гостиничное хозяйство представляет собой многофункциональное хозяйство, в которое в большинстве случаев входит значительное количество подразделов, являющиеся основными для сопредельных сфер деятельности. Это связано с тем, что по своему назначению, кроме основной услуги - предоставление ночевки, гостиничное хозяйство предоставляет значительное количество дополнительных услуг.

Современное состояние экономики проявляется, прежде всего, в несовершенстве рыночных преобразований, что связано, в основном, с пассивным влиянием государства на процессы их формирования и становления. Поэтому имеется необходимость активизации роли государства в формировании рыночного механизма, регулировании и управлении как всем хозяйственным комплексом страны, так и отдельными направлениями деятельности, к которым относится и гостиничное хозяйство [1].

Гостиничное хозяйство представляет основную составную часть туризма и является одной из наиболее прибыльных сфер деятельности. Важным фактором развития туризма в целом, а также гостиничного хозяйства, в

частности, является природно-рекреационный и историко-культурный потенциал, который дает возможность странам, даже тем, которые считаются экономически слаборазвитыми, занимать значительное место на мировом туристическом рынке при обязательном условии активной государственной поддержки этой сферы деятельности.

Результаты показывают, что развитие гостиничного хозяйства тормозится рядом обстоятельств как объективного, так и субъективного характера. Прежде всего, — это зависимость развития гостиничного хозяйства от влияния факторов внешней среды. Во-вторых, — это недостаточное количество современных гостиничных предприятий, низкий уровень сервиса и др.

Рынок услуг гостиничного хозяйства базируется на экономических отношениях, которые формируются в процессе производства, реализации и организации процесса потребления, что в свою очередь влияет на механизм функционирования и управления гостиничным хозяйством. Большая часть этих услуг в нематериальной сфере экономики существует независимо одна от другой. Анализируя роль гостиничного хозяйства в экономике Российской Федерации нами были определены и обоснованы такие его основные функции, как: доходная, занятости населения, внешнеэкономическая и региональная [2].

Повышение роли государства в регулировании макроэкономических процессов, приоритетное развитие сферы услуг, составляющей которой является гостиничное хозяйство, и роль, которую играет гостиничное хозяйство в экономике страны, свидетельствуют о необходимости качественного управления гостиничным хозяйством. Значимость решения данного вопроса возрастает, если учитывать все большее углубление процессов интеграции экономики в разветвленную социально-экономическую, культурную и правовую мировую среду.

Исследования показали, что существует значительная перспектива стимулирования развития гостиничного хозяйства Российской Федерации на современном этапе проведения экономических преобразований. Учитывая то, что основное бремя экономических проблем приходится на материальное производство, доля сферы услуг, в том числе и гостиничного хозяйства, в ВВП постоянно возрастает, представляя абсорбент для всевозрастающего количества высвобожденных из других отраслей работников.

Сфера услуг, включающая в себя гостиничное хозяйство, все больше играет роль своеобразного предупредительного средства от возможного социального взрыва в условиях экономического кризиса, предотвращая массовую безработицу. Все это свидетельствует о необходимости более глубокого теоретического и практического исследования проблем управления гостиничного хозяйства.

Актуальной проблемой сейчас является совершенствование государственной, межрегиональных и региональных программ развития туризма и гостиничного хозяйства, которые нуждаются в научно обоснованном и комплексном, с учетом практического опыта, подходе к планированию и прогнозированию развития гостиничного хозяйства как страны в целом, так и отдельных ее регионов.

Управление гостиничным хозяйством на макроуровне зависит от факторов внешней среды, которые характеризуются, прежде всего, государственной политикой в сфере туризма и внедрением системы корпоративного туризма.

Наибольшее влияние на управление гостиничным хозяйством имеют следующие факторы: рынок материально-технических средств необходимых для функционирования гостиничного хозяйства; сегмент рынка трудовых ресурсов для гостиничного хозяйства; рынок капитала; нормативные и законодательные акты; региональный фактор; потребители услуг гостиничного хозяйства; культурные, экономические и политические аспекты международных событий; социо-культурные факторы и др.

Анализом факторов внешней среды, на наш взгляд, должны в первую очередь заниматься вышестоящие органы государственного управления гостиничным хозяйством, что даст возможность более подробно прогнозировать перспективы развития внутреннего и международного туризма на региональном и государственном уровнях с учетом рекреационного и историко-культурного потенциала Российской Федерации [3].

Исследование влияния факторов внешней среды показало несовершенство действующей системы управления гостиничным хозяйством как на макро-, так и на микроуровне. Одним из главных показателей оценки качества процесса управления являются экономические результаты развития предприятия и их структура.

К основным направлениям развития механизма управления гостиничным хозяйством можно отнести: стимулирование развития предприятий гостиничного хозяйства за счет инструментов ценовой, налоговой и инвестиционной политики; организация гостиничных комплексов.

Создание гостиничных комплексов нами рекомендуется производить в такой последовательности: объединение предприятий гостиничного хозяйства одного типа; создание собственной или присоединение к гостиничному комплексу действующей финансовой структуры; объединение гостиничного комплекса с предприятиями и организациями транспорта, связи, действующими турагентствами, туроператорами, предприятиями и организациями других сопредельных отраслей, входящих в инфраструктуру туризма [4].

Модель организационной структуры управления гостиничным комплексом должна иметь три уровня: высший (стратегический); средний (функциональный); низший (операционный). К основным функциям высшего (стратегического) уровня управления мы относим: определение стратегических целей и задач гостиничного комплекса, стратегическое планирование и прогнозирование развития; решение коммерческих, ценовых и диспетчерских вопросов.

Основными функциями среднего (функционального) уровня управления гостиничного комплекса являются: руководство и контроль за производством и сбытом одного вида услуг гостеприимства и ответственность за него. На низшем (операционном) уровне управления должны быть положены функции принятия оперативных решений в рамках своих подразделов [2].

В заключении можно отметить, что состояние гостиничного хозяйства определяется общим уровнем экономического развития экономики Российской Федерации. Особенность гостиничного хозяйства, как объекта сферы услуг, проявляется во взаимосвязи с другими сферами деятельности, что влияет на его функционирование и управление, а также требует объединения разных отраслевых систем управления.

Внедрение в практическую деятельность типизации предприятий гостиничного хозяйства позволит взвешенно подойти к решению ряда управленческих вопросов, связанных с созданием организационных структур управления гостиничным хозяйством, предоставлением льготного налогообложения в зависимости от социальной значимости гостиничных предприятий, внедрением инвестиционной политики со стороны государства и органов местного самоуправления, технико-экономическим обоснованием программ развития гостиничного хозяйства региона, местности.

Список литературы:

1. Адашова, Т. А. Особо охраняемые природные территории России как основа формирования туристского природного пространства // Современные проблемы сервиса и туризма. 2022. №1. С. 45- 52

2. Александрова, А.Ю. Мода и туризм в меняющемся мире // Современные проблемы сервиса и туризма. 2021. № 3. С. 31-42.

3. Михайлец, А. В. Перспективы внедрения инновационных методов управления в индустрии гостеприимства / А. В. Михайлец. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2019. — № 5 (109). — С. 374-377. — URL: <https://moluch.ru/archive/109/26610/> (дата обращения: 15.11.2023).

4. Сорокина, Н.А. Корпоративный туризм как вид делового туризма // Вестник Российской академии естественных наук. 2020. № 17(2). С. 95-97.

УДК 338

Билялова С.Р., обучающаяся 4 курса, Ильясова М.К., к.э.н., доцент
Bilyalova S.R., 4th year student, Ilyasova M.K., PhD, Associate Professor

ГБОУВО РК «Крымский инженерно-педагогический университет имени Февзи Якубова»

SBEIHE RC «Crimean engineering and pedagogical university the name of Fevzi Yakubov

ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

**INTERNET MARKETING IN THE ACTIVITIES OF PUBLIC CATERING
ENTERPRISES**

Аннотация. Статья посвящена интернет-маркетингу в деятельности предприятий общественного питания. В статье рассмотрено понятие интернет-маркетинга, а также каналы и инструменты его осуществления. Определена роль интернет-маркетинга в продвижении услуг предприятий общественного питания. Выявлены особенности продвижения услуг предприятий общественного питания в сети Интернет.

Ключевые слова: интернет-маркетинг, каналы интернет-маркетинга, инструменты интернет-маркетинга, предприятия общественного питания, веб-сайт, агрегаторы служб доставки еды

Annotation. The article is devoted to Internet marketing in the activities of public catering enterprises. The article discusses the concept of Internet marketing, as well as channels and tools for its implementation. The role of Internet marketing in the promotion of catering services is determined. The features of the promotion of public catering services on the Internet are revealed.

Keywords: Internet marketing, Internet marketing channels, Internet marketing tools, catering companies, website, aggregators of food delivery services

Гастрономия играет все более важную роль в жизни современного общества. Уровень его развития зависит от уровня экономического развития общества, выражаемого системой показателей, среди которых выделяются: ВВП/НД на душу населения, структура экономики, уровень и качество жизни населения.

Согласно ГОСТ Р 31985-2013, термин «общественное питание» означает самостоятельную отрасль экономики, которая состоит из предприятий разных форм собственности и организационно-управленческой структуры и организует питание населения, а также их производство и реализация готовой продукции и полуфабрикатов, как на предприятии общественного питания, так и за его пределами, с возможностью предоставления широкого спектра досуговых услуг и других дополнительных услуг [1].

В развитых странах мира сфера общественного питания уже давно является одной из высокодоходных отраслей экономики. По сравнению с уровнем развития пищевой отрасли в странах Запада, российский ресторанный бизнес пока находится на начальной стадии. Тем не менее, сфера общественного питания в России постепенно развивается, что подтверждают данные Росстата об обороте общественного питания, которые свидетельствуют о систематическом и стабильном росте.

С каждым годом в России также увеличивается количество субъектов общественного питания.

Стоит отметить, что увеличивается не только количество ресторанов и кафе, но и развиваются бары и столовые, предприятия общественного питания всех видов. В классификацию предприятий общественного питания по ГОСТ Р 50762-2007 кроме ресторанов, кафе, баров и столовых входят также закусочная, предприятие быстрого питания, буфет, столовая, кофейня и магазин кулинарии.

По количеству ресторанов и кафе на первом месте находится Москва, на втором - Санкт-Петербург, которые представлены в аналогичной

последовательности в списке городов России по численности населения. Остальные регионы России в большинстве своем повторяют все тенденции развития московского рынка с определенным опозданием, что обусловливается низким уровнем жизни населения в них и, как следствие, низким спросом на услуги общественного питания [2].

Отставание регионов от крупных городов России выражается также в задержке распространения информационно-коммуникационных технологий в деятельности предприятий общественного питания. Информационно-коммуникационные технологии уже применяются в российском бизнесе и активно используются в других областях. Примером информационно-коммуникационных технологий могут служить глобальные системы бронирования в авиа- и гостиничном бизнесе, например глобальная дистрибьюторская система Amadeus. Но в сфере общественного питания новые технологии находятся на начальной стадии развития.

Значение информационно-коммуникационных технологий для развития сферы услуг трудно переоценить. Они повышают эффективность и конкурентоспособность практически любого бизнеса, предприятий общественного питания в частности. Предприятия общественного питания представляют собой объекты хозяйственной деятельности, предназначенные для изготовления продукции общественного питания, создания условий для потребления и реализации продукции общественного питания и покупных товаров (в т. ч. пищевых продуктов промышленного изготовления), как на месте изготовления, так и вне его по заказам, а также для оказания разнообразных дополнительных услуг, в том числе по организации досуга потребителей [7].

В условиях кризиса они сталкиваются с множеством проблем, включая проблему контроля затрат. Многие предприятия общественного питания приспособляются к условиям кризиса путем снижения себестоимости блюд, ухудшая их качество, и пересмотра кадровой политики, набирая менее квалифицированный персонал на более низкую заработную плату. Комплексное применение информационно-коммуникационных технологий и интернет-маркетинга, в частности, позволяет предприятиям общественного питания значительно сократить затраты и развиваться в условиях кризиса, не прибегая к вышеуказанным кардинальным мерам.

Ретроспективный анализ истории развития интернет-маркетинга позволяет выявить предпосылки его возникновения и определить его как социально-экономический феномен. Известно, что благодаря развитию и широкому распространению сети Интернет и Всемирной паутины в мире возникло новое направление современного бизнеса - электронный бизнес, который рассматривается как реализация бизнес-процессов с использованием возможностей информационных и телекоммуникационных технологий, систем и сетей [3].

Частью электронного бизнеса является электронная коммерция, под ней подразумеваются любые формы сделок, при которых взаимодействие сторон осуществляется с применением возможностей информационных и телекоммуникационных технологий, систем и сетей [9]. Электронная

коммерция предоставляет возможность организации бизнес-процессов в глобальном масштабе. Она дает возможность компаниям расширить взаимодействие с поставщиками и в ускоренном режиме реагировать на запросы и ожидания потребителей. Компании приобретают возможность независимо от географического расположения выбирать поставщиков и предлагать свои товары и услуги на глобальном рынке.

Интернет-маркетинг включает в себя практику использования всех составляющих классического маркетинга в сети Интернет, затрагивающую основные элементы комплекса маркетинга: цену, продукт, место и продвижение, осуществляемую с применением новейших информационно-коммуникационных технологий.

Интернет-маркетинг имеет ряд преимуществ по сравнению с традиционными видами маркетинга [4]:

- он требует меньших затрат;
- методы интернет-маркетинга позволяют установить наиболее близкий контакт с целевыми группами. Известно, что традиционные инструменты маркетинга, такие как телевидение, радио и т. д., имеют достаточно широкий охват аудитории, но не всегда достигают необходимой целевой группы;
- интернет-маркетинг демонстрирует четкую статистическую картину эффективности маркетинговой кампании. Среди методов, позволяющих оценить эффективность интернет-маркетинга, следует отметить опросы, анкетирование, контент-анализ и сравнительный анализ счетчиков сайта;
- интернет-маркетинг позволяет наиболее полно информировать потенциального потребителя о товаре, а также облегчает доступ к этой информации; интернет-маркетинг обеспечивает эффективный канал связи между потребителями и организацией, позволяет быстро реагировать на события в мире, поэтому рекламные кампании, маркетинговые исследования, коммуникация с потребителями осуществляются в ускоренном темпе.

Однако также интернет-маркетинг имеет и определенные ограничения:

- технические проблемы интернет-соединения как со стороны потребителя, так и со стороны организации;
- невозможность прямого контакта потребителя с товаром до его приобретения: у потребителя отсутствует возможность протестировать товар до его приобретения, убедиться в надлежащем качестве товара. В настоящее время это решается возможностью возврата товара;
- вопрос безопасности, риск разглашения конфиденциальной информации потребителя третьим лицам. Из-за этого некоторые потребители опасаются совершать покупки через Интернет. Наиболее часто вопрос безопасности решается путем шифрования передаваемых данных.

Таким образом, несмотря на то, что распространение информационно-коммуникационных технологий в российский ресторанный бизнес происходит с задержкой, в некоторых случаях достигающей десятка лет, интернет-маркетинг активно развивается и доказывает свою эффективность и перспективность российским рестораторам. Сегодняшний уровень развития интернет-маркетинга в российской сфере общественного питания еще не достиг уровня развитых

западных стран, где интернет-маркетинг давно не является новым явлением и используется повсеместно. Но прогресс не стоит на месте, и в век компьютерных технологий преимущество будет на стороне того, кто имеет стратегию, подходящую для новой реальности. Поэтому технологии интернет-маркетинга начинают активно применяться и региональными российскими рестораторами, которые с неохотой внедряют на свои предприятия новинки в сфере IT.

Список литературы:

1. Петрик Е. А. Интернет-маркетинг. - М.: Московская финансово-промышленная академия, 2004. - С. 24.

2. Калужский М. Л. Электронная коммерция: маркетинговые сети и инфраструктура рынка. - М.: Экономика, 2014.

3. Сычева В. О., Черевичко Т. В. Интернет-маркетинг в деятельности предприятий общественного питания // Научно-методический электронный журнал «Концепт». - 2016. - № 12 (декабрь). - 0,9 п. л. - URL: <http://e-koncept.ru/2016/16257.htm>.

4. Гаранизаде, Э. Д. Продвижение услуг ресторана с помощью online-сервиса / Э. Д. Гаранизаде. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2017. — № 3 (137). — С. 306-313. — URL: <https://moluch.ru/archive/137/38521/> (дата обращения: 14.11.2023).

УДК 338.24

Бостанова П. А., к.э.н., доцент

Bostanova P. A., Ph.D. Associate Professor

ФГБОУ ВО «Северо – Кавказская государственная академия»
North Caucasus State Academy

ДОСТИЖЕНИЕ И УДЕРЖАНИЕ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ - СТРАТЕГИЧЕСКАЯ ЦЕЛЬ ОРГАНИЗАЦИИ ACHIEVING AND RETAINING COMPETITIVE ADVANTAGES IS THE STRATEGIC GOAL OF THE ORGANIZATION

Аннотация: В статье рассматриваются актуальные вопросы определения уровня конкурентоспособности предприятия в современных условиях. На примере успешно развивающегося предприятия АПК Карачаево –Черкесской Республики АО Агрокомбинат «Южный» дана оценка его конкурентных преимуществ. Отмечена важность повышения качества производимой продукции для сохранения ее востребованности на рынке среди аналогичных товаров, предлагаемых предприятиями - конкурентами. Показана необходимость эффективного управления имущественным комплексом предприятия в целях повышения конкурентной позиции.

Ключевые слова: конкурентоспособность предприятия, конкурентные преимущества, конкурентная позиция, рейтинг.

Abstract: The article deals with topical issues of determining the level of competitiveness of an enterprise in modern conditions. On the example of a successfully developing agro-industrial complex of the Karachay-Cherkess Republic, JSC Agrokombinat Yuzhny, an assessment of its competitive advantages is given. The importance of improving the quality of manufactured products in order to maintain its demand in the market among similar products offered by competing enterprises was noted. The necessity of effective management of the property complex of the enterprise in order to increase the competitive position is shown.

Keywords: competitiveness of the enterprise, competitive advantages, competitive position, rating.

Концепция обеспечения конкурентоспособности исходит из необходимости ускоренного удовлетворения требований рынка, насыщения его товарами первоочередного или повышенного спроса, создания условий для достойного выхода на внешний рынок и выживаемости предприятия в условиях жесткой конкуренции. Конкурентное преимущество определяется набором характеристик, свойств товара или марки, который создает для фирмы определенное превосходство над своими прямыми конкурентами. Конкурентоспособность товара - это такой уровень его экономических, технических и эксплуатационных параметров, который позволяет выдержать соперничество (конкуренцию) с другими аналогичными товарами на рынке. Изменения внешней среды заставляют собственников находить способы по управлению конкурентоспособностью предприятия. Исходя из соотношения различных факторов, принимается решение об оптимальном направлении развития бизнеса. Формирование конкурентных преимуществ и есть процесс управления конкурентоспособностью.

Проблемы оценки и управления конкурентоспособностью широко освещаются в периодической печати. «Конкурентоспособность предприятия - это многоаспектное понятие, формируемое комплексом факторов, которые должны не только отражать текущее состояние, но и прогнозировать состояние предприятия в будущем для достижения им стратегических задач, возврата вложенных средств, повышения рыночной стоимости компании». [1]. «На сегодняшний момент для достижения эффективных результатов своей работы предприятиям необходимо приспосабливаться к постоянно изменяющимся условиям, которые, в свою очередь, требуют разработки инновационных концепций развития предприятия и повышения его конкурентоспособности» [2]. «Конкурентоспособность бизнеса характеризует результативность использования всех ресурсов предприятия и является сложным комплексным показателем, который зависит от внешних и внутренних факторов конкурентоспособности бизнеса, находящихся в постоянной динамике. Успешность конкурентной борьбы зависит от системы его конкурентных преимуществ» [3]. «Конкурентоспособность также может быть охарактеризована, как способность компании к приобретению, сохранению и

увеличению доли на рынке» [4]. «Повышение конкурентоспособности компании достигается за счет ориентации компании на потребителя, улучшения качества продукта, внедрения инновационной политики, лучшего использования ресурсов, в том числе человеческих» [5].

АО Агрокомбинат «Южный» — крупнейшее в России предприятие по выращиванию овощей закрытого грунта, было введено в эксплуатацию 40 лет назад. Расположение на территории Карачаево-Черкесии позволяет использовать конкурентные природные факторам: это VI световая зона России, то есть более 300 солнечных дней в году; благоприятный температурный диапазон; наличие в достаточном количестве экологически чистой воды и пр.

Качество продукции не раз отмечалось медалями и дипломами таких выставок, как «Теплицы России», «Зеленая неделя», международная выставка «Продэкспо», «Золотая осень» и многие другие. Золотые медали получены во всех заявленных номинациях на Российской агропромышленной выставке «Золотая осень». Овощи АО Агрокомбината «Южный» удостоены звания «Продукт года» на международной выставке World Food Moscow. Продукция комбината поставляется в Москву, Санкт-Петербург, Ростовскую область, Республику Адыгея, Ульяновск, Самару, Тольятти, Краснодар, Новороссийск и Лермонтов. В разное время комбинат выращивал до 20 видов продукции. Однако многие позиции показали экономическую неэффективность, поэтому предприятие выбрало узкую специализацию — огурцы и томаты - основные овощи, которые Россия импортирует зимой, к тому же они самые популярные в рационе потребителей. Овощеводческий бизнес в условиях санкций из-за существенно подорожавшего импорта очень привлекателен, при этом в закрытый грунт идут в основном крупные инвесторы.

Для определения конкурентоспособности целесообразно использовать рейтинговую систему оценки. Рейтинг есть источник информации о состоянии организации для внутренних и внешних пользователей с целью определения дальнейшей стратегии развития, а также для внешних пользователей для выбора организации при приобретении товаров, осуществления инвестиций.

Рейтинг является источником информации об объекте оценки, включающим в себя комплекс параметров, интересующих получателя информации. Кроме того, рейтинг стимулирует оцениваемый объект совершать действия по улучшению своего положения.

Таблица 1. Рейтинг российских тепличных хозяйств в 2022 г. по площади земельных угодий [6]

Рейтинг	Наименование организации	Регион	Площадь защищенного грунта, га
1.	УК «Рост»	г. Санкт-Петербург	443
2.	Агропромышленный холдинг «ЭКО-Культура»	г. Москва	304,2
3.	АО «Агрокомбинат «Южный»	Карачаево-Черкесская Республика	144
4.	ООО «Агро-Инвест»	г. Москва	105
5.	ООО «Агрокультура	Московская область	100

	Групп»		
6.	ГК «Горкунов»	Новосибирская область, Ярославская область, Смоленская область, Республика Крым	89,8
7.	ООО «ТК «Зеленая линия»	Краснодарский край	85
8.	Компания «Ботаника»	Волгоградская область	68
9.	ООО «Родина»	Воронежская область	61
10.	ГГУП ВОСП «Заря»	Волгоградская область	47

Оценка конкурентной позиции предприятия может быть проведена с использованием рейтинговой системы оценки значимости субъекта хозяйствования по выбранному показателю. Сопоставление тепличных хозяйств Российской Федерации по критерию размера площади имеющихся в их распоряжении земельных угодий, позволяет определить место АО Агрокомбинат «Южный» в данном рейтинге. Анализ показал, что предприятие входит в десятку крупнейших сельскохозяйственных организаций, профилем которых является тепличный бизнес. Пять из десяти предприятий агропромышленного комплекса, попавших в рейтинг, обладают земельными участками более 100 га. Площадь защищенного грунта АО Агрокомбинат «Южный» - 144 га, что соответствует 3-му месту в данном рейтинге (после тепличных гигантов, расположенных в г. Санкт –Петербурге и г. Москве). Следовательно, ресурсный потенциал предприятия достаточно высок. Замыкает десятку тепличное хозяйство Волгоградской области площадью 47 га, то есть, 10,6% от площади земли лидера рейтинга(табл.1).

Таблица 2. Рейтинг российских предприятий АПК (подотрасль – выращивание овощей) по выручке от реализации продукции в 2022 г. [7]

Рейтинг	Наименование организации	Объем выручки от реализации продукции, млн. руб.	Активы, млн. руб.	Регион
1.	ООО «Агрокультура групп»	8 127	18 824	Московская область
2.	ООО «Тепличный комбинат Елецкие овощи»	6 319	23 360	Липецкая область
3.	ООО «Овощи Черноземья»	6 088	29 711	Липецкая область
4.	ООО «Солнечный Дар»	5 683	39 064	Ставропольский край
5.	ООО «Овощевод»	4 439	11 240	Волгоградская область
6.	АО Агрофирма «Выборжец»	3 950	11 759	Ленинградская область
7.	АО Агрокомбинат «Южный»	3 932	4 739	Карачаево-Черкесская Республика
8.	ООО «Луховицкие овощи»	3 927	18 190	Московская область
9.	ООО «Тепличный комбинат «Майский»	414	7 782	Республика Татарстан
10.	ООО «Тепличный комбинат ЛипецкАгро»	3 351	12 476	Липецкая область

В рейтинге российских агропромышленных предприятий, которые специализируются на выращивании овощей, АО Агрокомбинат «Южный» занимает почетное 7-е место, то есть, входит в ТОП – 10.. В качестве главного критерия составления данного рейтинга по итогам 2022 года избран показатель выручки от реализации продукции. Размах колебаний стоимости объема продаж продукции от лидера (8,1 млрд. руб.) до аутсайдера (3,4 млрд. руб. составляет 4,7 млрд. руб. Стоимость произведенной и реализованной продукции АО Агрокомбинат «Южный» достигло почти 4 млрд. руб., что составляет приблизительно 50% от соответствующего значения показателя крупнейшего производителя овощей в России. Для справки приводятся сведения об активах тепличных комплексов (табл.1).

Высокий уровень конкурентоспособности предприятия, как правило, свидетельствует о благополучии экономического «здоровья» предприятия. Рациональная организация хозяйственной и финансовой деятельности предприятия способствует наиболее полноценному использованию производственных ресурсов предприятия, росту прибыли, и, как результат, росту конкурентоспособности. Качество управления имуществом предприятия может быть оценено при изучении динамики финансовых результатов деятельности

Таблица 3. Оценка эффективности управления имуществом комплексом АО Агрокомбинат «Южный» [8]

Показатели	2020	2021	2022	Изменения (+,-) за 2022 к 2020гг.
Данные для расчета				
1.Выручка от продаж, млн. руб.	2 638,2	3 658, 7	3 933,0	+1294,8
2.Себестоимость продукции, млн. руб.	1 926,0	2 612,0	2 310,1	+384,1
3.Стоимость основных производственных фондов, млн. руб.	1 950,4	2 487,2	2 690,9	+740,5
4.Стоимость оборотных фондов, млн. руб.	1 985, 5	1 263,0	2 048,6	+63,1
4.Чистая прибыль, млн. руб.	149,9	311,0	307,0	+157,1
Показатели эффективности				
1. Коэффициент фондоотдачи основных производственных фондов, ед., ед.	1,35	1,47	1,46	+0,11
2. Коэффициент оборачиваемости оборотных фондов, ед.	1,33	2,9	1,92	+0,59
3. Рентабельность продукции, %	7,8	11,9	13,3	+5,5

Оценка изменения значений финансовых коэффициентов, характеризующих эффективность управления имуществом АО Агрокомбинат «Южный», показывает их значительное улучшение за период с 2020 по 2022 гг. Фондоотдача основных фондов повысилась с 1,35 до 1,46 ед. Оборачиваемость оборотных средств также увеличилась с 1,33 до 1,92 оборотов с соответствующим уменьшением длительности 1 оборота. Эти изменения вызваны существенным ростом суммы выручки от реализации продукции. за

анализируемый период (на 1,3 млрд. руб.). Показатель рентабельности продукции имеет положительную динамику за отчетный период по сравнению с базисным. Таким образом, результативность управления имуществом предприятия можно признать позитивной, что, в свою очередь, отражается на его конкурентоспособности (табл.3).

Своевременная оценка конкурентной позиции предприятия на отраслевом рынке позволяет разработать меры по повышению конкурентоспособности; выбрать партнеров для организации совместного производства продукции; привлечь инвесторов; создать условия для выхода на новые рынки сбыта.

Список литературы:

1. Латынцева, М. Б. Факторы развития конкурентоспособности предприятия / М.Б. Латынцева // Вестник Омского университета. Серия «Экономика». -2016. - №4. –С.92-100

2. Шелудько Е. Б. Конкурентоспособность предприятия: сущность, факторы и принципы // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2016. – № S6. – С. 100–105

3. Хайновская, С.С. Исследование конкурентных преимуществ предприятия / С.С.Хайновская // Экономика и бизнес: теория и практика. 2019 - №10 – 2(56). –С.133-136

4. Сысоева, Е.В. Инструменты повышения конкурентоспособности компаний / Е.В.Сысоева // Инновации и инвестиции. -2018.- № 10.-С.55-59

5. Вихлянская В.О. Оценка и пути повышения конкурентоспособности предприятия / В.О.Вихлянская, Е.А.Фадеева // Экономика и бизнес: теория и практика. -2021. -№11110 -1 (80). – С.78-81

6. Рейтинг организаций по выручке. Вид деятельности: 01 «Растениеводство и животноводство...» URL:https://www.testfirm.ru/rating/01_13_1/?ysclid=lox11d7sy8140603443

7. Отраслевые рейтинги.25 тепличных хозяйств России. [Электронный ресурс]. – URL: <https://vestnikapk.ru/articles/otraslevye-reytingi/25-teplichnykh-khozyaystv-rossii/?ysclid=lox0jdblk1692756151>

8. Бухгалтерские балансы, отчеты о финансовых результатах АО Агрокомбинат «Южный» за 2020 – 2022гг.

УДК 338.24

Буланова А.А., обучающаяся 1 курса
Bulanova A.A., 1st year student

ФГБОУ ВО «Костромской государственный университет»
FSBEI HE "Kostroma State University"

ОЦЕНКА КАЧЕСТВА УПРАВЛЕНИЯ РАСХОДАМИ БЮДЖЕТОВ СУБЪЕКТОВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

ASSESSMENT OF THE QUALITY OF MANAGEMENT OF BUDGET EXPENDITURES OF THE SUBJECTS OF THE RUSSIAN FEDERATION IN MODERN CONDITIONS

Аннотация. В статье освещена проблема методического обеспечения по оценке качества управления расходами бюджетов субъектов Российской Федерации на современном этапе. В ходе исследования были проанализированы ключевые особенности исполнения расходной части региональных бюджетов, результаты бюджетного планирования, уровень освоения бюджетных ассигнований. Охарактеризованы некоторые подходы российских ученых и методика Минфина России по оценке качества управления расходами региональных бюджетов. По итогам полученных результатов были сделаны выводы, которые обосновывают необходимость создания рекомендаций и методического инструментария для улучшения управления бюджетными расходами в регионах.

Ключевые слова: управление, эффективность, расходы бюджета, качество, оценка, региональные финансы, методика.

Annotation. The article highlights the problem of methodological support for assessing the quality of budget expenditure management of the subjects of the Russian Federation at the present stage. In the course of the study, the key features of the execution of the expenditure part of regional budgets, the results of budget planning, the level of development of budget allocations were analyzed. Some approaches of Russian scientists and the methodology of the Ministry of Finance of Russia for assessing the quality of expenditure management of regional budgets are characterized. Based on the results obtained, conclusions were drawn that justify the need to create recommendations and methodological tools to improve the management of budget expenditures in the regions.

Keywords: management, effectiveness, budget expenditures, quality, evaluation, regional finance, methodology.

Для определения качества управления бюджетными расходами важное значение имеют уровень и устойчивость развития субъектов Российской Федерации в современных социально-экономических условиях. Поэтому важную роль в достижении целей социально-экономической политики страны и регионов играют выбор ориентиров для бюджетных затрат и адекватность их объемов. Обоснованность расходов бюджета и их соответствие потребностям экономики и социальной сферы также являются важными факторами.

В наши дни действующие методики не способны предоставить всестороннюю оценку качества управления над бюджетными тратами регионов России. Это приводит к снижению результативности государственного финансового управления в отношении территориального социально-экономического развития и стабильности региональных бюджетов.

Появление проблем в области бюджетного управления низкого качества подчеркивает актуальность вопросов регионального развития и порождает новые проблемы, которые требуют увеличения бюджетных затрат. Это, в свою очередь, приводит к дисбалансу бюджетов и неэффективности долговой политики в регионах России, а также снижает качество планирования бюджета.

С теоретической перспективы, управление бюджетными расходами в субъекте Российской Федерации представляет собой комплекс взаимосвязанных свойств и характеристик, которые полностью и сжато отражают сущность этого процесса, позволяют оценить соответствие бюджетных расходов с целями и потребностями граждан, субъектов хозяйственной деятельности.

Оценка эффективности управления финансами на региональном уровне требует разработки релевантных методов и принципов. В этом контексте, качество оценивается через широкий спектр факторов, используя специально разработанные критерии и индикаторы [1].

Применение оценки качества управления расходами региональных бюджетов в современных условиях основывается на различных группах методик:

– ученые, описывая свои методики в научных публикациях, ориентируются на оценку эффективности и результативности бюджетных расходов, рассматривая их как объект управления. Некоторые исследователи, например, Баранова И.В., предлагают методику, которая основана на определенных критериях, таких как доля программных расходов в общей сумме финансирования всех направлений, погашение долговых обязательств субъекта Российской Федерации, объем платежей населения за услуги ЖКХ и другие [8].

Важно отметить и подход Сидориной И.Ф., где целевые программы рассматриваются в качестве метода управления расходами региональных бюджетов и предполагает расчет отдельных коэффициентов [9].

Однако существующие методики имеют ограниченный набор критериев и показателей, что не позволяет провести качественную и объективную оценку;

– проводимая ежегодно в соответствии с приказом Минфина России от 03.12.2010 № 552 (ред. от 31.07.2023) «О Порядке осуществления мониторинга и оценки качества управления региональными финансами», осуществляется по следующим направлениям, представленным на рисунке 1.

Согласно положениям Приказа № 552, по результатам комплексной оценки управления региональными финансами может быть присвоена 1, 2 или 3 степень качества.

Субъекты столкнулись с кризисом в связи с изменением геополитической обстановки и ее влиянием на ухудшение экономической ситуации. Этот кризис негативно сказался на формировании и расходовании бюджетов субъектов. Во многом развитие определяется особенностями социальной и экологической ситуации, сложившейся в последние годы в каждом конкретном регионе страны. При этом субъекты ощущали влияние в разной степени.



Рисунок 1. Оценка качества, характеризующая аспекты регионального финансового управления [12]

Политика федерального центра направлена на относительное выравнивание региональных бюджетов и увеличение расходов большинства субъектов, включая "проблемные". Как планировалось к 1 июля 2023 года, регионы увеличили расходы до уровня 2022 года на 10,9%, при одновременном снижении доходов на 4,9% [11].

В 59 субъектах РФ темпы роста расходов превысили темпы роста доходов. Основные расходы в 2022 году были направлены на выполнение социальных обязательств и преодоление эпидемиологических последствий.

Расходы увеличились на 1 370,7 млн рублей или 16,7% в 80 регионах (кроме Республики Карачаево-Черкесия, Амурской, Мурманской и Тюменской областей и Ненецкого автономного округа, где снижение от 0,5% до 8%), что составило до 9 578,7 млрд рублей (42,9% бюджетных ассигнований), из которых доля расходов г. Москвы составила 18,8%.

В первом полугодии 2022 года расходы регионов на сферу "национальная экономика" составили около 20% от общих расходов, превысивших 1,65 трлн рублей и увеличившись на 29% по сравнению с 2021 годом. Особенно значительный рост наблюдался в Хабаровском крае (2,2 раза), Тюменской (2,5 раза), Мурманской (2 раза), Рязанской (80%) областях, Липецкой области и г. Севастополе – 70% [5].

В социальной сфере во всех регионах произошел рост расходов на здравоохранение и социальную политику, которые составили 72% (830 млрд рублей) и 24% (636 млрд рублей) соответственно. Общий рост этих расходов примерно соответствует увеличению поступлений федерального бюджета, которые покрыли расходы регионов, связанные с пандемией [11].

В 2022 году в 41 регионе, что составляет почти половину субъектов, региональные бюджеты столкнулись с сокращением расходов. Интересно отметить, что в некоторых регионах это сокращение оказалось существенным. Например, бюджет Ленинградской области уменьшился на 17 млрд рублей по

сравнению с 2021 годом, Тюменская область сократила расходы на 13 млрд рублей, а в Татарстане бюджет уменьшился на 25 млрд рублей.

Долговая нагрузка регионов, хотя и выросла с 19,3% на 1 июля 2022 года до 21,9% на 1 июля 2023 года, продолжает оставаться на безопасном уровне.

По состоянию на 1 июля 2023 года только Удмуртская Республика (110,2%) имела высокий уровень государственного долга. В целом за 12 месяцев с 2022 года по конец июня 2023 года государственный долг увеличился в 67 субъектах Российской Федерации, а долговая нагрузка увеличилась в 51.

Большинство регионов приняли бюджеты, ориентированные на экономический режим, что привело к необходимости принятия дефицитных бюджетов (74 субъекта). Это можно назвать одной из закономерностей. Исключительно шесть регионов приняли профицитный бюджет на 2022 год (Карелия, Омская, Смоленская и Томская области, Камчатский край и Еврейская автономная область).

Однако, необходимо учесть, что современные требования к управлению бюджетом жестче, и не всегда возможно достичь равновесия между объемами расходов и их целевым использованием. Поэтому, эффективное и рациональное распределение бюджетных ресурсов становится основным заданием, с которым сталкиваются субъекты Российской Федерации.

По результатам оценки качества управления региональными финансами 2020-2022 гг., Министерством финансов Российской Федерации были присвоены следующие степени:

– 1 степень с высоким качеством управления в 2022 году получили 24 субъекта (Воронежская, Ивановская, Калужская, Новгородская, Рязанская области и другие), в 2021 году – 25 регионов, в 2020 году их количество достигало 24.

Отмечается, что произошли изменения среди управления региональными финансами по сравнению с 2021 годом, что представлено на рисунке 2;

– 2 степень с надлежащим качеством управления в 2022 году присвоена 43 регионам (Костромская, Курская, Вологодская, Челябинская, Ярославская области и другие). В предыдущем году количество регионов с данной степенью составляло 40, а в 2020 году их число достигало 45 [11];

– количество субъектов с низким качеством управления (3 степень) в 2022 году составило 18 (Нижегородская, Архангельская, Саратовская, Томская, Псковская области и другие). Отмечается, что значение ниже показателя 2021 года (20) и выше уровня 2020 года, когда таких регионов было 16.



Рисунок 2. Изменения среди субъектов, которым присвоен 1-й уровень качества регионального финансового управления [12]

В то же время вышеуказанная процедура достаточно сложна для понимания, она используется для оценки регионального финансового управления в целом и содержит значительное количество индикаторов, что усложняет процесс интерпретации полученных результатов оценки общественностью.

Важно отметить, что при оценке качества исполнения бюджетов субъектов по итогам 2021 года были обнаружены следующие факты:

- в некоторых регионах Российской Федерации была высокая доля просроченных обязательств по расходам региональных бюджетов. Среднее значение этого показателя для всей страны составило 0,3%, а для отдельных регионов, таких как Республика Ингушетия (9,8%), Магаданская область (6,7%), Республика Калмыкия (1,9%) и Республика Мордовия (1,5%), оно было еще выше. При среднем показателе индикатора в 2020 году (0,4%) для Республики Ингушетия его значение составило 9,3%, Магаданской области – 6,1%, Республики Мордовия – 5,9% (в прошлом году отношение просроченной задолженности в целом составляло 0,7%) [14];

- в пяти регионах Российской Федерации выявлены факты нецелевого использования межбюджетных трансфертов, тогда как годом ранее количество субъектов составляло 4. Так объем взысканных средств по целевым межбюджетным трансфертам в общем объеме, предоставленных региону, составляет у Республики Ингушетия – 4%, г. Севастополя, Республик Марий Эл и Тыва, Краснодарского края – менее 1% (в 2020 году объем трансфертов составлял у Республики Ингушетия – 2,3%, Республик Марий Эл, Тыва и Забайкальского края – менее 1%);

- в 2020 году бюджетный эффект в большинстве регионов достигнут в полном объеме. Низкая степень достижения в Республике Калмыкия составила 10%, Приморском крае – 15,9%, Чеченской Республике – 35,4%, Республика

Ингушетия – 47,7% [10], тогда как годом ранее степень достижения эффекта в Тульской области составила 94%, Псковской области – 73,4%.

За 2021 год, 26 субъектов нарушили меры по социально-экономическому развитию и оздоровлению финансов. В 65 регионах бюджетный эффект от реализации программ финансового оздоровления в 2021 году не превышал 10% расходов региональных бюджетов. Низкая степень достижения эффекта составила в Республике Ингушетия – 50%, Республике Саха (Якутия) – 62%, Республике Мордовия – 89% от плановых значений программы оздоровления [10].

Среди регионов с 2022 года, имеющих обязательство перед Минфином России о внесении изменений в закон, 23 региона не во всех проектах учитывали замечания (рекомендации), 4 региона не учли предложения во всех поправках закона о региональном бюджете в Удмуртской Республике, Ульяновской области, Хабаровском крае, Республике Ингушетия.

Несмотря на то, что данная методология проводит оценку по 76 различным индикаторам, включая 60 подгрупп и 16 подподгрупп, и разбита на 7 групп по направлениям, научное исследование выявило, что она не обеспечивает анализ динамики показателей, оценку эффективности и результативности расходов бюджета, а также не дает достаточно прозрачную информацию о бюджетном процессе в части управления бюджетными расходами.

Качество управления зависит не только от правильных показателей оценки, но и от наличия достоверных статистических данных для расчета этих показателей. На текущий момент, можно с уверенностью сказать, что статистическая база данных не удовлетворяет требованиям, необходимым для решения данной проблемы. Для того чтобы развивать и совершенствовать систему оценки эффективности использования бюджетных расходов и эффективности их управления, необходимо существенно улучшить имеющиеся формы статистической отчетности, придать им большую достоверность и внедрить новые показатели, которые позволят более точно оценить эффективность бюджетных расходов.

Для достижения этой цели, необходимо усилить взаимодействие между различными органами и институтами, ответственными за ведение статистики, а также проводить специализированные исследования с целью выработки новых подходов и методологий сбора и анализа данных [7].

В результате, существующие методики и подходы, используемые на практике, не дают возможности комплексно оценить качество управления расходами бюджетов субъектов Российской Федерации в современных условиях. В связи с этим необходимо улучшить методологическую и правовую основу управления расходами региональных бюджетов, оценки их качества, а также разработать и внедрить комплекс научно-обоснованных практических мер, направленных на повышение качества управления бюджетными расходами регионов.

Необходимо учитывать текущие экономические и социальные условия, а также прогнозы на будущее, чтобы определить наиболее рациональное

распределение бюджетных средств. Кроме того, важно отметить, что эффективность бюджетных расходов зависит от прозрачности и открытости процесса их планирования и исполнения. Граждане и заинтересованные стороны должны иметь возможность ознакомиться с информацией о расходах и оценить их эффективность и соответствие постановленным целям. Только таким образом можно обеспечить доверие общества к управлению бюджетными средствами.

Исходя из этого, можно сделать вывод о том, что управление бюджетными расходами играет важную роль в развитии субъектов Российской Федерации, поэтому необходимо уделить особое внимание данной проблеме и разработать соответствующие рекомендации. Такие меры обеспечат более полное и эффективное выполнение принципов бюджетной системы с учетом международных требований и существующих экономических проблем, создадут благоприятные условия для социально-экономического развития регионов и повысят качество жизни граждан [6].

Список литературы:

1. О Порядке осуществления мониторинга и оценки качества управления региональными финансами: Приказ Минфина России № 552: текст с изменениями и дополнениями, вступившими в силу с 31.07.2023: официальный текст: от 03.12.2010 г. – Москва, 2023.

2. Колесов, Р. В. Эффективное и ответственное управление региональными и муниципальными финансами: актуальные проблемы и пути их решения: монография / Р. В. Колесов. – Москва, 2020. – 180 с.

3. Дуплинская, Е. Б. Управление публичными финансами: учебное пособие / Е. Б. Дуплинская. – Новосибирск: СГУПС, 2020. – 99 с.

4. Бондарева, Ю. В. Повышение эффективности бюджетных расходов на региональном уровне: проблемы и пути решения / Ю. В. Бондарева, О. И. Тишутина // Проблемы и перспективы социально-экономического развития России в XXI веке: сборник научных статей II Всероссийской научной конференции. – Хабаровск: РИЦ ХГУЭП, 2021. – С. 10-15.

5. Галиулина, Г. Ф. Рейтинговая оценка качества управления расходами региональных бюджетов / Г. Ф. Галиулина, В. А. Катков, Э. В. Габидуллин // Актуальные проблемы общества, экономики и права в контексте глобальных вызовов: сборник научных статей V Международной научно-практической конференции. – Уфа: УГНТУ, 2021. – С. 29-33.

6. Грабова, О. Н. Теория и прогностические модели развития регионов / О. Н. Грабова // Экономика и управление: проблемы, решения. – 2018. – Т. 5, № 3(75). – С. 4-7.

7. Грабова, О. Н., Свиридов Н. Н. Региональный менеджмент и качество жизни населения // Вестник КГУ. 2012. №5. – С. 222-225.

8. Сазонова, Л. Н. Региональный бюджет в процессах социально-экономического развития субъекта Российской Федерации: прикладные вопросы и проблемы / Л. Н. Сазонова // Актуальные проблемы общества, экономики и права в контексте глобальных вызовов: Сборник материалов X

Международной научно-практической конференции. – Москва, 2022. – С. 195-204.

9. Чернова, Е. С. Моделирование устойчивого социально-экономического развития региона: методологический аспект / Е. С. Чернова // Информационные технологии в моделировании и управлении: подходы, методы, решения: IV всероссийская научная конференция с международным участием: сборник материалов. – Тольятти: ТГУ, 2021. – С. 114-120.

10. Балынин, И. В. Повышение качества управления расходами бюджетов субъектов Российской Федерации: специальность 08.00.10 «Финансы, денежное обращение и кредит»: магистерская диссертация / Балынин И. В.; Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации. – Москва, 2019. – 188 с.

11. Ватлецова, Д. А. Проблемы исполнения расходной части регионального бюджета: специальность 38.04.08 «Финансы и кредит»: магистерская диссертация / Ватлецова Д. А.; Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина. – Екатеринбург, 2020. – 108 с.

12. Министерство финансов Российской Федерации: официальный сайт. – Москва. – URL: <https://minfin.gov.ru/ru/> (дата обращения: 06.11.2023).

13. Бюджеты регионов: сохранить расходы в постковидную эпоху. – Москва. – URL: https://nacexpert.ru/wp-content/uploads/2022/02/Бюджеты-регионов_02022022.pdf (дата обращения: 08.11.2023).

14. РИА Новости: итоговый рейтинг регионов России. – Москва. – URL: <https://ria.ru/20221226/itogi-1841180407.html> (дата обращения: 10.11.2023).

УДК 338

Ваниева А.Р., к.э.н., доцент
Vanieva A.R., Ph.D., Associate Professor

ГБОУВО РК «Крымский инженерно-педагогический университет имени Февзи Якубова»

SBEIHE RC «Crimean Engineering and Pedagogical University the name of Fevzi Yakubov»

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ТРАНСФОРМАЦИИ ИННОВАЦИОННО-ИНВЕСТИЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ОТРАСЛЕВОГО РАЗВИТИЯ

**SOCIO-ECONOMIC TRANSFORMATIONS OF INNOVATION AND
INVESTMENT SUPPORT OF INDUSTRY DEVELOPMENT**

Аннотация. В статье определены основные тенденции социально-экономических трансформаций инновационно-инвестиционного обеспечения отраслевого развития. Выявлены методологические аспекты экономических

трансформаций отраслевого развития. Рассмотрены наиболее перспективные направления инновационно-инвестиционного обеспечения отраслевого развития.

Ключевые слова: экономические трансформации, инновационно-инвестиционное обеспечение, устойчивое развитие, инвестиции.

Annotation. The article identifies the main trends in socio-economic transformations in innovation and investment support for sectoral development. Methodological aspects of economic transformations of sectoral development are revealed. The most promising areas of innovation and investment support for industry development are considered.

Keywords: economic transformations, innovation and investment support, sustainable development, investments.

Перспективы развития общества зависят не только от эффективности использования имеющихся ресурсов, но и (в настоящее время в значительно большей степени) от способности его членов продуцировать и внедрять инновации. Да, именно благодаря «радикальным нововведениям, имеющим высокий потенциал рыночного проникновения, предприниматели получают дополнительную прибыль», который направляется не только на развитие собственного бизнеса и удовлетворение все возрастающих потребностей, за счет наращивания объемов производства товаров и услуг, а также внедрение и использование новаций в различных отраслях и сферах деятельности.

Внедрение инноваций и инвестиций для развития национальной экономики может осуществляться по интенсивному или экстенсивному типу и быть направленным на сокращение трудо-, фондо- и материалоемкости продукции, обеспечивая тем самым повышение уровня конкурентоспособности экономики и национальной безопасности.

На сегодняшний день повышается значимость наукоемких технологий, использование которых позволит ускорить достижение мировых стандартов в области производства товаров и услуг (как это имеет место в Японии, Южной Корее и других развитых и быстро развивающихся странах), а также повысить уровень и качество жизни населения.

И хотя применяются преимущественно экстенсивные новации, однако это никоим образом не снижает значимость проведения мероприятий, направленных на создание альтернативных рабочих мест (прежде всего, в сельской местности за счет развития «зеленого» туризма, развития перерабатывающих и размещения структурных подразделений промышленных предприятий и т.д.). Стимулирование инновационно-инвестиционной активности в настоящее время приобретает ведущее значение в реформировании и трансформации экономики.

Необходимость государственного регулирования структурно-инвестиционных процессов, принятие долгосрочных программ создает благоприятный инновационный климат в сфере научно-исследовательской деятельности. Для этого используется немало различных рычагов. Среди них разнообразные льготы (и санкции), вплоть до бесплатной передачи результатов

фундаментальных исследований коммерческим предприятиям. Регулирование развития ситуации в инвестиционной сфере, в первую очередь на региональном уровне, будет в значительной степени определяться разработкой и результативностью реализации концепции государственной инвестиционной политики, к основным направлениям которой можно отнести следующие:

- последовательную децентрализацию инвестиционного процесса на основе развития разных форм собственности;
- государственную поддержку предприятий за счет централизованных инвестиций при перенесении центра тяжести по безвозмездному бюджетному финансированию инвестиционных проектов на финансирование исключительно на конкурсной основе;
- повышение роли внутренних (собственных) источников накопления предприятий для финансирования и инвестиционных проектов;
- расширение практики совместного государственно коммерческого финансирования с привлечением капиталов других стран;
- усиление государственного контроля за расходами средств центрального бюджета, направляемых на инвестиции в форме безвозмездного бюджетного финансирования и в форме кредита.

Назрела острая потребность в выработке действующей государственной инновационно-инвестиционной политики по трансформации экономики, направленной на диверсификацию ее структуры, приоритет развития наукоемких отраслей (в том числе в пределах оборотного комплекса), а также отраслей, развитие которых должно способствовать ориентации экономики на значительное увеличение в ее структуре части потребительского комплекса.

В то же время необходимо создать и последовательно реализовать инновационно-инвестиционный механизм, отвечающий новым экономическим и социально-политическим реалиям, обеспечивающий значительный по масштабу приток капитала для модернизации производства. Исходный момент этого механизма – разработка селективности инновационно-инвестиционной стратегии, которая найдет отражение в государственных и региональных инновационных и инвестиционных программах, крупных проектах, рассчитанных на длительный период. Главная проблема состоит в выборе приоритетов производства, где концентрация ресурсов сможет в сравнительно короткий срок обеспечить успех и цепную реакцию перехода в более высокие сферы общественного хозяйства.

К приоритетным сферам инновационно-инвестиционной деятельности, заслуживающим государственной поддержки, относятся:

- обеспечение производства экологически чистой продовольственной продукции за счет поддержки сети фермерских и личных подсобных хозяйств. Ведущая роль в реализации этого приоритета принадлежит региональным программам;
- высокие технологии, основанные на конверсии, организация которых должна быть направлена на производство высокотехнологичных, конкурентоспособных на мировых рынках и импортозамещающих товаров;

- ресурсосберегающие, экологически чистые технологии, необходимые для более полного извлечения минеральных богатств из недр и глубокой комплексной переработки природного сырья. Поддержка проектов по освоению безотходных технологий по добыче, переработке и использованию природного сырья поможет уменьшить ресурсозатратность и обеспечить дополнительный доход от реализации на внутреннем и внешнем рынках продуктов глубокой переработки сырья;

- современные средства коммуникаций, создание средств транспорта и связи, создание и модернизация транспортных и информационных сетей. Здесь требуются значительные государственные и межгосударственные капиталовложения.

Приоритеты российского бизнеса во многом сместились на фоне структурной трансформации экономики и беспрецедентных международных санкций, влияющих на кооперационные связи, логистические маршруты и доступность традиционных экспортных рынков. Предприятия от развития инноваций для достижения стратегических долгосрочных целей перешли к оперативной перестройке и решению краткосрочных базовых задач (налаживанию экспорта и импорта, поиску новых поставщиков и рынков сбыта и др.). Тем не менее, объем затрат на инновационную деятельность достиг 2,7 трлн руб. (против 2,4 трлн руб. в 2021 г.) [1]. Новые меры поддержки организаций, создающих или использующих отечественное программное обеспечение, способствовали увеличению затрат на такие виды инновационной деятельности, как разработка и приобретение программ для ЭВМ и баз данных (+98% к уровню 2021 г.), приобретение прав на результаты интеллектуальной деятельности (+18%), необходимые для перестройки информационных систем и бизнес-процессов.

Максимальный прирост затрат на инновации зафиксирован в отраслях, где уход с рынка зарубежных компаний стимулировал увеличение спроса на производимую продукцию: это производство бумаги (+46,5%), химических веществ и продуктов (+42,5%), мебели (+33,2%), текстильных изделий (+28,1%), прочей неметаллической минеральной продукции (+21,3%). Кроме того, возросли затраты на инновации в сельском хозяйстве (+26,7%), сфере телекоммуникаций и информационных технологий (+16,2%), получивших дополнительную поддержку со стороны государства.

Интенсивность затрат на инновационную деятельность, то есть их доля в общем объеме отгруженных товаров, выполненных работ, услуг, составила 2,1% (против 2% в 2021 г.). Самые высокие значения по итогам 2022 г. характерны для производства летательных и космических аппаратов (13%), бумаги (6,8%), компьютеров (5,4%), автотранспортных средств (4,6%), фармацевтики (4,2%) и др.

Объем инновационной продукции (товаров, работ, услуг) в 2022 г. составил 6,4 трлн руб. (против 6 трлн руб. в 2021 г.). При пересчете в постоянные цены это оказалось на 8% ниже уровня предыдущего года. В ряде отраслей сохранилась положительная динамика, в их числе сельское хозяйство

(+60,1%), металлургия (+41,4%), транспортировка и хранение (+31%), производство компьютеров (+23,4%), здравоохранение (+10,6%).

В общем объеме продаж доля инновационной продукции остается невысокой — 5,1% (в 2021 г. — 5%). Лидируют производители летательных и космических аппаратов (28,1%), судов и лодок (23,7%), компьютеров (22%), готовых металлических изделий (13,1%) [1]. Следует отметить, что инновационная деятельность является чрезвычайно рискованной сферой и требует значительного вливания финансовых ресурсов, однако позволяет добиться лидерства по тому или иному направлению внедрения.

Согласно проведенному исследованию, оказалось, что существует значительное количество препятствий на пути реализации совместных инновационных проектов. Неотложными проблемами является недостаточное финансирование инновационной деятельности со стороны государственного сектора, присутствие теневого сектора экономики, неблагоприятный инвестиционный климат. Еще одной не менее важной проблемой на современном этапе развития считаем несовершенство методической базы по определению эффективности использования возможностей сотрудничества при реализации инновационных проектов. Важность вопроса растет линейно с длительными проявлениями последствий введения санкций. То есть все элементы – производственное, научное, информационное, экономическое и другие – не имеют достаточного уровня развития, что не только не стимулирует, но и притормаживает развитие инновационного направления любой отрасли экономики. Одним из возможных выходов является вовлечение в сотрудничества с передовыми компаниями в области управления и разработки инноваций.

Таким образом, необходимо исследовать основные этапы проведения расчетов и определения интегрированного показателя, которые могли бы помочь на этапе внедрения международного проекта определить его целесообразность, масштабность и объемы необходимых дальнейших финансовых вложений в развитие. Необходимо учесть непредвиденные риски, которые могут возникнуть уже в процессе реализации проекта, и применить необходимые рычаги для их минимизации с меньшими общими потерями.

Список литературы:

1. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru>
2. Арифджанова Н.З. Цифровые технологии в организации транспортно-логистических процессов // Universum: технические науки : электрон. научн. журн. – 2022. – 12(105). <https://7universum.com/ru/tech/archive/item/14698>
3. Перепелкин И.Г. Управление развитием ресурсного потенциала регионального агропромышленного комплекса: дисс. ... канд. эк. наук: 08.00.05 / Перепелкин Илья Геннадьевич. – Курск, 2018.- 247 с.

Ведерников А.В., обучающийся 3 курса, Леухина Т.Л., к.э.н., доцент
Vedernikov A.V., 3th year student, Leukhina T.L., Ph.D. Associate Professor

Поволжский Государственный Технологический Университет
Volga State Technological University

УЧЕТ И ИНВЕНТАРИЗАЦИЯ ГОТОВОЙ ПРОДУКЦИИ **ACCOUNTING AND INVENTORY OF FINISHED PRODUCTS**

Аннотация: Данная статья посвящена вопросам учета и инвентаризации готовой продукции на предприятии. В ходе исследования рассматриваются современные методы и подходы к учету готовой продукции, а также разрабатываются рекомендации по оптимизации процессов инвентаризации. Автор анализирует влияние правильного учета и эффективной инвентаризации на финансовое состояние предприятия и выявляет возможные пути повышения эффективности этих процессов.

Ключевые слова: учет, инвентаризация, готовая продукция, эффективность, методы учета, оптимизация процессов, финансовое состояние предприятия.

Abstract: This article is devoted to the issues of accounting and inventory of finished products at the enterprise. In the course of the study, modern methods and approaches to accounting for finished products are considered, as well as recommendations for optimizing inventory processes are developed. The author analyzes the impact of proper accounting and effective inventory on the financial condition of the enterprise and identifies possible ways to improve the efficiency of these processes.

Keywords: accounting, inventory, finished products, efficiency, accounting methods, optimization of processes, financial condition of the enterprise.

Цель данного исследования заключается в анализе процессов учета и инвентаризации готовой продукции с целью определения оптимальных методов и практик для повышения эффективности бизнес-процессов.

В современном бизнесе готовая продукция является ключевым активом предприятия, и точный учет этого ресурса играет решающую роль в финансовом здоровье организации. Главная цель исследования – выявление методов учета, обеспечивающих точное и достоверное отражение наличия готовой продукции в активах предприятия. Это включает в себя изучение существующих стандартов учета, применяемых на практике, и анализ современных тенденций в области учета готовой продукции.

Особое внимание уделяется изучению процессов инвентаризации готовой продукции, которая является ключевым элементом обеспечения достоверности данных о наличии и состоянии запасов.

Важным компонентом работы является оценка влияния точности учета и эффективности инвентаризации на финансовые показатели предприятия. Исследование направлено на выявление прямой связи между качеством учета готовой продукции и финансовым состоянием предприятия, с последующей разработкой рекомендаций по оптимизации этих процессов для достижения лучших результатов.

В итоге предполагается создание обширного аналитического обзора методов учета и инвентаризации готовой продукции, а также формулировка рекомендаций для предприятий по улучшению этих процессов с целью повышения их конкурентоспособности и финансовой устойчивости

Современные информационные технологии в учете готовой продукции рассматриваются как эффективные инструменты для точного и оперативного учета. Внедрение автоматизированных систем учета позволяет отслеживать движение продукции на всех этапах производства и сбыта, минимизируя вероятность ошибок и упрощая процесс инвентаризации.

На основе поставленных целей, наступает этап анализа статьи, который направлен на более глубокое понимание процессов учета и инвентаризации готовой продукции. В статье Милосердова Н.В. [5] говорится о положительных и отрицательных аспектах готовой продукции. По ФСБУ 5/2019 "Запасы" готовая продукция определяется как часть запасов организации, предназначенная для продажи и представляющая собой конечный результат производственного процесса. Она обладает техническими и качественными характеристиками, соответствующими условиям договора или требованиям других документов, установленным законодательством.

Существуют два способа оценки готовой продукции. Первый - по фактической производственной себестоимости, который преимущественно используется на предприятиях индивидуального производства, оснащенных крупным уникальным оборудованием и транспортными средствами. Этот метод предполагает учет всех затрат, связанных с производством продукции, и может быть рассчитан только по завершении отчетного периода.

Второй способ - по плановой производственной себестоимости, где учитываются отклонения фактической себестоимости за отчетный месяц от плановой (нормативной) себестоимости. Также возможна оценка по учетным ценам, определенным в договорах организации, где учитывается разница между фактической себестоимостью и учетной ценой.

Важно отметить, что все операции по движению запасов (поступление, перемещение, расходование) должны быть документированы первичными учетными документами.

Регулярная инвентаризация готовой продукции является обязательным этапом перед составлением ежегодного баланса. В соответствии с учетной политикой проводятся проверки наличия документов по инвентаризации, а также оценивается правильность оформления инвентаризационных описей.

Анализ учета готовой продукции позволяет сделать вывод, что она представляет собой конечный результат производственного процесса на предприятии. Важно отметить, что предприятие следует плановым заданиям по

ассортименту, количеству и качеству, что подчеркивает высокий стандарт производства. Постоянное внимание уделяется вопросам увеличения объема выпускаемой продукции, расширения ассортимента и повышения ее качества. Такой подход свидетельствует о стремлении предприятия к эффективному производству, а также поддерживает его цели расширения рынка товаров и услуг, а также извлечения прибыли. Однако, несмотря на эти положительные аспекты, важно также обеспечивать постоянное соблюдение стандартов инвентаризации и улучшение процессов учета для обеспечения точности и достоверности данных.

Основными проблемами учета готовой продукции на предприятии выступают следующие аспекты:

1. Систематический контроль выпуска готовой продукции, состояния ее запасов и сохранности на складах представляет собой первостепенное звено. Необходимость непрерывного мониторинга обеспечивает точность учета и предотвращает потери продукции.

2. Своевременное и правильное документальное оформление отгруженной продукции, а также четкая организация расчетов с покупателями существенны для поддержания прозрачности в процессе сбыта продукции.

3. Контроль выполнения плана договоров-поставок по объему и ассортименту реализованной продукции является ключевым моментом для обеспечения соответствия планам предприятия и их эффективной реализации.

4. Своевременный и точный расчет сумм, полученных за реализованную продукцию, а также фактических затрат на ее производство и сбыт, играет важную роль в управлении финансовой стороной бизнеса, включая расчет сумм прибыли.

Грамотная постановка бухгалтерского и налогового учета готовой продукции приобретает особую значимость для формирования финансовых результатов, определяя размер прибыли, доступной для распоряжения организации. Таким образом, эффективное управление учетом готовой продукции содействует достижению финансовой устойчивости предприятия.

После тщательного анализа первой статьи, мы переходим к рассмотрению второй статьи, которая дополняет и расширяет наше понимание учета и инвентаризации готовой продукции. В статье Спесивцевой А. Л. [6] говорится о различных действиях и методах при инвентаризации. Инвентаризация представляет собой важный инструмент контроля качества готовой продукции. Этот процесс включает в себя проверку фактического наличия готовых изделий, прошедших все этапы производства и испытаний, сравнение с данными бухгалтерского учета. Основная задача инвентаризации - подтвердить точность учета готовой продукции. Пересчет остатков объекта инвентаризации в натуре и сопоставление с бухгалтерскими данными осуществляют сверку.

Обычно инвентаризации проводятся ежегодно перед составлением бухгалтерской отчетности. Руководитель предприятия определяет частоту и порядок проведения инвентаризаций. Процедура обязательна при различных событиях, таких как купля/продажа имущества, передача имущества в аренду, преобразование предприятия, ликвидация, выявление хищения и порчи

ценностей, смена материально ответственных лиц, а также в случаях чрезвычайных обстоятельств, предусмотренных законодательством РФ.

В процессе инвентаризации, перед ее началом, комиссии предоставляются последние приходные и расходные документы. Важным этапом этого процесса является фиксация всех полученных данных в инвентаризационных описях и актах. Все строки в этих документах заполняются, а не заполненные прочеркиваются, с последующей подписью всех материально ответственных лиц и членов комиссии. Для завершения инвентаризации требуется расписка от материально ответственных лиц в конце каждой описи.

Роль инвентаризирующей комиссии включает несколько важных задач. Во-первых, определение наличия лиц, ответственных за сохранность ценностей в организации, и размера этой ответственности. Во-вторых, анализ причин недостатков и излишков, с последующим требованием детальных объяснений от материально ответственных лиц.

Оформление протокола заседания инвентаризационной комиссии играет ключевую роль, в котором фиксируются решения, выводы и предложения по результатам проверки. Протокол также включает сведения о производственных запасах, пришедших в негодность, и причинах порчи, а также указываются ответственные за эти события.

Заключительный акт инвентаризации подлежит утверждению на заседании комиссии. В случае выявления расхождений между фактическим наличием имущества и данными бухгалтерского учета, они отражаются в соответствии с нормативами и регистрируются в бухгалтерском учете в отчетном периоде, соответственно.

При выявлении расхождений следует следующий порядок действий: излишки оцениваются по рыночным ценам и включаются в финансовые результаты или увеличивают доходы; суммы недостатков и порчи списываются со счетов учета по фактической себестоимости. Нормы естественной убыли могут применяться только при фактической недостатке, а в случае пересортицы и взаимного зачета излишков и недостатков допускаются в виде исключения за один и тот же проверяемый период, у одного и того же проверяемого лица, по отношению к товарам одного наименования и в тех же количествах.

Результаты инвентаризации оформляются в инвентаризационные описи, в которых учитываются данные по готовой продукции с учетом используемой оценки. Каждый лист документа требует подписи всех членов комиссии и материально ответственных лиц. Результаты инвентаризации важны для корректного определения остатков готовой продукции, воздействуя на показатели деятельности предприятия.

Инвентаризация также помогает выявить малоходовые, неполноценные или не пригодные для использования ценности, проверить условия хранения готовой продукции и соблюдение правил материальной ответственности. Результаты этого процесса должны быть отражены в учете и отчетности того месяца, когда инвентаризация завершена, а годовые результаты включаются в годовой бухгалтерский отчет.

В заключение, инвентаризация представляет собой неотъемлемую часть учета готовой продукции, обеспечивая прозрачность и точность данных. Важно отметить, что этот процесс не только способствует выявлению расхождений, но и является ключевым инструментом для управления запасами, оптимизации производственных процессов и обеспечения финансовой устойчивости предприятия.

Переход к третьей статье позволит дополнить полученные знания и выделить новые тенденции, аспекты автоматизации или другие современные практики в данной области. В статье Балашовой К. Н. [7] Данная работа фокусируется на значимости учета готовой продукции в производственных процессах предприятий, особенно в сельском хозяйстве. В растениеводстве стремятся увеличить валовый сбор зерна и повысить урожайность, в то время как в животноводстве приоритет – обеспечение роста продуктивности животных. Точный учет затрат и выхода готовой продукции играет ключевую роль в достижении этих целей.

Реализация готовой продукции считается завершающим этапом для получения прибыли организации. Для этого применяются различные методы, такие как математический анализ экономических систем, сравнение показателей отчетности дочерних фирм и монографический метод для изучения финансовых результатов.

Основное внимание уделяется методу инвентаризации в контексте получения аудиторских доказательств учета готовой продукции. Исследование использует логико-теоретический и монографический методы, подчеркивая важность инвентаризации для получения точных данных о наличии готовой продукции.

Согласно ФСБУ 5/2019 "Запасы", готовая продукция представляет собой часть материально-производственных запасов, предназначенных для продажи, соответствующую техническим и качественным требованиям

Аудит готовой продукции направлен на проверку оприходования, правильности исчисления выручки и себестоимости. Задачи аудита включают подтверждение обоснованности метода оценки, оценку систем бухгалтерского учета и внутреннего контроля, а также проверку полноты оприходования.

Инвентаризация, согласно Федеральному закону №402-ФЗ "О бухгалтерском учете", представляет собой проверку наличия имущества и финансовых обязательств организации на определенную дату. Она обязательна ежегодно в четвертом квартале и при определенных событиях.

Для проведения инвентаризации применяются методические указания, утвержденные Минфином РФ. В аудите используются различные методы, такие как запросы, инспектирование, наблюдение, подтверждение и аналитические процедуры.

Счет 43 "Готовая продукция" согласно Плану Счетов предназначен для учета наличия и движения готовой продукции. Он относится к активной части баланса, где дебет счета соответствует оприходованию, а кредит – списанию готовой продукции.

Инвентаризация готовой продукции, как процесс получения аудиторских доказательств, представляет собой комплексную задачу, требующую внимательного подхода и соблюдения установленных процедур. В процессе аудита учета готовой продукции важно использовать разнообразные источники информации, такие как первичные документы, письменные разъяснения уполномоченных сотрудников, и данные от третьих лиц. Это позволяет аудитору создать обоснованные и достоверные выводы относительно полноты и правильности учета готовой продукции.

Инвентаризация должна проводиться в установленные сроки, следуя планам контрольно-инвентаризационной работы. Важным этапом является проверка наличия всех необходимых документов, подтверждающих проведение инвентаризации. Это включает приказы о проведении инвентаризации, состав инвентаризационной комиссии, материальные отчеты, инвентаризационные описи и другие документы.

Результаты инвентаризаций фиксируются в инвентаризационных описях, которые являются ключевым инструментом для оценки качества проведения инвентаризаций. Важно обращать внимание на полноту записей, правильность исправлений, подписи членов комиссии, а также подписи ответственных лиц о правильности проведения инвентаризаций и принятии ценностей на ответственность.

При выявлении нарушений, аудитор должен тщательно изучить их причины, уделяя особое внимание возможным недостаткам в системе внутреннего контроля. Такие нарушения могут быть следствием недостаточного внимания со стороны комиссии или даже преднамеренного искажения данных. Последующее взаимодействие с руководством предприятия и направление материалов в следственные органы, если необходимо, являются важными шагами для восстановления порядка и возмещения ущерба.

Вывод к данной статье подчеркивают необходимость точного и своевременного учета готовой продукции, внимания к процессу инвентаризации, и роли аудита в обеспечении достоверности финансовой отчетности. Представленные в статье методы и подходы могут служить руководством для предприятий, стремящихся к эффективному управлению запасами и обеспечению надежности своей бухгалтерской отчетности.

Важно отметить, что успешная инвентаризация и аудит учета готовой продукции являются неотъемлемой частью финансового управления предприятием. Тщательный контроль, соблюдение стандартов и прозрачность в учете сыграют ключевую роль в обеспечении финансовой устойчивости и доверия со стороны заинтересованных сторон.

Таким образом, необходимость правильного учета и инвентаризации готовой продукции в бухгалтерском учете России подчеркивается не только законодательством, но и экономической реальностью. Точная информация о наличии запасов и их стоимости является основой для принятия обоснованных управленческих решений, способствует оптимизации производственных процессов и повышению конкурентоспособности предприятия на рынке.

Список литературы:

1. Федеральный закон от 06.12.2011 №402-ФЗ «О бухгалтерском учете»
2. Приказ Минфина РФ от 31.10.2000 N 94н (ред. от 08.11.2010) "Об утверждении Плана счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций и Инструкции по его применению"
3. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая)" от 05.08.2000 N 117-ФЗ (ред. от 04.08.2023) (с изм. и доп., вступ. в силу с 26.10.2023)
4. ФСБУ 5/2019 "ЗАПАСЫ"
5. Милосердова Н.В. Правила и проблемы учета готовой продукции // Ученые записки Тамбовского отделения РoСМУ 2019 № 7 (70). С. 46–51
6. Спесивцева А.Л. Особенности инвентаризации готовой продукции // Молодой ученый 2020 №51 С. 36-39
7. Балашова К.Н. Инвентаризация как метод получения аудиторских доказательств достоверности учета готовой продукции // Электронный научно-методический журнал Омского ГАУ 2019 №5 С. 79-85

УДК 338

Верна В.В., к.э.н., доцент, Бутенко А.Ю., обучающаяся 1 курса
Verna V.V., Ph.D. Associate Professor Butenko A.Y., 1th year student

Севастопольский филиал Российского экономического
университета им. Г.В. Плеханова

СОВРЕМЕННЫЕ ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА

MODERN DIGITAL TECHNOLOGIES OF BUSINESS DEVELOPMENT

Аннотация: Статья посвящена вопросу важности современных цифровых технологий развития бизнеса. Целью статьи стал анализ современных цифровых технологий развития бизнеса. В работе авторами использовались методы анализа, синтеза, обобщения данных, комплексный подход, что позволило определить особенности современных цифровых технологий бизнеса. В результате исследования показан положительный эффект внедрения цифровых технологий, а также приведен ряд технологий, которые могут помочь организациям ускорить цифровую трансформацию.

Ключевые слова: цифровые технологии, цифровизация, бизнес, интернет вещей, искусственный интеллект.

Abstract: The article is devoted to the importance of modern digital technologies for business development. The purpose of the article was to analyze modern digital technologies of business development. In the work, the authors used methods of analysis, synthesis, generalization of data, an integrated approach, which made it possible to determine the features of modern digital business technologies.

The study shows the positive effect of the introduction of digital technologies, as well as a number of technologies that can help organizations accelerate digital transformation.

Keywords: digital technologies, digitalization, business, Internet of things, artificial intelligence.

Развитие бизнеса в современном мире приобретает все большее значение. Развитие цифровых технологий создало новые возможности для бизнеса по-разному взаимодействовать с клиентами и партнерами. Теперь стало возможным продвигать продукты и услуги различными способами или использовать различные каналы коммуникации для построения отношений с клиентами и партнерами. Чтобы воспользоваться этими возможностями, предприятия должны понимать, как использовать различные доступные каналы и технологии.

Цель исследования – анализ современных цифровых технологий развития бизнеса.

Будущее развития бизнеса заключается в сочетании современных технологий и традиционных методов. По мере развития технологий предприятиям следует использовать новые инструменты и ресурсы, чтобы оставаться на конкурентном уровне.

Метавселенная - мощная концепция, которую можно рассматривать как смесь виртуальных и физических взаимодействий. Она может революционизировать взаимодействие предприятий и потребителей с продуктами, услугами и друг с другом. Концепция предлагает ключевые аспекты, такие как цифровые товары, валюты и пространства, которые еще предстоит тщательно изучить.

Используя эти подходы, предприятия могут продолжать расти и преуспевать в постоянно меняющейся бизнес-среде.

Социальные сети стали одним из самых мощных инструментов для поиска клиентов и партнеров. При правильной стратегии и тактике предприятия могут легко идентифицировать лиц, принимающих решения в своей отрасли, и устанавливать с ними контакты. Например, использование таргетированной рекламы для охвата определенной аудитории может помочь компаниям сузить круг поиска нужных людей. Кроме того, использование платформ социальных сетей для взаимодействия с потенциальными клиентами и построения отношений может помочь бизнесу укрепить доверие и лояльность. Компаниям также следует учитывать тактику усиления при разработке своих маркетинговых мероприятий в социальных сетях, чтобы обеспечить охват широкой аудитории. Понимая потребности своих клиентов, проявляя настойчивость в поиске потенциальных клиентов и используя социальные сети, компании могут оставаться впереди конкурентов и максимизировать возможности для роста.

Цифровая трансформация — это процесс интеграции технологий во все аспекты деятельности организации. Речь идет об использовании технологий для улучшения операционной деятельности, что приводит к ускорению процессов,

сокращению расходов и затрат, улучшению процесса принятия решений и улучшению качества обслуживания клиентов.

Цифровая трансформация требует внедрения интернет-инструментов и технологий в процессы компании. Внедрение технологий позволяет организации удовлетворять и предвосхищать желания и потребности своих клиентов, рынка, своих сотрудников.

Цифровая трансформация — это средство достижения целей. Это средство расширения возможностей бизнеса. Цифровая трансформация должна служить ключевым показателям эффективности бизнеса, бизнес-результатам.

Согласно отчету TEKsystems "Состояние цифровой трансформации на 2023 год", в топ-10 причин, по которым руководители реализуют инициативы по трансформации, входят следующие: улучшение качества обслуживания клиентов (40%); повышение эффективности (38%); трансформация бизнес-процессов (38%); модернизация ИТ-инфраструктуры (35%); увеличение инновации (31%); улучшение кибербезопасности (29%); улучшение опыта сотрудников (24%); внедрение новых бизнес-моделей/источников дохода (23%); увеличение скорости вывода на рынок существующих продуктов и услуг (22%); внедрение новых продуктов и услуг (21%) [5].

Организации, участвующие в инициативах по преобразованию, часто оценивают успех своих цифровых инициатив по различным бизнес-показателям точно так же, как они измеряли бы рентабельность инвестиций в более традиционные проекты.

Хотя ожидаемая рентабельность инвестиций в программы цифровой трансформации варьируется от одной программы к другой и от одного предприятия к другому, эксперты говорят, что существует множество преимуществ - все они взаимосвязаны.

Рассмотрим ряд технологий, которые могут помочь организациям ускорить цифровую трансформацию.

1. Интернет вещей (IoT). Интернет вещей (IoT) состоит из большой сети подключенных систем, которые могут собирать информацию и обмениваться ею без ручного ввода. Технология связывает датчики устройств с централизованной платформой интернета вещей, которая извлекает и хранит из них данные. Затем они анализируются, чтобы поделиться ценной информацией с руководителями.

IoT также может определить, какие данные полезны, а какие можно безопасно удалить. Его можно использовать для выявления закономерностей, предложения решений и прогнозирования возможных проблем.

Организации могут использовать IoT отдельно или в сочетании с другими инструментами для ускорения цифровой трансформации. Сочетание инструментов может повысить эффективность, снизить затраты и обеспечить успешное будущее бизнеса, предлагая инновационные решения.

Кейс – «Доктор рядом» и Doc+. Две компании создали совместный проект для автоматической проверки медицинских назначений. В его основе лежат технологии искусственного интеллекта. Система автоматически

проверяет 100% всех карт по 15 параметрам от полноты сбора анамнеза, до правильности назначенных дозировок лекарств [2].

2. Робототехника. Согласно последним статистическим данным, каждая четвертая организация использует робототехнику для внедрения цифровых технологий в свои задачи [1]. В отличие от традиционной робототехники, она способна взаимодействовать с людьми и улучшать их производительность на основе получаемой информации.

Интеллектуальная робототехника в сочетании с искусственным интеллектом и интернетом вещей может обеспечить высокие результаты в компаниях. Они могут улучшить пользовательский опыт, повысить эффективность и продуктивность в десять раз. Отличным примером интеллектуальной робототехники в организациях является использование технологии геймификации на виртуальных мероприятиях для улучшения впечатлений участников.

Интеллектуальная робототехника включает игровые принципы в виртуальные встречи, такие соревнования, цели, очки и задачи для привлечения участников.

У крупных отечественных государственных и частных компаний возрастает интерес к робототехнике. Отметим наиболее крупные проекты и новшества:

— Ozon, один из крупнейших интернет-магазинов в России, намерен роботизировать обработку заказов.

— Компания «Газпром нефть» заключила с ЦНИИ РТК соглашение о сотрудничестве в области разработки робототехники и систем беспилотного управления. Компания уже показала прототип робота для загрузки нефтепродуктов в аэродромный топливозаправщик [3].

3. Искусственный интеллект и машинное обучение. Искусственный интеллект и машинное обучение идут рука об руку, когда дело доходит до поиска лучших цифровых технологий в бизнесе.

Искусственный интеллект относится к способности компьютеров имитировать мысли и действия людей в реальном мире. Он встроен практически во все передовые технологии, которые используются сегодня, включая интеллектуальные устройства, компьютерное зрение, процессоры естественного языка и голосовые помощники. Это позволяет компаниям автоматизировать задачи, быстрее принимать решения и привлекать клиентов с помощью чат-ботов. Вот почему искусственный интеллект-маркетинг находится на подъеме, поскольку он позволяет компаниям лучше понимать потребности клиентов.

Машинное обучение — это категория искусственного интеллекта, которая фокусируется на использовании алгоритмов и данных для имитации обучения человеческого мозга. Оно работает путем извлечения информации и закономерностей из набора введенных данных. Это позволяет системам оценивать и контекстуализировать данные таким образом, чтобы информация или действия запускались автоматически без участия человека.

Используя мощные инструменты цифровизации, такие как машинное обучение и искусственный интеллект, организации могут лучше разбираться в данных и быстрее принимать более обоснованные решения.

Автономная система управления комбайнами российской компании Cognitive Pilot на базе технологий искусственного интеллекта промышленно используется с 2020 года. Начиная с минувшей весны такие автопилоты стали массово устанавливаться в агрохозяйствах и на тракторы. Всего в России в работе задействовано уже более 1,5 тыс. единиц «умной» техники [4].

4. Дополненная реальность. Дополненная реальность - одна из самых популярных новых цифровых технологий, используемых в нескольких отраслях промышленности. Проще говоря, дополненная реальность (AR) — это виртуальное дополнение физического мира путем добавления цифровых элементов, звуков и других сенсорных стимулов.

AR использует мобильные технологии в сочетании с данными в реальном времени для создания визуальной графики. Этот набор дает виртуальное представление о системах, которые помогают операторам и клиентам в различных областях деятельности. AR позволяет предпринимателям оценивать 3D-виртуальные модели новых продуктов, которые можно легко модифицировать без необходимости разработки прототипа.

Организации используют эту цифровую технологию для улучшения взаимодействия участников во время мероприятий. Менеджеры могут показать потенциальным посетителям, чего ожидать на мероприятии, создав виртуальную экскурсию на основе видеозаписей предыдущего мероприятия.

Цифровые технологии повышают эффективность и улучшают коммуникацию в процессе развития бизнеса. Использование новейших технологий может помочь оптимизировать операции и повысить производительность. Кроме того, технология может быть использована для определения потребностей и предпочтений клиентов, отслеживания потенциальных клиентов. Используя технологии как часть стратегии развития бизнеса, компании могут получить преимущество перед своими конкурентами.

Внедрение технологий в развитие бизнеса также может обеспечить улучшение качества обслуживания клиентов. Используя технологии для автоматизации процессов и предоставления клиентам персонализированного обслуживания, предприятия могут создать более плавный и эффективный процесс взаимодействия с клиентами. Такой подход особенно выгоден для компаний, которым необходимо быстро реагировать на запросы клиентов или иметь большую клиентскую базу. Кроме того, цифровые технологии могут улучшить отношения с клиентами, предоставляя целевой контент, адаптированный к их конкретным потребностям.

Список литературы:

1. Технологические тенденции развития промышленных роботов [Электронный ресурс]: Tadviser: [сайт]. URL: <https://www.tadviser.ru/index.php/> (дата обращения: 19.10.2023).

2. «Цифровая воронка» потребления: особенности и перспективы российского рынка IoT [Электронный ресурс]: ЦСП «Платформа» URL: https://pltf.ru/wp-content/uploads/2019/02/internet_veschey_v_rossii_10_02_2019.pdf (дата обращения: 20.10.2023).

3. Использование промышленных роботов: обзор рынка робототехники в России и мире [Электронный ресурс]: Delovoy profil: [сайт]. URL: <https://delprof.ru/press-center/open-analytics/ispolzovanie-promyshlennykh-robotov-obzor-rynka-robototekhniki-v-rossii-i-mire/> (дата обращения: 20.10.2023).

4. Как искусственный интеллект помогает в разных отраслях экономики России и мире [Электронный ресурс]: РБК: [сайт]. URL: <https://www.rbc.ru/economics/19/10/2023/65300e6c9a7947a4b7a98be4> (дата обращения: 20.10.2023).

5. TEKsystems 2023 State of Digital Transformation Report Reveals How Economic Uncertainty Impacts Decision-Making and the Journey Forward [Электронный ресурс]: TEKsystems: [сайт]. URL: <https://www.teksystems.com/en/insights/newsroom/2023/teksystems-state-of-digital-transformation-2023-press-release> (дата обращения: 11.11.2023).

УДК 338.242

Верна В.В., к.э.н., доцент, Семенюк Д.П., магистрант 2 курса
Verna V.V., Ph.D. Associate Professor, Semenyuk D.P., 2nd year master's student

Севастопольский филиал РЭУ имени Г.В. Плеханова
Sevastopol Branch of Plekhanov Russian University of Economics

**КЛЮЧЕВЫЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОГО
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В УСЛОВИЯХ МОДЕРНИЗАЦИИ
ЭКОНОМИКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**
KEY ASPECTS OF THE DEVELOPMENT OF INNOVATIVE
ENTREPRENEURSHIP IN THE CONDITIONS OF MODERNIZATION OF THE
ECONOMY OF THE RUSSIAN FEDERATION

Аннотация: В статье проводится оценка влияния модернизации экономики Российской Федерации на развитие инновационного предпринимательства.

Модернизация экономики России создает благоприятные условия для развития инновационного предпринимательства посредством реализации государственных программ, инвестирования в научно-исследовательскую деятельность и развития инновационной инфраструктуры. Инновационное предпринимательство является ключевым фактором, способствующим переходу к инновационной экономике и повышению конкурентоспособности страны на мировой арене.

Ключевые слова: инновационное предпринимательство, экономика, модернизация, глобализация, научно-технический прогресс.

Abstract: The article assesses the impact of modernization of the economy of the Russian Federation on the development of innovative entrepreneurship.

The modernization of the Russian economy creates favorable conditions for the development of innovative entrepreneurship through the implementation of state programs, investment in research activities and the development of innovative infrastructure. Innovative entrepreneurship is a key factor contributing to the transition to an innovative economy and improving the country's competitiveness on the world stage.

Keywords: innovative entrepreneurship, economy, modernization, globalization, scientific and technological progress.

На сегодняшний день, инновационное предпринимательство в России является одним из основных факторов экономического развития, особенно в условиях модернизации экономики. Исходя из этого, целью данного исследования выступает анализ ключевых аспектов развития инновационного предпринимательства в условиях модернизации экономики Российской Федерации.

Для достижения поставленной цели был проведен анализ существующих исследований и данных, связанных с инновационным предпринимательством в России.

Развитие сферы инноваций способствует формированию новых, конкурентоспособных предприятий, ускорению научно-технического прогресса, глобализации, а также соответствию современным требованиям экономики, являясь основополагающей задачей Российской Федерации в условиях современной модели экономического роста.

Инновационное развитие в условиях современной экономики предполагает создание наиболее подходящих условий для стимулирования предпринимательской деятельности, повышения уровня конкурентоспособности и привлекательности российских частных компаний в области привлечения инвестиций, ведения их деятельности на международных рынках в условиях высокой конкуренции. Также, инновационные процессы выступают основой роста экономики и повышения уровня жизни населения, что является важным элементом «Прогноза долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2030 года», разработанного Министерством экономического развития России [1].

Сектора инновационной системы подразумевают различные основы поддержки своей деятельности: государственную, государственно-частную и частную, и делятся в основном на государственный (около 40 %), исследовательский (примерно 20 %) и предпринимательский (40 %) сектора [4].

Отметим ограничения, с которыми сталкивается развитие инновационного потенциала в России. Их можно классифицировать на

экономические и технологические, политические и правовые, социально-психологические и культурные, а также организационно-управленческие.

В текущем контексте в Российской Федерации наблюдаются следующие проблемы развития инновационного предпринимательства:

Можно отметить недостаточную интеграцию научно-образовательных учреждений в сотрудничестве с инновационным предпринимательством. Отсутствие активного взаимодействия между этими структурами ограничивает эффективность возможного переноса знаний и технологий на практический уровень в инновационных проектах.

Наблюдается ухудшение структурных показателей инновационного предпринимательства, что связано с недостаточной эффективностью использования ресурсов для развития инноваций: недостаточная концентрация инвестиций в инновационные проекты и неэффективное использование имеющихся ресурсов.

Наблюдается снижение доли инновационной продукции в общей структуре валового внутреннего продукта (ВВП). Отсюда следует, что инновации не играют должной роли в формировании экономического потенциала страны.

Низкий уровень инфраструктурного обеспечения для новаторской деятельности. Отсутствие специализированных центров и лабораторий, доступных бизнес-сообществу, ограничивает возможность проведения исследований, а также затрудняет коммерциализацию инноваций.

Наблюдается недостаточная поддержка малого и среднего инновационного предпринимательства. В частности, в отличие от государственного финансирования научно-исследовательских центров, частный сектор часто вынужден осуществлять инновационную деятельность без надлежащей государственной финансовой поддержки.

Одной из особенностей работы с инновационными рисками является необходимость привлечения компетентных специалистов, которые имеют опыт в реализации и сопровождении инновационных проектов.

Из-за недостаточной государственной поддержки инноваций, предприятиям приходится искать альтернативные источники финансирования, что также связано с рисками. Большие инвестиции, которые требуются для реализации инновационных проектов, могут оказаться недоступными для таких предприятий.

Высокие риски, связанные с инновационной деятельностью, также приводят к тому, что многие предприятия отказываются от ведения инноваций в пользу более стабильных видов бизнеса. При этом отсутствие инноваций может привести к неспособности конкурировать на рынке [3].

Исходя из характеристик ограничивающих факторов и проблем инновационного предпринимательства, отметим, что применение специальных инструментов и мер, разрабатываемых государством, выступает решающим фактором в решении данных ограничений. Анализ этого процесса требует разделения на два основных этапа [2].

Первый этап направлен на осуществление и расширение глобальных конкурентных преимуществ, присущих российской экономике, в ее традиционных отраслях. Обеспечение создания соответствующих институциональных условий и технического потенциала, в дальнейшем способен обеспечить системный переход российской экономики в инновационный режим развития.

Второй этап представляет собой переход на новую технологическую базу, усиление глобальной конкурентоспособности экономики путем улучшения качества человеческого потенциала и социальной среды, а также структурной диверсификации экономики. Этот процесс дополняет первоначальное развитие и создает условия для развития экономики в целом.

Реализация вышеуказанных этапов также включает в себя разработку и внедрение инновационных процессов и методов работы, обучение и развитие персонала, создание партнерских отношений с другими инновационными предприятиями, государственную поддержку и финансирование инновационных проектов. В целом, инновационная модель бизнеса позволяет предприятию сохранять конкурентоспособность на рынке, обеспечивая его постоянное развитие [2].

Объемы выпуска инновационной продукции в России продолжают расти с каждым годом. Однако инновационные процессы требуют значительных затрат, что является основным фактором, замедляющим инновационную активность в частном секторе. Объем инновационной продукции в 2022 году составил 6,4 трлн рублей, что на 8% ниже уровня предыдущего года, если пересчитывать в постоянные цены. Однако, несмотря на это, в некоторых отраслях наблюдается положительная динамика. Например, сельское хозяйство показало рост на 60,1%, металлургия - на 41,4%, транспорт и хранение - на 31%, производство компьютеров - на 23,4%, здравоохранение - на 10,6%. Эти отрасли продемонстрировали высокую инновационную активность и способствовали увеличению объема инновационной продукции в стране [5].

В общем объеме продаж доля инновационной продукции остается невысокой и составляет 5,1%, в то время как в 2021 году она составляла 5%. Лидерами среди производителей инновационной продукции являются компании, занимающиеся производством летательных и космических аппаратов, их доля составляет 28,1%. За ними следуют производители судов и лодок с долей 23,7%, производители компьютеров с долей 22% и производители готовых металлических изделий с долей 13,1% [5].

Исходя из вышесказанного, можно выделить несколько ключевых аспектов, оказывающих существенное влияние на развитие инновационного предпринимательства в условиях модернизации экономики РФ.

Первым ключевым аспектом является развитие инфраструктуры для инновационного предпринимательства. Сюда относится создание и улучшение технопарков, инкубаторов, научных парков и высокотехнологичных кластеров. Такая инфраструктура позволяет концентрировать ресурсы, знания и опыт высококвалифицированных специалистов, способствуя сотрудничеству и взаимодействию между научными и бизнес сообществами.

Вторым аспектом является создание благоприятной инновационной среды: разработка и реализация национальной инновационной стратегии, а также привлечение инвестиций в инновационные проекты. Важным фактором является также поддержка инновационных стартапов, обеспечение доступа к финансированию и упрощение процедур регистрации и лицензирования.

Третий аспект связан с развитием человеческого капитала. В силу технического прогресса и стремительного развития технологий, необходимо постоянное обновление знаний и умений. Поэтому образование и подготовка кадров в области инновационного предпринимательства являются неотъемлемыми составляющими инновационного предпринимательства в России. Важны регулярные тренинги, курсы повышения квалификации и содействие взаимодействию с мировыми инновационными центрами.

Четвертый аспект – это развитие инновационной инфраструктуры для коммерциализации и внедрения научных исследований и разработок на рынок. Коммерциализация инноваций требует наличия соответствующих механизмов, таких как лицензирование, патентование и создание технологических трансферных центров для перевода научно-технических разработок в коммерчески успешные проекты.

Бизнес в России осознает важность инновационного развития для обеспечения конкурентоспособности на мировых рынках. Несмотря на сложности, связанные с экономическими трансформациями и введенными санкциями, предприятия придерживаются глобальных тенденций и инвестируют в научно-технические исследования, разработки и внедрение новых технологий.

Вместе с тем, бизнес в России также стал активно искать альтернативные источники поставок и рынки сбыта, для снижения рисков и диверсификации своей деятельности. Что связано как с необходимостью компенсировать потери от санкций, так и с поиском новых возможностей для расширения бизнеса.

Объем затрат на инновационную деятельность в 2022 году составил 2.7 трлн руб., относительно 2.4 трлн руб. в 2021 г. Меры поддержки оказали положительное влияние на отечественные разработки и использование программного обеспечения, что привело к увеличению затрат на разработку и приобретение программ для электронно-вычислительных машин и баз данных. Индикатор для этого вида инновационной деятельности вырос на 98% по сравнению с уровнем в 2021 году. Также затраты на приобретение прав на результаты интеллектуальной деятельности увеличились на 18%. Эти затраты необходимы для адаптации информационных систем и бизнес-процессов к новым условиям [5].

Статистические данные свидетельствуют о том, что в отраслях, где зарубежные компании покинули рынок, наблюдался значительный рост затрат на инновации. Этот феномен можно объяснить увеличением спроса на продукцию, производимую в данных отраслях. В частности, производство бумаги показало рост затрат на инновации на уровне 46.5%, тогда как в химической промышленности и производстве химических веществ и продуктов прирост составил 42.5% [5].

Также были отмечены значительные увеличения затрат на инновации в других отраслях, таких как мебельный сектор (+33.2%), производство текстильных изделий (+28.1%) и производство прочей неметаллической минеральной продукции (+21.3%). Эти результаты свидетельствуют о том, что отсутствие конкуренции со стороны иностранных компаний стимулировало отечественные предприятия вкладывать дополнительные средства в инновационное развитие для удовлетворения повышенного спроса [5].

Значительный прирост затрат на инновации также был зафиксирован в сельском хозяйстве, где увеличение расходов составило 26.7% [5].

Кроме того, в сфере телекоммуникаций и информационных технологий также произошел прирост затрат на инновации на уровне 16.2% [5].

Интенсивность затрат на инновационную деятельность в 2022 году составила 2.1% от объема отгруженных товаров, выполненных работ и услуг. Этот показатель выше, чем в 2021 году на 0,1 % [5].

Наиболее высокие значения интенсивности затрат на инновации в 2022 году были отмечены в производстве летательных и космических аппаратов (13%), бумаги (6.8%), компьютеров (5.4%), автотранспортных средств (4.6%) и фармацевтики (4.2%) [5]. Данные отрасли вкладывают значительные средства в исследования и разработки новых технологий и продуктов.

Перспективы развития инноваций в сфере малого предпринимательства связывают с тремя основными областями: облачными вычислениями, искусственным интеллектом и информационной безопасностью.

В первую очередь, важным фактором для развития инноваций в этих областях является наличие финансирования. Доступ к достаточному объему финансовых ресурсов позволяет проводить исследовательские работы, внедрять новые технологии и решения. Поэтому, при анализе перспектив развития инноваций, важно учитывать наличие источников финансирования и оценить, могут ли эти средства быть направлены на развитие облачных вычислений, искусственного интеллекта и информационной безопасности.

Эффективная экономика подразумевает развитие инновационной деятельности предприятий. Предприятия могут выявлять потребности рынка и предлагать инновационные товары и услуги, что в конечном итоге приведет к экономическому росту.

Государство должно создавать условия для развития предпринимательства, обеспечивая доступ к финансированию, низкие налоги, справедливую конкуренцию и защиту прав собственности. Также важно снизить бюрократическую нагрузку и упростить процедуры регистрации и лицензирования бизнеса.

Кроме того, государство может играть роль в поддержке и развитии инноваций через финансирование научно-исследовательских программ, создание технопарков и инкубаторов, а также партнерства с частным сектором для развития инновационных проектов.

При имеющихся условиях первостепенным фактором выступает баланс между государственным вмешательством и предоставлением пространства для развития предпринимательства. Слишком активное государственное

вмешательство может привести к минимизации предпринимательской инициативы, в то время как, слабое – может создать неэффективные стимулы развития и неконтролируемую экономическую среду. Таким образом, создание благоприятной среды для инновационного предпринимательства является более эффективным подходом к стимулированию экономического роста и инновационного развития, чем централизованный контроль и планирование.

Делая вывод, отметим, что эффективное развитие инновационного предпринимательства в условиях модернизации экономики Российской Федерации требует комплексного и системного подхода, включающего в себя создание инфраструктуры, формирование благоприятной инновационной среды, развитие человеческого капитала и поддержку коммерциализации научных исследований. Эти аспекты взаимосвязаны и в совокупности способствуют устойчивому инновационному предпринимательству в России.

Список литературы:

1. «Прогноз долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2030 года» (разработан Минэкономразвития России) [электронный ресурс] // Официальный сайт компании «КонсультантПлюс». URL: <http://www.consultant.ru/> (дата обращения: 05.11.2023).

2. Инновационная экономика : учебное пособие для вузов / Е. Ю. Сидорова [и др.] ; под общей редакцией Е. Ю. Сидоровой. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 334 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15480-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/520355> (дата обращения: 06.11.2023).

3. Инновационное предпринимательство в цифровой экономике: опыт регионов / сборник материалов Международной научно-практической конференции, 24-25 апреля 2020 г. / редкол.: К. К. Полянский, Э. П. Лесникова; Воронежский филиал РЭУ им. Г. В. Плеханова. – Воронеж : Издательско-полиграфический центр «Научная книга», 2020. – 181 с. – ISBN 978-5-4446-1441-9. – Текст : непосредственный.

4. Удальцова Н.Л. Инновационное предпринимательство и стратегия развития инновационных компаний // Вопросы инновационной экономики. – 2022. – Том 12. – № 1. – С. 259-276. – doi: [10.18334/vines.12.1.114176](https://doi.org/10.18334/vines.12.1.114176).

5. Федеральная служба государственной статистики [электронный ресурс]. URL: <https://rosstat.gov.ru/> (дата обращения 05.11.2023).

УДК 33

Волкова С.А., обучающаяся 3 курса
Volkova S.A., 3th year student

Научный руководитель: Семенко И.Е., к.пед.н., доцент,

Scientific supervisor: Semenko I.E., Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor

Уральский государственный университет путей сообщения
Ural State University of Railway Transport

**КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ В
ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ: ВЫЗОВЫ И ВОЗМОЖНОСТИ**
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN THE DIGITAL ECONOMY:
CHALLENGES AND OPPORTUNITIES

Аннотация. Данная статья обсуждает роль корпоративной социальной ответственности в контексте цифровой экономики и исследует вызовы и возможности, с которыми сталкиваются компании в этой области. В условиях развития цифровых технологий, компании сталкиваются с новыми вызовами, такими как защита данных и конфиденциальности, однако, цифровая экономика также предоставляет новые возможности для прозрачности, открытости и развития образовательных программ.

Ключевые слова. Корпоративная социальная ответственность; цифровая экономика; компания; управление.

Annotation. This article discusses the role of corporate social responsibility in the context of the digital economy and explores the challenges and opportunities faced by companies in this area. With the development of digital technologies, companies are facing new challenges, such as data protection and privacy, however, the digital economy also provides new opportunities for transparency, openness and the development of educational programs.

Keywords. Corporate social responsibility; digital economy; company; management.

Концепцию, которую все больше и больше компаний применяют в своих стратегиях и практиках называют корпоративной социальной ответственностью. КСО описывает, как компания может интегрировать социальные аспекты в свою деятельность и взаимодействие с обществом. Под влиянием цифровых технологий происходят радикальные изменения в организации и методах научных исследований, формах занятости в науке, механизмах защиты и коммерциализации результатов интеллектуальной деятельности. В свою очередь цифровая экономика оказывает значительное влияние на все сферы нашей жизни, включая бизнес-процессы и взаимоотношения между компаниями и обществом. Поэтому корпоративная социальная ответственность является неотъемлемой частью успешного функционирования компаний в цифровой эпохе. В условиях цифровой экономики, где технологии играют ключевую роль, КСО сталкивается с новыми вызовами и возможностями. [4, с 33]

В первую очередь с развитием цифровых технологий КСО сталкивается с вопросами конфиденциальности и защиты данных. Рост информационной

прозрачности означает, что потребители и другие заинтересованные стороны могут легко получить информацию о компании и ее продуктах, процессах и деятельности в целом. Компании должны активно работать над защитой конфиденциальных данных своих клиентов и сотрудников, а также учитывать эти аспекты при разработке и внедрении новых технологий. При этом это также дает возможность компании использовать цифровые инструменты для публикации информации о своих социальных и экологических инициативах, что позволяет обществу следить за выполнением обязательств компаний и делать информационные покупки или инвестиции.

Один из главных вызовов КСО в цифровом мире - это необходимость адаптации традиционных моделей социальной ответственности к новым условиям. Цифровые технологии могут предоставлять новые возможности для улучшения социальной ответственности компаний, но они также могут создавать новые риски и проблемы, такие как кибератаки, утечка данных и нарушение конфиденциальности.

Для решения этих проблем компаниям необходимо разрабатывать инновационные стратегии КСО, которые будут учитывать особенности цифровой экономики и обеспечивать защиту прав и интересов заинтересованных сторон. Это может включать в себя разработку этических принципов использования данных, обеспечение безопасности и конфиденциальности информации, а также поддержку инноваций, направленных на улучшение социальной и экологической устойчивости. Процессы цифровой трансформации, включая сферу государственного управления и бизнеса, должны исключать жесткий технологический детерминизм – они должны строиться на принципах морали, права и природы человека. [3, с 587]

Цифровая экономика требует от компаний более глубокого понимания социальных и этических аспектов при разработке и внедрении новых технологий. Например, использование искусственного интеллекта и автоматизации может приносить значительные экономические выгоды, но также может повлечь за собой потерю рабочих мест и негативное влияние на общество. Компании должны учесть эти аспекты и работать над минимизацией негативных последствий своих технологических решений. Решить эту проблему можно с помощью вовлечения сотрудников, такими способами как:

- **Онлайн-рабочая среда:** Рост цифровой экономики ведет к изменению рабочих условий, включая удаленную работу и гибкие графики. Компании должны создавать условия для успешной адаптации к этим изменениям и обеспечивать благоприятную и инклюзивную онлайн-рабочую среду.

- **Компетенции и образование:** Цифровая эпоха требует от сотрудников новых навыков и компетенций. Организации должны инвестировать в обучение и образование сотрудников, чтобы они могли успешно адаптироваться к новым технологиям и требованиям рынка.

Переход страны к новому технологическому укладу, вступление в новую технологическую революцию не исключают, а наоборот, подчеркивают важность социальной ответственности государства перед ее гражданами,

построенной на незыблемости моральных ценностей, природы и прав человека, сути общественных отношений. [2, 218]

Цифровая экономика может быть мощным инструментом для повышения доступности и инклюзии. Компании могут принимать меры для улучшения доступности своих продуктов и услуг для людей с ограниченными возможностями, развивать программы поддержки и обучения для выравнивания цифрового неравенства. Выделяют несколько направлений приложения сил для качественного повышения доступности цифрового контента:

- улучшение доступности учебных материалов, программного обеспечения, используемого при обучении в средней и высшей школах;
- активное внедрение технических решений, повышающих самостоятельность лиц с особыми потребностями, таких как электронная подпись и биометрическая аутентификация;
- внедрение правовых норм, обеспечивающих более широкое применение средств доступности в процессе создания цифрового контента.
- подготовка IT-специалистов, обладающих необходимыми знаниями и навыками для разработки цифровой инфраструктуры и цифрового контента, соответствующих требованиям доступности;

Изменения в конкурентной борьбе. При переходе к цифровой экономике происходят изменения в условиях конкуренции. Например, конкуренты могут стать партнерами, объединяясь на базе цифровых платформ и совместного использования. В то же время появляется противоположное явление – конкурентный подрыв. На подрыв конкурентов в бизнесе могут влиять изменения со стороны рыночного спроса. Цифровые технологии создают прозрачность, новые модели потребительского поведения на основе доступа к мобильным сетям и данным. В ответ компании адаптируют методы разработки, маркетинга и поставки, вынуждены создавать новые продукты и услуги.

Так же укрепление партнерских отношений играет важную роль. КСО может укреплять отношения с партнерами, поскольку он демонстрирует, что компания заботится не только о своей прибыли, но и о результатах деятельности, при этом дает гарантию, что предприняла все необходимые меры для ведения такой политики.

Необходимо также отметить, что производство предприятий не малое влияние оказывает на окружающую среду. В свою очередь корпоративная социальная ответственность подталкивает компанию к внедрению новых технологий, для осуществления более экологических акций, поскольку экологические нормы являются ключевым элементом в принятии или непринятии фирмы обществом. Кроме того, КСО в цифровой экономике может способствовать решению глобальных проблем, таких как изменение климата и устойчивое развитие. Например, компании могут использовать цифровые технологии для сокращения выбросов парниковых газов, повышения энергоэффективности и внедрения возобновляемых источников энергии. Цифровая технология имеет потенциал для энергоэффективности, но также может быть связана с потреблением большого количества энергии. Компании

должны стремиться к использованию энергии более эффективно и использованию возобновляемых источников энергии.

С развитием цифровой экономики возрастает количество электронных устройств и электронных отходов. Важно, чтобы организации приняли меры к управлению электронными отходами и продолжали искать способы снижения экологического влияния.

Таким образом, корпоративная социальная ответственность в условиях цифровой экономики требует от компаний новых подходов и адаптации принципов КСО к новым условиям. Компании должны активно использовать цифровые инновации для улучшения доступности своих продуктов и услуг, экологии и социальной справедливости. Развитие КСО в цифровой экономике является одним из ключевых аспектов успешного и устойчивого функционирования компаний в наши дни. Компании успешны только в тех случаях, когда эффективно управляют новыми вызовами и при этом строго создают социально-экологические стандарты.

Список литературы

1. Семенко И. Е. Теоретические аспекты разработки управленческих решений // В сборнике: EurasiaScience. Сборник статей XLVII международной научно-практической конференции. - Москва, 2022. С. 187-188.

2. Студеникин Н.В. Цифровые технологии и новые возможности для КСО в России в контексте зеленой экономики, цифровой экономики и «шеринг экономики» // Государственно-частное партнерство. – 2017. – Том 4. – № 4. – С. 257-266. – doi: 10.18334/prp.4.4.38648.

3. Измайлова М. А. Цифровая трансформация и социальная ответственность: прагматизм или поиск баланса // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). 2022. Т. 13. № 4.

4. Что такое цифровая экономика? Тренды, компетенции, измерение: докл. к XX Апр. междунар. науч. конф. по проблемам развития экономики и общества, Москва, 9–12 апр. 2019 г. / Г. И. Абдрахманова, К. О. Вишнеvский, Л. М. Гохберг и др. Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2019.

УДК 352.075(470+574+410)

Воронина К.Е., обучающаяся 4 курса, Антимонова О.Н., старший преподаватель

Voronina Ch.Ye., 4th year student Antimonova O.N., senior lecturer

Волгоградский институт управления - филиал РАНХиГС

Volgograd Institute of Management - branch of RANEPА

**СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ СИСТЕМ МЕСТНОГО
УПРАВЛЕНИЯ В РОССИИ, КАЗАХСТАНЕ И ВЕЛИКОБРИТАНИИ**

COMPARATIVE ANALYSIS OF LOCAL GOVERNMENT SYSTEMS IN RUSSIA, KAZAKHSTAN AND THE UK

Аннотация: В статье рассмотрен сравнительный анализ полномочий системы местного управления в России и зарубежных странах. Изучен опыт государственного и муниципального управления в странах для совершенствования регулирования на уровне закона, что является приоритетным вопросом. Выявлено, что для нахождения оптимальных путей решению сложностей, связанных с делегированием государственных полномочий органам местного самоуправления в нашей стране, желательно принять во внимание несколько факторов. Авторами предложено для более глубокого понимания ситуации ознакомиться с подходами, применяемыми в других странах для решения аналогичных проблем. В статье также обращено внимание на то, что большинство государств имеет свою уникальность в управлении местными органами власти, но каждая из рассмотренных стран движется в своем направлении. Ключевые слова: местное управление, полномочия, государство, Казахстан, история, государственное управление, Россия.

Abstract: The article considers a comparative analysis of the powers of the local government system in Russia and foreign countries. The experience of state and municipal administration in countries has been studied to improve regulation at the level of law, which is a priority issue. It is revealed that in order to find optimal ways to solve the difficulties associated with the delegation of state powers to local governments in our country, it is desirable to take into account several factors. For a deeper understanding of the situation, the authors proposed to familiarize themselves with the approaches used in other countries to solve similar problems. The article also draws attention to the fact that most states have their own uniqueness in the management of local authorities, but each of the countries considered is moving in its own direction.

Keywords: local government, authorities, state, Kazakhstan, history, public administration, Russia.

В настоящее время все большее распространение обретают многоуровневые системы государственного управления, что делает данную тему актуальной. Отчетность, гарантии и полномочия распределены по уровням власти в каждом государстве. Результативность реализации конкретных функций и задач на определенной ступени является принципом установления компетенции органов муниципального управления. Значение местного самоуправления в современной жизни важно определить как в России, так и в зарубежных странах.

Цель исследования - на основе теоретических и эмпирических аспектов определить условия эффективного управления системы местного управления.

Объект исследования - рассмотрение опыта организации деятельности в местных органах самоуправления на примере Казахстана и Великобритании.

В разных странах существуют различные модели организации власти, которые отражают оптимальный баланс между государственным управлением и местным самоуправлением. Этот баланс зависит от исторических, национальных и географических особенностей каждой страны. [1;409]

Для достижения поставленной цели необходимо рассмотреть следующий круг задач (рисунок 1):



Рисунок 1. Круг задач, рассматриваемых в данной работе.

Местное самоуправление играет важную роль в правительстве, предоставляя возможность самостоятельно решать вопросы общегосударственного значения, владения и распоряжения муниципальным имуществом.

Рассмотрим классификацию моделей организации власти (рисунок 2), которая поможет нам понять, как устанавливаются отношения между различными органами управления или самоуправления и центральной властью. Это позволит нам лучше понять особенности местного самоуправления. [1;415].

В Казахстане органы местного самоуправления являются важнейшими, ответственным и представительным органами в муниципальном управлении: отвечают за управление территорией, решают вопросы развития и благоустройства местности, а также представляют интересы населения перед вышестоящими органами власти. [2;410]

Согласно статье 89 Конституции Республика Казахстан, признается местное самоуправление, обеспечивающее самостоятельное решение вопросов местного значения. Местное самоуправление (акиматы и маслихаты) через остальные органы местного самоуправления в местных обществах, охватывающих местности, на которых компактно проживают группы населения. Органами местного самоуправления, согласно закону, может делегироваться воплощение государственных функций.

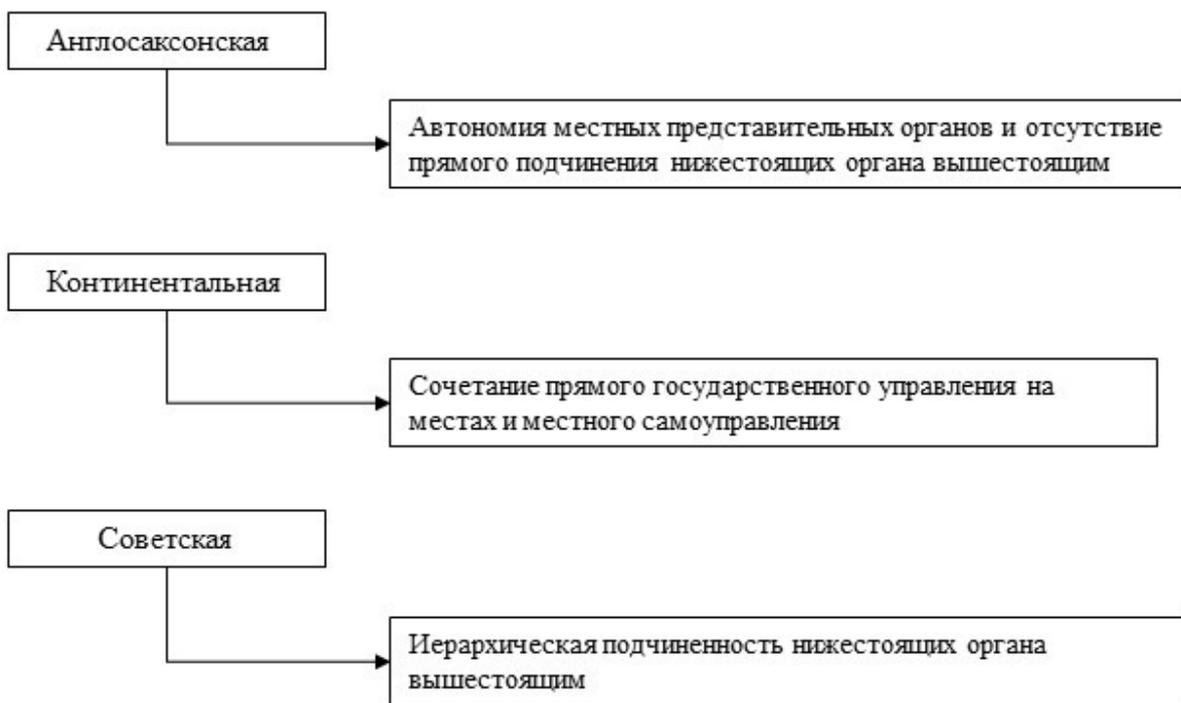


Рисунок 2. Классификация моделей организации власти

Организация и деятельность местного самоуправления в Казахстане регулируются законом. Создается обеспечение независимости и самостоятельности местного правительства в соответствии с возможностью и практичностью, которые определены законом. Сегодня основной проблемой в муниципальном управлении в Казахстане является недостаток прозрачности и отсутствие четкого разделения функций между разными уровнями власти. Эксперты считают, что требуется произвести точное исследование законодательных норм и юридически установить действенные цели (рисунок 3).

Органы муниципального управления Казахстана отвечать следующим требованиям:

- 1) структура и состав органов должны соответствовать отображению подлинных интересов и нужд местного населения;
- 2) организация органов муниципального управления должна строиться на принципе экономии средств и ресурсов, то есть при минимальных затратах обеспечивать максимально эффективное решение проблем муниципального образования;
- 3) исполнительные должности в органах местного самоуправления должны занимать опытные и ответственные люди, для эффективной деятельности которых формируются максимально благоприятные условия работы.

Рисунок 3. Требования к органам муниципального управления Казахстана.

Сегодня главной проблемой, которая оказывает влияние на работу муниципального управления в Казахстане, является отсутствие прозрачности и ясного разделения функций между различными уровнями власти [2]. По мнению экспертов, необходима тщательная аналитика правовых норм и законодательное закрепление целей и задач, которые возлагаются на каждый уровень власти, включая местный. [3;413]

Местное самоуправление в Великобритании – это англосаксонский подход к организации местного самоуправления, выражающийся в формировании местных советов, которым центральная власть делегирует реализацию определенных полномочий. Например, в Великобритании большая часть государственных услуг соответствует осуществлению местными органами власти.

Одной из базовых функций органов местного самоуправления является предоставление основных функций местных органов власти и заключается в предоставлении индивидуальных услуг, включающих обеспечение доступа к образованию, защите прав потребителей и обеспечении безопасности на дорогах в населенных пунктах. В каждом местном совете есть комитет по каждому из основных разделов его работы. Комитет может только рекомендовать совету, что следует сделать, и совет принимает решение на общем заседании. Большая работа на всех уровнях выполняется через комитеты. Их цели заключаются в том, чтобы улучшить результаты публичных программ и сэкономить время всех руководящих органов (рисунок 4). [4;326].

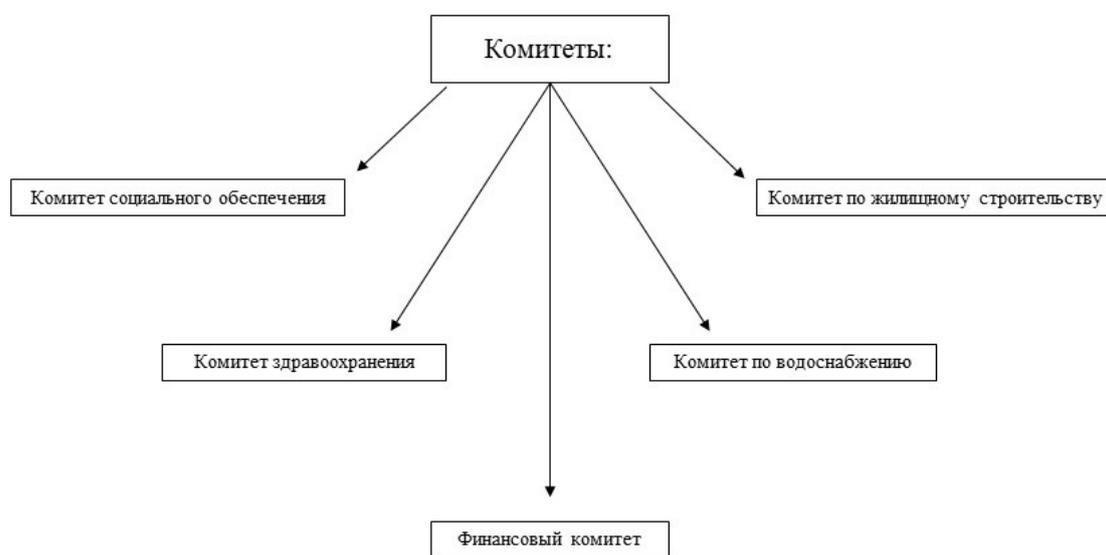


Рисунок 4. Комитеты органом самоуправления в Великобритании

Местное самоуправление в Великобритании имеет долгую историю и играет важную роль в организации и управлении городами и регионами. Органы местного самоуправления выполняют разнообразные функции и обладают определенными полномочиями. Местное самоуправление имеет свои преимущества, такие как близость к населению и лучшее понимание местных

потребностей, но также существуют и недостатки, такие как возможность неправильного распределения ресурсов. [5;23]

Местное делегирование предполагает собой одну из основ, формирующих законодательный строй России, доказываемую, обеспечиваемую и воплощаемую на всей территории страны.

Местное самоуправление — это структура проведения населением своей власти, гарантирующая в границах правоприменения важное независимое принятие жителями вопросов. Выполнение муниципального управления осуществляется либо напрямую, либо через органы делегирование полномочий (рисунок 5).

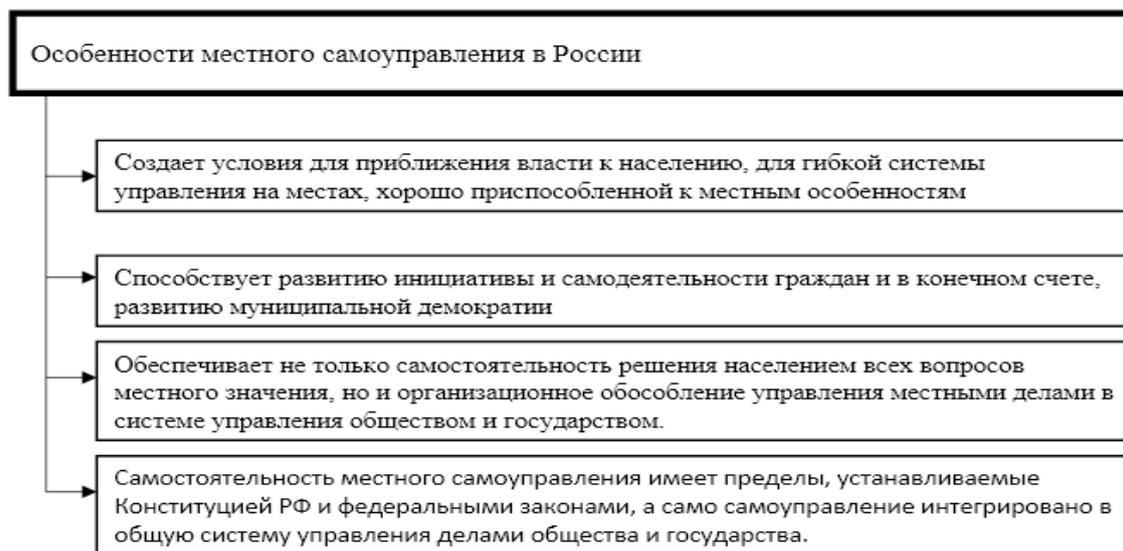


Рисунок 5. Особенности местного самоуправления в России

Подводя итог, можно сделать вывод, что Великобритания использует в управление государством разделение законодательных обязанностей в систему местного управления. Россия достигает цели при помощи муниципально-частного партнерства.

Анализируя вышеперечисленное, можно предположить, что, применяя на практике опыт Англии, Россия может улучшить уровень оказываемых услуг между местными системами, если аккуратно и безболезненно внедрить опыт, то это окажет желаемые воздействия на экономическую самостоятельность муниципалитетов.

В Казахстане существуют разногласия относительно роли местного самоуправления, в России идет активный поиск оптимальных форм и методов управления на местном уровне, в то время как Великобритания опирается на устоявшиеся традиции и долгосрочное развития на основе существующих радий.

Важно отметить, что для удовлетворительной эффективности системы местного управления в России необходимо использовать принцип выборности должностных органов местного самоуправления, как то происходит в Великобритании. В таком случае, предполагается, что будет обеспечен

удовлетворяющий спектр самостоятельности местных сообществ в решении вопросов местного значения.

Список литературы

1. Плюта, К. В. Местное самоуправление и российская государственность: становление и развитие / К. В. Плюта. – Текст : непосредственный // Молодой ученый. – 2020. – № 4 (294). – С. 408-410.

2. Антимонова, О. Н. К вопросу о языковой политике в Казахстане / О. Н. Антимонова, Е. Е. Антимонова // Векторы развития русистики и лингводидактики в контексте современного филологического образования : Материалы II Международной научно-практической конференции, посвященной 90-летию университета, Астрахань, 27–28 октября 2022 года / Под редакцией З.Р. Аглеевой, М.Л. Лаптевой, Ю.А. Васильевой. – Астрахань: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования "Астраханский государственный университет", 2022. – С. 17-20. – EDN UYCOUB.

3. Попова, А. В. Конституционное право зарубежных стран : учебник и практикум для вузов / А. В. Попова, М. Г. Абрамова, Е. В. Болдырева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 413 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17325-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/532869> (дата обращения: 11.11.2023)

4. Муниципальное право : учебное пособие / Н. А. Игнатюк, А. В. Павлушкин. – Изд. 2-е, перераб. и доп. – Москва : Юстицинформ, 2009. – с. 326.

5. Деменко О.Г., Макарова И.Г. Муниципальный менеджмент и местное самоуправление в России: теория и перспективы развития // Вестник университета. 2016. №. 11. С. 25-27

УДК 330

Гавчук Д.В., аспирант
Gavchuk D.V., postgraduate student

Высшая школа предпринимательства, Тверь, Российская Федерация,
член Федерации рестораторов и отельеров, Москва, Российская Федерация
Higher School of Entrepreneurship, Tver, Russian Federation,
member of the Federation of Restaurateurs and Hoteliers, Moscow, Russian
Federation

**АДАПТАЦИЯ МЕНЕДЖЕРОВ К ИСКУССТВЕННОМУ
ИНТЕЛЛЕКТУ: ИЗМЕНЕНИЕ КОМПЕТЕНЦИЙ**
ADAPTATION OF MANAGERS TO ARTIFICIAL INTELLIGENCE:
CHANGING COMPETENCIES

Аннотация. Учитывая все более значительную роль малых и средних предприятий (МСП) в мировой экономике и региональной экономике России и все более конкурентные рынки, на которых работают эти компании, способность МСП внедрять технологии искусственного интеллекта (ИИ) имеет первостепенное значение. Из-за постоянно меняющихся социальных, экологических и технологических сценариев менеджеры этих фирм должны все больше сосредотачиваться на внедрении новых инструментов, таких как искусственный интеллект, в деятельность МСП, чтобы пользоваться их преимуществами. Однако субъективность и сложность этого процесса адаптации затрудняют комплексный анализ ключевых факторов.

Ключевые слова: искусственный интеллект, бизнес, менеджмент, эффективность, менеджер.

Annotation: Given the increasingly significant role of small and medium-sized enterprises (SMEs) in the global and regional economies of Russia and the increasingly competitive markets in which these companies operate, the ability of SMEs to adopt artificial intelligence (AI) technologies is of paramount importance. Due to constantly changing social, environmental and technological scenarios, managers of these firms must increasingly focus on introducing new tools such as artificial intelligence into SME operations to reap their benefits. However, the subjectivity and complexity of this adaptation process make it difficult to comprehensively analyze key factors.

Key words: artificial intelligence, business, management, efficiency, manager.

Постановка проблемы. В нашем быстро меняющемся мире технологий искусственного интеллекта (ИИ) компетенции менеджеров становятся объектом глубоких изменений. Внедрение ИИ в организации перерабатывает понятие управления и требует от руководителей новых навыков и знаний.

Анализ последних исследований и публикаций. Развитие компетенций менеджеров освещены в трудах таких ученых как, Уколова В.Ф., Кудрявцевой Е.И., Турчинова А.И., Магомедова К.О., Кононенко Т.А., Карцевой Т. и др.

Целью статьи является формирование рекомендаций адаптации менеджеров компаний к внедрению искусственного интеллекта через развитие новых компетенций.

Изложение основного материала. Особое научное и практическое значение для данного исследования имеют новости о массовых увольнениях сотрудников. Согласно аналитическому отчету консалтинговой компании Challenger, Gray & Christmas, занимающейся исследованием рынка труда, в мае этого года около 4 тыс. человек официально потеряли работу в связи с появлением искусственного интеллекта [12].

В комментариях агентству Bloomberg Бен Имонс, аналитик Newedge Wealth LLC, отметил, что генеративный искусственный интеллект, с одной стороны, может создать сильные рабочие места и подстегнуть рынок ИИ объемом 1,3 трлн. долларов, который будет способствовать росту продажи рекламы. Но, с другой стороны, по его словам, ИИ может уничтожить 300 млн. рабочих мест уже в 2035 году [8].

В России внедрение искусственного интеллекта в Сбербанке, по словам главы банка Германа Грефа, позволило сократить число сотрудников, занимающихся простыми решениями. По его словам, сейчас в банке работает система под названием «Интеллектуальная система управления», внутри которой находится движок, обученный ежедневно принимать решения и давать рекомендации. «Система позволила значительно сократить различные уровни, на которых принимались простые решения. Например, на среднем уровне мы сократили около 70 % менеджеров», - цитирует РИА «Новости» выдержки из выступления г-на Грефа на Sberbank Data Science Day. По его словам, большинство сокращенных менеджеров прошли переподготовку и сейчас работают в банке на других должностях [5].

Ричард Боятис, впервые описавший управленческие компетенции; Джон Равен, открывший компетенции в государственном секторе; Адриан Фарнхэм, описавший природу и сущность некомпетентности менеджеров и давший четкие рекомендации по применению компетентностного мышления в оценке и развитии менеджеров. Значительный вклад в исследование управленческих компетенций внесли Стив Уиддетти Сара Холифорд, изучавшие управление компетенциями, и Кудрявцева Е.И., изучавшая управление компетенциями. [4]

Личность руководителя в современной организации имеет решающее значение, особенно в современных российских условиях. Именно поэтому на Head Hunter более 164 тыс. объявлений о вакансиях, содержащих слово «менеджер». Компании различных сфер деятельности сталкиваются с переходом к новым, модернизированным функциональным типам, связанным с этими проблемами управления.

«...Назначение управления сводится к формированию эффективной организации, меняющейся так, чтобы ее деятельность согласовывалась с задачами и обстоятельствами внешней и внутренней среды функционирования» [7, стр.53].

Поэтому устойчивое функционирование и развитие организации неотделимо от вопроса обеспечения эффективного управления. «Субъектная роль руководителя имеет большую значимость, так как в конечном итоге он несет ответственность за все процессы, происходящие в организации» [6, стр.39]. Однако в этой области остается много вопросов относительно того, насколько эффективно российские менеджеры могут реализовать свою субъективную роль с точки зрения личностных качеств и компетенций.

Люди имеют самую большую ценность в любой организации, но в то же время ими труднее всего управлять. Это относится не только к промышленным и торговым компаниям, но и к любой деятельности, будь то деятельность, связанная с прибылью или нет, производство или государственное управление. Определяющим фактором цельности и противоречивости любой деятельности являются люди. Бизнесом движет не логика, а люди, убедительно действующие в конкретном культурно-историческом контексте. Им движут не системы и технологии, а люди, которые идут своим путем, используя свои умственные способности, инстинкты и эмоции.

Когда нам приходится решать, как лучше управлять собственными интересами, мы интуитивно понимаем, что это ценная личность, которая дает нам больше, чем набор методов и приемов, новый формат или готовый рецепт. Разумеется, такая личность должна обладать соответствующими техническими навыками и пониманием всевозможных систем поддержки, что быстро становится неотъемлемой характеристикой специалистов. Обязательным условием является соответствующее обучение.

«Как же получить менеджеров, способных действовать и реагировать на соответствующие внутренние и внешние импульсы, возникающие в их сфере деятельности, или, говоря современным языком, в окружающей бизнес-среде? По моему глубокому убеждению, для этого необходима не только техническая подготовка, но и «формирование», «обучение» людей. Формирование может происходить где угодно – в школах, внутри компании, за ее пределами, на национальном или международном уровне. Это может быть обучение, передача опыта или наблюдение. И этот процесс должен продолжаться всю жизнь», - считает Джерард Ван Шаик, почетный президент Европейского фонда развития менеджмента и сопредседатель Китайско-европейской международной бизнес-школы [1].

В сентябре 2023 года мы провели интернет-опрос, позволивший среди предпринимателей из разных сфер бизнеса и с разной численностью сотрудников, выяснить какие качества и компетенции необходимы современному российскому менеджеру в мире роботизации и внедрения во многие бизнес-процессы искусственного интеллекта. В ходе опроса респондентам было предложено ответить на три ключевых вопроса: проходят ли они управленческое обучение, как строят свою работу с подчиненными и как относятся к мотивации сотрудников.

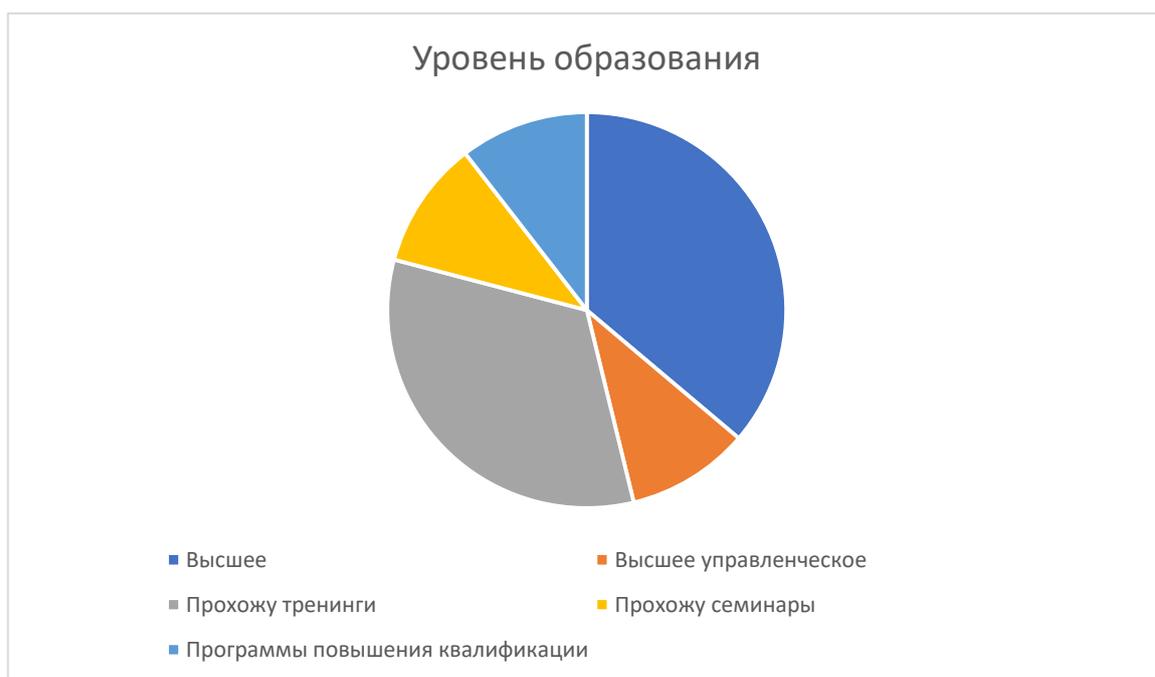


Рисунок 1. Уровень образования

Исследование показало, что абсолютное большинство (41,6 %) из 209 респондентов получили высшее образование. Однако только 11,5 % респондентов получили профессиональное управленческое образование (высшее, МВА, тренинги, семинары и т.д.). Они участвовали в тренингах по менеджменту (37,8 %). Кроме того, среди менеджеров популярны курсы повышения квалификации (12 %) и семинары (12 %) (табл. 1).

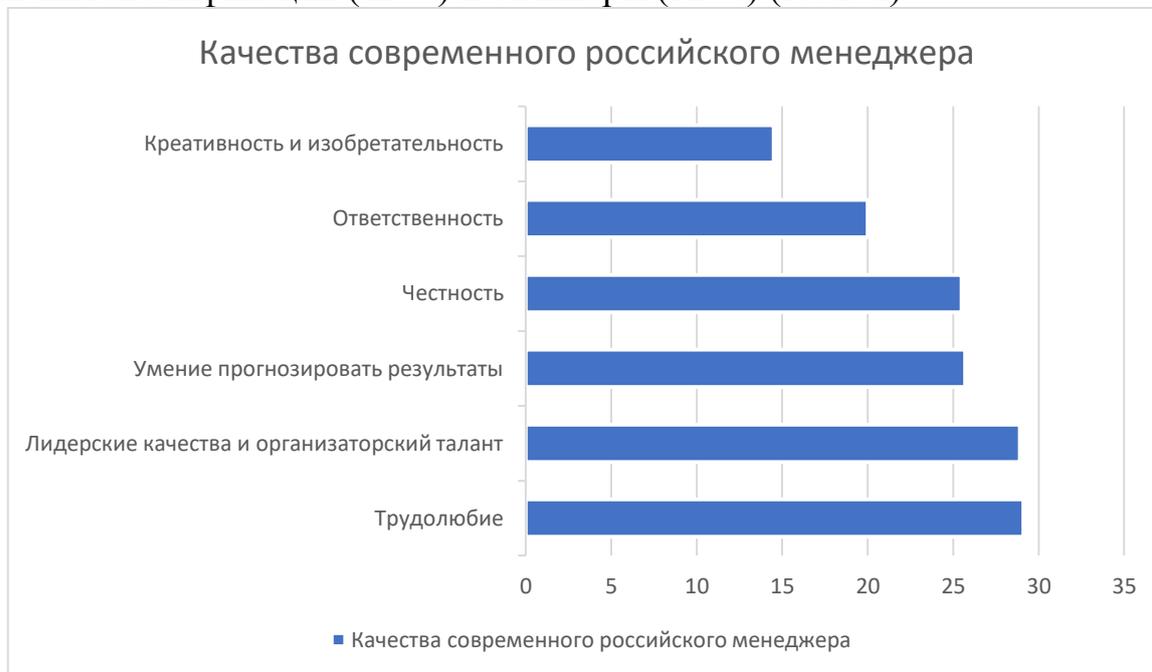


Рисунок 1. Качества современного российского менеджера.

В опросе приняли участие 843 человека. Около трети россиян (28,9%) придают наибольшее значение лидерским качествам и организаторским талантам руководителей (табл. 2).

Большинство респондентов (29,1%) отдают предпочтение трудолюбию своих начальников и 20% отметили важность ответственности. 25,7% респондентов отметили, что их начальники умеют прогнозировать результаты, а 14,5% - что они креативны и изобретательны.

Также выяснилось, что 25,5% респондентов уважают порядочность своего руководителя.

Еще одной важной темой опроса стало взаимодействие руководителей и сотрудников. Согласно результатам опроса (176 респондентов), руководители обычно имеют нейтральные (27,8 %) или дружеские (23,9 %) отношения со своими подчиненными (табл. 3). Большинство руководителей предоставляют подчиненным свободу в решении их задач и управляют только критическими этапами их работы (27,8 %). При этом они предпочитают давать обратную связь как по рабочим процессам (35,2 %), так и по результатам решения задач (14,8 %).

Особое внимание в исследовании уделялось мотивации сотрудников, в котором приняли участие 162 человека. Треть (36,4 %) респондентов заявили, что в их компании существует система поощрения добровольных инициатив

сотрудников. Кроме того, 28,4 % респондентов считают эффективным инструментом мотивации - нематериальную мотивацию.



Рисунок 2. Взаимодействие руководителей с сотрудниками.

Во многих случаях руководители мотивируют своих подчиненных с помощью обучения, организованного компанией (26,5 %). Интересно, что многие руководители предоставляют своим сотрудникам дополнительные отпуска (42,6 %).



Рисунок 3. Мотивация сотрудников.

Мнения участников опроса свидетельствуют о том, что руководителям необходимо повышать свою профессиональную компетентность как менеджеров и учитывать характер деятельности своей организации.

Исследования показывают, что в обществе существует потребность в специалистах-управленцах, обладающих специальной управленческой подготовкой и знанием организационного направления. Если организаторские способности, умение рационально организовать работу и время, социальный и эмоциональный интеллект, трудолюбие и коммуникабельность являются важнейшими качествами эффективного менеджера, то его гражданские и нравственные качества имеют еще большее значение для управленческой эффективности.

Данные качества очень важны не только потому, что менеджеры с высокими этическими, ответственными и законопослушными ценностями формируют правильную и организационную культуру и выстраивают соответствующие отношения с подчиненными и внешней средой, но и потому, что российское общество испытывает дефицит таких менеджеров. Точно так же, российским организациям не хватает менеджеров, ориентированных на взаимоотношения, умеющих работать в команде и стремящихся полностью раскрыть потенциал своих сотрудников. В то же время организации с разными сферами деятельности имеют свои особенности в управлении и разные «внешние» качества менеджеров. Это свидетельствует, с одной стороны, о проблемах, препятствующих оптимизации управления в России, а с другой – о необходимости решения этой проблемы с помощью различных кадровых технологий, совершенствования образовательных программ, формирования национальных приоритетов в подготовке и становлении менеджеров, а так же развития российского общества, взаимодействие всех сфер общества открывает путь к повышению эффективности работы [3].

ИИ уже проник во многие сферы нашей жизни: ChatGPT пишет статьи и рассылки, MidJourney создает рекламные слоганы, а чат-боты вполне успешно общаются с клиентами компаний. Среди крупнейших банков Великобритании резко возрос набор сотрудников на работу в области искусственного интеллекта, поскольку они борются за привлечение лучших специалистов на тысячи новых должностей.

Согласно данным insights business Evident, в период с февраля по апрель Barclays нанял 1374 сотрудника на должности, связанные с ИИ, в то время как 30% должностных инструкций сотрудников NatWest были связаны с ИИ.

В 60 крупнейших североамериканских и европейских банках в настоящее время работают около 46 000 человек на должностях, связанных с разработкой ИИ, обработкой данных, управлением и этикой, при этом около 100 000 глобальных банковских должностей задействованы в выводе ИИ на рынок. Около 40 процентов сотрудников по ИИ в этих банках приступили к своим текущим обязанностям с января 2022 года [11].

Согласно новому отчету консалтинговой компании Evident, JPMorgan нанимает в два раза больше рабочих мест, связанных с ИИ, чем любой из его конкурентов [9].

В книге профессора информационных технологий и менеджмента Томаса Дэвенпорта “Работа с ИИ: реальные истории сотрудничества человека и машины” рассматриваются 29 примеров работы людей с системами с

поддержкой ИИ, показывающие, когда и как ИИ работает лучше всего и как компании могут ответственно использовать ИИ. Книга написана в соавторстве с профессором Сингапурского университета менеджмента Стивенем М. Миллером. Общая тема заключается в том, что ИИ дополняет работу, которую выполняют люди, а не полностью автоматизирует ее. Успешный бизнес получает выгоду от искусственного интеллекта, ставя людей в центр внимания. Это означает, что многие рабочие места безопасны, сказал Дэвенпорт во время недавнего вебинара, организованного MIT Sloan Management Review [10].

Компания Microsoft опубликовала результаты глобального исследования AI & Skills. Эксперты пришли к выводу, что одним из ключевых факторов успешного внедрения ИИ, помимо самой технологии, является комплексное обучение сотрудников. 84,6% российских компаний, активно использующих ИИ, планируют или уже реализовали программы по повышению компетентности своих сотрудников. 85,7% таких компаний планируют увеличить инвестиции в эту область, в то время как 19,2% компаний находятся на ранних стадиях внедрения ИИ. Подавляющее большинство (81%) руководителей российских компаний, активно внедряющих ИИ, отмечают выгоды для бизнеса от использования этой технологии, в то время как среди тех, кто находится на средней стадии внедрения, таких 42,4%.

Организации, активно внедряющие технологию, более эффективно используют ИИ для оптимизации операций (76,5% против 68% соответственно), повышения качества обслуживания клиентов (47,1% против 24%) и разработки новых продуктов и услуг (35,3% против 24%) [2].

Внедрение ИИ в организации требует от руководителей не только адаптации к новым инструментам, но и изменения в способе мышления и подходах к управлению. Давайте рассмотрим, какие изменения происходят в компетенциях менеджеров в условиях внедрения технологий ИИ.

1. Понимание искусственного интеллекта

Менеджерам необходимо иметь базовое понимание ИИ, его возможностей и ограничений. Они должны знать, какие задачи можно решать с помощью ИИ, и какие преимущества это приносит для бизнеса. Это включает в себя знание того, какие алгоритмы машинного обучения и нейронные сети могут быть применены в конкретных сферах деятельности.

2. Способность интегрировать ИИ в стратегическое управление

Менеджеры должны быть способными интегрировать технологии ИИ в стратегическое управление компанией. Это включает в себя определение областей, где ИИ может принести максимальную пользу, и разработку планов внедрения. Менеджмент должен также заботиться о том, чтобы ИИ соответствовал бизнес-целям и ценностям организации.

3. Управление данными

С увеличением объема данных, с которыми работают компании, менеджеры должны обладать навыками управления данными. Это включает в себя знание о методах сбора, хранения, анализа и защиты данных. Менеджеры должны уметь определять ключевые показатели производительности и использовать данные для принятия решений.

4. Умение сотрудничать с ИИ

Сотрудничество между людьми и ИИ становится все более важным. Менеджеры должны быть способными определить, когда следует использовать ИИ для автоматизации рутинных задач, и как организовать работу в команде, включающей в себя искусственный интеллект. Они также должны уметь интерпретировать результаты, полученные от ИИ, и принимать на основе них обоснованные решения.

5. Этическое руководство

Внедрение ИИ поднимает вопросы этики и ответственности. Менеджеры должны быть готовы руководить организацией в соответствии с принципами искусственного интеллекта, соблюдать законы о защите данных и уделять внимание вопросам прозрачности и ответственности в использовании ИИ.

Список литературы:

1. Джерард Ван Шаик. Как подготовить менеджера XXI века. http://vasilieva.narod.ru/4_1_98.htm. (дата обращения 06.11.2023г.)
2. Исследование Microsoft: обучение сотрудников – один из ключевых факторов успешного внедрения искусственного интеллекта в бизнесе. – 2020. <https://news.microsoft.com/ru-ru/ai-skills-global-research-study/> (дата обращения 06.11.2023г.)
3. Карцева Т. Идеальный руководитель российской организации: личностные характеристики и управленческие навыки // Государственная служба, 2014, № 5 (91). <https://pa-journal.igsu.ru/articles/r47/1791/> (дата обращения 06.11.2023г.)
4. Кудрявцева Е.И. Компетенции и менеджмент: компетенции в менеджменте, компетенции менеджеров, менеджмент компетенций: монография / Е.И. Кудрявцева. Сев.-Зап. ин-т упр. – фил. РАНХиГС. – СПб.: ИПЦ СЗИУ РАНХиГС, 2012. – 340с.
5. Сбербанк сократил 70% менеджеров среднего звена из-за искусственного интеллекта. – 2018. <https://www.kommersant.ru/doc/3797425> (дата обращения 06.11.2023г.)
6. Турчинов А.И. Магомедов К.О., Кононенко Т.А. Социологический анализ проблем кадровой политики управления персоналом в российских организациях: Монография. М.: МАКС Пресс, 2011
7. Уколов В.Ф. Теория управления / В.Ф. Уколов, А.М. Масс, И.К. Быстрыков. М.: Экономика, 2003. – 575 с.
8. Alloway T. Job Cuts From AI Are Just Beginning, the Latest Challenger Report Suggests.– 2023. <https://www.bloomberg.com/news/articles/2023-06-01/job-cuts-from-ai-are-just-beginning-the-latest-challenger-report-suggests?sref=Y0jVLcFo> (дата обращения 06.11.2023г.)
9. Compare the AI capabilities of major banks with data from the Evident AI Index: the global standard benchmark of AI maturity for the banking sector. – 2023. <https://evidentinsights.com/ai-index/> (дата обращения 06.11.2023г.)
10. Eastwood B. New book explores how AI really changes the way we work. – 2022. <https://mitsloan.mit.edu/ideas-made-to-matter/new-book-explores-how-ai->

really-changes-way-we-work (дата обращения 06.11.2023г.)

11. Hunt S. City banks race to hire AI experts in their thousands. - 2023. <https://www.yahoo.com/entertainment/city-banks-race-hire-ai-101109090.html> (дата обращения 06.11.2023г.)

12. May 2023 Layoffs Jump on Tech, Retail, Auto; YTD Hiring Lowest Since 2016 – 2023. <https://www.challengergray.com/blog/may-2023-layoffs-jump-on-tech-retail-auto-ytd-hiring-lowest-since-2016/> (дата обращения 06.11.2023г.)

УДК 657

Гирфанова И. Н., к.э.н., доцент
Girfanova I. N., Ph.D. Associate Professor

Башкирский кооперативный институт (филиал), РУК
Bashkir Cooperative Institute branch of the Russian University of Cooperation, RUC

**РОЛЬ БУХГАЛТЕРСКОЙ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ ПРИ
ПРИНЯТИИ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ**
**THE ROLE OF ACCOUNTING FINANCIAL STATEMENTS IN MAKING
MANAGEMENT DECISIONS**

Аннотация: В статье рассмотрены мероприятия, направленные на улучшение финансовых показателей предприятия жилищно-коммунальной сферы на основе анализа бухгалтерской финансовой отчетности. Для оценки финансового состояния и принятия управленческих решений в организации, а также внешние пользователи с целью оценки кредитоспособности и платежеспособности, инвесторы с целью оценки инвестиционной привлекательности используют информацию, которая содержится в бухгалтерской финансовой отчетности. Предложены пути снижения дебиторской задолженности за счет усиления работы с потребителями услуг.

Ключевые слова: отчетность, дебиторская задолженность, неплатежи, управленческие решения.

Abstract: The article discusses measures aimed at improving the financial performance of housing and communal services enterprises based on the analysis of accounting financial statements. To assess the financial condition and make management decisions in the organization, as well as external users in order to assess creditworthiness and solvency, investors in order to assess investment attractiveness use the information contained in the accounting financial statements. The ways of reducing accounts receivable by strengthening work with consumers of services are proposed.

Keywords: reporting, accounts receivable, non-payments, management decisions.

Основа принятия управленческих решений складывается из достоверной информации экономического характера, которая составляется бухгалтерской службой любой компании. В сегодняшних экономических условиях, в рамках рынка финансовая отчетность – это основной и важный элемент информационной системы, которая является средством внешней коммуникации. Она служит потенциалом организации эффективности деятельности предприятия, всех имеющихся на предприятии трудовых, материальных и финансовых ресурсов. Отчетность дает возможность планирования и прогнозирования деятельности предприятия и его будущего. При эффективном использовании данных отчетности предприятие минимизирует риск банкротства, риск снижения финансовой устойчивости и др. виды рисков [4].

Официальное определение бухгалтерской финансовой отчетности дано в ПБУ 4/99 «Бухгалтерская финансовая отчетность организации» – «бухгалтерская отчетность – единая система данных об имущественном и финансовом положении организации и о результатах ее хозяйственной деятельности, составляемая на основе данных бухгалтерского учета по установленным формам» [2].

Так, в ст. 13. ФЗ 402 – ФЗ «О бухгалтерском учете» указан состав и указаны основные требования к отчетности [1]. В соответствии с данным законом Бухгалтерская (финансовая) отчетность должна давать достоверное представление о финансовом положении экономического субъекта на отчетную дату, финансовом результате его деятельности и движении денежных средств за отчетный период, необходимое пользователям этой отчетности для принятия экономических решений.

Сегодня огромное значение выделяется цифровизации отчетности и порядка ее представления. На практике внедрено множество программных технологий, такие как СБИС, Контур Диадок, Астрал, ЕРП системы и многие другие. Они позволяют сдавать отчетность в онлайн режиме, можно обмениваться подразделениями отчетной информацией, можно представлять информацию инвесторам и кредиторам, и многим другим пользователям. При этом снижается трудоёмкость работ, и повышается производительность.

Информация, которая содержится в бухгалтерской финансовой отчетности, может применяться для проведения аналитических процедур для оценки финансового состояния и принятия управленческих решений, а также внешними пользователями – для кредиторов с целью оценки кредитоспособности и платежеспособности, инвесторами с целью оценки инвестиционной привлекательности [3].

Анализ финансово – хозяйственной деятельности, проведенной по бухгалтерской финансовой отчетности ООО «ЖКХ Ургалинское» позволила выявить тенденцию развития деятельности общества. По итогам проведенного анализа выявлена основная проблема, препятствующая укреплению финансового положения ООО «ЖКХ Ургалинское» - это большой удельный вес дебиторской задолженности: на конец 2022 года краткосрочная дебиторская

задолженность составила 8 596 тыс. руб., что занимает 73,71 % в валюте баланса.

Нужно утвердить программу проведения работ с дебиторами и лиц, ответственных за выполнение мероприятий программы. Необходимо постоянно контролировать выполнение мероприятий, предусмотренных программой [4]. В качестве одной из форм контроля целесообразно предусмотреть проведение не реже двух раз в месяц совещаний, на которых будут заслушиваться отчеты ответственных лиц:

1.1. Проводить мероприятия работе со злостными неплательщиками. Мероприятия по первому списку могут быть ограничены контактом с неплательщиком по телефону либо в письменной форме. Необходимо обращать внимание на достоверность сведений, содержащихся в списках. В практике ООО «ЖКХ Ургалинское» нередки случаи отражения в базах данных жилищных предприятий недостоверной информации о собственниках и нанимателях, количестве проживающих в жилом помещении лиц, наборе предоставляемых услуг и т. п. Наличие недостоверной информации нередко приводит к возникновению трудноразрешимых конфликтов с гражданами.

Письменное извещение, направляемое неплательщику, по возможности должно быть вручено лично с целью получения обратной связи от респондента. Письменное извещение должно содержать сожаление о возникновении задолженности, а также предложение погасить задолженность, урегулировать ее, явившись в бухгалтерию ООО «ЖКХ Ургалинское». Целесообразно указать в извещении способы урегулирования задолженности, чтобы дебитор мог выбрать наиболее приемлемый для него. Важно не допускать передачи письменного извещения (не запечатанного в конверт) через соседей, поскольку факт распространения информации о состоянии расчетов с ООО «ЖКХ Ургалинское» вызывает у неплательщика резкую негативную реакцию и способствует мотивации к погашению задолженности или ведению конструктивного диалога с организацией.

1.2. При достижении договоренности о реструктуризации долга производят подписание соответствующего документа. По окончании личного приема в список должников вносят сведения о результатах приема, необходимого для контроля исполнения соглашения о реструктуризации либо для принятия решения о дальнейших мероприятиях в отношении данного дебитора [5].

1.3. Урегулирование (реструктуризация задолженности) является компромиссным (выгодным для обеих сторон соглашения) вариантом разрез сложившейся проблемной ситуации. Соглашение о реструктуризации задолженности оформляется в надлежащей форме, после чего в течение срока действия соглашения производится контроль за исполнением дебитором принятых на себя обязательств. Как показывает практика, в полном объеме исполняется около 70% реструктурированных обязательств.

1.4. Контроль за исполнением обязательств по реструктурированной задолженности. Ответственное лицо обязано постоянно осуществлять контроль за исполнением дебиторами обязательств, принятых на себя в результате

реструктуризации (урегулирования) задолженности. В случае уклонения дебитора от исполнения обязательства должна в незамедлительном порядке последовать реакция кредитора в форме претензии, уступки прав третьему лицу либо передачи материалов в суд. В списке дебиторов нужно обязательно отмечать неисполнение неплательщиком своих обязательств в целях недопущения заключения с ним аналогичных соглашений в будущем.

1.5. Взыскание задолженности в судебном порядке. Обращение в суд с иском о взыскании задолженности должно следовать в случаях, если: неплательщик не отреагировал на телефонный звонок или письменное извещение; неплательщик выразил свое нежелание оплачивать жилищные и коммунальные услуги и принимать меры к реструктуризации задолженности; с дебитором не достигнуто соглашение о способе реструктуризации задолженности (при этом погашение задолженности не производится); неплательщик нарушил условия соглашения о реструктуризации задолженности.

ООО «ЖКХ Ургалинское» должно принципиально подходить к реализации своего права на обращение в суд. В случаях, когда неплательщик явно конфликтует с жилищной организацией, избегает контактов, не исполняет принятых на себя обязательств по соглашениям о реструктуризации задолженности, должно следовать обращение в суд с соответствующими исковыми требованиями.

Весь комплекс мер по работе с дебиторами быть выполнен либо силами сотрудников ООО «ЖКХ Ургалинское», либо путем привлечения специализированной организации. Оба пути имеют свои достоинства и недостатки. В каждом случае решение должно приниматься руководством ООО «ЖКХ Ургалинское». При этом необходимо помнить, что какое бы ни было принято решение, успех работы с дебиторами в наибольшей степени зависит от планомерной каждодневной реализации намеченных мероприятий.

Рассчитаем эффективность проведения мероприятий по работе с дебиторами.

Исходя из опыта работы Единого расчетно-кассового центра Уфы, который образован в 2001 г. и с тех пор имеет стабильные результаты по сбору квартплаты с населения: 2020 г. – 98 %, 2021 г. – 97 %, 2022 г. – 100 % можно спрогнозировать возврат дебиторской задолженности в ООО «ЖКХ Ургалинское».

В Едином расчетно-кассового центра Уфы реализуется комплекс различных мер судебного и досудебного воздействия с целью взыскания с населения задолженности за жилищно-коммунальные услуги.

— отключении коммунальных услуг в соответствии с Постановлением Правительства РФ от 23 мая 2006 г. № 307 «О порядке предоставления коммунальных услуг гражданам»;

— взыскании задолженности в судебном порядке;

— выселении из занимаемого жилого помещения в судебном порядке.

Для урегулирования вопросов, связанных с материальными трудностями населения, в каждом районном филиале МУП УЖХ г. Уфы создана комиссия

по работе с должниками.

Лица, имеющие задолженность, приглашаются на заседания комиссии, где выясняются причины несвоевременной оплаты и заключаются соглашения о рассрочке погашения задолженности, а также разъясняется порядок предоставления субсидий на оплату жилищно-коммунальных услуг.

Соглашение о погашении задолженности заключается на срок от 6 до 12 месяцев, а в отдельных случаях - более 12 месяцев. При исполнении условий соглашения в период его действия к должнику не применяются меры в виде отключения коммунальных услуг и подготовки искового заявления в суд.

Отключение коммунальных услуг (газоснабжения, горячего водоснабжения, электроэнергии) производится при участии поставщиков жилищно-коммунальных услуг в соответствии с графиком, составленным по информации о лицах, имеющих задолженность более чем за 2 месяца. После оплаты задолженности коммунальные услуги подключаются.

Лица, имеющие задолженность, приглашаются на заседания комиссии, где выясняются причины несвоевременной оплаты и заключаются соглашения о рассрочке погашения задолженности, а также разъясняется порядок предоставления субсидий на оплату жилищно-коммунальных услуг.

Соглашение о погашении задолженности заключается на срок от 6 до 12 месяцев, а в отдельных случаях - более 12 месяцев. При исполнении условий соглашения в период его действия к должнику не применяются меры в виде отключения коммунальных услуг и подготовки искового заявления в суд.

Таким образом, в результате проведения предложенных мероприятий ООО «ЖКХ Ургалинское» может вернуть сумму дебиторской задолженности, числящуюся на балансе предприятия: 8596 тыс.руб., снизить издержки финансирования дебиторской задолженности, принадлежащей предприятию.

Прогнозируя дебиторскую задолженность невозможно обратить внимание и на кредиторскую задолженность, поскольку она выступает в качестве оттока денежных средств организации. То есть дебиторская и кредиторская задолженности взаимосвязаны. Поэтому руководству рекомендуется ООО «ЖКХ Ургалинское» также планировать оттоки, а управление запасами напрямую связано с данным видом расчетом.

Поэтому основной задачей эффективного управления запасами сводится в оценке ожидаемой величины дебетового оборота счета «Расчеты с поставщиками и подрядчиками» на предстоящий период.

Реализация предложенных мероприятий позволит укрепить финансовое положение организации, т.к. коэффициенты ликвидности существенно улучшатся, организация сможет в краткосрочном периоде произвести часть расчетов по краткосрочным обязательствам: об этом свидетельствуют повышение значения показателя абсолютной ликвидности, который к концу прогнозного периода равен 2,38 при нормативе 0,2-0,5, т.е. предприятие имеет на конец года свободные денежные средства на достаточном для норматива уровне.

Список литературы:

1. Гирфанова, И. Н. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятий АПК : учебно-методическое пособие: электронный ресурс / И. Н. Гирфанова ; Башкирский государственный аграрный университет. – Уфа : Башкирский государственный аграрный университет, 2017. – 172 с. – EDN AAECYU.

2. Зарипова, Г. М. Современный финансовый кризис и его связь с экономическим кризисом / Г. М. Зарипова, Р. Ш. Каганова // Проблемы модернизации и посткризисное развитие современного общества (экономика, социология, философия, право) : Материалы международной научно-практической конференции, Саратов, 23 марта 2012 года. Том Часть 2. – Саратов: Наука, 2012. – С. 17. – EDN WZACAF

3. Миргалиева, А. А. Финансовая политика России в условиях рынка / А. А. Миргалиева, Г. М. Зарипова // Современные тенденции развития торговли и таможенного дела : Тезисы докладов и выступлений VII Международной научной конференции молодых ученых, Донецк, 17 ноября 2021 года / общ. ред. д-ра экон. наук, проф. Головинова О.Н.. – Донецк: Донецкий национальный университет, 2021. – С. 50-54. – EDN VVBBWU.

4. Насырова, А. Д. Информационная система управленческого учета по центрам ответственности в системе управления / А. Д. Насырова, Г. Р. Нигматуллина, З. З. Сафина // Социально-экономические проблемы развития аграрной сферы экономики и пути их решения : Сборник статей Всероссийской научно-практической конференции, посвященной 85-летию Башкирского государственного аграрного университета, Уфа, 27 октября 2015 года. – Уфа: Башкирский государственный аграрный университет, 2015. – С. 282-287. – EDN VEORTJ.

5. Гирфанова, И. Н. Управленческий анализ в отраслях АПК : учебное пособие / И. Н. Гирфанова, Г. А. Хабиров. – Уфа : Башкирский государственный аграрный университет, 2012. – 126 с. – EDN RLJRZZ.

УДК 316.772

Григорян Ж. Г., обучающаяся 4 курса
Grigoryan Zh. G., 4th year student

Научный руководитель: Лопатина И.Ю., к.э.н., доцент
Scientific supervisor: Lopatina I.Yu., Ph.D. Associate Professor

Краснодарский филиал РЭУ им. Г. В. Плеханова, г. Краснодар
Krasnodar branch of Plekhanov Russian University of Economics, Krasnodar

**СОВРЕМЕННЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ВНУТРИКОРПОРАТИВНЫХ
КОММУНИКАЦИЙ**
MODERN TOOLS OF INTRA-CORPORATE
COMMUNICATIONS

Аннотация: в настоящее время для повышения эффективности деятельности любого предприятия необходимо обеспечить руководителей и всех сотрудников нужной и достоверной информацией о происходящем не только во внутренней среде, но и во внешней. Сущность коммуникаций в системе управления организацией раскрывают такие функции, как контроль, предоставление мотивации для персонала, информационная обеспеченность, а также эмоциональное отношение людей к происходящим событиям.

Ключевые слова: коммуникации, организация, внутрикорпоративное общение, инструменты коммуникаций

Annotation: Currently, to improve the efficiency of any enterprise, it is necessary to provide managers and all employees with the necessary and reliable information about what is happening not only in the internal environment, but also in the external one. The essence of communications in the organization's management system is revealed by such functions as control, providing motivation for staff, information security, as well as people's emotional attitude to events.

Keywords: communications, organization, intra-corporate communication, communication tools

В сфере торговых предприятий коммуникации играют ключевую роль, так как они образуют взаимодействие между людьми и организациями.

Данная тема является актуальной уже много веков, так как деловые коммуникации в системе управления торгового предприятия дают возможность менеджерам и управленцам принимать различные решения, осуществлять свои функции и получать в результате своей деятельности реакцию. Это все помогает в будущем скорректировать и поправить действия сотрудникам в дальнейшей их деятельности, вследствие чего минимизируются убытки предприятия.

Так, внутренние коммуникации позволяют наиболее целесообразно сбалансировать действия между сотрудниками компании, образуя сплоченную группу. Для того, чтобы такие социальные группы могли развиваться, в них должен происходить процесс обмена информацией и осуществляться обратная связь.

Методы исследования:

1. Изучение аспектов деловых коммуникаций;
2. Изучение соответствующей литературы;
3. Выявление элементов и этапов коммуникационных процессов;

С каждым годом развития цивилизации совершенствуются все процессы человеческой деятельности и коммуникационный процесс также развился в современный период времени.

Если нужно быстро донести какие-либо сведения между всеми компонентами предприятия, то менеджер должен в этом случае знать и уметь выбрать самый эффективный, а также быстрый канал связи, с помощью которого информация пройдет от первого источника до конечного.

Для того, чтобы управленческие решения руководителя исполнялись в полной мере, и никакая информация не искажалась между участниками

общения, менеджер должен всегда поддерживать обратную связь и проверять точность выполнения и понятия занятий, так как в большинстве случаев при передаче информации она может быть потеряна до 90 %.

Главные элементы коммуникационного процесса:

- 1) отправитель, то есть субъект, первоначально передающий знания, сведения, решения;
- 2) сообщение, а именно информация;
- 3) канал связи с помощью которым сообщение переходит к другим лицам;
- 4) получатель, то есть человек, который в конце получает какие-либо сведения.

Коммуникационный процесс включает в себя не то только элементы, но также и определенные этапы, с помощью которых информация поступает к получателю в наиболее полной форме. Данный замкнутый цикл можно рассмотреть на рисунке 1.

Новейшие технологии позволили заменить старые методы общения, такие как отправка сообщений через почту и печатание документов на печатных машинках. Все старые способы передачи информации в организациях занимали у сотрудников огромное количество времени и не обеспечивали сохранность сведений.



Рисунок 1. Этапы коммуникационного процесса

Однако в современный период времени все ведущие организации оснащены наилучшими компьютерами, принтерами, факсами, электронной почтой и другими программами, облегчающими процесс передачи информации от отправителя к получателю по каналам связи.

Можно выделить новейшие инструменты для улучшения взаимодействия внутри предприятия [1, с.203]:

- наличие собственного внутреннего радио;
- проведение онлайн совещаний, переговоров и вебинаров;
- подключение внутреннего телевидения;
- регистрация сотрудников фирмы в социальных сетях для отправки сообщений;

— осуществление передачи информации через Bluetooth-передатчики.

Обеспечение организации внутренним радио позволяет быстро проинформировать сотрудников, например, об изменениях в графике работы, указаниях руководства, о решении предстоящих задач и целях или о лучших достижениях внутри компании.

Основными плюсами данного инструмента коммуникаций является его простота использования и экономия времени. Так, менеджеры различных подразделений могут не писать объявления на бумажках, а проговорить всю необходимую информацию через радио.

Благодаря развитию новейших программ сейчас стало возможно проведение совещаний дистанционно. Это особенно удобно для менеджеров, которые по определенным не причинам не могут лично находиться на переговорах. Также благодаря Интернету у организаций появляется возможность общаться онлайн с партнерами, поставщиками или клиентами из других городов. Основными популярными программами сейчас являются ZOOM, Skype и многие другие приложения, позволяющими проводить конференции через Интернет.

Внутренне телевидение освещает сотрудников организации о проведенных корпоративных мероприятиях, важнейших новостях, графике работы и отдыхе, показывает различные тренинги по повышению производительности труда и другое.

В зависимости от того какой деятельностью занимается организация, на телевидении могут идти различные мастер классы, интересные факты о данной профессии или же отзывы клиентов [2, с.118].

Наличие внутреннего телевидения полезно не только для работников организации, но и для его клиентов и партнеров. Так, зайдя в такое предприятие клиенты смогут ознакомиться с полезной информацией о фирме.

Разместить такую электронную информацию можно не только на телевизорах, но и на сенсорных планшетах, цифровых табличках, сенсорных киосках или же через видеоконференции.

Для продвижения организации в интернете, а также онлайн коммуникации с клиентами рекомендуется создавать социальную сеть компании. Такой метод полезен и для общения сотрудников между собой. В социальных сетях коллеги могут разговаривать не только на рабочие темы, но и на личные, тем самым спланивая и адаптируясь к организационной культуре.

Благодаря социальным сетям раскрываются многие возможности, такие как:

- 1) экономия времени на отправку информации;
- 2) привыкание рабочих к условиям труда;
- 3) образование организационной культуры;
- 4) разрешение возникающих споров и конфликтов внутри предприятия;
- 5) оптимизация стратегии управления информацией;
- 6) привлечение работников к ценностям фирмы.

Осуществление передачи информации через Bluetooth-передатчики является одним из удобнейших инструментов коммуникаций в системе управления торгового предприятия [3, с.205].

Bluetooth позволяет передавать достоверную информацию, не подключаясь ни к социальным сетям, ни электронной почте и даже без проводов.

Подключить Bluetooth-передатчик можно к любому устройству, который находится в организации: телефон, компьютер, планшеты или принтеры.

С помощью данного инструмента можно рассылать данные всем субъектам предприятия, а также во внешнюю среду своим потребителям, конкурентам, поставщикам, партнерам или в государственные органы.

В настоящее время многие организации в альтернативу сайтам применяют социальные сети, через которые они могут общаться, продавать товары, проводить семинары или же тренинги.

Также применение социальных сетей позволяет в одной системе спланировать сразу руководителей, работников, клиентов, будущих партнеров и сотрудников, а также конкурентов.

Таким образом, новые инструменты внутрикорпоративных коммуникаций помогают менеджерам оптимизировать свою деятельность под условия постоянно меняющиеся условия развития рынка. Применение различных электронных технологий позволяют сократить время на передачу информации и осуществление обратной связи, тем самым повышая производительность труда.

Вся деятельность управленца торгового предприятия связана с общением, обменом информацией и знаниями, поэтому так важно понимание сотрудниками основных способов внедрения различных коммуникационных технологий и умение использовать их. Информация, как главный элемент любой организации, может быть различной: достоверной, важной, своевременной. Поэтому эффективный менеджер должен уметь из огромного потока информации выбрать именно ту, которая оказывает непосредственное прямое влияние на предприятие в настоящий момент времени [5, с.99].

Было выяснено, что коммуникационная система включает в себя элементы взаимосвязи и общения деловых партнеров. Применение деловых коммуникаций особенно важны при осуществлении функций управленца, принятии управленческих решений, а также осуществлении организационной деятельности.

Сущность коммуникаций в системе управления организацией раскрывают такие функции, как контроль за выполнением выполненных указаний работниками, предоставление мотивации для персонала, информационная обеспеченность, а также эмоциональное отношение людей к происходящим событиям.

Так, применение таких инструментов деловой коммуникации, как осуществление обратной связи с работниками, электронная рассылка или же проведение корпоративных мероприятий, например тренингов, позволяют повысить производственную деятельность.

Поддержание взаимодействия с партнерами, инвесторами, клиентами, конкурентами, а также и во внутренней среде с персоналом особенно важно для любого торгового предприятия, так как благодаря этому повышается эффективность организации, а также растет её узнаваемость на рынке.

Список литературы:

1. Егоршин, А. П. Деловые коммуникации: учебник для вузов / А. П. Егоршин. - 4-е изд., перераб. - Нижний Новгород: НИЭМ, 2021. - 320 с. – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1240729>
2. Тихомирова, О. Г. Менеджмент организации: теория, история, практика: Учебное пособие/Тихомирова О. Г., Варламов Б. А. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2021. - 256 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/509210>
3. Фаррахов, А. Г. Теория менеджмента: История управленческой мысли, теория организации, организационное поведение: Учебное пособие / А.Г. Фаррахов. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2021. - 272 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/538741>
4. Румянцева, З. П. Общее управление организацией. Теория и практика: Учебник / З.П. Румянцева. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2022. - 304 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/492741>;
5. Лисс, Э. М. Деловые коммуникации: учебник для бакалавров / Э. М. Лисс, А. С. Ковальчук. - 2-е изд. - Москва: Дашков и К, 2021. - 343 с. – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1231996>

УДК 374.1:004

Губарева Д. А., Савкова Е.В., обучающиеся 4 курса
Gubareva D. A. Savkova E. V., 4th year students

ФГБОУ ВО «Юго-Западный государственный университет»
Southwest State University

**ВЫЯВЛЕНИЕ И АНАЛИЗ РИСКОВ СОЗДАНИЯ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПОРТАЛА ДЛЯ ПОДГОТОВКИ
ГОСУДАРСТВЕННЫХ И МУНИЦИПАЛЬНЫХ СЛУЖАЩИХ К
АТТЕСТАЦИИ**
IDENTIFICATION AND ANALYSIS OF THE RISKS OF CREATING AN
EDUCATIONAL PORTAL FOR THE PREPARATION OF STATE AND
MUNICIPAL EMPLOYEES FOR CERTIFICATION

Аннотация: данная статья посвящена исследованию рисков, связанных с созданием образовательного портала, предназначенного для подготовки государственных и муниципальных служащих к процедуре аттестации. В статье осуществляется определение возможных рисков, уровень вероятности их возникновения и негативных последствий, которые могут возникнуть при разработке и эксплуатации такого портала, а также анализ выявленных рисков с

целью разработки соответствующих стратегий по их минимизации. Результаты исследования могут быть полезны для специалистов по организации онлайн-обучения государственных и муниципальных служащих.

Ключевые слова: риски создания образовательного портала, анализ рисков, выявление рисков, образовательный портал, подготовка к аттестации, государственные и муниципальные служащие, онлайн-обучение.

Abstract: this article is devoted to the study of the risks associated with the creation of an educational portal designed to prepare state and municipal employees for the certification procedure. The article identifies possible risks, the level of probability of their occurrence and negative consequences that may arise during the development and operation of such a portal, as well as an analysis of the identified risks in order to develop appropriate strategies to minimize them. The results of the study may be useful for specialists in organizing online training for state and municipal employees.

Keywords: risks of creating an educational portal, risk analysis, risk identification, educational portal, preparation for certification, state and municipal employees, online-training.

Образовательные порталы для подготовки государственных и муниципальных служащих к аттестации представляет собой специализированные интернет-ресурсы, разработанные для обеспечения процесса подготовки к аттестации сотрудников в государственных и муниципальных органах.

Эти порталы предоставляют доступ к различным образовательным материалам, тестам и заданиям, которые помогают служащим подготовиться к аттестации и повысить свои знания и навыки в соответствующей области. Они могут включать в себя электронные учебники, интерактивные задания, а также системы самопроверки и оценки знаний [1].

Образовательные порталы помогают организовать процесс обучения, повысить эффективность подготовки к аттестации, а также обеспечивают сохранность и доступность учебных материалов.

«Attestation ГиМС» – образовательный портал для подготовки государственных и муниципальных служащих к аттестации, который представляет собой комплексное решение, включающее в себя широкий выбор обучающих материалов, персонализированный подход, мониторинг прогресса, обратную связь и разработанное для обеспечения эффективного и удобного способа подготовки служащих к успешному прохождению аттестации.

Главной целью данного портала является обеспечение удобного и доступного источника информации, помощи и ресурсов, которые помогут подготовиться к аттестации и достичь желаемых результатов.

Задачи образовательного портала «Attestation ГиМС»:

– предоставление актуальной информации: портал включает в себя учебные и методические материалы, нормативные документы, помогающие подготовиться к аттестации, которые обновляются с учетом изменений в законодательстве;

– проведение тестирования и оценки знаний: интернет-ресурс предлагает возможность прохождения тестов и проверки знаний в решении ситуационных задач. Это позволяет служащим самостоятельно оценить свой уровень подготовки и определить слабые места, на которые стоит обратить особое внимание;

– обеспечение обратной связи: на портале для пользователей имеется возможность задать свои вопросы экспертам интернет-ресурса для получения дополнительной информации и рекомендаций, помогающих улучшить их знания и навыки;

– создание системы отслеживания прогресса: образовательный портал предоставляет статистику о прогрессе служащего, что позволяет оценить их готовность к аттестации и выделить области, требующие дополнительного изучения или улучшения;

– оптимизация образовательного процесса: эксперты интернет-ресурса проводят анализ работы портала и получают обратную связь от служащих, чтобы понять их потребности и ожидания от обучения, а на основе полученной информации улучшают образовательный процесс, добавляя дополнительные функции и инструменты, которые могут быть полезны [2].

Создание образовательного портала для аттестации государственных и муниципальных служащих может быть связано с определенными рисками (рисунок 1).

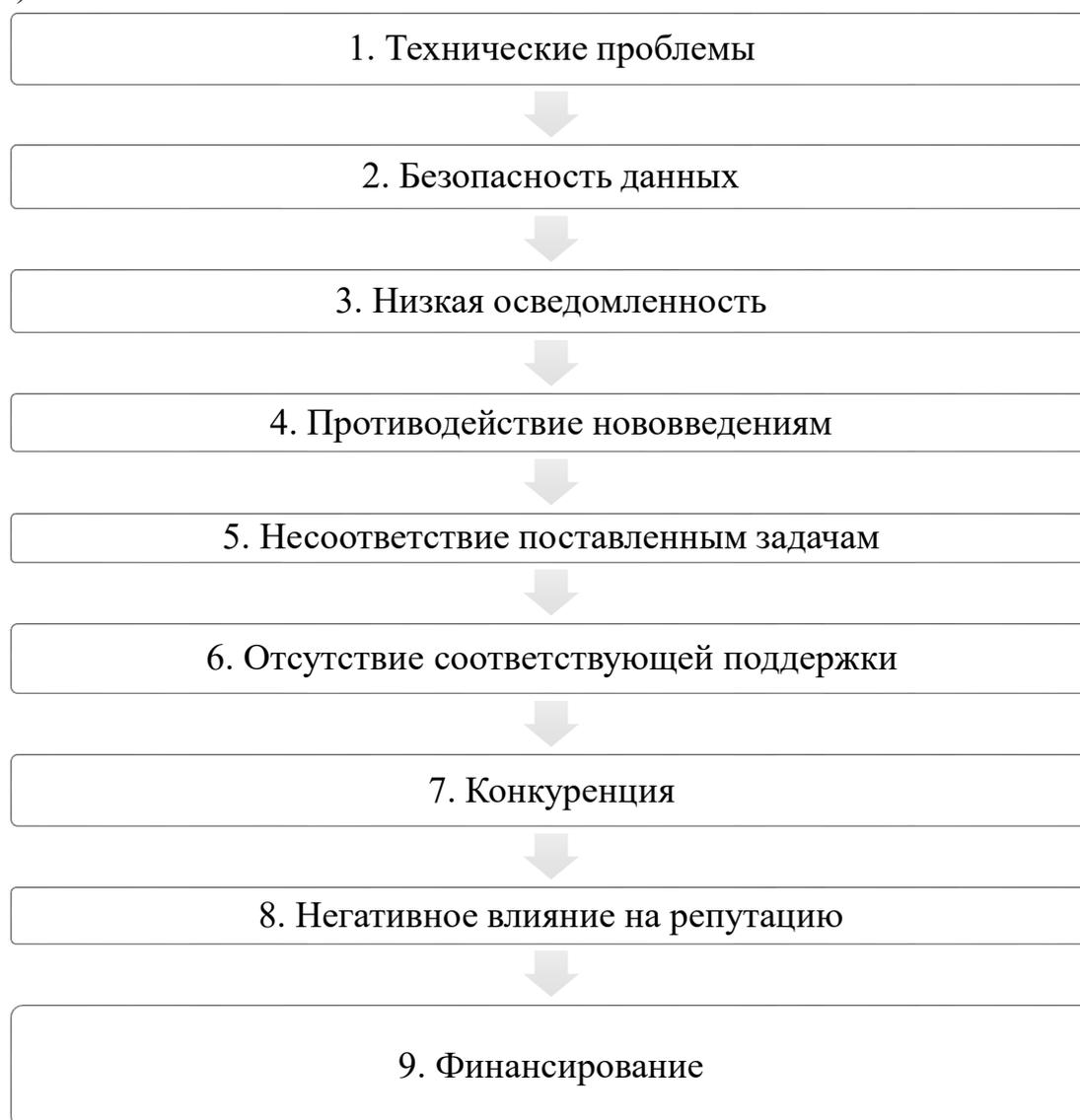


Рисунок 1. Риски создания образовательного портала для подготовки к аттестации государственных и муниципальных служащих

Важно провести не только выявление, но и анализ этих рисков с помощью матрицы рисков, чтобы разработать соответствующие стратегии и меры для их управления (рисунок 2).

Следует рассмотреть каждый риск подробнее:

1. Технические проблемы: возможность возникновения технических сбоев, ошибок или недоступности портала.
2. Безопасность данных: возможность потери информации или несанкционированного доступа мошенников к данным пользователей.
3. Низкая осведомленность: отсутствие определенных сведений или ограниченное знание пользователей о портале.
4. Противодействие нововведениям: сопротивление или нежелание служащих адаптироваться к новому интернет-ресурсу.
5. Несоответствие поставленным задачам: несоответствие содержания интернет-ресурса заявленным задачам портала [3].

Вероятность	Высокая		4	7	9
	Средняя		3	5	1
	Низкая		6	8	2
			Низкие	Средние	Высокие
			Последствия		

Рисунок 2. Матрица рисков

6. Отсутствие соответствующей поддержки: недостаточные поддержка и помощь служащим при использовании портала.

7. Конкуренция: присутствие конкурирующих образовательных порталов, имеющих схожие идеи [4].

8. Негативное влияние на репутацию: неудачное внедрение и неудобство использования портала негативно сказывается на его репутации.

9. Финансирование: бюджетные средства могут быть недостаточны для полноценного создания и запуска образовательного портала.

Анализ матрицы рисков позволяет идентифицировать ключевые области для снижения рисков и разработки соответствующих мероприятий. На основе данной матрицы рисков могут быть разработаны стратегии по минимизации

рисков, чтобы обеспечить успешную реализацию образовательного портала для подготовки к аттестации государственных и муниципальных служащих. Концентрация на рисках средних и высоких последствиях обеспечивает более рациональное расходование ресурсов и сосредоточенность внимания наиболее критическим аспектам управления рисками.

Стратегии по минимизации рисков необходимы для прогнозирования, планирования рисков и управления ими, а также снижения возможных негативных последствий, чтобы обеспечить безопасность и эффективность деятельности образовательного портала.

Для рисков средних и высоких последствий создания образовательного портала для подготовки к аттестации государственных и муниципальных служащих могут быть разработаны следующие стратегии по их минимизации:

1. Технические проблемы:

- привлечь опытного специалиста по информационным технологиям, ответственного за систематическое обновление и техническое обслуживание интернет-ресурса, который поможет уменьшить возможные сбои и обеспечить бесперебойную работу образовательного портала.

2. Безопасность данных:

- поручить разработку политики безопасности данных пользователей имеющемуся ИТ-специалисту;

- пригласить стороннего эксперта по информационной безопасности для разработки и внедрения мероприятий защиты данных, включая установку сложных паролей, а также мониторинг подозрительной активности пользователей, использования дополнительных методов конфиденциальности данных, которые требуют наличия дополнительного кода для подтверждения личности.

3. Несоответствие поставленным задачам:

- четко определить цели и задачи портала на стадии планирования, убедиться, что вся команда понимает эти цели;

- активно отслеживать обратную связь от пользователей о содержании интернет-ресурса и сравнивать ее с заявленными задачами, что поможет выявить любые несоответствия и предпринять соответствующие корректирующие действия;

- регулярно мониторить образовательный портал на соответствие его задачам, при это обновлять и оптимизировать функционал по мере необходимости [5].

4. Конкуренция:

- исследовать рынок и конкурентов, чтобы понять их предложения, цены, уникальные характеристики и слабые места;

- разработать уникальный продукт, который конкуренты не смогут легко повторить;

- поддерживать высокий уровень качества услуг, регулярно обновлять и улучшать предложения образовательного портала, чтобы оставаться конкурентоспособными;

– осуществлять активное продвижение продукта, объявлять о своих преимуществах и достижениях, чтобы привлечь внимание потенциальных клиентов и удержать существующих [6], [7].

5. Негативное влияние на репутацию:

– проводить обширные тестирования портала, чтобы гарантировать стабильность и производительность ресурса перед его запуском;

– предоставлять высококачественный и удобный продукт, чтобы обеспечить доверие клиентов и их удовлетворенность;

– разработать политику обратной связи, чтобы узнать мнение пользователей и использовать их в улучшении качества образовательного портала [8],[9].

6. Финансирование:

– тщательно планировать бюджет проекта, включая запас средств на непредвиденные расходы;

– проанализировать имеющиеся конкурсы грантовой поддержки, которые могут поддержать создание образовательного портала для подготовки государственных и муниципальных служащих к аттестации, оценить условия и требования для получения грантов;

– подать заявку на конкурс по получению грантовой поддержки на реализацию проекта.

Подводя итог выявлению и анализу рисков при создании образовательного портала для подготовки служащих к аттестации, можно сделать следующие выводы:

1. Были выявлены основные риски, с которыми можно столкнуться при создании образовательного портала для подготовки государственных и муниципальных служащих к аттестации.

2. Для каждого риска рассмотрены вероятность возникновения и уровень возможных последствий. Это позволило определить наиболее важные риски, требующие приоритетного внимания и принятия мер по их минимизации.

3. Разработаны стратегии по минимизации этих рисков, включая создание уникального продукта, продвижение образовательного портала, работу с отзывами и клиентами, изучение конкурентов и рынка, а также привлечение высококвалифицированных специалистов в команду проекта.

Таким образом, комплексный подход к выявлению, оценке и минимизации основных рисков позволит снизить вероятность негативных последствий при создании образовательного портала для подготовки государственных и муниципальных служащих к аттестации и обеспечить его успешное функционирование. Для эффективного управления рисками необходим мониторинг их динамики, а также готовность к корректировке стратегий в зависимости от изменений факторов внешней среды.

Список литературы:

1. Сашина, Ю.А. Электронные образовательные ресурсы как инструмент обучения / Ю.А. Сашина // Инновационные технологии работы с детьми и

молодёжью в условиях современной социокультурной среды. – 2021. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=47236972> (дата обращения: 10.11.2023). – Текст: электронный.

2. Гаврилова, Э.Н. Электронные образовательные ресурсы как инструмент системы обучения / Э.Н. Гаврилова // Актуальные вопросы современной экономики. – 2021. – № 9. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=46664243> (дата обращения: 10.11.2023). – Текст: электронный.

3. Каракозов, С.Д. Развитие цифровой образовательной среды в Российской Федерации: механизмы развития и возможные риски / С.Д. Каракозов, Л.Р. Пикалова, Е.П. Седова, О.Н. Титова // Ростовский научный журнал. – 2018 – № 11. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=36511423> (дата обращения: 11.11.2023). – Текст: электронный.

4. Кондакова, И.В. Проблемы и риски цифровизации системы образования / И.В. Кондакова // Мир педагогики и психологии: международный научно-практический журнал. – 2022. – № 11 (76). – URL: <https://scipress.ru/pedagogy/articles/problemy-i-riski-tsifrovizatsii-sistemy-obrazovaniya.html> (дата обращения: 11.11.2023). – Текст: электронный.

5. Бутина, Е.А. Цифровизация образовательного пространства: риски и перспективы / Е.А. Бутина // Профессиональное образование в современном мире. – 2020 – № 2 (10). – URL: <https://profed.nsau.edu.ru/jour/article/view/685/658> (дата обращения: 11.11.2023). – Текст: электронный.

6. Соловьева, В. А. Риски и перспективы использования образовательных интернет-ресурсов / В.А. Соловьева // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Акмеология образования. Психология развития. – 2018. – № 2 (7). – URL: <https://akmepsy.sgu.ru/ru/articles/riski-i-perspektivy-ispolzovaniya-obrazovatelnyh-internet-resursov> (дата обращения: 11.11.2023). – Текст: электронный.

7. Вдовина, А.С. Выбор параметров для оценки конкурентоспособности организации / А.С. Вдовина // Инновационный потенциал развития общества: Взгляд молодых ученых. Сборник научных статей 3-й Всероссийской научной конференции перспективных разработок : в 4 т.. Курск, – 2022. – С. 105-108. – Текст: непосредственный.

8. Кипервар, Е.А. Цифровое государственное управление: вероятные риски и новые возможности / Е.А. Кипервар, Е.В. Мамай, М.С. Мизя, Е.А. Кипервар // Креативная экономика. – 2020. – № 10 (14). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovoe-gosudarstvennoe-upravlenie-veroyatnye-riski-i-novye-vozmozhnosti> (дата обращения: 11.11.2023). – Текст: электронный.

9. Беляева, О.В. Снижение финансовых рисков по результатам анализа показателей деловой активности организации / О.В. Беляева, П.О. Беляев // Экономико-управленческий конгресс. Сборник статей по материалам Международного научно-практического мероприятия НИУ "БелГУ". Отв. редактор: В.М. Захаров. Белгород, – 2022. – С. 178-182. – Текст: непосредственный.

Гурджиян В.Л., к.э.н., доцент, Михайлова С.М., обучающаяся 4 курса
Gurdzhiyan V.L., Ph.D. Associate Professor, Mikhailova S.M., 4th year student

ФГБОУ ВО «Чувашский государственный университет им. И.Н. Ульянова»
I.N. Ulyanov Chuvash State University

**ИССЛЕДОВАНИЕ МЕТОДИК ВЫЯВЛЕНИЯ СИМПТОМОВ
КРИЗИСА НА ПРЕДПРИЯТИИ**
INVESTIGATION OF METHODS FOR DETECTING SYMPTOMS OF A CRISIS
IN AN ENTERPRISE

Аннотация: В статье рассмотрены методики выявления симптомов кризиса на предприятии. Выявлены основные симптомы кризиса предприятия. Был проведен анализ результатов исследования. Рассмотрены подходы управления кризисом на примере предприятия. А также сделаны выводы о том, что выявление симптомов кризиса способствует предотвращению его развития и минимизации негативных последствий. Так же даны рекомендации для улучшения управления предприятием на основе методик выявления симптомов кризиса.

Ключевые слова : кризис, симптомы, предприятия ,показатели, методы.

Abstract The article discusses the methods of identifying the symptoms of a crisis in the enterprise. The main symptoms of the crisis of the enterprise are revealed. The results of the study were analyzed. The approaches of crisis management on the example of an enterprise are considered. It is also concluded that the identification of the symptoms of the crisis helps to prevent its development and minimize negative consequences. Recommendations are also given to improve the management of the enterprise based on the methods of identifying the symptoms of the crisis.

Keywords : crisis, symptoms, enterprises, indicators, methods.

В современной жизни предприятий и организаций нередко возникают ситуации, требующие оперативного реагирования и принятия мер для предотвращения кризисных ситуаций. Кризис на предприятии может иметь различные причины: от экономических трудностей до неэффективного управления или изменений во внешней среде. Поэтому важно иметь эффективные методики выявления симптомов кризиса на предприятии, чтобы успешно противостоять его последствиям.

Исследование методик выявления симптомов кризиса на предприятии является актуальной задачей, которая позволяет своевременно обнаружить признаки возможного кризиса и принять меры по его устранению. В условиях быстрого развития технологий и рыночных условий необходимо иметь комплексный подход к анализу состояния организации и использовать различные инструменты для определения потенциальных проблем.

Цель данной статьи - рассмотрение основных методик выявления симптомов кризиса на предприятии, их преимуществ и недостатков. Также будут рассмотрены практические случаи использования данных методик и результаты исследований в данной области. Полученные знания помогут менеджерам и руководителям организаций более эффективно контролировать состояние предприятия и принимать меры для его стабильного развития.

В современной экономической среде предприятия сталкиваются с различными вызовами и проблемами, которые могут привести к возникновению кризисных ситуаций. Как правило, на ранней стадии кризиса появляются определенные симптомы, которые могут служить предупреждением о неполадках в работе предприятия. Однако, выявление этих симптомов является сложной задачей для руководства и специалистов.

Исследование методик выявления симптомов кризиса на предприятии имеет большую актуальность в свете необходимости оперативного реагирования на потенциально опасные изменения в работе организации. Правильное и своевременное обнаружение признаков кризиса позволяет провести анализ причин его возникновения и разработать эффективные стратегии по его преодолению.

Выявление симптомов кризиса на предприятии является важным этапом его анализа и позволяет своевременно принять меры по предотвращению дальнейшего развития негативных процессов. В данном разделе статьи рассмотрены основные подходы и понятия, используемые при исследовании методик выявления симптомов кризиса.

Один из подходов заключается в анализе финансовых показателей. Финансовый аспект играет ключевую роль в определении состояния предприятия. Использование таких показателей, как прибыль, ликвидность, задолженность, помогает выделить возможные проблемы и установить наличие кризисной ситуации.

Ещё одним подходом является анализ операционной деятельности предприятия. Этот анализ может включать проверку эффективности процессов производства, использования ресурсов и управления качеством. Нарушение операционной деятельности может быть признаком возникновения операционного кризиса.

Еще одним подходом является изучение организационной структуры предприятия. Анализ структуры компании может помочь выявить проблемы в управлении, отсутствие эффективной коммуникации или неэффективное распределение ресурсов. Данный подход позволяет выявить факторы, которые могут привести к кризису. [2, с. 23]

Также важным является изучение рыночной ситуации и конкурентного окружения предприятия. Анализ доли рынка, уровня конкуренции и изменений в потребительском спросе позволяет определить возможные угрозы для предприятия и принять меры по их минимизации.

Еще в компании является важным бенчмаркинг. Это процесс сравнения показателей предприятия с показателями конкурентов или лучших практик в отрасли. Этот метод помогает выявить слабые места и определить возможности

для улучшения работы предприятия, что может предотвратить возникновение кризисных ситуаций.

Необходимо отметить, что методики выявления симптомов кризиса на предприятии являются комплексными и включают использование различных подходов. Комбинирование анализа финансовых показателей, организационной структуры и рыночной ситуации позволяет получить более полную картину состояния компании

Анализ результатов исследования позволил выявить ряд основных симптомов, которые свидетельствуют о наличии кризиса на предприятии. Один из таких симптомов – снижение объема продаж и доходности. Падение спроса на товары или услуги предприятия может быть вызвано не только внешними факторами, но и проблемами внутри самой компании, такими как недостаточное качество продукции или неправильная ценовая политика.

Другим распространенным симптомом является ухудшение финансового состояния предприятия. Неустойчивость прибыльности, задолженность перед поставщиками, неспособность выполнить обязательства перед кредиторами – все это может указывать на кризисную ситуацию. Также следует обратить внимание на изменения в структуре активов и пассивов, например, увеличение доли заемных средств или уменьшение запасов товара.

Один из ключевых признаков кризиса – ухудшение эффективности работы предприятия. Это может проявляться в многочисленных проблемах в процессе производства или оказания услуг, неправильной организации труда, неэффективном использовании ресурсов. Нерасторопность и недисциплинированность сотрудников также являются симптомами кризиса.

Кроме того, наличие конфликтов и напряженности внутри коллектива может свидетельствовать о кризисе на предприятии. Постоянные споры и разногласия между сотрудниками, отсутствие единства целей и стремления к достижению общих результатов – все это указывает на возможные проблемы в системе управления и корпоративной культуре

В качестве примера исследования методик выявления симптомов кризиса на предприятии можно привести компанию «Bosch». Компания занимается производством и продажей бытовой техники.

Одним из методов выявления симптомов кризиса в компании является SWOT-анализ. Этот анализ позволяет определить сильные и слабые стороны компании, а также возможности и угрозы, которые могут возникнуть в будущем.

Кроме того, компания использует PEST-анализ для оценки политических, экономических, социальных и технологических факторов, которые могут повлиять на ее деятельность. Этот анализ помогает компании определить возможные риски и принять меры для их минимизации.

Также компания проводит анализ финансовых показателей, чтобы оценить свое финансовое состояние и выявить возможные проблемы.

В ходе исследования было установлено, что применение методик выявления симптомов кризиса на предприятии позволяет значительно повысить

эффективность управления. Анализ симптомов кризиса позволяет оперативно обнаруживать проблемы и принимать меры по их решению.

Выводы исследования подтверждают, что раннее выявление симптомов кризиса способствует предотвращению его развития и минимизации негативных последствий. Однако необходимо отметить, что для успешного применения методик необходимо иметь четкую систему мониторинга и анализа данных.

Рекомендации для улучшения управления предприятием на основе методик выявления симптомов кризиса включают следующие меры:

1. Установление системы мониторинга: необходимо разработать процесс сбора и анализа информации о состоянии предприятия. Это может быть достигнуто через внедрение систем автоматизированного контроля, использование инструментов бизнес-аналитики и проведение периодических аудитов.

2. Обучение сотрудников: необходимо обеспечить подготовку персонала к работе с методиками выявления симптомов кризиса. Это может быть достигнуто через проведение специальных тренингов и обучающих программ, а также создание системы обратной связи и поощрения за активное участие в процессе.

3. Разработка плана действий: на основе результатов анализа симптомов кризиса необходимо разработать конкретные меры по их решению. План действий должен быть четким, реалистичным и иметь конкретные сроки выполнения.

4. Мониторинг результатов: после внедрения мер по решению проблем, необходимо осуществлять постоянный контроль и оценку результатов. [1, с. 10]

Список литературы:

1. Гурджиян, В. Л. Стратегия восстановления платежеспособности в рамках финансового оздоровления кризисной организации / В. Л. Гурджиян // *Oeconomia et Jus.* – 2019. – № 2. – С. 9-16. – EDN ZSNYEH.

2. Гурджиян, В. Л. Технология реструктуризации системы менеджмента кризисной организации / В. Л. Гурджиян // *Oeconomia et Jus.* – 2022. – № 4. – С. 19-27. – DOI 10.47026/2499-9636-2022-4-19-27. – EDN GJREAE.

3. Девяткин, О. В. Корпоративные кризисы: причинно-следственные связи / О. В. Девяткин // *Экономика, предпринимательство и право.* – 2023. – Т. 13, № 8. – С. 2663-2684. – DOI 10.18334/ep.13.8.118572. – EDN XHSJNY.

4. Сабетова, Т. В. Проблема ранней диагностики признаков повышения вероятности кризиса / Т. В. Сабетова // *Цифровизация процессов управления: стартовые условия и приоритеты : СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ МЕЖДУНАРОДНОЙ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ*, Курск, 21–22 апреля 2022 года. – Курск: Курский государственный университет, 2022. – С. 210-215. – EDN YUJZQG.

5. Березинец И.В., Бобылева А.З., Ильина Ю.Б. Вероятность банкротства: достоверны ли модели прогнозирования? // *Государственное управление. Электронный вестник.* – 2022. – № 94. – с. 68–83

6. Львова О.А., Пеганова О.М. Факторы и причины банкротства компаний в условиях современной экономики // Государственное управление. Электронный вестник. – 2014. – № 44. – с. 64–82.

7. Н. Д. Корягина Антикризисное управление : учебник и практикум для вузов/ Н.Д. Корягина // [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://urait.ru/viewer/antikrizisnoe-upravlenie-511054>

УДК 336.025

Демироглу Н.Б., к.э.н., доцент

Demiroglu N.B., PhD, Associate Professor

ГБОУВО РК «Крымский инженерно-педагогический университет имени Февзи Якубова»

SBEIHE RC «Crimean Engineering and Pedagogical University in the name of Fevzi Yakubov»

ОСНОВНЫЕ ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ СУЩНОСТИ НАЛОГОВОЙ ПОЛИТИКИ

THE MAIN APPROACHES TO DETERMINING THE ESSENCE OF TAX POLICY

Аннотация. В статье проводится обзор литературных источников по определению сущности налоговой политики. Исходя из рассмотренных различных подходов обобщены основные функции налогов: фискальная, экономическая, контрольная, экологическая, социальная, международная. Кроме этого, в работе выделены основные инструменты формирования и реализации государственной налоговой политики.

Ключевые слова. Налог, налоговая система, налоговая политика, инструменты налоговой политики, Налоговый кодекс.

Annotation. The article provides a review of literary sources devoted to the definition of the essence of tax policy. Based on the various approaches considered, the main functions of taxes are summarized: fiscal, economic, control, environmental, social, international. In addition, the article highlights the main tools for the formation and implementation of state tax policy.

Keywords. Tax, tax system, tax policy, tax policy instruments, Tax Code.

Главной отличительной особенностью налоговых систем всех развитых стран является глубокая взаимосвязь с экономикой страны и их экономическими пропорциями, а также ориентация на цели экономического развития. Такой подход должен лежать в основе выработки не только экономической политики, но и государственной политики в области налогообложения. Важным инструментом в реализации поставленных целей любого государства является налоговая политика, оказывающая влияние на всю социально-экономическую сферу страны. Государство, умело формируя

налоговую политику, может стимулировать экономическое развитие или сдерживать его.

Исследование предпочтительнее начать с рассмотрения существующих точек зрения экономистов к восприятию понимания «налоговая политика», которые позволяют выделить следующие два подхода. В более узком понимании налоговая политика характеризуется как система мероприятий, проводимых государством в области налогов и сборов. Этот подход является наиболее распространенным. Так, Рыманов А.Ю., под налоговой политикой государства понимает систему проводимых государством мероприятий по совершенствованию налоговой системы [8]. Юткина Т.Ф. определяет налоговую политику как взаимосвязь принятия управленческих решений через такие функции как налоговое планирование, регулирование и контроль, принимаемых высшим органом страны [9]. Более широкий подход к понятию «налоговая политика» базируется не только на фискальной, но и на экономической сущности налогов и налоговой системы. Так, Аронов А.В. и Кашин В. А. понимают под налоговой политикой систему мер, осуществляемых государством по целенаправленному использованию налогового механизма в интересах развития производства товаров и услуг и обеспечения на этой основе формирования централизованных фондов финансовых ресурсов [3]. Бабич А.М. и Павлова Л.Н., считают, что создание приемлемых для государства и для участников рынка условий налогообложения, которые обеспечивают улучшение финансового положения реального сектора экономики должно осуществляться через налоговую политику [4].

Проведенный анализ позволяет сделать вывод, что понятие «налоговая политика» абсолютно логично рассматривать в более широком понимании, которое не ограничивается только мерами государства, проводимыми в области налогов. В современных условиях государственная налоговая политика обязана активно вмешиваться в функционирование рынка, регулировать рост производства, способствовать приоритетному развитию отдельных отраслей, влиять на инвестиционную политику и структурную перестройку экономики.

Основной целью налоговой политики является фискальная, сущность которой заключалась в обеспечении потребностей всех уровней власти в финансовых ресурсах, достаточных для проведения экономической и социальной политики, а также для выполнения соответствующими органами власти и управления возложенных на них функций. Кроме фискальной цели, как отмечают некоторые ученые, налоговая политика преследует достижение и других целей. Например, Пансков В.Г., соглашаясь о необходимости постановки фискальной цели при выработке налоговой политики, выделяет и, такие как экономическая, социальная, международная [7].

В соответствии с предлагаемой классификацией целей налоговой политики Пансков В.Г. кратко, но содержательно раскрывает их особенности. Так, экономическая цель налоговой политики заключается в повышении уровня развития экономики, оживлении деловой активности, стимулировании хозяйственной деятельности, ликвидации диспропорций. Социальная цель

налоговой политики в первую очередь направлена на осуществление государственной политики регулирования доходов, а также их перераспределения в интересах определенных социальных групп общества, сглаживании неравенства. В свою очередь международная цель налоговой политики заключается в выполнении международных финансовых обязательств государства, укреплении экономических связей с другими государствами [7].

Исследовав различные подходы экономистов к классификации целей, предлагается следующая их классификация: фискальная, экономическая, контрольная, экологическая, социальная, международная. Предложенная классификация целей налоговой политики наглядно показывает, что основными на современном этапе развития экономики в России должны являться фискальная, экономическая и контрольная. Остальные цели налоговой политики имеют второстепенное значение для государства. Это объясняется тем, что при формировании целей налоговой политики государство, прежде всего, определять налоговую стратегию, которая направлена на решение крупномасштабных задач, связанных с разработкой концепции развития всей налоговой системы страны.

При формировании налоговой политики необходимо учитывать всю системность мероприятий, позволяющий проводить справедливую и эффективную налоговую политику как на тактический, так и на стратегический период. Налоговая политика государства, чтобы обеспечить реализацию всех функций присущих этой категории, должна строиться, чтобы вовремя увидеть проблемы, суметь их оценить и преодолеть. Реализация тактических и стратегических целей налоговой политики во многом зависит от способности государства экономически обоснованно определять и эффективно использовать налоговые инструменты. Т.Ф. Юткина в целом соглашается с мнением предыдущих экономистов, но считает необходимым представить всю совокупность налоговых инструментов в двух плоскостях: через систему налоговых льгот и через систему налоговых санкций [9].

Исследуем более детально каждый из выделенных инструментов налоговой политики. Определение конкретных видов налогов как одним из основных инструментов налоговой политики основывается на том, что именно установление налога как обязательного платежа для плательщиков является основой функционирования любого государства.

Наряду с конкретными видами налогов эффективным инструментом налоговой политики является и налоговая ставка, которая одновременно выступает в двух аспектах: как элемент налогообложения и как важнейший инструмент налоговой политики, позволяющий регулировать экономические отношения, возникающие между государством и налогоплательщиками. Так, налоговая ставка - это величина налога в расчете на единицу налогообложения, т.е. доля от стоимости объекта налогообложения, которую подлежит уплатить в виде налога, или величина налога, приходящаяся на единицу денежного дохода земельной площади, веса, количества товара или на другую единицу, в которой измеряется величина объекта налогообложения.

Основными элементами налогообложения, включая налоговую ставку, признано считать объект налогообложения, налоговая база, налоговый период, порядок исчисления налога, порядок и сроки уплаты налога.

Значимость налоговой ставки как основного инструмента налоговой политики доказана многими известными экономистами. Так, Дж.М. Кейнс в «Общей теории занятости, процента и денег» отмечал, что основным инструментом регулирования экономики является уровень налоговой ставки, а также мероприятий, в частности в налоговой политике, стимулирующих экономический рост и повышение занятости. Он считал, что «если налоговая политика преднамеренно используется в качестве орудия для достижения более справедливого распределения доходов, то ее влияние на увеличение склонности к потреблению будет, конечно, еще больше».

В теории и практике налогов и налогообложения ученые обычно различают специфические (твердые) и адвалорные (процентные) налоговые ставки. Так, специфические налоговые ставки устанавливаются в абсолютном размере на объект налогообложения независимо от полученного плательщиком размера дохода. Специфические налоговые ставки активно применяются для налогообложения отдельных акцизных товаров (спирт, алкогольная продукция, бензин и т.д.), транспортных средств (в рамках транспортного налога), объектов животного мира и объектов водных биологических ресурсов и др.

Важным инструментом реализации налоговой политики являются и налоговые льготы, которые, как и налоговая ставка признаются элементом налогообложения. В ст. 56 Налогового кодекса РФ предлагается под налоговыми льготами понимать «предоставляемые отдельным категориям налогоплательщиков и плательщиков сборов предусмотренные законодательством о налогах и сборах преимущества по сравнению с другими налогоплательщиками или плательщиками сборов, включая возможность уплачивать налог или сбор, либо уплачивать их в меньшем размере». При этом уточняется, что налоговые льготы не должны носить индивидуального характера [1].

Такой подход к установлению налоговых льгот исключает возможность отдельных недобросовестных представителей законодательной власти на региональном и местном уровнях лоббировать интересы отдельных налогоплательщиков. И это представляется целесообразным для налогообложения.

Формы и способы предоставления льгот в любом государстве постоянно развиваются. К наиболее типичным формам налоговых льгот можно отнести: полное или частичное освобождение прибыли, дохода или другого объекта от налогообложения, применение уменьшенной налоговой ставки, полное или частичное освобождение от налога определенного вида деятельности или дохода от такой деятельности, освобождение от налога отдельных социальных групп, отсрочка или рассрочка платежа и другие. Активное использование различных форм налоговых льгот может способствовать развитию малых предприятий, привлечению иностранного и российского капитала в научно-технические разработки, экологические проекты, выпуску

конкурентоспособной продукции и другие приоритетные направления. Таким образом, налоговые льготы - это инструмент налоговой политики, использование которого позволяет активизировать деятельность организаций и физических лиц в направлении выгодном государству.

В то же время предоставление налогоплательщикам различных видов налоговых льгот может отрицательно отразиться на поступлениях в бюджеты соответствующих уровней, тем более, когда бюджет дефицитный. Поэтому не всегда законодательные органы субъектов РФ и муниципальных образований заинтересованы в предоставлении дополнительных льгот по региональным и местным налогам. Но в данном случае необходимо учитывать и тот факт, что предоставление целевых налоговых льгот способствует развитию экономических субъектов, и, следовательно, в перспективе с ростом экономических показателей в бюджет соответствующего уровня возрастут налоговые поступления. Ведь умеренное налогообложение юридических и физических лиц стимулирует производство, и увеличивает благосостояние граждан. При этом важно заметить, что государство, предоставляя налоговые льготы определенным категориям налогоплательщиков, должно обеспечить контроль их законного использования.

Не менее важным инструментом налоговой политики являются налоговые санкции, которые кроме того и признаются элементом налогового механизма. Путем применения налоговых санкций государство обеспечивает реализацию важной задачи – это обеспечение безусловного выполнения всеми налогоплательщиками налоговых обязательств, установленных в соответствии с требованиями Налогового кодекса РФ [2].

Кроме конкретных видов налогов, налоговой ставки, налоговых льгот и налоговых санкций инструментом налоговой политики государства является и налоговая база. В налоговом законодательстве налоговая база признается важным элементом налогообложения и характеризуется как стоимостная, количественная или физическая характеристика объекта налогообложения, которая необходима именно для исчисления налога. В то же время она непосредственно не является обстоятельством, порождающим обязанность уплатить налог. Возникает прямая зависимость между такими основными элементами налогообложения как объект и налоговая база.

К инструментам налоговой политики предпочтительно отнести так же определение процедур налогового администрирования, оказывающих существенное влияние на обеспечение эффективности функционирования налоговой системы и налоговой политики. Ведь повышение открытости Федеральной налоговой службы и упрощению налоговых процедур, включая взаимодействие с налогоплательщиком, способны сыграть позитивную роль в достижении целей налоговой политики государства. Решение этой задачи должно осуществляться не только за счет развития информационных технологий, создания новых и развития действующих электронных сервисов. На современном этапе развития процесс совершенствования налогового администрирования в основном направлен на достижение двух важнейших

параметров: минимизация издержек налогового администрирования; максимизации налоговых поступлений [5].

Улучшая качество и эффективность работы, внедряя новые, передовые технологии, налоговые органы должны обеспечивать доходы бюджетов всех уровней в полном объеме. Ведь именно от этого зависит выполнение всего комплекса экономических и социальных задач, поставленных Правительством РФ и направленных на модернизацию экономики и улучшение жизни российских граждан.

Таким образом, к инструментам налоговой политики, обеспечивающих достижение наибольшего положительного фискального и регулятивно-контрольного эффекта, предложено относить установление конкретных видов налогов, стабильных налоговых баз и оптимальных ставок, эффективных налоговых льгот и штрафных налоговых санкций, применение результативных форм и процедур налогового администрирования.

Список литературы:

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 № 117-ФЗ (ред. от 01.02.2019) / [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28165/

2. Федеральный закон от 23.08.1996 №127-ФЗ «О науке и государственной научно-технической политике» / [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_11507/

3. Аронов А.В., Кашин В.А. Налоговая политика и налоговое администрирование. - М., Экономистъ, 2019. С. 28-31.

4. Бабич А.М., Павлова Л.Н. Государственные и муниципальные финансы: Учебник для вузов. -М., Финансы, ЮНИТИ, 2020. С. 41-45

5. Варакса Н.Г. Теория и методология формирования налогового механизма реализации налоговой политики на макро- и микроуровне в сельском хозяйстве. Автореф. дисс. на соис. учен, степени д.э.н. -Орел, 2021. С. 64-66.

6. Корытин Андрей Владимирович Влияние налоговой нагрузки на распределение прямых иностранных инвестиций по отраслям экономики // Финансовый журнал. 2020. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-nalogovoy-nagruzki-na-raspredelenie-pryamyh-inostrannyh-investitsiy-po-otraslyam-ekonomiki>.

7. Пансков В.Г. О возможных направлениях налоговой политики // Финансы. 2021. №5. С. 30-34.

8. Рыманов А.Ю. Налоги и налогообложение. - М., ИНФРА-М, 2019. С. 42-44.

9. Юткина Т.Ф. Налоги и налогообложение. - М., ИНФРА-М, 2020. С. 51-53.

Демироглу Н.Б., к.э.н., доцент, Бекиров Ю.Р., магистрант 2 курса
Demiroglu N.B., PhD, Associate Professor, Bekirov Y.R., 2nd year master's student
ГБОУВО РК «Крымский инженерно-педагогический университет имени Февзи Якубова»
SBEİNE RC «Crimean Engineering and Pedagogical University in the name of Fevzi Yakubov»

**МЕРЫ НАЛОГОВОГО СТИМУЛИРОВАНИЯ ДЛЯ СУБЪЕКТОВ
МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА**
TAX INCENTIVE MEASURES FOR SMALL BUSINESSES

Аннотация. В данной статье рассмотрены основные особенности налогового стимулирования развития малого бизнеса субъектов РФ. Подробно разобраны все виды налоговых режимов малого бизнеса, а также проанализированы государственные льготы, стимулирующие развитие бизнеса на территории Российской Федерации. В статье определяется при выборе какого того или иного специального налогового режима, предприятие освобождается от уплаты различных налогов, таких как налог на прибыль организаций, НДС и другие. Сделаны выводы о важности налогового стимулирования для субъектов малого предпринимательства.

Ключевые слова: специальные налоговые режимы, единый сельскохозяйственный налог, малый бизнес, налог, налоговое стимулирование, налоговые льготы, налоговые режимы, патент, упрощённая система налогообложения.

Annotation. This article discusses the main features of tax incentives for the development of small businesses in the subjects of the Russian Federation. All types of small business tax regimes are analyzed in detail, as well as state benefits that stimulate business development on the territory of the Russian Federation are analyzed. The article describes when choosing a particular special tax regime, an enterprise is exempt from paying various taxes, such as corporate income tax, VAT and others. Conclusions are drawn about the importance of tax incentives for small businesses.

Keywords: unified imputed income tax, unified agricultural tax, small business, tax, tax incentives, tax benefits, tax regimes, patent, simplified taxation system.

Введение. С появлением рыночной экономики в Российской Федерации полностью поменялась экономическая система страны. Налоги стали основным источником дохода государственного бюджета. Поэтому правительство стало уделять большое внимание не только системе налогообложения в стране, но и источникам налога. Одним из источников налога является малый бизнес. Развитие малого бизнеса в стране способствует снижению безработицы в стране, увеличению поступлений налогов и сборов в бюджет страны, насыщению рынка товарами высокого качества, увеличению покупательной

способности населения. Кроме того, малый бизнес лучше адаптируется под изменение внешней среды, такие как санкции со стороны других стран, что является немаловажным фактором в наши дни.

Анализ последних исследований. При выборе того или иного специального налогового режима, предприятие освобождается от уплаты различных налогов, таких как налог на прибыль организаций, НДС и другие, вместо них, оно платит один единственный налог, что определенно снижает налоговую нагрузку малого бизнеса и упрощает его ведение.

В своих статьях особенности налогообложения для субъектов малого предпринимательства обобщили М.А. Лян, А.В. Корень [1], Е.Э. Чие, А.В. Корень [2], Н.Б. Демироглу [3, 4], В.И. Воронова [5] и другие. Однако также необходимо сделать акцент на особенностях налогового стимулирования предприятий малого бизнеса.

Цель статьи проанализировать все государственные налоговые льготы, существенно стимулирующие развитие бизнеса на территории Российской Федерации.

Результаты исследования. Налоговое стимулирование – один из важнейших инструментов повышения привлекательности ведения малого бизнеса в стране. Налоговое стимулирование - это целенаправленные действия органов государственной власти и местного самоуправления по установлению в законодательстве о налогах и сборах и реальному предоставлению налоговых льгот и иных мер налогового характера, улучшающих имущественное или экономическое положение отдельных категорий налогоплательщиков или плательщиков сборов для создания экономической заинтересованности осуществления ими общественно полезной или иной поощряемой деятельности [5].

Основным законом, определяющим общие положения государственной поддержки малого бизнеса, а также устанавливающим формы и методы государственного стимулирования и регулирования малого бизнеса, является Федеральный закон от 24 июля 2007 года «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» [8].

Основные налоговые меры, которое государство приняло для стимулирования малого бизнеса, являются:

- 1) Упрощенная система ведения бухгалтерского учета
- 2) Льготные налоговые режимы
- 3) Налоговые каникулы
- 4) Рассрочка или отсрочка по уплате налога

Упрощенная система ведения бухгалтерского учета позволяет предприятию сэкономить на таком специалисте как бухгалтер, поскольку налогоплательщику не обязательно обладать углубленными знаниями бухгалтерского учета, а это существенно облегчает условия ведения бизнеса.

Если говорить про специальные налоговые режимы, то на данный момент существует 5 видов налоговых режимов для малого бизнеса: ОСНО (общая система), ПСН (патентная система), УСН ("упрощёнка"), ЕСХН (единый налог для сельхозпроизводителей) и НПД (налог на профессиональный доход).

Упрощенная система налогообложения – один из самых распространенных режимов налогообложения малого бизнеса. Но применять его можно только при соблюдении определенных критериев таких как годовой доход, средняя численность работников, остаточная стоимость основных средств предприятия [3]. При выборе такой системы налогообложения ставка налога будет зависеть от следующих факторов:

1) При выборе налогоплательщиком объекта налога «Доходы», налоговая ставка составит 6%, для Республики Крым – 4%;

2) При выборе налогоплательщиком объекта налога «Доходы минус Расходы» ставка налога составит от 5 до 15%, в зависимости от субъекта РФ, для Республики Крым – 10%.

При выборе налогового объекта «Доходы», налогоплательщик вправе уменьшить налоговую базу на сумму уплаченных им страховых взносов за своих сотрудников, а также пособий по временной нетрудоспособности, но не более 50% от налоговой базы для организаций. Для ИП ограничений по уменьшению налоговой базы нет [2].

Применение УСН организациями освобождает их от уплаты следующих налогов:

1. Налог на прибыль организаций;
2. Налог на имущество организаций;
3. Налог на добавленную стоимость.

Применение УСН индивидуальными предпринимателями освобождает их от уплаты следующих налогов:

1. Налог на доходы физических лиц по предпринимательской деятельности;
2. Налог на имущество физических лиц по имуществу, которое используется для предпринимательской деятельности;
3. Налога на добавленную стоимость.

Патентная система налогообложения (ПСН) в общем случае предусматривает освобождение предпринимателя от ряда налогов, является добровольной и может совмещаться с другими режимами налогообложения.

Перечень видов предпринимательской деятельности, подлежащих налогообложению в рамках патентной системы налогообложения, ограничен. В частности, под патентную систему подпадают:

- ветеринарные услуги;
- розничная торговля через объекты стационарной торговой сети с площадью торгового зала не более 50 кв. мпо (международные почтовые отправления) каждому объекту организации торговли;
- услуги общественного питания, оказываемые через объекты общественного питания с площадью зала обслуживания не более 50 кв. м;
- парикмахерские и косметические услуги;
- оказание автотранспортных услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом.

При выборе ПСН налоговым объектом будет величина не полученного дохода, а потенциально возможного дохода, предусмотренного законами

субъектов РФ. При использовании ПСН, налогоплательщики также, как и при УСН освобождаются от уплаты ряда налогов [6, 7].

Единый сельскохозяйственный налог имеет самую низкую налоговую ставку 6% от прибыли предприятия. Главным критерием применения ЕСХН является ведение сельского хозяйства в качестве основного вида деятельности предприятия. При использовании ЕСХН, налогоплательщик также освобождается от уплаты ряда налогов.

Единый налог на вмененный доход может применяться только для определенного перечня видов деятельности, указанных в ст. 346.26 Налогового кодекса РФ. Налоговая ставка при выборе ЕНВД равна 15% от вмененного дохода. Вмененный доход в свою очередь равен: Базовая доходность по определенному виду деятельности $\times K1 \times K2 \times$ Величина физического показателя по определенному виду деятельности, где:

$K1$ – коэффициент-дефлятор – отражает влияние инфляции, то есть изменения потребительских цен на товары (работы, услуги), за несколько лет.

$K2$ – коэффициент, который учитывает особенности ведения предпринимательской деятельности. В частности, ассортимент товаров (работ, услуг), сезонность, режим работы, величину доходов, особенности места ведения предпринимательской деятельности и пр.

Физический показатель – количественный, характеризует деятельность налогоплательщика и различается в зависимости от ее вида (количество работников при оказании бытовых услуг; общая площадь стоянки при хранении автотранспортных средств и пр.). При использовании ЕНВД, налогоплательщик освобождается от уплаты ряда налогов [9].

Еще одной государственной льготой малому бизнесу является предоставление налоговых каникул – освобождение организации или индивидуального предпринимателя от уплаты налогов в течение некоторого периода. В РФ налоговыми каникулами вправе воспользоваться организации и ИП с момента их регистрации в налоговом органе и в течение 2-х последующих лет, а также основной вид деятельности должен попадать в список 4 пункта статьи 346.20 НК РФ. Доход организации или ИП не должен быть менее 70 процентов по основному виду деятельности [9].

Если налогоплательщик по каким-либо причинам не в состоянии заплатить налог в определенный промежуток времени, он вправе запросить у налогового органа рассрочку или отсрочку по уплате налогов. Для этого необходимо подать соответствующее заявление в ИФНС. В результате рассмотрения этого заявления, будет вынесено решение о предоставлении рассрочки или отсрочки налогоплательщику.

Выводы. Таким образом, при выборе того или иного специального налогового режима, предприятие освобождается от уплаты различных налогов, таких как налог на прибыль организаций, НДС и другие, вместо них, оно платит один единственный налог, что определенно снижает налоговую нагрузку малого бизнеса и упрощает его ведение. Все вышеперечисленные государственные налоговые льготы существенно стимулируют развитие бизнеса на территории Российской Федерации.

Список литературы:

1. Лян М.А. Налоговое планирование как элемент финансового менеджмента / М.А. Лян, А.В. Корень // Современные научные исследования и инновации. – 2014. – № 5-2 (37). – С. 7.
2. Чие Е.Э. Анализ направлений эффективного использования упрощённой системы налогообложения / Е.Э. Чие, А.В. Корень // Современные научные исследования и инновации. – 2014. – № 5-2 (37). – С. 6.
3. Демироглу Н.Б. Налоговое стимулирование как элемент экономической политики государства / Н.Б. Демироглу // КАНТ. – Ставрополь. – 2020. – № 4(37). – С. 62 – 66.
4. Демироглу Н.Б. Малое предпринимательство в региональной экономике / Н.Б. Демироглу // Ученые записки Крымского инженерно-педагогического университета. – Симферополь. – 2019. – № 1(63). – С. 79 –83.
5. Воронова В.И. Особенности налогообложения субъектов малого предпринимательства: недостатки и направления совершенствования / В.И. Воронова // Молодой ученый. — 2021. — № 25 (367). — С. 269-271. — URL: <https://moluch.ru/archive/367/82495/>.
6. Филиппова Н.А. Оценка современного состояния налогообложения субъектов малого и среднего бизнеса Республики Мордовия: по упрощенной системе налогообложения / Н.А. Филиппова, О.Ю. Шелудякова // E-SCIO. – 2021. – №2 (29). – С.112 – 116.
7. Якупов З.С. Теоретические вопросы и практические аспекты налогового механизма противодействия коррупции / З.С. Якупов // Актуальные проблемы экономики и права. – 2021. – №4 (32). – С.90-96.
8. О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации : федеральный закон от 24 июля 2007 года N 209-ФЗ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_52144/08b3ecbc9a360ad1dc314150a6328886703356/.
9. Налоговый кодекс Российской Федерации. (часть первая) от 31.07.1998 N 146-ФЗ (ред. от 20.04.2021) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [НК РФ - Налоговый кодекс с Комментариями \(zakonrf.info\)](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_52144/08b3ecbc9a360ad1dc314150a6328886703356/).

УДК 658.5

Дмитриева А.И., обучающаяся 3 курса
Dmitrieva A.I., 3th year student

Научный руководитель: Адельсеитова Э.Б., к.э.н., доцент
Scientific adviser: Adelseitova E.B., Ph.D. Associate Professor

ГБОУВО РК «Крымский инженерно-педагогический университет имени Февзи Якубова»
SBEIHE RC «Crimean engineering and pedagogical university the name of Fevzi Yakubov

ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ В СОВРЕМЕННОМ МЕНЕДЖМЕНТЕ: ВЫЗОВЫ И ВОЗМОЖНОСТИ

DIGITAL TRANSFORMATION IN MODERN MANAGEMENT: CHALLENGES AND OPPORTUNITIES

Аннотация: В современном мире мы всё чаще сталкиваемся с новыми технологиями, которые используются в разных сферах жизни общества. В последнее время их применение расширило возможности в организации бизнеса. Так многие компании прибегли к нововведениям в сфере управления, ведь это значительно упрощает работу и делает её качественней.

Ключевые слова: менеджмент, цифровизация, предприятие, трансформация, технологии.

Abstract: In the modern world, we are increasingly faced with new technologies that are used in different spheres of society. Recently, their use has expanded opportunities in business organization. Therefore, many companies have resorted to innovations in the field of management, because this greatly simplifies their work and makes it better.

Key words: management, digitalization, enterprise, transformation, technology.

Сейчас на многих предприятиях происходит внедрение цифровых технологий, что ведет к повышению эффективности работы всей организации в целом. Если раньше менеджеры опирались лишь на собственные умения, опыт, знания и интуицию, то сейчас цифровые системы упрощают работу и меняют её.

Цифровая трансформация — это изменение, которое включает в себя пересмотр стратегии и методов управления с использованием передовых цифровых технологий. С её появлением, компании могут оставаться конкурентоспособными в новых условиях и принимать рациональные решения даже при существенно меняющихся внешних воздействиях: динамики спроса, экономических, политических кризисов и т.п. Это позволяет компании выживать и не терять прибыль там, где другие конкуренты сходят с дистанции и теряют свои рыночные позиции.

Цифровые технологии расширяют возможности управленцев в сборе и анализе информации, помогают в процессе обнаружении проблем и их ликвидации, а также позволяют находить партнёров из разных регионов, правильно выстраивать цепочки поставок и финансовые отношения. Вот некоторые из основных технологий, используемых в цифровизации менеджмента:

— Аналитика данных включает в себя сбор, анализ и интерпретацию больших объемов данных с целью выявления полезной информации, трендов и закономерностей. Она позволяет менеджерам принимать обоснованные решения на основе фактов и данных.

— Технология «Big Data» в процессе бизнес-администрирования позволяет обеспечить оперативность в мониторинге клиентов, совершенствовать бизнес-процессы, связанные с взаимодействием с клиентами.

Кроме того, технологии «Big Data» могут быть использованы для обработки технологической информации, управления проектами, анализа конкурентоспособности и т.п. [2].

— Искусственный интеллект (ИИ) включает в себя создание алгоритмов, которые позволяют компьютерам копировать человеческое мышление и решать задачи, требующие интеллектуальных способностей.

— Технология «интернета вещей» (IoT) в бизнесе и её встраивание в процессы менеджмента на предприятии позволяет добиться частичной, а порой и практически полной автоматизации не только производственных, но и управленческих процессов. Эта технология, например, активно применяется в управлении персоналом: мониторинг производительности труда, реализация оздоровительных программ для сотрудничества и т.п. [2].

— Облачные технологии позволяют хранить и обрабатывать данные на удаленных серверах через интернет. Это обеспечивает гибкость, масштабируемость и доступность данных из любой точки мира. Облачные решения также упрощают процессы совместной работы и обмена данными между отделами.

— Цифровые платформы и приложения разрабатываются для управления различными бизнес-процессами. Они включают в себя программное обеспечение для управления учетом, продажами, маркетингом и другими аспектами бизнеса. Цифровые приложения обеспечивают удобный и эффективный способ взаимодействия с клиентами и сотрудниками. Эти технологии не только оптимизируют текущие бизнес-процессы, но и позволяют создавать новые модели бизнеса и улучшать взаимодействие с клиентами, делая цифровизацию ключевым элементом успешного менеджмента в современном мире.

— Системы управления отношениями с клиентами (CRM) и цифровые маркетинговые платформы помогают улучшить обслуживание клиентов, создавать персонализированные предложения и укреплять связи с клиентами через различные каналы, включая социальные сети и электронную почту.

Еще существует множество технологий, которые используют компании в своей работе, но мы рассмотрели самые основные, которые точно оптимизируют бизнес-процессы, улучшат обслуживание клиентов и дадут возможность принимать более информированные решения.

Внедрение цифровых технологий в управление предоставляет компаниям огромные возможности для оптимизации бизнес-процессов и повышения эффективности. Однако этот процесс сопровождается несколькими барьерами и сложностями, которые могут замедлить или затруднить успешное внедрение. Вот некоторые из основных барьеров внедрения цифровых технологий в управлении [4]:

— Отсутствие компетенций и обучения. Многие сотрудники и руководители могут не обладать достаточными знаниями и навыками в области цифровых технологий. Отсутствие компетенций может стать серьезным

барьером, так как необходимо обучить персонал новым инструментам и методам работы [3].

— Высокие инвестиции. Цифровые технологии требуют значительных финансовых вложений. Для многих компаний, особенно для малых и средних предприятий, высокие затраты на приобретение оборудования, программного обеспечения и обучение персонала могут быть значительным барьером для внедрения.

— Барьеры культуры организации. Существующая корпоративная культура и устоявшиеся методы работы могут быть препятствием для внедрения цифровых изменений. У большинства фирм сохраняется консервативная природа корпоративной культуры, склонная избегать резких изменений или потрясений, имеющая ограниченные возможности по управлению изменениями [4].

— Проблемы с безопасностью. Цифровые технологии могут повысить риск кибератак и утечек конфиденциальных данных. Обеспечение надежной кибербезопасности становится критически важным, и некоторые компании могут бояться внедрять цифровые решения из-за опасений по поводу безопасности [1].

— Сложности интеграции с существующими системами. Если компания уже использует старые или закрытые системы, интеграция цифровых технологий с ними может быть сложной. Это может затруднить обмен данными между системами и снизить эффективность внедрения.

— Недостаточная поддержка руководства. Без активной поддержки и лидерства со стороны верхнего управления, внедрение цифровых технологий может столкнуться с сопротивлением и неудачами. Руководство должно продемонстрировать ясное видение и стратегию для успешного внедрения.

— Барьеры законодательства и регулирования. Некоторые отрасли могут подвергаться строгим правилам и нормативам, что создает ограничения для внедрения цифровых решений из-за законодательных барьеров и сложных процедур соответствия.

Преодоление этих барьеров требует внимательного планирования, обучения персонала, сильного лидерства и гибкости в подходе к внедрению цифровых технологий в организацию. Кроме барьеров отмечают также и направления совершенствования операционной эффективности посредством автоматизации процессов, то есть то, что позволяет предприятиям существенно увеличить свою производительность и снизить операционные издержки. Рассмотрим, как автоматизация процессов способствует улучшению операционной эффективности [5]:

1. Увеличение производительности:

— Автоматизация рутинных задач. Повседневные задачи, такие как сбор данных, обработка заказов и управление инвентарем, могут быть автоматизированы, что увеличивает производительность сотрудников.

— Ускорение процессов. Автоматизированные системы могут работать намного быстрее и более эффективно, чем человеческие операторы, сокращая время выполнения задач.

2. Снижение ошибок и повышение качества:

— Уменьшение вероятности ошибок. Автоматизация уменьшает риск человеческих ошибок, таких как опечатки или невнимательность, это может привести к повышению точности и качества работ.

— Контроль качества. Системы автоматизации могут непрерывно контролировать производственные процессы, обеспечивая высокий стандарт качества продукции.

3. Оптимизация ресурсов:

— Эффективное управление ресурсами. Автоматизация позволяет оптимизировать использование ресурсов, включая человеческий труд, сырье, энергию и время, что ведет к уменьшению издержек.

— Контроль брака и отходов. Автоматизированный контроль производства позволяет выявлять проблемы на ранних стадиях, что уменьшает количество брака и отходов.

4. Улучшение обслуживания клиентов:

— Быстрое реагирование. Автоматизированные системы могут обрабатывать заказы и запросы клиентов намного быстрее, обеспечивая быстрое и точное обслуживание.

— Повышение удовлетворенности клиентов. Увеличение скорости обработки заказов и улучшение качества продукции приводят к удовлетворенности клиентов и повторным продажам.

5. Сокращение издержек:

— Снижение затрат на рабочую силу: Автоматизация уменьшает необходимость в большом количестве ручного труда, что сокращает расходы на заработную плату.

— Оптимизация запасов: Автоматическое управление запасами позволяет избежать избыточных запасов, снижая затраты на хранение и управление складом.

Все эти факторы делают автоматизацию процессов мощным инструментом для предприятий, помогая им стать более эффективными, конкурентоспособными и адаптивными к изменяющимся требованиям рынка.

Цифровая трансформация в современном менеджменте стала безусловным фактором успеха в мире бизнеса. Несмотря на вызовы, с которыми предприятия сталкиваются, она открывает безграничные возможности для инноваций, улучшения производительности и повышения конкурентоспособности. В ходе нашего исследования мы обнаружили, что:

— С одной стороны, цифровая трансформация поднимает сложные вопросы, связанные с адаптацией к быстро меняющимся технологиям. Процессы цифровизации, включая внедрение искусственного интеллекта, анализ больших данных и интернета вещей, несут в себе потенциальные риски безопасности и управления. Переход к новым цифровым стандартам также требует огромных инвестиций и обучения персонала.

— С другой стороны, цифровая трансформация предоставляет уникальные возможности для оптимизации бизнес-процессов и повышения эффективности управления. Использование аналитики данных позволяет принимать управленческие решения на основе точных и актуальных данных, что способствует улучшению стратегического планирования. Также использование цифровых технологий, которые создают новые каналы общения с клиентами и повышают их удовлетворенность, помогает компании укрепить свои позиции на рынке.

Таким образом, цифровая трансформация даёт возможность перейти на новый уровень эффективности и принести пользу как бизнесу, так и клиентам.

Список литературы:

1. Назарова А.Д., Шведов В.В. Вызовы и решения в области кибербезопасности в эпоху цифровой трансформации //Научный сетевой журнал «Столыпинский вестник» – 2023. – № 5

2. Грицунова С.В., Седых Ю.А., Высоцкая Т.А. Влияние цифровизации бизнеса на менеджмент организаций //Научный журнал «Вестник Алтайской академии экономики и права» – 2021. – № 12 (часть 2) – С. 252-255

3. Колодезникова Ю.Ю. Цифровизация обучения персонала: новые технологии и проблемы их внедрения// Гуманитарный научный журнал – 2023. – №1-1. С 30-39

4. Наталия В. М., Ольга В. З. Барьеры цифровой трансформации и пути их преодоления// Научный журнал «Вестник СГСЭУ» –2019. – № 3

5. 8 лучших инструментов прогнозирования данных на основе искусственного интеллекта// [Электронный ресурс] // Xmldatafeed : [сайт]. — URL: https://xmldatafeed.com/8-luchshih-instrumentov-prognozirovaniya-dannyh-na-osnove-iskusstvennogo-intellekta/#H2O_AI_Cloud (дата обращения: 05.11.2023).

УДК 331.1

Елеева И.З., обучающаяся 4 курса

Eleeva I.Z., 4th year student

Научный руководитель: Лопатина И.Ю., к.э.н., доцент
Scientific supervisor: Lopatina I.Yu., Ph.D. Associate Professor

Краснодарского института (филиала) РЭУ им.Г.В.Плеханова
Krasnodar Institute (branch) Plekhanov Russian University of Economics

**ВЗАИМОСВЯЗЬ МЕЖДУ ОРГАНИЗАЦИОННЫМ ПОВЕДЕНИЕМ
И СИСТЕМОЙ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО КОНТРОЛЯ**
**THE RELATIONSHIP BETWEEN ORGANIZATIONAL BEHAVIOR AND THE
MANAGEMENT CONTROL SYSTEM**

Аннотация. В статье рассмотрена связь между организационным поведением и системой управленческого контроля, которые тесно взаимосвязаны и оказывают взаимное влияние. Организационное поведение относится к действиям отдельных лиц и групп внутри организации, в то время как система управленческого контроля включает в себя мониторинг и направление деятельности для достижения организационных целей.

Ключевые слова: организационное поведение, управленческий контроль, соответствие цели, организационный конфликт, стили лидерства.

Annotation. The article examines the relationship between organizational behavior and the management control system, which are closely interrelated and have a mutual influence. Organizational behavior refers to the actions of individuals and groups within an organization, while the management control system includes monitoring and directing activities to achieve organizational goals.

Keywords: organizational behavior, managerial control, goal compliance, organizational conflict, leadership styles.

Существует тесная взаимосвязь между организационным поведением и системой управленческого контроля. Система управленческого контроля направлена на оценку и регулирование деятельности центров ответственности. Менеджер, отвечающий за ответственный центр, получает вознаграждение за хорошую работу. В то же время, когда работа центра ответственности неудовлетворительна, ответственный менеджер подвергается наказанию. Таким образом, система управленческого контроля действует как палка о двух концах. Вот почему менеджеры боятся системы контроля и могут сопротивляться ей. Для того чтобы сделать систему управления успешной, необходимо понимать факторы, которые мотивируют менеджеров на достижение результатов. Науки о поведении дали несколько концепций, имеющих отношение к управленческому контролю. Некоторые из этих концепций описаны ниже.

1. Восприятие. Будет ли принята и успешно внедрена система управленческого контроля, не зависит от самой системы. Это во многом зависит от того, как члены организации относятся к системе. Другими словами, жизнеспособность системы управления зависит от восприятия менеджером окружающей среды. Восприятие — это психологический процесс, посредством которого люди отбирают, организуют и интерпретируют сенсорную стимуляцию в значимую информацию о своей рабочей среде. Восприятие лежит в основе каждого индивидуального поведения. Люди могут по-разному воспринимать один и тот же мир в зависимости от своих потребностей, личностных особенностей, опыта, статуса и т.д. Менеджеры судят о системе по тому, как она внедрена. Например, когда менеджер получает похвалу, манипулируя результатами работы, другие менеджеры могут почувствовать, что система несправедлива. Более того, система контроля предполагает взаимодействие между менеджерами с разной производительностью и т.д. Чтобы быть эффективной, система управленческого контроля должна содержать необходимые средства мотивации для удовлетворения потребностей менеджеров [1, с.38].

Восприятие является важным опосредующим когнитивным процессом. Посредством этого сложного процесса люди интерпретируют стимул или ситуацию, с которыми они сталкиваются. Как избирательность, так и организованность влияют на восприятие, интерпретации. Внешне на избирательность влияют интенсивность, размер, контраст, повторение, движение, новизна и привычность. Внутренне на избирательность восприятия влияют мотивация, уровень обучения и личность индивида. После того как процесс отбора отфильтровывает стимулирующую ситуацию, поступающая информация организуется в осмысленное целое.

Индивидуальные различия и уникальность в значительной степени являются результатом когнитивных процессов. Хотя существует целый ряд когнитивных процессов, общепризнано, что процесс восприятия является очень важным. Это процесс, который происходит между ситуацией и поведением и наиболее релевантен для изучения организационного поведения. Например, наблюдение о том, что руководитель отдела и подчиненный могут совершенно по-разному реагировать на одну и ту же директиву высшего руководства, может быть лучше понято и объяснено с помощью процесса восприятия.

В процессе восприятия люди получают множество различных видов информации через все пять органов чувств, усваивают их и затем интерпретируют. Разные люди воспринимают одну и ту же информацию по-разному. Слышать то, что мы хотим услышать, и игнорировать информацию, которая противоречит тому, что мы знаем, может полностью исказить намерение или содержание сообщения.

Восприятие играет ключевую роль в определении индивидуального поведения в организациях. Организации рассылают своим членам сообщения в различных формах относительно того, что от них ожидается делать, а чего не следует делать. Несмотря на то, что организации посылают четкие сообщения, эти сообщения подвержены искажениям в процессе восприятия членами организации. Следовательно, менеджеры должны иметь общее представление об основном процессе восприятия.

2. Соответствие цели. Люди вступают в организации для достижения своих личных целей. Эти цели включают денежное вознаграждение, гарантированную работу, возможности для продвижения по службе, статус, признание и т.д. Аналогичным образом, организация нанимает людей для достижения своих собственных целей, например, выживания, прибыли, роста и т.д. Как личные цели, так и цели организации могут быть достигнуты одновременно благодаря согласованности целей. Соответствие целям подразумевает интеграцию личных целей с целями организации таким образом, чтобы достичь баланса [2, с.51].

Надежная система контроля следит за соответствием целей в организации. Это должно гарантировать, что решения и действия, принимаемые сотрудниками, не противоречат интересам организации. Система контроля должна препятствовать сотрудникам преследовать свои собственные цели за счет организации. Например, качеством не следует жертвовать ради снижения затрат. Система контроля также должна вознаграждать и

мотивировать сотрудников, когда они вносят свой вклад в достижение целей организации, чтобы при этом достигались и их личные цели. Таким образом, при проектировании и внедрении системы управленческого контроля следует учитывать соответствие целей.

Соответствие целей – это термин, который описывает ситуацию, когда цели различных групп интересов совпадают. Одним из способов помочь достичь соответствия целей между акционерами и менеджерами является внедрение тщательно разработанных пакетов вознаграждений для менеджеров, которые мотивировали бы менеджеров принимать решения, соответствующие целям акционеров. Агентская теория рассматривает сотрудников предприятий, включая менеджеров, как индивидуумов, у каждого из которых есть свои собственные цели. В рамках подразделения предприятия существуют цели подразделения. Если достижение этих различных целей также приводит к достижению целей организации в целом, то говорят о совпадении целей.

Соответствие целям может быть достигнуто, и в то же время можно решить «агентскую проблему», предоставив менеджерам стимулы, связанные с прибылью или ценой акций, или другими факторами, такими как: заработная плата или бонусы, связанные с размером прибыли, называются выплатами, связанными с прибылью.

Награждение менеджеров акциями, например: когда частная компания «становится публичной» и менеджерам предлагается подписаться на акции компании по привлекательной цене предложения.

Награждение менеджеров опционами на акции. В схеме опционов на акции выбранным сотрудникам предоставляется ряд опционов на акции, каждый из которых дает право (после определенной даты) подписаться на акции компании по фиксированной цене. Стоимость опциона увеличится, если компания добьется успеха и цена ее акций вырастет [3, с.208].

Такие меры могут побудить руководство к внедрению методов «креативного учета», которые будут искажать отчетные показатели компании в угоду собственным целям менеджеров. Однако креативные методы бухгалтерского учета, такие как забалансовое финансирование, всегда представляют соблазн для руководства, поскольку они позволяют представить акционерам, потенциальным инвесторам, потенциальным кредиторам и другим лицам более благоприятную картину состояния компании, чем в противном случае. Альтернативный подход заключается в попытке контролировать поведение менеджеров, например, путем установления процедур «управленческого аудита», введения дополнительных требований к отчетности или получения гарантий от менеджеров в том, что интересы акционеров будут на первом месте в их приоритетах.

3. Организационный конфликт и сотрудничество. Система управленческого контроля может быть более эффективной, когда существует взаимное сотрудничество между различными центрами ответственности в организации. Однако на практике конфликты встречаются довольно часто. Конфликтов больше, когда существует высокая степень взаимозависимости между центрами ответственности или когда их функции

узкоспециализированы. При различиях в целях различных подразделений организации. Однако на практике конфликты встречаются довольно часто. Конфликтов больше, когда существует высокая степень взаимозависимости или средства достижения целей противоречивы, часты организационные конфликты. Например, отдел маркетинга хочет увеличить расходы на рекламу, тогда как Финансовый отдел советует сократить расходы на рекламу. Конфликт возникает из-за того, что каждый отдел пытается оптимизировать свою прибыль. Руководство Тоо может предпринять несколько шагов, например, установить трансфертную цену, чтобы разрешить конфликт

Система управленческого контроля должна обеспечивать необходимые входные данные для разрешения поведенческих последствий конфликтов управленческого контроля и в то же время создавать здоровую конкуренцию между центрами ответственности. Например, для поддержания сотрудничества и координации между ними может быть создан комитет, состоящий из ответственных лиц различных центров ответственности.

4. Стили лидерства. Каждая организация ставит перед собой цель достичь определенной цели. Процесс контроля определяет цели и средства их достижения. Характер контроля, осуществляемого в организации, в некоторой степени зависит от стиля руководства.

Существует несколько различных стилей лидерства:

1. Авторитарный: Этот стиль предполагает лидера, который принимает решения, не советуясь с другими, и сохраняет полный контроль над командой.

2. Демократичный: В этом стиле лидер вовлекает членов команды в процесс принятия решений, учитывая их вклад и поощряя сотрудничество.

3. Невмешательство: лидер, придерживающийся этого стиля, предоставляет членам команды значительную свободу и автономию, позволяя им принимать решения и брать на себя ответственность.

4. Трансформационный: Этот стиль лидерства направлен на то, чтобы вдохновлять и мотивировать членов команды полностью раскрыть свой потенциал и принять перемены.

5. Транзакционный: лидеры, которые придерживаются этого стиля, концентрируются на установлении четких ожиданий и вознаграждении или наказании в зависимости от индивидуальных результатов.

6. Слуга: Этот стиль подчеркивает приоритетность потребностей других, поддержку и расширение прав и возможностей членов команды для достижения их целей [4, с.149].

Стоит отметить, что стили лидерства могут варьироваться в зависимости от ситуации и личности лидера. Эффективные лидеры часто адаптируют свой стиль в соответствии с конкретными потребностями своей команды и обстоятельствами, с которыми они сталкиваются. В общем, все стили лидерства сводятся к двум типам руководства, а именно авторитарный и демократичный.

Автократичный лидер устанавливает стандарты, не советуясь с другими, и распределяет обязанности. Он лидер устанавливает стандарты, не советуясь с другими, и распределяет работу каждому человеку в одностороннем порядке. Он просто говорит людям, какими должны быть подчиненные в случае неудач.

Напротив, демократический лидер устанавливает стандарты в консультации со своими подчиненными. Он объясняет цели задачи, а затем позволяет людям проявлять осмотрительность и здравый смысл. Оценивая эффективность работы, он допускает разумные ошибки и предлагает меры, позволяющие избежать неудач в будущем. Его подход к контролю конструктивен: социальные системы и они формируются на основе взаимных интересов. Законы и нормы общества управляют деятельностью и поведением людей в организации, потому что организация – это социальная система. Взаимность интересов является фундаментальным фактором в любой форме человеческих отношений. Организационное поведение основано на принципе взаимности интересов. Отдельные лица не будут объединяться в группу до тех пор, пока не будут в достаточной степени обеспечены интересы как отдельного лица, так и группы в целом.

Таким образом, системы организационного поведения и управленческого контроля взаимосвязаны, поскольку формируют поведение сотрудников и влияют на него, согласовывают цели, обеспечивают обратную связь и облегчают адаптацию к организационным изменениям. Объединяя эти две области, организации могут эффективно управлять поведением и направлять его для достижения желаемых результатов.

Список литературы

1. Белый, Е. М. Управление проектами : конспект лекций / Е. М. Белый, И. Б. Романова. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2023. — 100 с. — ISBN 978-5-4497-1879-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/127576.html> (дата обращения: 21.10.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

2. Бизнес-план предприятия [Электронный ресурс]: учебное пособие/ О. Г. Каратаева [и др.].— Электрон. текстовые данные.— М.: Ай Пи Ар Медиа, 2023.— 100 с.— URL: <https://www.iprbookshop.ru/127567.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

3. Инновационный менеджмент цифровой экономики : учебное пособие / Г. Шеве, С. Хюзиг, Г. И. Гумерова, Э. Ш. Шаймиева.. — Москва : КноРус, 2023. — 307 с. — Текст: электронный. — URL: <https://book.ru/books/946240>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

4. Коргова, М. А. История управленческой мысли : учебное пособие для вузов / М. А. Коргова, А. М. Салогуб. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 167 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16239-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL:<https://urait.ru/bcode/530658> (дата обращения: 21.10.2023).

Ерусланкина П.В., к.п.н., доцент, Столяров Д.Д., магистрант 1 курса
Eruslankina P.V., PhD, Associate Professor, Stolyarov D.D., 1nd year undergraduate

ФГБОУ ВО «Московский автомобильно-дорожный государственный
технический университет (МАДИ)
Moscow Automobile and Road Construction State Technical University (MADI),
Moscow

**РОЛЬ ОЦЕНКИ ПЕРСОНАЛА ПРИ ПРИНЯТИИ
ЭКОНОМИЧЕСКИХ И УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ**
THE ROLE OF PERSONNEL EVALUATION IN MAKING ECONOMIC AND
MANAGERIAL DECISIONS

Аннотация. В научной статье представлены результаты исследовательского анализа практической роли процедуры оценки персонала организации для принятия экономических и управленческих решений. Актуальность исследования обусловлена тем, что от оценки персонала зависит понимание кадровым менеджментом принятия необходимых мероприятий по повышению эффективности и производительности труда. Объектом исследования является система оценки персонала на предприятии. Предметом исследования выступает роль оценки персонала в принятии экономических и управленческих решений на предприятии. Результаты научного исследования позволяют оценить роль оценки персонала в принятии решений, а также его место в системе кадрового управления организацией и реализации потенциала человеческого ресурса.

Ключевые слова: оценка персонала, управление персоналом, принятие решений, экономические решения, управленческие решения.

Annotation. The scientific article presents the results of a research analysis of the practical role of the organization's personnel evaluation procedure for making economic and managerial decisions. The relevance of the study is due to the fact that the personnel management's understanding of taking the necessary measures to improve efficiency and productivity depends on the personnel assessment. The object of the study is the personnel evaluation system at the enterprise. The subject of the study is the role of personnel evaluation in making economic and managerial decisions at the enterprise. The results of the scientific research allow us to assess the role of personnel evaluation in decision-making, as well as its place in the system of personnel management of the organization and the realization of the potential of human resources.

Keywords: personnel assessment, personnel management, decision-making, economic decisions, managerial decisions.

Введение. Актуальность научного исследования на выбранную проблематику обусловлена тем, что от оценки персонала зависит понимание

кадровым менеджментом принятия необходимых мероприятий по повышению эффективности и производительности труда.

Практическая необходимость кадрового обеспечения предпринимательских организаций обусловлена тем, что благодаря им у организации есть человеческие ресурсы, которые обеспечивают решение операционных и стратегических задач, позволяют проводить операционный цикл и реализовывать все бизнес-процессы, начиная со сбыта продукции, заканчивая сервисным обслуживанием и т. д.

Роль человеческих ресурсов для каждой организации крайне важна, поскольку именно люди обеспечивают реализацию всех бизнес, управленческих и производственных процессов. Привлекая на работу высококвалифицированные кадры, руководство предприятия способствует решению важных задач, достижения стратегических целей. Поэтому одним из наиболее актуальных вопросов управленческой деятельности современных организаций является совершенствование кадровой политики с целью чего первоначально требуется оценка эффективности работы каждого сотрудника.

Вопрос оценки персонала рассматривали многие отечественные и зарубежные ученые и исследователи, в их числе Базаров Т.Ю., Кибанов А.Я., Спивак В.А.

Оценка эффективности трудовой деятельности персонала на предприятии обеспечивает решение актуальных задач в управлении человеческими ресурсами, способствует оптимизации кадровой политики и повышения производительности труда. С целью оценки эффективности работы персонала на предприятии могут применяться различные подходы и методы.

Результаты оценки персонала позволяют принимать обоснованные экономические и управленческие решения, поскольку оценочные суждения формируют информацию о качестве и эффективности трудовой деятельности каждого специалиста. Для менеджмента и департамента работы с кадрами предприятия данная информация позволяет сосредоточить внимание на развитие определенных навыков и качеств сотрудников. Или, наоборот, принять решение о увольнении того персонала, который не соответствует ожиданию собственников.

Показатели и индикаторы эффективности труда персонала, которые используются при его оценке, имеют важность при анализе влияния на результаты трудовой деятельности не только экономических факторов, но и социальных, поскольку в кадровой политике работа происходит с людьми. Полученные результаты оценки позволяют определить возможные мероприятия по совершенствованию корпоративной социальной политики организации, изменить нематериальную систему мотивации.

Постановка цели и задач. Целью научной статьи является проведение анализа практической роли процедуры оценки персонала организации для принятия экономических и управленческих решений.

Для этого необходимо решение следующих задач, как:

– рассмотреть популярные подходы и методы к оценке персонала организации;

– провести оценку эффективности персонала на примере компании АО АК «РусЛайн»;

– определить, как данные результаты оценки позволяют совершенствовать кадровую стратегию организации.

Теоретический блок. Оценка эффективности работы персонала на предприятии обеспечивает решение актуальных задач в управлении человеческими ресурсами, способствует оптимизации кадровой политики и повышения производительности труда. С целью оценки эффективности работы персонала на предприятии могут применяться различные подходы и методы. Рассмотрим основные из них.

Н.Ю. Митева и А.Л. Кривых четко отобразили особенности и применимость некоторых методов оценки эффективности труда персонала [3]:

1. Метод деловой игры – имитируются реальные ситуации на предприятии, которые позволяют оценить поведение сотрудников.

2. Метод «360 градусов» – проводится опрос всех сотрудников и управляющих организации для получения мнения о оценке действий и решений специалистов в конкретных ситуациях.

3. Метод «управление по целям» – на коллективном уровне определяются задачи после чего проводится оценка эффективности их решения за отчетный период.

4. Метод ассесмент-центра, где преобразовывается рабочая реальность данного трудового коллектива и дается оценка определенному работнику.

В.А. Архипова и Л.И. Иванова предлагают следующие методы оценки эффективности труда персонала, изображенные на рисунке 1 [1].

Метод эталона	<ul style="list-style-type: none">• Оценка работников в сравнении с эталоном. Достаточно субъективный метод, могут возникнуть проблемы с определением работника-эталона
Метод парных сравнений	<ul style="list-style-type: none">• Сравнение двух работников между собой по списку качеств, характеристик, затем ранжируемых в порядке убывания или возрастания
Коэффициентный метод	<ul style="list-style-type: none">• Установленные нормативные значения сопоставляются с индивидуальными, в ходе чего получаются сопоставительные коэффициенты

Рисунок 1. Методы оценки эффективности труда персонала

Е.А. Гордиенко провела анализ наиболее популярных методов оценки труда персонала, которые используются в практике компаний. Полученные результаты изобразим на диаграмме рисунка 2.

Выбор одного единственного метода при оценке эффективности трудовой деятельности персонала на предприятии выглядит трудной и нерешаемой задачей, поскольку нет четких критериев, которые позволят получить ответы на все вопросы кадрового менеджмента. Поэтому рекомендацией будет использование комбинированного подхода, где применимы несколько методов оценки эффективности труда персонала. Это позволит получить управляющим больше ценной информации, а также снизить вероятность принятия неэффективных управленческих решений.

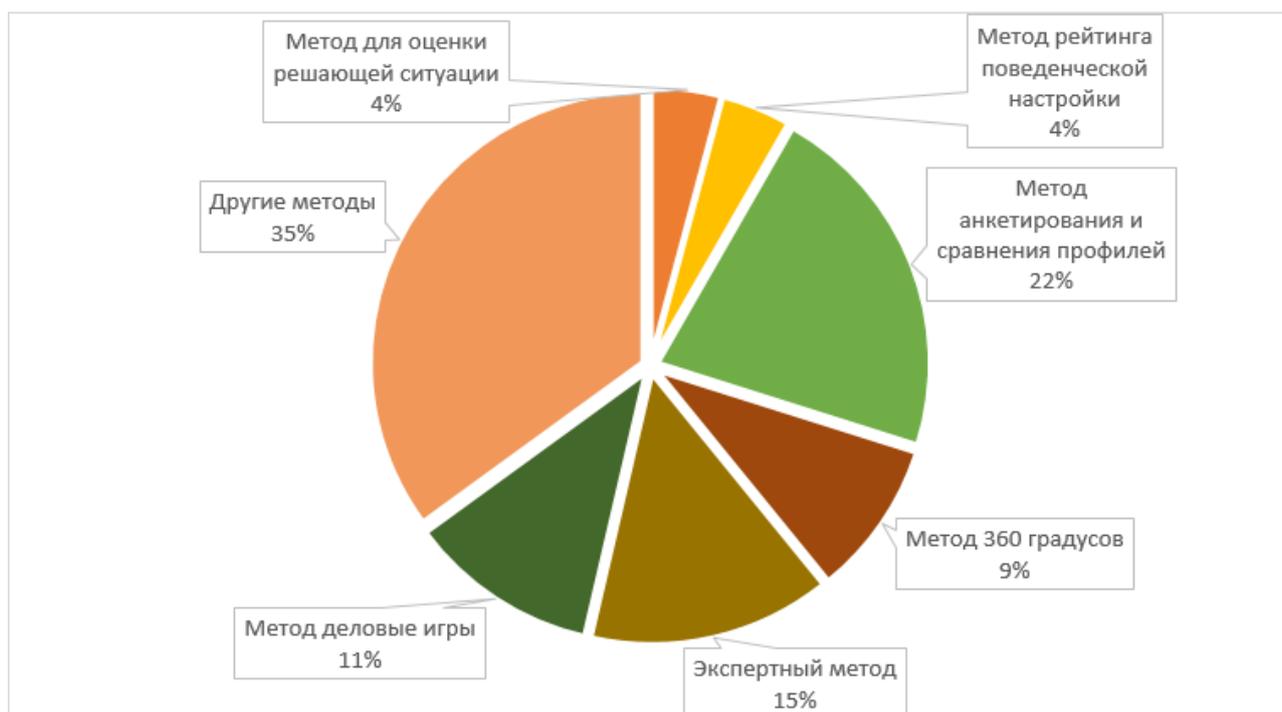


Рисунок 2. Распределение методов оценки эффективности труда персонала по популярности [2]

Практический блок. Чтобы обозначить роль оценки персонала в принятии экономических и управленческих решений, рассмотрим пример компании АО АК «РусЛайн».

Авиакомпания «РусЛайн» – российская авиакомпания, деятельность которой заключается в выполнении регулярных, чартерных рейсов, а также осуществлении деловой авиации на территории Российской Федерации, стран СНГ, а также стран дальнего зарубежья.

В табл. 1 представлены показатели эффективности использования персонала АО АК «РусЛайн».

Таблица 1. Показатели эффективности использования персонала АО АК «РусЛайн» [4]

Показатели эффективности использования трудовых ресурсов	2020 год	2021 год	2022 год	Абсолютное изменение	Изм. 2022/2020, %
Выручка, тыс. руб.	4920160	5057560	3399210	-1520950	69,1
Расходы на оплату труда, тыс. руб.	274973	449873	261818	-13155	95,2
Среднесписочная численность сотрудников, человек	351	327	213	-138	60,7
Средняя заработная плата одного работника в месяц (ЗП), тыс. руб.	65,3	114,6	102,4	+37,1	156,8
Производительность труда (ПТ), тыс. руб. / чел.	14018	15467	15959	+1941	113,8

Таким образом, расходы на оплату труда демонстрируют неоднородную динамику. Если в 2021 г. произошел резкий рост, то в 2022 г., наоборот, кардинальное снижение, которое привело к тому, что показатели оказались ниже, чем в кризисном 2020 г., который имеет окрас негативного влияния пандемии Covid-19.

Расходы на оплату труда за 2020-2022 гг. уменьшились на 4,8%. Среднесписочная численность персонала компании значительно снизилась (на 138 человек или на 39,3%). При этом средняя заработная плата за исследуемый период увеличилась на 37,1 тыс. руб. Отмечено увеличение производительности труда персонала, что является положительным моментом.

Обсуждение результатов. Полученная оценка эффективности персонала позволяет разработать экономические и управленческие решения, принятие которых позволит совершенствовать кадровую стратегию организации. Благодаря принятию данных решений в организации происходит эффективное управление кадрами, что влияет на обеспечение других аспектов эффективности предпринимательской деятельности. Так, управление кадрами обеспечивает эффективную производственную деятельность, что повышает экономическую эффективность производства. Также управление кадрами обеспечивает улучшение финансовых результатов, что увеличивает запас ликвидности и платежеспособности компании. А в случае с обеспечением информационной безопасности управление кадрами способствует страхованию от неправомерных действий со стороны сотрудников, где информация выступает в качестве объекта.

Выводы и заключение. Таким образом, подводя итоги проведенного исследования, можно прийти к следующему заключению, что практическая роль оценки персонала в принятии экономических и управленческих решений заключается в обеспечении информационно-аналитической поддержки системы кадрового менеджмента предприятия, где разрабатываются мероприятия, направленные на эффективное использование и управление человеческими

ресурсами. Оценка персонала позволяет определить эффективные трудовые процессы и наиболее профессиональных сотрудников организации, которые достойны внимания при развитии их надпрофессиональных компетенций и предоставлению свободы действий в труде. Поэтому оценка персонала – это основа управленческого процесса при обеспечении кадровой безопасности предприятия, которая позволяет достичь поставленных задач в управлении человеческими ресурсами.

Список литературы:

1. Архипова В.А., Иванова Л.А. Показатели и методы оценки эффективности труда на предприятии // Актуальные вопросы экономики и управления: наука и практика. 2021. С. 57-61.
2. Гордиенко Е.А. Методы оценки персонала с точки зрения решения задачи классификации характеристик сотрудника по профилю работы // Наука молодых – будущее России. 2021. С. 114-116.
3. Митева Н.Ю., Кривых А.Л. Современные методы оценки персонала организации: Сб. ст. II Междунар. науч.-практ. конф., 2020. Пенза: Наука и Просвещение (ИП Гуляев Г.Ю.). С. 14-17.
4. Официальный сайт АО АК «РусЛайн». URL: <https://www.rusline.aero>

УДК 339.137

Жданова Я. А., обучающаяся 4 курса, Шамилева Э.Э., к.э.н., доцент
Zhdanova Ya. A., 4th year student, Shamileva E.E., Ph.D. Associate Professor

ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В. И. Вернадского»
V.I. Vernadsky Crimean Federal University

НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РЕСПУБЛИКИ КРЫМ

DIRECTIONS OF INCREASING THE COMPETITIVENESS OF AGRICULTURAL ENTERPRISES OF THE REPUBLIC OF CRIMEA

Аннотация. Сельское хозяйство для Республики Крым является одной из важных отраслей экономики, которая не только вносит существенный вклад в валовый региональный продукт, но и способствует обеспечению региональной безопасности. В данной статье рассматривается состояние сельского хозяйства Республики Крым. Анализируются факторы, оказывающие влияние на конкурентоспособность предприятий данной сферы. Приводится классификация направлений повышения конкурентоспособности предприятий сельского хозяйства; подробно рассматриваются данные направления.

Ключевые слова: сельское хозяйство, Республика Крым, конкурентоспособность предприятия, конкурентоспособность продукции, факторы влияния.

Annotation. Agriculture for the Republic of Crimea is one of the important sectors of the economy. It not only makes a significant contribution to the gross regional product, but also contributes to ensuring regional security. This article discusses the state of agriculture in the Republic of Crimea. The factors influencing the competitiveness of enterprises in this field are analyzed. The classification of the directions of increasing the competitiveness of agricultural enterprises is given; these directions are considered in detail.

Keywords: agriculture, Republic of Crimea, enterprise competitiveness, product competitiveness, factors of influence.

Сельское хозяйство Республики Крым является одной из наиболее важных отраслей экономики, занимает 7,4% в объеме ВРП [1]. Стратегическим ориентиром в развитии сельского хозяйства служит создание мощной сырьевой базы для формирования продовольственного комплекса, который сможет не только удовлетворить основные потребности населения в продовольствии, но и повысить экспортный потенциал некоторых отраслей сельского хозяйства. В частности, такими отраслями могут стать виноградарство и виноделие, овощеводство и садоводство.

По итогам 2022 года индекс сельхозпроизводства в Крыму составил 118,0%, что больше, чем в среднем по Российской Федерации (110,2%) благодаря благоприятным климатическим условиям и мерам государственной поддержки (в частности, ее объем в 2022 году составил 3 млрд. руб, что на 20% больше объема 2021 года). При этом растениеводство более развито, чем животноводство; объем произведенной продукции в первой отрасли составил 63,9 млрд руб. и увеличился на 129,5% по сравнению с 2021 годом, а объем животноводства составил 22,7 млрд руб. и сократился по сравнению с предыдущим годом (95,4% от уровня 2021 года) [2]. Структура сельского хозяйства РК представлена на рисунке 1.



Рисунок 1. Структура сельского хозяйства Крыма

Сельскохозяйственным профилем в первую очередь характеризуются Красногвардейский, Джанкойский, Симферопольский районы (около 40 % объема произведенной сельхозпродукции в целом по республике). В степных районах (Джанкойском, Первомайском, Красногвардейском) занимаются в основном выращиванием зерновых культур, ближе к центральной части полуострова (Сакский и Симферопольский районы) кроме зерновых культур выращивают технические культуры, Бахчисарайский район – выращивание плодов и ягод, на Юге полуострова (в его горной части) выращивают различные сорта винограда [3].

Высокий природно-ресурсный потенциал, разнообразие почв и климатических зон – все это позволяет получать конкурентоспособную продукцию. Тем не менее, есть факторы, сдерживающие рост предприятий АПК Республики Крым, такие как износ основных производственных фондов и т.п. Предприятия в сфере сельского хозяйства Республики Крым конкурируют с предприятиями других южных регионов, таких как Краснодарский край, Республика Адыгея и т.п. Все это приводит к необходимости разработки мероприятий, которые способствовали бы повышению конкурентоспособности предприятий сельского хозяйства Республики Крым.

На конкурентоспособность предприятий сферы сельского хозяйства влияют как внутренние факторы, о которых речь пойдет далее, так и внешние. К последним можно отнести уровень цен на продукцию отрасли и уровень цен на ресурсы, количество конкурентов, спрос, меры государственной поддержки; для некоторых отраслей (виноградарство и виноделие) также туристическая привлекательность Республики Крым. Важным фактором для АПК является климат, но на него невозможно оказать направленное воздействие.

Можно выделить четыре основные группы путей повышения конкурентоспособности продукции (а конкурентоспособность продукции является важной частью конкурентоспособности предприятия в целом): технические; организационные; экономические; социальные (рисунок 2).



Рисунок 2 – Пути повышения конкурентоспособности продукции

К группе технических путей повышения конкурентоспособности можно отнести, в первую очередь, обновление и модернизация основных производственных фондов предприятий. На 2020 год степень износа основных фондов в сельском хозяйстве Крыма занимает 37,9%. Коэффициент обновления составляет 16,3% [5]. Внедрение новых технологий в производство, обеспечение требуемой технической оснащенности, совершенствование

технических условий производства позволит сократить непроизводительные потери, увеличить коэффициент полезного действия и в конечном итоге поможет снизить себестоимость производства. Также при автоматизации некоторых процессов может быть снижено использование труда и, следовательно, затраты на заработную плату и/или достигаться эффект масштаба за счет ускорения операций и сокращения производственного цикла.

Более того, в Крыму природные условия способствуют выращиванию зерна высокого качества, что невозможно на территории северных регионов РФ, при этом на мировом рынке цена на такой вид зерна значительно выше, чем на обычное. Однако его возделывание требует применения специальной техники и технологий, внедрение которых сможет увеличить конкурентоспособность предприятий.

В качестве социальных способов повышения конкурентоспособности можно предложить внедрение эффективного мотивационного механизма в системе менеджмента. Мотивационный механизм направлен на то, чтобы стимулировать производственное поведение работника. Он должен строиться с учетом личных потребностей работников, их особенностей, а также с учетом сложившейся структуры управления, климата в коллективе и корпоративной культуры. Также можно предложить внедрение прогрессивных способов оплаты труда. При решении задачи построения мотивационного механизма следует осуществить анализ факторов, влияющих на мотивацию сотрудников и возможности их изменения, выбрать методы и инструменты воздействия на поведение сотрудников, выявить скрытые мотивационные ресурсы. Все это будет повышать производительности труда и способствовать эффективному управлению затратами на оплату труда.

Важно также повышать уровень квалификации персонала, проводить обучение.

Еще одним социальным фактором является имидж предприятия. Следует повышать его, участвуя в тендерах, конкурсах, выставках; для некоторых предприятий сельскохозяйственной сферы (виноградарство, садоводство) возможно проведение дегустаций.

К организационным способам можно отнести внедрение методов контроля на предприятии, а также совершенствование маркетинга. Наличие таргетированной рекламы (особенно на предприятиях винодельческой промышленности, в садоводстве, т.е. там, где продукция поступает напрямую конечному потребителю, а не на промышленные предприятия для дальнейшей переработки) и квалифицированных маркетологов позволит увеличить продажи, тем самым улучшая конкурентоспособность продукции и предприятия в целом.

Оптимизация цепи поставок, логистических механизмов и размеров запасов также способствует повышению конкурентоспособности. К данным мерам можно отнести введение автоматизированных систем мониторинга и управления запасами, оптимизация маршрутов транспортировки.

В качестве экономических способов повышения конкурентоспособности как отдельных предприятий, так и на уровне региона можно назвать

расширение ассортимента. В Крыму существуют условия для выращивания масличных (лен, шалфей, разные виды горчицы, лаванда), для выращивания оливок и прочих теплолюбивых культур. Вместе с тем в засушливых регионах северного Крыма возможно культивирование твердой пшеницы, сорго (данная культура ценна для изготовления патоки, крахмала и т.п.). Финансирование исследований в данной области в конечном итоге может положительно повлиять на конкурентоспособность предприятия.

Еще одним экономическим методом повышения конкурентоспособности является использование стратегического планирования, что имеет свои особенности на предприятиях АПК. Оно обеспечивает основу для функционирования предприятия в условиях нестабильной внешней среды и дает руководству понимание, каких целей желательно достигать, способствует обеспечению координации между подразделениями, помогает определить оптимальную модель использования ресурсов. Существует три основные стратегии: роста, стабилизации и сокращения. Долгосрочное планирование на предприятиях сельского хозяйства особенно важно из-за длительности производственного цикла.

Привлечение дополнительного финансирования также может помочь предприятию улучшить свою конкурентоспособность. Использование заемного финансирования позволяет наращивать производственные мощности, закупать дополнительный объем оборотных средств при необходимости расширения производства.

Предприятиям также следует расширять сеть прямых продаж и укреплять свое положение на локальных рынках.

На уровне региона также проводятся мероприятия, направленные на повышение конкурентоспособности предприятий АПК. В 2020 году в состав Научно-образовательного центра Республики Крым вошли представители пяти предприятий АПК. Это поможет осуществлять капиталоемкие и наукоемкие инновации, в частности, в виноградарскую и винодельческую отрасль [6].

Таким образом, сельское хозяйство является одной из важнейших отраслей Республики Крым, которая получает государственную поддержку. В данной сфере есть большой потенциал развития, и продукция предприятий Республики Крым может стать еще более конкурентоспособной по сравнению с продукцией предприятий других регионов. Для этого есть четыре направления повышения конкурентоспособности: технические (обновление и модернизация ОПФ), социальные (внедрение эффективного мотивационного механизма в системе менеджмента, повышение уровня квалификации персонала, улучшение имиджа предприятия), организационные (внедрение методов контроля, улучшение маркетинговых стратегий), экономические (расширение ассортимента, использование стратегического планирования, привлечение заемных средств).

Список литературы

1. Инвестиционный портал Республики Крым : сайт. – URL: <https://invest-in-crimea.ru/crimea-economy> (дата обращения 11.11.2023).

2. Итоги социально-экономического развития Республики Крым за 2022 год // Министерство экономического развития Республики Крым : официальный сайт. – URL: <https://minek.rk.gov.ru/ru/get-attachment/7d481694ebb6d85bdcf8f43dfe1fc66be9e9b87bd8a5365312c4720f9e12bcf0ca88e2740adb238e3a8430f6884e0be851374a250cb4ab01d7192e1402506282> (дата обращения 11.11.2023).

3. Анализ тенденций социально-экономического развития Республики Крым : монография / Под ред. д.э.н. Ю.П. Майданевич. – Симферополь : ПОЛИПРИНТ, 2019. – 362 с.

4. Горбатюк, А. С. Направления повышения конкурентоспособности продукции аграрных предприятий / А. С. Горбатюк, Ж. В. Доможилкина // Интеграция Республики Крым в систему экономических связей Российской Федерации: теория и практика управления: материалы XIII международной научно-практической конференции, 27-30 октября 2017 г. - Симферополь : Полипринт, 2017. – 270 с.

5. Республика Крым в цифрах. 2021 : крат.стат.сб / под ред. О.И. Балдиной. – Симферополь : Крымстат- С., 2022. - 202 с.

6. Пять предприятий агропромышленного комплекса республики вошли в состав Научно–образовательного центра Республики Крым // Министерство сельского хозяйства Республики Крым : официальный сайт. – URL: <https://msh.rk.gov.ru/articles/88c73654-f523-4707-a435-0ec9366b9b1f?ekngdjekfknohdjm> (дата обращения 11.11.2023).

УДК: 336.64; 001.895

Жукова А.А., обучающаяся 2 курса
Zhukova A.A., 2th year student

Научный руководитель: Салихова Р.Р., к.э.н., доцент
Scientific adviser: Salikhova R.R., Ph.D. Associate Professor

ФГБОУ ВО «КГЭУ», г. Казань, Республика Татарстан
KSPEU, Kazan, Republic of Tatarstan

**ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ К ОПТИМИЗАЦИИ
УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСОВЫМ СОСТОЯНИЕМ ПРЕДПРИЯТИЯ
В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ ЭКОНОМИКИ
INNOVATIVE APPROACHES TO OPTIMIZING FINANCIAL MANAGEMENT
OF ENTERPRISES IN THE ERA OF DIGITAL ECONOMIC
TRANSFORMATION**

Аннотация: Данная статья посвящена совершенствованию системы управления финансовым состоянием предприятий в условиях современных экономических вызовов. В ней рассматриваются инновационные подходы.

Также уделяется внимание текущему состоянию управления финансами. В статье оцениваются преимущества и риски при внедрении инноваций. Особое внимание уделяется этапам подготовки и обучения персонала, предоставляя практические рекомендации для успешного внедрения изменений.

Ключевые слова: Искусственный интеллект, блокчейн-технологии, управление финансами, внедрение инноваций, риски, облачные технологии, обучение персонала.

Abstract: This article is dedicated to enhancing the financial management systems of enterprises in the face of contemporary economic challenges. It explores innovative approaches and pays attention to the current state of financial management. The article evaluates the benefits and risks associated with the implementation of innovations, with particular emphasis on the stages of preparing and training personnel, providing practical recommendations for the successful implementation of changes.

Keywords: artificial intelligence, blockchain technologies, financial management, innovation implementation, risks, cloud technologies, personnel training.

В условиях быстрого развития технологий и постоянных изменений в мировой экономике, вопрос эффективного управления финансовым состоянием предприятия становится особенно актуальным. Современные бизнес-процессы требуют постоянной адаптации и инноваций для поддержания устойчивости и конкурентоспособности.

В настоящее время предприятия сталкиваются с рядом вызовов, влияющих на эффективность их финансового управления. Глобализация рынков, изменения в потребительском поведении, нестабильность в мировой экономике и быстрое развитие технологий создают сложную динамику, требующую гибкости и инноваций в подходах к финансовому управлению.

Одним из ключевых вызовов является необходимость быстрого и точного анализа данных для принятия обоснованных финансовых решений. В современном бизнесе объем данных растет, и традиционные методы становятся недостаточно эффективными. Кроме того, изменчивость рыночных условий требует от предприятий более гибкого и реактивного управления финансами.

Существующие методы, хотя и эффективны в некоторых аспектах, часто не обеспечивают необходимую степень автоматизации, прозрачности и оперативности. Традиционные системы учета и анализа могут стать узким местом в условиях быстрого темпа изменений. В связи с этим становится ясной необходимость в переосмыслении подходов к управлению финансовым состоянием предприятия.

Цифровая трансформация представляет собой неотъемлемую часть современного бизнеса, и финансовое управление не исключение. Она включает в себя внедрение новых технологий и цифровых инструментов для оптимизации бизнес-процессов и улучшения результативности. В контексте управления финансовым состоянием предприятия, цифровая трансформация

предоставляет ряд возможностей для повышения эффективности и реакции на изменчивость рынка [1].

Существует множество инновационных подходов, которые могут революционизировать систему финансового управления. В современной экономике использование новейших технологий становится неотъемлемой частью стратегии предприятий, стремящихся не только выживать в условиях изменчивости, но и успешно адаптироваться к динамике рынка. Рассмотрим некоторые из этих подходов:

1. Использование искусственного интеллекта в анализе данных. Искусственный интеллект предоставляет возможности для улучшения процессов анализа и прогнозирования финансовых данных. Системы машинного обучения способны обрабатывать большие объемы информации, выявлять скрытые закономерности и предоставлять более точные прогнозы. Внедрение ИИ в финансовое управление может значительно сократить время на принятие решений и увеличить точность финансовых анализов, что особенно важно в условиях быстро меняющейся экономической среды.

2. Блокчейн-технологии для обеспечения прозрачности и безопасности. Блокчейн представляет собой децентрализованную систему учета, обеспечивающую высокую прозрачность и безопасность финансовых транзакций. Это является важным аспектом в условиях глобальных бизнес-сделок, где участники могут находиться в разных частях мира. Благодаря использованию данной технологии, можно устранить необходимость в посредниках и уменьшить риски мошенничества.

3. Облачные решения в управлении финансами. Внедрение облачных технологий предоставляет предприятиям гибкость в хранении и обработке данных, а также обеспечивает более эффективное управление финансами в условиях удаленной работы и распределенных команд. Они упрощают доступ к финансовой информации, улучшают скорость обработки данных и позволяют оперативнее реагировать на изменения в экономической среде.

Такие инновационные подходы к управлению финансовым состоянием предприятий предоставляют возможность не только оптимизировать текущие процессы, но и создавать новые стратегии управления, способствуя адаптации к динамике современного бизнеса [2].

Мы провели анализ и собрали статистику по инновационным технологиям, применяемым российскими компаниями в условиях цифровой трансформации экономики. Исследование охватывает порядка 30 крупных предприятий различных отраслей. По результатам анализа выявлено, что около 60% компаний внедряют системы машинного обучения для более точного прогнозирования финансовых показателей, 40% финансовых организаций активно используют блокчейн-технологии с целью оптимизации финансовых процессов. В области цифровых платежей и финтеха наблюдается заметный рост, более 70% компаний, регулярно применяющих электронные платежи, и 30% внедряют финтех-решения. Также является актуальной автоматизация процессов, приблизительно 50% компаний, внедрили роботизированный процесс автоматизации (RPA) для оптимизации финансовых операций. В области кибербезопасности отмечается

увеличение инвестиций на уровне 20%, подчеркивая повышенное внимание к защите [3].

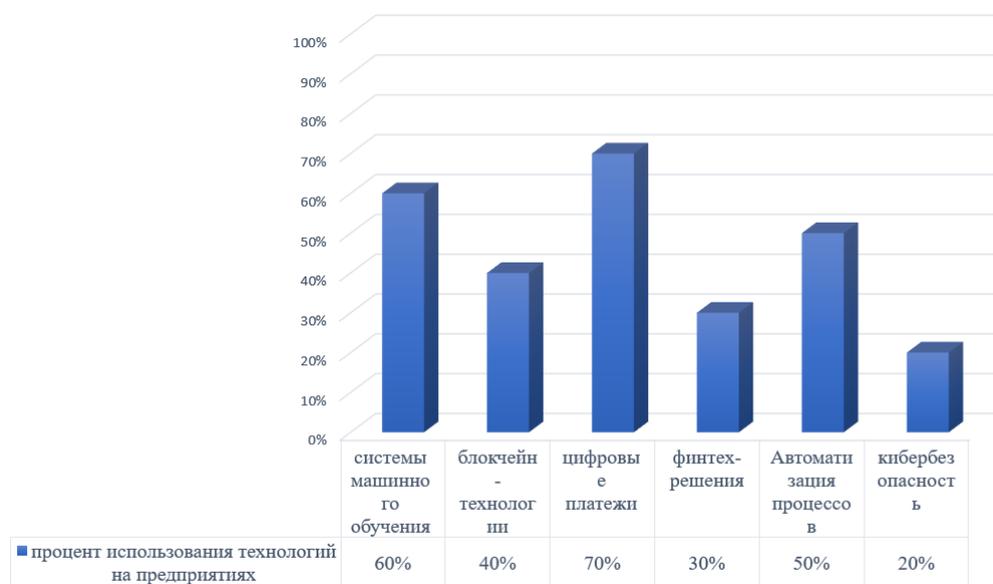


Рисунок 1. Статистические данные использования инновационных технологий на предприятии

Внедрение инновационных методов управления финансовым состоянием предприятия несомненно сопровождается рядом значительных преимуществ. Одним из ключевых плюсов является повышение эффективности в процессах финансового анализа и принятии решений. Использование искусственного интеллекта позволяет автоматизировать рутинные задачи, ускоряя анализ данных и предоставляя более точные прогнозы. Применение блокчейн-технологий также приносит значительные выгоды. Главным образом, это высокая степень прозрачности и безопасности в финансовых транзакциях. Это особенно важно в условиях глобальных транзакций и взаимодействия с различными партнерами.

Однако, несмотря на многочисленные преимущества, внедрение инноваций также сопряжено с рисками и недостатками. Неконтролируемое использование искусственного интеллекта может привести к неверным выводам из-за недостаточной обученности алгоритмов или искажения данных. Также стоит учитывать этические аспекты, связанные с использованием ИИ в финансовых решениях, например, вопросы прозрачности и ответственности за результаты принятых алгоритмами решений.

В случае блокчейн-технологий, несмотря на повышенную безопасность, существуют вопросы, связанные с регулированием и соответствием стандартам. Также, высокая степень прозрачности может привести к непредвиденным последствиям в случае утечек конфиденциальной информации [4-5].

Обучение персонала является ключевым элементом успешного внедрения, поскольку сотрудники должны быть готовы эффективно работать с новыми инструментами и технологиями. Для успешного внедрения инновационных подходов в управлении финансовым состоянием предприятия необходимо

осуществить ряд конкретных шагов. Важным аспектом является разбор плана внедрения, включающая этапы обучения персонала. Рассмотрим эти этапы:

1. Оценка потребностей в обучении. Лучше всего начать с проведения детальной оценки текущих навыков и знаний персонала в данной области. Это поможет выявить основные области, в которых необходимо обучение, и определить персонализированные потребности.

2. Разработка программ обучения. На основе выявленных потребностей разработайте комплексные программы обучения, охватывающие как теоретические основы новых технологий, так и практические навыки их применения в финансовом управлении.

3. поэтапное внедрения. Разбейте процесс обучения на этапы и внедряйте новые технологии постепенно. Обеспечьте последовательность, начиная с базовых навыков, переходя к более сложным задачам. Это поможет сотрудникам лучше усваивать материал и успешно интегрировать новые знания в свою повседневную деятельность.

4. Обратная связь и корректировка. Регулярный анализ обратной связи и внесение корректировок в программы обучения, учитывая запросы и реальные трудности, с которыми сталкиваются сотрудники, улучшит процесс внедрения.

5. Содействие от поставщиков технологий. Сотрудничайте с поставщиками новых технологий для получения дополнительной поддержки. Установите каналы коммуникации для оперативного взаимодействия с экспертами и решения текущих вопросов.

6. Регулярное обновление программ обучения. В условиях быстрого развития технологий важно постоянно обновлять программы обучения. Включайте в них последние тренды и лучшие практики, обеспечивая сотрудникам доступ к актуальной информации и навыкам.

Проведение обучения персонала делает процесс более структурированным, эффективным и ориентированным на практические результаты [6].

Определение ключевых показателей успешности (KPI) внедрения инноваций в управление финансовым состоянием поможет предприятию оценить эффективность изменений и корректировать стратегию при необходимости. KPI могут включать в себя уровень автоматизации процессов, увеличение точности прогнозов, снижение времени на принятие решений и другие параметры, специфичные для целей предприятия.

Регулярный мониторинг и анализ KPI позволяют не только оценивать текущие результаты, но и выявлять потенциал для дальнейшего совершенствования системы управления финансовым состоянием. Это позволяет предприятию оставаться гибким и адаптироваться к изменениям в бизнес-среде.

Для предприятий, стремящихся улучшить свою систему управления финансовым состоянием, необходимо активно осваивать новые технологии, учитывать потенциальные риски и выстраивать стратегию, ориентированную на достижение конкретных бизнес-целей. Инновационные подходы к управлению финансами становятся неотъемлемой частью успеха в современном бизнесе, и предприятия, активно применяющие их в своей деятельности, могут ожидать не только оптимизации финансовых процессов, но и укрепления своего конкурентного положения в постоянно меняющемся бизнес-ландшафте [7].

Список литературы

1. Устойчивое развитие промышленности в условиях цифровой поляризации / Н. А. Симченко, Р. Р. Тимиргалеева, С. Ю. Цехла [и др.]. – Севастополь : Филиал МГУ в г. Севастополе, 2022. – 242 с.

2. Нурисламова, Н. Р. Финансовая система как совокупность финансов домохозяйств, корпоративных финансов и общественных финансов / Н. Р. Нурисламова // Образование, наука и бизнес - индикаторы развития цифровой экономики : Сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции молодых ученых ФГБОУ ВО "РЭУ им. Г.В. Плеханова", Москва, 25 апреля 2018 года / Под общей редакцией Е.Ю. Власовой. – Москва: Издательство "Аудитор", 2018. – С. 329-332.

3. Авдеева, Т.В. Цифровая экономика и цифровое неравенство: современные проблемы и перспективы / Т.В. Авдеева // Большая Евразия: развитие, безопасность, сотрудничество. - 2021. - №4-1. - С. 416-420. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovaya-ekonomika-i-tsifrovoe-neravenstvo-sovremennye-problemy-i-perspektivy> (дата обращения: 09.11.2023 г.)

4. Нурисламова, Н. Р. Финансовая система как совокупность финансов домохозяйств, корпоративных финансов и общественных финансов / Н. Р. Нурисламова // Образование, наука и бизнес - индикаторы развития цифровой экономики : Сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции молодых ученых ФГБОУ ВО "РЭУ им. Г.В. Плеханова", Москва, 25 апреля 2018 года / Под общей редакцией Е.Ю. Власовой. – Москва: Издательство "Аудитор", 2018. – С. 329-332.

5. Зикора, А. С. Применение управления инновационными процессами на предприятиях: подход к управлению / А. С. Зикора, О. Х. Бобоев // Студенческий вестник. – 2019. – № 16-2(66). – С. 81-85.

6. Шматко А.Д. Основные вопросы организации финансирования инновационной деятельности организаций // Вестник экономической интеграции. 2010. Т. 1. № 11. С. 80-83.

7. Гурков И.Б. Инноватика открывает рынок //ЗКО. 2001. № 6.

УДК 346.26;33

Жукова А.А., обучающаяся 2 курса

Zhukova A.A., 2th year student

Научный руководитель: Хусаинова Е.А., к.э.н., доцент
Scientific adviser: Khusainova E.A., Ph.D. Associate Professor

ФГБОУ ВО «КГЭУ», г. Казань, Республика Татарстан
KSPEU, Kazan, Republic of Tatarstan

**ХОЗЯЙСТВЕННЫЕ РИСКИ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**
ECONOMIC RISKS IN ENTREPRENEURIAL ACTIVITY

Аннотация: Данная статья предоставляет обзор различных типов хозяйственных рисков, с которыми предприниматели сталкиваются, а также предлагает практические методы и стратегии для их управления. Она охватывает широкий спектр аспектов управления рисками, начиная с идентификации и оценки рисков, разработки стратегии управления, применения инструментов минимизации рисков и заканчивая мониторингом и оценкой рисков.

Ключевые слова: управление рисками, хозяйственные риски, идентификация рисков, страхование, диверсификация портфеля, предпринимательская деятельность, финансовое моделирование, оценка рисков, курсов валют, инструменты минимизации рисков, Конституция России, государство, бизнес, предприниматели, стратегии.

Abstract: This article provides an overview of various types of economic risks that entrepreneurs encounter, along with practical methods and strategies for managing them. It covers a wide range of risk management aspects, starting from risk identification and assessment, strategy development, application of risk mitigation tools, and concluding with risk monitoring and evaluation.

Keywords: risk management, economic risks, risk identification, insurance, portfolio diversification, entrepreneurship, financial modeling, risk assessment, currency exchange rates, risk mitigation tools, Russian Constitution, government, business, entrepreneurs, strategies.

В мире предпринимательства, как и в любой сфере деятельности, существует неотъемлемый элемент неопределенности и риска. Эти факторы могут оказать существенное воздействие на успешность и устойчивость предпринимательской деятельности.

Целью данной статьи является разбор и анализ хозяйственных рисков в контексте предпринимательской деятельности, рассмотрение различные типы рисков, их воздействие на бизнес, а также методы и стратегии управления ими.

Хозяйственные риски — это потенциальные события, процессы или условия, которые могут повлиять на достижение бизнес-целей и привести к негативным последствиям. Они могут иметь разнообразную природу, включая финансовые, операционные, рыночные, а также юридические и репутационные риски [1]. Рассмотрим типы хозяйственных рисков, с которыми предприниматели сталкиваются в своей деятельности:

1. Финансовые риски, всегда связаны с денежными аспектами бизнеса и могут включать в себя следующие подтипы:

1) Кредитные риски. Возникают, когда компания имеет дело с клиентами или партнерами, которые не выполняют свои финансовые обязательства.

2) Риски курсов валют. Когда бизнес связан с международными операциями, существует риски, связанные с колебаниями курсов валют, что может повлиять на прибыльность бизнеса.

3) Инфляционные риски. Инфляция может уменьшить покупательную способность денег, что может повлиять на стоимость ресурсов и услуг.

2. Операционные риски. Они связаны с процессами и операциями вашего бизнеса, могут включать в себя следующие аспекты:

1) Технические сбои и простои. Неисправности оборудования, проблемы с информационными системами или другие технические сбои могут привести к остановке производства или обслуживания клиентов.

2) Риски поставок и логистики. Проблемы с поставками сырья или товаров, а также сложности в логистике, могут вызвать задержки в производстве и поставке, что повлияет на клиентское обслуживание.

3. Риски рыночной конкуренции. Эти риски связаны с существующими и новыми игроками на рынке. Они включают:

1) Анализ рыночной конкуренции. Необходимость постоянно анализировать и понимать конкурентную обстановку, а также реагировать на изменения в действиях конкурентов.

2) Риски смены потребительских предпочтений. Изменения в потребительском спросе и требованиях могут потребовать адаптации продукта или услуги, чтобы оставаться конкурентоспособными [2].

Хозяйственные риски представляют собой неотъемлемую часть бизнес-деятельности предпринимателей. Способность адаптироваться к переменам, анализировать конкурентную обстановку и управлять финансами, операциями и ресурсами бизнеса является ключевым аспектом долгосрочной устойчивости и процветания предприятия.

Понимание рисков является лишь первым шагом, и наиболее важным этапом является способность минимизировать и контролировать их воздействие. Этапы создания эффективной стратегии управления рисками:

1. Идентификация рисков. Первым шагом в управлении рисками является их точная идентификация, что позволит понять, с какими рисками может столкнуться бизнес.

2. Оценка рисков. Она поможет определить, на какие из них стоит сосредоточить внимание.

3. Разработка стратегии управления. На основе идентификации и оценки рисков разрабатывается стратегия управления, которая включает в себя методы и инструменты для снижения рисков [3].

Инструменты минимизации рисков — это различные методы и средства, которые предприниматели и организации могут использовать для уменьшения воздействия хозяйственных рисков на свой бизнес. В них входят:

1. Страхование. Позволяет компаниям переложить часть риска на страховщика. Различные виды страхования могут покрывать разнообразные риски, такие как страхование имущества, страхование от ответственности, страхование от пожаров и т.д.

2. Диверсификация портфеля. Разнообразие в инвестициях и бизнес-проектах может помочь снизить риски, связанные с конкретными отраслями или активами. Если одна часть портфеля подвергается угрозе, другие могут остаться устойчивыми.

3. Финансовое моделирование. Путем создания финансовых моделей и сценариев предприниматели могут анализировать потенциальные финансовые

последствия различных рискованных ситуаций и разрабатывать стратегии для их управления.

4. Риск-менеджмент. Включает в себя разработку стратегий и процедур для идентификации, оценки и управления рисками на всех уровнях бизнеса. Это включает в себя управление финансовыми рисками, операционными рисками, рисками рыночной конкуренции и другими видами рисков.

5. Контракты и юридические документы. Заключение юридических соглашений и контрактов с партнерами, клиентами и поставщиками может помочь определить права и обязанности сторон в случае возникновения рискованных ситуаций.

6. Анализ рыночной конъюнктуры. Следить за изменениями в экономической и рыночной среде позволяет более точно прогнозировать возможные риски и адаптировать бизнес-стратегии соответственно. Это также включает в себя мониторинг действий конкурентов, изменения потребительского спроса и других факторов, влияющих на бизнес-процессы.

7. Обучение персонала. Инвестирование в обучение сотрудников по вопросам безопасности, соблюдения правил и процедур, связанных с риск-менеджментом, может существенно снизить вероятность возникновения человеческих ошибок, которые могут стать источником рисков для бизнеса.

8. Технологические решения. Внедрение современных технологий, таких как системы мониторинга, аналитики данных и кибербезопасности, может помочь в раннем выявлении потенциальных угроз и предотвращении возможных инцидентов [4-6].

Государство также играет важную роль в предоставлении поддержки предпринимателям в управлении хозяйственными рисками. Поддержка может включать финансовую помощь, субсидии, гарантии, программы обучения и консультации. Она может быть нацелена на различные сферы предпринимательской деятельности, от малых и средних предприятий до крупных корпораций.

Конституция России гарантирует права собственности, свободу предпринимательской деятельности и равенство перед законом. Согласно статье 34 Конституции России, «предпринимательская и иная экономическая деятельность, не противоречащая закону, свободна». Это положение подчеркивает важность законности и соблюдения нормативов в предпринимательской деятельности с целью снижения рисков [7-8].

В заключении хотелось бы подчеркнуть важность понимания рисков и принятия мер для их минимизации в бизнесе. Хозяйственные риски представляют собой неотъемлемую часть предпринимательской деятельности и могут возникнуть из различных источников, включая финансовые, операционные и риски рыночной конкуренции. Наиболее важно то, как предприниматели готовы реагировать на эти риски и какие инструменты они применяют для их управления [9].

Нами были рассмотрены методы и стратегии управления рисками, начиная с их идентификации и оценки, разработки стратегии управления, использования инструментов минимизации рисков, таких как страхование,

диверсификация портфеля и финансовое моделирование, а также мониторинга и оценки рисков на постоянной основе.

Управление рисками — это искусство балансирования между достижением бизнес-целей и минимизацией потенциальных угроз. Правильное управление способствует обеспечению стабильности и устойчивости, а также защите интересов компании и ее стейкхолдеров. Успешные предприниматели и компании тщательно планируют и применяют разнообразные стратегии управления рисками, чтобы справляться с неожиданными ситуациями и обеспечивать стабильность и рост своих бизнесов [10].

Список литературы:

1. Измайлович С. В. Теоретические аспекты сущности и функций хозяйственного риска / Бухгалтерский учет и анализ. -2007. -№ 10. -С. 45-51.
2. Крыжановский О. А., Попова Л. К. Анализ современных подходов к пониманию терминов «риск» и «финансовый риск» // Молодой ученый. - 2016. - №19. - С. 467-471.
3. Социально-экономическая статистика: учеб. пособие // Я.С. Мелкумов. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ИНФРА-М, 2018. - 186 с.
4. Мамсуров, М.Б. К вопросу страхования предпринимательских рисков // Юридический мир. 2016. № 1. С. 33.
5. Измайлович С. В. Особенности управления хозяйственными рисками организаций промышленного сектора экономики / Экономический вестник университета Переяслав-Хмельницкий. -2017. Выпуск 33/1. -С. 79 -85.
6. Яковлев, В.Ф. Понятие предпринимательского договора в российском праве // Журнал российского права. 2008. №1 (133).
7. Федеральный закон от 10.12.2003 N 172-ФЗ (ред. от 23.07.2013) «О внесении изменений и дополнений в Закон Российской Федерации «Об организации страхового дела в Российской Федерации» и признании утратившими силу некоторых законодательных актов Российской Федерации» (с изм. и доп., вступающими в силу с 21.01.2014) // 2003, N 50, ст. 4858.
8. Закон РФ от 27.11.1992 № 4015-1 (ред. от 03.07.2016) «Об организации страхового дела в Российской Федерации» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2017) // Ведомости СНД и ВС РФ, 1993, N 2, ст. 56.
9. Караев, Р.Ш., Полякова, О.А., Тавалаев, Т.Р., Шавхалов, А.А. Сущностные факторы, детерминирующие коррупцию и основные направления противодействия // Вестник Северо-Кавказского гуманитарного института. 2017. №1 (21). С. 236. EDN: YHPVZR
10. Сабирьянова Л. Категория «риск», ее содержание и теоретическое обоснование // Риск: ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. 2011. № 1. С. 512-516.

Заболотный А.С., обучающийся 5 курса
Zabolotny A.S., 5th year student

КубГАУ имени И.Т. Трубилина
KubGAU named after I.T. Trubilin

Научный руководитель: Новикова И.И., к.э.н., доцент
Scientific adviser: Novikova I.I., Ph.D. Associate Professor

**О НЕОБХОДИМОСТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ
ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ СПОРТА В
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**
ON THE NEED TO IMPROVE THE EFFICIENCY OF STATE MANAGEMENT OF
SPORTS DEVELOPMENT IN THE RUSSIAN FEDERATION

Аннотация: повышение эффективности государственного управления, является неотъемлемым условием сохранения устойчивости развития Российской Федерации. При этом, в условиях дефицита бюджета правительство страны вынуждено оптимизировать затраты на социальную сферу. В статье обосновывается необходимость активизации государственной поддержки спорта в нашей стране, как базового инструмента сохранения и развития ценностей общественных отношений.

Ключевые слова: государство, спорт, государственное управление, общество, ценности, развитие, система.

Abstract: improving the efficiency of public administration is an essential condition for maintaining the sustainability of the development of the Russian Federation. At the same time, in the conditions of budget deficit, the government of the country is forced to optimize the costs of the social sphere. The article substantiates the need to activate state support for sports in our country as a basic tool for preserving and developing the values of public relations.

Keywords: state, sport, public administration, society, values, development, system

В настоящий момент времени, система социально-экономического развития Российской Федерации, испытывает значительное влияние отрицательных факторов, обусловленных обострением геополитической ситуации и санкционным давлением. Обозначенная ситуация приводит к необходимости повышения эффективности управления государственного и муниципального управления, с целью сохранения стабильного функционирования социально-экономической сферы нашего государства. Одной из приоритетных задач является развитие спорта, который является базовой категорией для сохранения здоровья нации и развития человеческого потенциала граждан Российской Федерации.

Проблема необходимости повышения качества государственного управления развитием спорта, активно обсуждается в современной научной литературе. Зуев В.Н. [2] и Иванов В.Д. [4] акцентируют внимание о необходимости нормативно-правового обеспечения данного процесса. Фомин Ю.А. [5] отмечает важность спорта для развития личности в нашем обществе.

Спорт имеет важное значения формирования множества важных аспектов, необходимых для развития современного государства. Проведем рассмотрение данных аспектов:

- формирование здоровья нации. Развитие спортивной инфраструктуры способствует развития здорового образа жизни среди населения государства. Если у человека в шаговой доступности имеется спортивный зал или площадка, несомненно, что он имеет больший уровень мотивации к занятиям спортом. Со временем, спорт становится неотъемлемой составляющей жизни человека, и он становится более здоровым, как в физическом, так и в психологическом плане;

- формирование правильной моды. Спорт оказывает значительное влияние на формирование модных тенденций, особенно в молодежных кругах. Подростки стремятся быть похожими на красивых и успешных спортсменов. Данный факт также имеет важное значение для развития общественных отношений;

- формирование перспектив развития. Люди видят, чего добиваются спортсмены и какой уровень жизни они могут себе позволить. Соответственно дети видят, что, если они будут заниматься спортом, они имеют возможность достичь значительных карьерных успехов. К примеру, если в городе есть сильная хоккейная команда и дети видят успехи хоккеистов, значительная часть детей мечтают попасть в данную команду и идут заниматься в детско-юношескую хоккейную школу. Так как видят реальный путь достижения своей цели и видят, что по данному смогли пройти другие ребята их города [6];

- формирование отдельной отрасли экономики. В современном мире спортивная отрасль стала полноценным бизнесом. Поэтому развитие спортивного потенциала способствует созданию рабочих мест в экономике страны и повышению уровня жизни населения.

Зюкин Д.А., Матушанская Е.Е. выделяют следующие социокультурные характеристики спорта, которые представлены на рисунке 1.

Рассмотрим более подробно социокультурные характеристики спорта, которые представлены на рисунке 1.

На представленном рисунке видно, что спорт имеет важное значение для развития базовых социокультурных ценностей в современном обществе. Также спорт способствует самореализации граждан страны и выступает социальным лифтом, что также оказывает положительное влияние на сохранение стабильности в общественных отношениях.

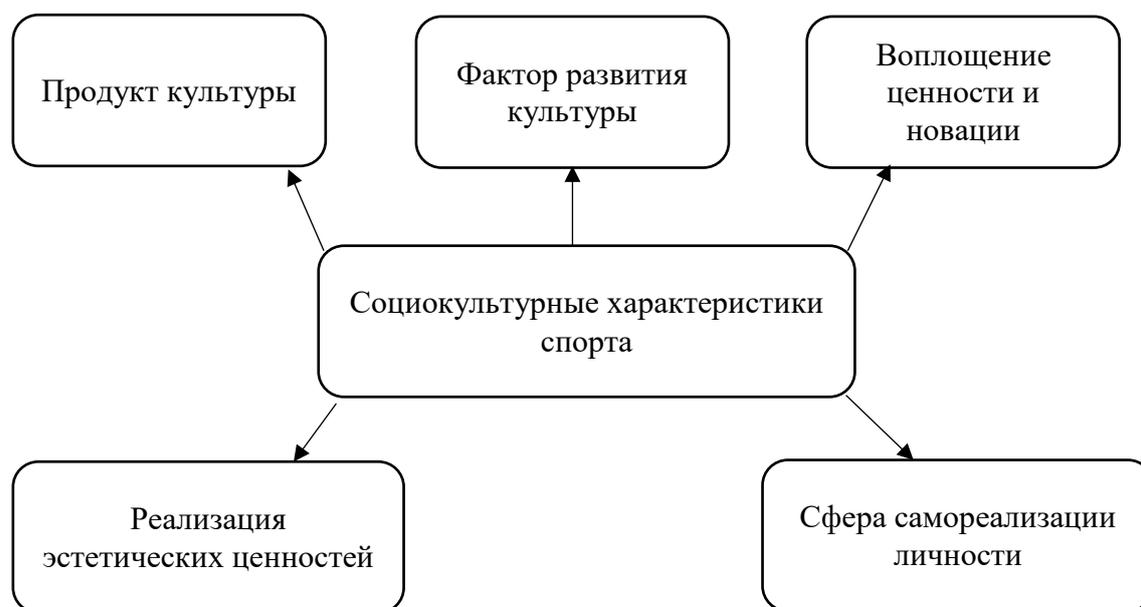


Рисунок 1. Социокультурные характеристики спорта [2]

Развития спорта всегда испытывает на себе влияние сформированной в обществе культуры. В данном процессе есть как положительные, так и отрицательные факторы. Главной ценностью современного спорта является достижение [1].

Спорт является фактором развитие культуры. Последнее десятилетие было отмечено трендом здорового образа жизни. Поэтому теперь спорт является обязательным атрибутом успешного и современного человек. Также спорт оказывает значительное влияние на индустрию моды и красоты.

Новое тысячелетие было обозначено активным стремлением к инновациям в спорте. Были проведены реформы многих крупных соревнований, созданы новые турниры и направления спортивного развития. Практически каждые олимпийские игры, в их программу включается новый вид спорта, который получил в обществе значительную популярность.

Спорт позволяет человеку вдохновлять и быть вдохновленным и тем самым способствует реализации эстетических ценностей человек. Так спорт помогает человеку лучше чувствовать и понимать этот мир.

Спорт является сферой деятельности, где множество людей может реализовать себя. При этом возможность своей самореализации не зависит от пола, возраста, цвета кожи и расы. Соответственно спорт объединяет и создает для людей равные возможности в этом мире.

В аспекте темы исследования, актуальным является мнение Иванова В.Д., который отмечает следующее: «Деятельность спортивных организаций, их финансирование в начале 21 века в России имеет яркую зависимость от отношения государства к спорту, причем как к спорту высших достижений, так и к массовому спорту, и от демографических особенностей развития общества» [3].

Важным этапом в развитии отечественной инфраструктуры спорта, стали международные соревнования Олимпийские игры 2014 года и Чемпионат Мира

2018 года. Государственно выделило значительные финансовые ресурсы, для строительства инфраструктурных объектов для проведения данных соревнований. Особенно сильный толчок в развитии спортивной инфраструктуры получил г. Сочи и сопредельные города. Теперь в данном районе Краснодарского края, имеется профессиональная хоккейная команда. А также расположены тренировочные центры для подготовки спортсменов, участвующих в зимних видах спорта.

Чемпионат Мира 2018 года, поспособствовал созданию с г. Сочи профессиональной футбольной команды, которая является конкурентоспособной на уровне российской Премьер-Лиге. При этом стоит отметить, что в таких городах как Саранск, Калининград, Волгоград, футбольная инфраструктура, построенная к Чемпионату Мира 2018 года, фактически простаивает.

Спорт имеет важное значения формирования множества важных аспектов, необходимых для развития современного государства. Проведем рассмотрение данных аспектов:

– формирование здоровья нации. Развитие спортивной инфраструктуры способствует развития здорового образа жизни среди населения государства. Если у человека в шаговой доступности имеется спортивный зал или площадка, несомненно, что он имеет больший уровень мотивации к занятиям спортом. Со временем, спорт становится неотъемлемой составляющей жизни человека, и он становится более здоровым, как в физическом, так и в психологическом плане;

– формирование правильной моды. Спорт оказывает значительное влияние на формирование модных тенденций, особенно в молодежных кругах. Подростки стремятся быть похожими на красивых и успешных спортсменов. Данный факт также имеет важное значение для развития общественных отношений;

– формирование перспектив развития. Люди видят, чего добиваются спортсмены и какой уровень жизни они могут себе позволить. Соответственно дети видят, что, если они будут заниматься спортом, они имеют возможность достичь значительных карьерных успехов. К примеру, если в городе есть сильная хоккейная команда и дети видят успехи хоккеистов, значительная часть детей мечтают попасть в данную команду и идут заниматься в детско-юношескую хоккейную школу. Так как видят реальный путь достижения своей цели и видят, что по данному смогли пройти другие ребята их города;

– формирование отдельной отрасли экономики. В современном мире спортивная отрасль стала полноценным бизнесом. Поэтому развитие спортивного потенциала способствует созданию рабочих мест в экономике страны и повышению уровня жизни населения.

В современной научной литературе, представлено ограниченное количество работ, касающихся повышения эффективности государственного управления спортом. Данный факт обусловлен значительным застоем в развитии теоретических основ концепции культурно-спортивного развития в

90-х года. В последние 20 лет были намечены значительные сдвиги в данном направлении. Было реализовано множество государственных программ, направленных на развитие культурно-спортивного потенциала. Однако теоретические разработки стали активно проводиться только в последние 5-7 лет. Стимулом к их активизации стало проведение в нашей стране таких крупных соревнований, как Олимпийские игры 2014 года и Чемпионат Мира 2018 года.

Учитывая приведенные тезисы, обоснованным является утверждение, что в текущих непростых условиях развития Российской Федерации, повышение эффективности государственного управления развитием спорта, является фактором сохранения стабильности социальной сферы страны. Так как спад в развитии спорта в нашем государстве, приведет к потере фундаментальных ценностей российского общества. Соответственно реализация государственных программ, направленных на развитие спорта в нашей стране, в настоящий момент времени является фактором сохранения социальной стабильности в Российской Федерации.

Список литературы:

1. Глаголева А. М. Индикативное планирование как инструмент государственного регулирования социально-экономического развития / А. М. Глаголева, И. И. Новикова // Научное обеспечение агропромышленного комплекса : Сборник статей по материалам X Всероссийской конференции молодых ученых, посвященной 120-летию И. С. Косенко, Краснодар, 26–30 ноября 2016 года / Отв. за вып. А. Г. Коцаев. – Краснодар: Кубанский государственный аграрный университет имени И.Т. Трубилина, 2017. – С. 1443-1444.

2. Зуев В. Н. Нормативно-правовое регулирование в сфере отечественной физической культуры и спорта. – СПб: Петрополис. - 2016. – 482 с.

3. Зюкин Д.А., Матушанская Е.Е. Массовый спорт как неотъемлемый элемент реализации концепции здорового образа жизни населения //Региональный вестник. - 2018. - № 6 (15). - С. 11-13.

4. Иванов, В. Д. Проблемы правового регулирования физической культуры и спорта в Российской Федерации / В. Д. Иванов, В. З. Смирнова, М. А. Райн // Физическая культура. Спорт. Туризм. Двигательная рекреация. — 2017. — Т. 2, № 2. — С. 108-111.

5. Фомин Ю.А. Влияние российского спорта на формирование личности // СОЦИС. – 2018. – № 10. – С. 22-29.

6. Черечеча М. Н. Сущность понятия "экономический регион" в формировании стратегии регионального развития / М. Н. Черечеча, И. И. Новикова // Структурные преобразования экономики территорий: в поиске социального и экономического равновесия : Сборник научных статей 3-й Всероссийской научно-практической конференции. В 2-х томах, Курск, 12–13 марта 2020 года. Том 2. – Курск: Юго-Западный государственный университет, 2020. – С. 211-213.

Заверюха А.Н., Рашадбеков Н.Р., обучающиеся 3 курса
Zaveryukha A.N., Rashadbekov N.R., students 3 course

Научный руководитель: Гурушкин П.Ю., к.п.н., доцент
Scientific supervisor: Gurushkin P.Y., PhD, Associate Professor

Санкт-Петербургский государственный университет
Ташкентский институт менеджмента и экономики
St. Petersburg State University
Tashkent Institute of Management and Economics

Институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» СПбГУ
Institute "Higher School of Journalism and Mass Communications" of St. Petersburg
State University

**ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ОРГАНИЗАЦИИ
МОНИТОРИНГА СМИ И СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА НА ОСНОВЕ
АНТИКРИЗИСНЫХ МЕДИА-МАТЕРИАЛОВ ТОРГОВОЙ МАРКИ
ОДЕЖДЫ “GLORIA JEANS”.**

**FUNCTIONAL ASPECTS OF ORGANIZATION OF MASS MEDIA AND
SOCIAL MEDIA MONITORING ON THE BASIS OF ANTI-CRISIS MEDIA
MATERIALS OF "GLORIA JEANS" CLOTHING BRAND.**

Аннотация. В современных рыночных обстоятельствах российские марки переживают не вполне благополучные периоды. Об устойчивости организаций в настоящее время говорить сложно. В соответствии с этим многие отечественные торговые марки вынуждены прибегать к мерам противодействия и поискам вариантов вывода из сложившейся экономической обстановки. За уходом зарубежных структур освободились позиции на рынке России во всех сферах, однако возможности непосредственно бизнеса не увеличились. Значимость данной статьи обусловлена необходимостью выявления тех элементов сетевой структуры, с помощью которых торговая марка выбралась не только из кризисной ситуации, но и изменила свою репутацию на примере торговой марки “Gloria Jeans”, которая после 2016 года утратила свою привлекательность для широкой потребительской аудитории, но при этом продолжает активно функционировать, адаптируясь к ее потребностям.

Ключевые слова: СМИ, социальная медиа, массмедиа, маркетинг, мониторинг, кризис.

Annotation: In modern market circumstances Russian brands are experiencing not quite prosperous periods. It is difficult to talk about the sustainability of organizations at present. Accordingly, many domestic brands are forced to resort to countermeasures and search for options for withdrawal from the current economic situation. The withdrawal of foreign structures has freed up positions in the Russian market in all areas, but the opportunities for direct business have not increased. The

significance of this article is due to the need to identify those elements of the network structure, with the help of which the brand got out not only from the crisis situation, but also changed its reputation on the example of the brand "Gloria Jeans", which after 2016 lost its appeal to a wide consumer audience, but continues to actively function, adapting to its needs.

Keywords: media, social media, mass media, marketing, monitoring, crisis.

В деятельности современной компании (торговой марки) возникают различные неблагоприятные обстоятельства, связанные с определенным вариантом развития событий, высказываниями, кампаниями по рекламе, заявлениями лидеров общественно-политического мнения, социально-экономическими или стратегическими ограничениями/инновациями. В результате подобных обстоятельств организация попадает в неблагоприятное для себя материальное положение и сталкивается с кризисом, что приводит к снижению ее имиджа, а в последующем - к сокращению оборотов, потерям, а в наихудшем варианте - к прекращению деятельности компании/бренда [1]. Следовательно, в условиях современного медиaprостранства необходим непрерывный мониторинг и исследование. Стремительность тенденций и темпы развития рынка обслуживания ставят медиаспециалистов в затруднительное положение. В противовес рекламе и PR предыдущего столетия, в настоящее время торговым маркам предстоит постоянно сталкиваться с вопросами формирования имиджа и улучшения качества продукции в условиях жесткой конкуренции в непрерывно меняющейся среде. Анализ тональности сообщения, упоминаний в медиaprостранстве непосредственно бренда, определение конкурентов, рекламных технологий и способов их продвижения становятся для специалиста по СМИ повседневной работой [1]. В числе часто встречающихся ситуаций, выводящих компанию из привычного состояния в критическое, можно назвать следующие[3]:

- природные, экономические, политические, социальные катаклизмы;
- утечка информации;
- правовые трудности;
- заявления/действия лидеров общественного мнения;
- неудачные рекламные кампании;
- недостоверное освещение в прессе.

В качестве объекта наблюдения использовалась российская компания «Gloria Jeans», осуществляющая деятельность по изготовлению и торговле одеждой, обувью и аксессуарами для всей семьи непосредственно под брендом «Gloria Jeans».

Маркетинговый мониторинг социальных сетей о компании "Глория Джинс"

За прошедший год у «Gloria Jeans» индекс СМ повысился, достигнув 991 тыс. В совокупности ей удалось достичь 780 млн, вовлечь 437 тыс. человек и получить 23 млн просмотров. В большинстве случаев при использовании упоминаний о «Gloria Jeans» применялся положительный тон. При этом авторы

писали контент с упоминаниями на широком спектре популярных социальных площадок. В числе лидеров по использованию информационных площадок оказались социальные сети и интернет-порталы с отзывами. Наиболее активно использовались «Одноклассники», «ВКонтакте», «Wildberries», «Otzovik» и прочие платформы, где осуществляется покупка или продажа одежды с указанием высокого качества продукции бренда. Если до этого аудитория бренда была сконцентрирована на сайте или в «Одноклассниках», то в настоящее время основное количество пользователей набирает «ВКонтакте» с ее 513,5 млн. пользователей, с суммарной вовлеченностью 130 000 и в среднем количеством положительных сообщений в месяц - 1400. Особую известность в 2022 году приобретают маркетплейсы, позволяющие конкурировать с такими интернет-магазинами, как «Gloria Jeans». Впрочем, это никак не сказывалось на выручке и популярности отечественных магазинов. Следует отметить, что торговая марка начала применять услуги маркетплейсов только осенью - зимой 2022 года. Компания не конкурировала, а использовала сотрудничество. В этом заключается и один из приемов антикризисной стратегии. Менеджмент компании оказался способен выиграть в ситуации с уходом из России известных брендов. Благодаря этому компания стала той, без которой уже нельзя обойтись. Тем не менее, в противоположность другим успешным российским брендам, таким как «Beefree» или иностранные бренды под новыми именами, именно «Gloria Jeans» за последние 10-15 лет смогла увеличить свои финансовые показатели и улучшить имидж. В результате бренд стал гораздо активнее взаимодействовать со своей аудиторией в социальных сетях и добиваться повышения лояльности клиентов. Это прослеживается и в мониторинге социальных сетей. Динамика количества постов в 2023 году выросла до 270 000 упоминаний, при этом показатели устойчивы и постоянно растут. В рамках реализации антикризисной политики менеджмент компании грамотно применил ряд методов и техник. В их числе реклама в сети, на стриминговых платформах, ньюсджекинг, медиаподдержка, освоение новых платформ, коллаборация, а не конкуренция с другими брендами, медиареклама, размещение рекламы в социальных сетях, оказание поддержки «новым аудиториям», переориентирование на новые аудитории и развитие ассортимента, его усовершенствование. Причем они не только распродали имеющиеся старые коллекции, но и создали новые, не уступающие по качеству и тенденциям зарубежным компаниям. Тем самым они запустили информационную цепочку и воспользовались возможностью, пока другие компании закрывались, терпели убытки или не могли увеличить выручку и улучшить свой имидж.

Мониторинг СМИ.

Компании удалось сохранить ажиотаж, и по сей день бренд пользуется такой популярностью, которая еще год назад не достигала и близко нынешних показателей. Увеличилось количество медийных упоминаний и непосредственно сообщений от бренда в связи с изменением времени года, праздниками и после начала СВО. Доминирует нейтральный тон - 4 692 (73%) материала, затем следует положительный - 1 304 (20,44%) и совсем уже на

низких значениях упоминаний с негативным тоном - 3 84 (6,02%). Причем значительный прирост наблюдался как после прекращения работы зарубежных магазинов, так и после рекламных и антикризисных стратегических приемов. За прошедший год PR-индексы увеличились в 7 раз. Среди частых положительных информативных поводов фигурировали сведения о новых коллекциях сезона, финансовых показателях компании, отзывы об улучшении качества одежды и обсуждения после выхода рекламных роликов. На фоне других марок именно «Gloria Jeans» смогла извлечь выгоду из ситуации, сложившейся во время ухода с рынка зарубежных компаний, добилась повышенного интереса и увеличила свою прибыль. В это же время одна из самых популярных российских швейных организаций, которая на протяжении многих лет опережала «Gloria Jeans», не выдержала этих условий и не смогла обеспечить увеличение прибыли и темпов роста.

В прошлом году крупнейший российский ритейлер по продаже одежды «Melon Fashion Group» уменьшил свою рентабельность в два раза и ушел в убыток. Ритейлер был вынужден снизить цены, так как не мог конкурировать с другими отечественными компаниями, а вся его ценовая политика ранее строилась по зарубежной модели. Кроме того, выросли операционные расходы компании. Сопоставимые показатели выручки магазинов «Melon Fashion» снизились на 7% с начала 2022 года. По данным на конец сентября под управлением ритейлера находилось в общей сложности 653 магазина, большая часть из них - в России. По количеству магазинов, доверию аудитории, соотношению трендов, рекламным технологиям и другим аспектам антикризисного управления, которым активно занимался бренд «Gloria Jeans», вторая организация, владеющая магазинами «Vefree», «Zarina» и «Love Republic», не использовала никаких стратегий и продолжала работать в обычном режиме, надеясь на приток покупателей в связи с закрытием иностранных брендов. При этом аудитория отдавала предпочтение интернет-магазинам, маркетплейсам и продукции тех компаний, которые активно рекламировались и отвечали на вопросы аудитории «Как быть модным сейчас? Где одеваться?» и стремились заменить зарубежные бренды по качеству и соответствию трендам. К притоку потребителей торговая марка также оказалась изначально не готова. Производственные мощности магазинов «Melon Fashion» не смогли угодить искушенным покупателям, они стали распродавать запасы, которые уже не соответствовали тенденциям или не были интересны аудитории. У «Gloria Jeans», напротив, имеется масштабное производство, которое изначально было подготовлено к такой ситуации. В сентябре «Melon Fashion» заявила о сокращении планов по развитию сети. В этом году компания собирается открыть около 100 новых магазинов вместо 170, намеченных ранее. Также стало известно, что другая компания собирается приобрести до 47% акций бренда, изменив состав акционерного общества[1].

Следовательно, мониторинг СМИ показал, что «Gloria Jeans» применила антикризисное управление для улучшения своего имиджа и повышения продаж. Значительно повысился тон в медиаполе и стал устойчивым позитивно-нейтральным, когда несколько лет назад преобладал негативный

тон. В качестве инструментов антикризисного управления компания использовала: анализ ситуации, немедленное реагирование и приобретение иностранных брендов; наращивание производства; изменение аудитории; использование рекламных технологий; изменение менеджмента; активное освещение коллекций и присутствие в медиаполе - повышение экспертизы; анализ и соответствие зарубежным тенденциям моды для молодежи.

Для эффективной деятельности в области как малого, так и крупного бизнеса следует отслеживать внутреннее и внешнее присутствие компании в медиaprостранстве. Для этого используется один из наиболее эффективных методов - мониторинг СМИ и социальных сетей, которому в данной работе уделено особое внимание.

Список литературы:

1. Захаров В.Я. Антикризисное управление. Теория и практика: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям экономики и управления / В.Я. Захарова // 3-е издание, перераб. и доп. / М.: ЮНИТИДАНА, 2010. С. 319.

2. Вороной А. А., Манько П. М. Сравнительный анализ информационно-аналитических систем для обработки открытых источников информации // Маркетинг и маркетинговые исследования, 2007. № 3 (69). С. 194-205.

3. Гольдштейн Г.Я., Катаев А.В. Маркетинг: Учебное пособие для магистрантов. / Таганрог: Издательство ТРТУ, 1999. С. 107.

4. Касаткин С. С. Методы сбора и анализа данных при мониторинге СМИ // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2014. №9.

5. Сальникова, Л.С. Принципы антикризисных коммуникаций / Л.С. Сальникова // Школьные технологии. 2019. №1. С. 98-104

6. Чумиков, А.Н. Антикризисные коммуникации: Учебное пособие для студентов вузов / А.Н. Чумиков. // М.: ЗАО Издательство «Аспект Пресс». 2013. С. 172.

7. Яковлева, Ю.Н. Эффективное управление антикризисными коммуникациями / Ю.Н. Яковлева // Государственное управление. Электронный вестник. 2012. №31. С.9.

УДК 338

Закиряев Р.М., магистрант 2 курса, Ильясова М.К., к.э.н., доцент
Zakiryayev R.M., 2nd year master's student, Ilyasova M.K., PhD, Associate Professor

ГБОУВО РК «Крымский инженерно-педагогический университет имени Февзи Якубова»

SBEIHE RC «Crimean engineering and pedagogical university the name of Fevzi Yakubov

АНАЛИЗ ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ ОРГАНИЗАЦИИ И ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИХ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ

ANALYSIS OF THE ORGANIZATION'S WORKFORCE AND EVALUATION OF THE EFFECTIVENESS OF THEIR USE

Аннотация. В статье раскрыты возможности экономического анализа трудовых ресурсов, которые заключаются в разработке рекомендаций по совершенствованию управления эффективностью использования трудовых ресурсов, а также по повышению обоснованности рабочих планов по труду. Достаточная обеспеченность организации трудовыми ресурсами и способность руководства к наиболее эффективному их использованию закономерно приводит к увеличению объемов выпускаемой продукции. Также в статье рассмотрено на примере организации, как меняется количество и состав работающих.

Ключевые слова: экономический анализ, трудовые ресурсы, производительность труда, рабочая сила, человеко-часы.

Annotation. The article reveals the possibilities of economic analysis of labor resources, which consist in the development of recommendations to improve the management of the efficiency of the use of labor resources, as well as to increase the validity of work plans for labor. Sufficient provision of the organization with human resources and the ability of management to use them most effectively naturally leads to an increase in the volume of products. Also in the article it is considered on the example of an organization, how the number and composition of employees changes.

Keywords: economic analysis, labor resources, labor productivity, labor force, man-hours.

В настоящее время все больше внимания уделяется человеческим ресурсам. Это объясняется тем, что все материальные ресурсы трансформируются в результате взаимодействия средств производства и труда людей, вовлеченных в производственную деятельность. Важным показателем, характеризующим работу предприятий, являются трудовые ресурсы, от их уровня зависят финансовые результаты деятельности предприятий. Размеры, структура и качество трудовых ресурсов, обеспеченность ими и их использование оказывают решающее влияние на повышение эффективности производства.

Основным содержанием экономического анализа трудовых ресурсов является неразрывное единство процесса выделения отдельных элементов из единого целого и объединения этих элементов в единое целое на более содержательной основе.

В результате анализа оценивается достигнутый уровень эффективности использования трудовых ресурсов, степень влияния технико-экономических факторов на изменения, произошедшие на этом уровне, и увеличение внутренних производственных резервов повышения эффективности труда.

В условиях современной рыночной экономики становится необходимым понять, что изменилось в производственном процессе по сравнению с

поставленной задачей и предыдущим периодом. Многие показатели зависят от обеспечения сохранности трудовых ресурсов предприятия и эффективности их использования, таких как объем и своевременность выполнения всех работ, степень использования оборудования, машин, механизмов, и как следствие - объем производства, его себестоимость, прибыль и ряд других экономических показателей [1].

Следовательно, целью экономического анализа трудовых ресурсов является разработка рекомендаций по совершенствованию управления эффективностью труда, а также повышение обоснованности планов работ по труду.

Достижение этой цели невозможно без изучения проблем эффективного использования трудовых ресурсов.

Основной задачей анализа использования трудовых ресурсов является выявление всех факторов, препятствующих росту производительности труда, приводящих к потере рабочего времени и снижению заработной платы.

Исследования по использованию трудовых ресурсов — это деятельность, определяющая способность предприятия выполнять свою работу. Таким образом, предприятие, обеспеченное квалифицированными кадрами, способно поддерживать высокое качество выпускаемой продукции и значительно повышать свою конкурентоспособность. Умение грамотно использовать человеческие ресурсы остается важной составляющей стабильной работы компании [2].

Определение степени эффективности важнейшего элемента деятельности предприятия является главным приоритетом в работе организации. Для того чтобы изучить этот процесс, вы должны понять, что такое рабочая сила, и погрузиться в процесс анализа.

Трудовые ресурсы — это объем населения, характеризующийся достаточными физическими и интеллектуальными данными, трудоспособностью, необходимыми для выполнения определенных видов работ. Достаточная обеспеченность организации этим ресурсом и способность руководства использовать их наиболее эффективно закономерно приводят к увеличению объема выпускаемой продукции.

Количество персонала на предприятии зависит от сложности, характера, трудоемкости производства и процессов управления, степень механизации, автоматизации, компьютеризации. Эти факторы определяют его стандартные значения. Наиболее объективно персонал описывается числом сотрудников, которые в данный момент работают на предприятии [3].

Структурой персонала называют совокупность различных групп работников и объединенных по признакам и категориям. В зависимости от участия в производственном процессе различают: промышленный персонал — рабочие, непосредственно связанные с производством и непромышленный персонал — работники, которые непосредственно не связаны с производством. В зависимости от характера трудовых функций промышленного персонала делится на категории:

- рабочими называют работники, непосредственно участвует в создании каких-либо ценностей или в предоставлении промышленных и транспортных услуг;

- специалистами называют работниками, реализовывающие юридические, технические, организационные, административные и другие функции. К ним также относятся: экономисты, юристы, инженеры, а также бухгалтеры и др.;

- служащими называют работниками, которые осуществляют финансово-расчетные функции, подготовку и оформление документов, хозяйственное обслуживание и другие функции. К ним относятся секретари, табельщики, кассиры, экспедиторы и др.;

- сотрудники (технические исполнители) — работники, занятые в финансовой и бухгалтерской сфере, подготовка документации, коммунальные услуги и другие функции. К ним относятся секретари, кабельщики, кассиры и другие.

- руководители, осуществляющие функции управления организацией. Разумное распределение работников предприятия по подразделениям, распределение на рабочие места в соответствии с системой разделения труда сотрудничества, с одной стороны, способностями, психофизиологическими способностями работников, соответствующей проделанной работы, с другой стороны, через подбор и расположение сотрудников предприятия. В то же время стремление к образованию активных трудовых коллективов и создание условий для профессионального роста каждого сотрудника. Выбор и распределение работников на основе принципов соответствия, перспективы и оборота [4].

Основной задачей подбора и распределения персонала является оптимальное размещение персонала в зависимости от поставленной задачи. При решении такой задачи следует учитывать пригодность работника к определенному виду работ, а также нужно сформулировать требования к конкретной работе и принять во внимание личные качества сотрудников. Для подбора и распределения управленческих кадров нужно рассмотреть следующие показатели: уровень квалификации; деловая хватка; производительность; качество их работы; стиль и методы работы; аналитические навыки; способность к обучению; участие в инновационной деятельности; дисциплина; психологическая совместимость.

Цель составления баланса рабочей силы предприятия заключается в том, чтобы в первую очередь определить дополнительную потребность в рабочей силе по категориям работающих. Составление баланса предусматривает сопоставление имеющихся трудовых ресурсов в разрезе категорий с требуемой их величиной (потребностью).

Полноту применения трудовых ресурсов нужно оценивать по числу отработанных дней и количества часов одним сотрудником за отчетный период времени, а также по уровню применения фонда рабочего времени. Подобный анализ проводится по всем категориям работников, в отношении каждой производственной единицы и всей компании. Для кадровых размещений учитывают такие показатели как: уровень квалификации; опыт; качество проделанной работы; квалификация; дисциплина. Учитывая динамичность

трудовых ресурсов предприятия и изменения в производстве, на предприятии осуществляется расчет достаточности трудовых ресурсов для обеспечения производственного процесса. Этот расчет базируется на данных, полученных в результате составления баланса рабочей силы предприятия, баланса рабочего времени и баланса рабочих мест.

Таким образом, на предприятии происходят тектонические сдвиги в качественном персонале в сторону увеличения численности работников с более высоким уровнем образования, квалификации и многолетним стажем, что говорит о высоком уровне подготовленности персонала, что, в свою очередь, может повлечь за собой более высокие затраты на оплату труда.

Список литературы:

1. Егорова, М. С. Трудовые ресурсы предприятия: оценка потребности и эффективности использования / М. С. Егорова, И. Г. Пищальников. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2021. — № 9 (89). — С. 586-589. — URL: <https://moluch.ru/archive/89/18292/> (дата обращения: 12.11.2023).

2. Грищенко О. В. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: Учебное пособие. Таганрог: Изд-во, 2021.

3. Алексеева А. И., Васильев Ю. В., Малеева А. В., Ушвицкий Л. И. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: уч. пособие для вузов, изд-во. - М.: Финансы и статистика, 2022.

4. Шарипов С., Харисов Г., Колпаков П. Производительность труда как показатель эффективности использования производственных ресурсов / С. Шарипов, Г. Харисов, П. Колпаков // АПК: Экономика, управление, 2019. - № 8. - С. 41-44.

УДК 658.5

Зуева И.А., д.э.н., профессор

Zueva I.A., Doctor of Economics, Professor

ЧОУ ВО «Московский университет имени С.Ю. Витте»

CHOU VO "S.Y. Witte Moscow University"

**АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ И МЕТОДИКИ ПОСТРОЕНИЯ
СИСТЕМ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА, ИХ РОЛЬ В
ОБЕСПЕЧЕНИИ ЭФФЕКТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТА
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ
TOPICAL ISSUES AND METHODS OF BUILDING MANAGEMENT
ACCOUNTING SYSTEMS, THEIR ROLE IN ENSURING EFFECTIVE
MANAGEMENT OF THE ACTIVITIES OF A COMMERCIAL ORGANIZATION**

Аннотация. В статье исследуются вопросы функционирования в российской практике менеджмента специализированного управленческого

учета. Обращается внимание на характер внедрения и развития системы управленческого учета в российской практике, и особенностях современного этапа ее использования. На основе статистических данных обосновывается необходимость наличия в структуре управления системы управленческого учета для обеспечения эффективности менеджмента компании. Дан анализ современного механизма формирования и функционирования такой системы.

Обращается внимание на важность выбора правильной и адекватной модели построения системы управленческого учета в компании. Предложены современные подходы моделирования такой системы в структуре менеджмента компании.

В заключении обращено внимание на необходимость разработки современных российских информационных продуктов для систем управленческого учета с обеспечением их необходимой гибкости и подстраивания к российским условиям бизнеса, масштабам хозяйствующих субъектов, отраслевым особенностям их функционирования.

Ключевые слова: управленческий учет, выработка управленческих решений, менеджмент.

Вопросы внедрения в систему менеджмента специализированного управленческого учета в российской практике управления коммерческими организациями всегда рассматривались неоднозначно, и этому было несколько причин [1].

Во-первых, так как управленческий учет как в России, так и на международном уровне не регламентирован на законодательном и нормативном уровне, то многие руководители российских компаний до последнего времени считали, что, если управленческий учет необязательный, значит и не нужно на него тратить ресурсы компании [2].

Во-вторых, в периоды экономического благополучия в стране и на отраслевом уровне у большинства российских компаний не существовало необходимости жесткого планирования и экономии затрат, что и является, по сути, базой и одной из целей управленческого учета [3].

В-третьих, долгое время большинство участников рынка вели свою деятельность не применяя подходы бюджетирования, не планируя затраты, а иногда и не формируя бизнес-планы, которые также являются основным элементом управленческого учета.

Возникает вопрос, на основании какой информации, при таком отношении к управленческому учету, хозяйствующие субъекты вырабатывали управленческие решения. Во многих случаях это делалось на основе данных бухгалтерского финансового учета. Однако, бухгалтерский финансовый учет имеет валовый характер определения финансовых результатов (доходов, расходов и прибылей (убытков), нацеленный на формирование показателей публичной бухгалтерской финансовой отчетности, а значит не содержит возможностей рассчитывать показатели для управленческих целей. Достаточно часто российские компании для выработки управленческих решений использовали исключительно оценку состояния внешней деловой среды,

маркетинговые исследования, отслеживания действия ближайших конкурентов. В этих условиях, такая компания в своих результатах деятельности как бы «плыла по течению» с почти непредсказуемым финансовым результатом к концу года [4].

Достаточно длительное время существовало мнение, что управленческий учет нужен исключительно крупным компаниям, которые имеют достаточно ресурсов для финансирования управленческой бухгалтерии. Вместе с тем, необходимость наличия управленческого учета в системе менеджмента вызывается во многом состоянием конкурентной среды, а именно у мелких и средних компаний конкурентная среда наиболее жесткая.

Необходимость принятия более взвешенных управленческих решений можно проиллюстрировать данными о финансовых результатах хозяйствующих субъектов за последние 10 лет (Таблица 1).

Данные показывают, что почти 30% крупных и средних организаций в среднем стабильно показывают убыток в годовой бухгалтерской финансовой отчетности. Это, по сути, почти треть таких компаний. Такие данные означают, что затраты значительного количества компаний не покрываются их доходами, а это свидетельствует во многом о недостатках менеджмента и, судя по всему, отсутствия адекватной и качественной системы управленческого учета.

Таблица 1. Динамика финансового результата организаций (без субъектов малого предпринимательства) [5].

(млрд. рублей по данным бухгалтерской отчетности)

Год	Сальдо прибылей и убытков	В % к соответствующему периоду предыдущего года	Сумма прибыли	Удельный вес прибыльных организаций, %	Сумма убытка	Удельный вес убыточных организаций, %
2012	7824	110,8	9213	70,9	1389	29,1
2013	6854	82,7	9519	69,0	2665	31,0
2014	4347	68,2	10465	67,0	6118	33,0
2015	7503	173,6	12654	67,4	5151	32,6
2016	12801	157,0	15823	70,5	3022	29,5
2017	9037	69,5	14079	68,1	5042	31,9
2018	12400	159,6	18332	66,9	5932	33,1
2019	16633	127,7	20606	67,5	3973	32,5
2020	13419	76,3	21162	67,3	7743	32,7
2021	33916	в 2,4р.	38292	70,8	4376	29,2
2022	25925	87,4	31310	73,9	5385	26,1

Если рассматривать вопрос о механизме построения систем управленческого учета (далее – СУУ) в составе менеджмента компаний, то можно выделить ряд этапов его формирования.

I этап. Постановка целей для системы управленческого учета. Данный этап во многом зависит от характера менеджмента в организации. Непосредственной целью управленческого учета является формирование

информации для принятия управленческих решений о деятельности организации в разрезе управленческого признака (сегментов деятельности, видов продукции (услуг), центров ответственности). Но данная цель СУУ может реализовываться с разной ступени глубины. Наиболее продвинутая СУУ охватывает все этапы управления от планирования до фактического исполнения и план-фактного анализа (контроля). При отсутствии планирования и бюджетирования в компании, управленческий учет часто сосредотачивается лишь на формировании фактических показателей в разрезе управленческого признака.

II этап. Принятие внутреннего регламента в области управленческого учета. Это может быть традиционный приказ по учетной политике в области управленческого учета, в котором прописываются функции, что возлагаются менеджментом на СУУ; состав центров ответственности (мест возникновения затрат и результатов); состав, форма и периодичность внутренней управленческой отчетности; ответственность в рамках СУУ и режимы доступа к информации управленческого учета, всегда содержащей коммерческую тайну. Часть указанных регламентационных документов могут быть приложениями к издаваемому приказу.

Сложность регламентирования СУУ на уровне конкретной организации заключается и в том, что она, по сути, «накладывается» на систему управления компанией. А так как, система управления каждой компании является во многом особой, индивидуальной, с учетом применяемой модели управления и структуры ее бизнеса, то СУУ также в большинстве случаев индивидуальна для каждой компании. Поэтому внутренний регламент по СУУ каждая компания должна разрабатывать, учитывая свои вышеуказанные особенности [6].

В рамках теории управленческого учета организационная модель данного вида учета может выстраиваться согласно двух основных подходов:

1) по автономной (параллельной) модели, как обособленная система от базы формирования информации в бухгалтерском финансовом и налоговом учете (при этом используется аналитический, накопительный метод ведения учета в специальных регистрах управленческого учета);

2) по комбинированной (смешанной) модели, как ведение специальных счетов управленческого учета в рамках рабочего плана счетов бухгалтерского финансового учета организации (при этом используется метод двойной записи и перекрестная корреспонденция счетов управленческого и финансового учета).

На первый взгляд, вторая модель проще и экономичнее, так как не требует создания отдельной управленческой бухгалтерии. Однако, ведение управленческого учета методом двойной записи имеет очень сложную корреспонденцию счетов и посильна только высококвалифицированным бухгалтерам. Это также связано с тем, что количество счетов управленческого учета многочисленно. По управленческому признаку, например, виду продукции в ассортиментной корзине выпуска компании, должно вести не менее 6 управленческих счетов: доходов и расходов хотя бы по элементам затрат. Значит комбинированную модель СУУ могут применять исключительно небольшие организации с неширокой ассортиментной корзиной, а именно эти

организации часто не могут себе позволить привлекать высококвалифицированных бухгалтеров, так как экономят издержки [7].

Если смоделировать возможную схему СУУ по вышеперечисленным моделям, то они будут выглядеть следующим образом (Рисунок 1 и Рисунок 2).

Как видно из рисунка такая модель предполагает три учетных подразделения: финансовую, налоговую и управленческую бухгалтерии. Однако, достаточно часто в компаниях службы управленческого учета не относятся вообще к учетным подразделениям, а называются как-то иначе, например, Отдел управленческой информации.

В рамках СУУ можно также выделить этапы формирования информации в целях обоснования принимаемых управленческих решений [8]:

- I этап. Накопление затрат по центрам затрат по управленческому признаку (сегменту деятельности, виду продукции (услуг)). Накопление проводится ежемесячно (или подекадно, понедельно) в рамках учетной политики в области управленческого учета. В конце месяца (декады, недели) формируется внутренняя управленческая отчетность с доступом к ней соответствующего звена менеджмента. По окончании этапа месяц (декада, неделя) в управленческом учете закрывается.

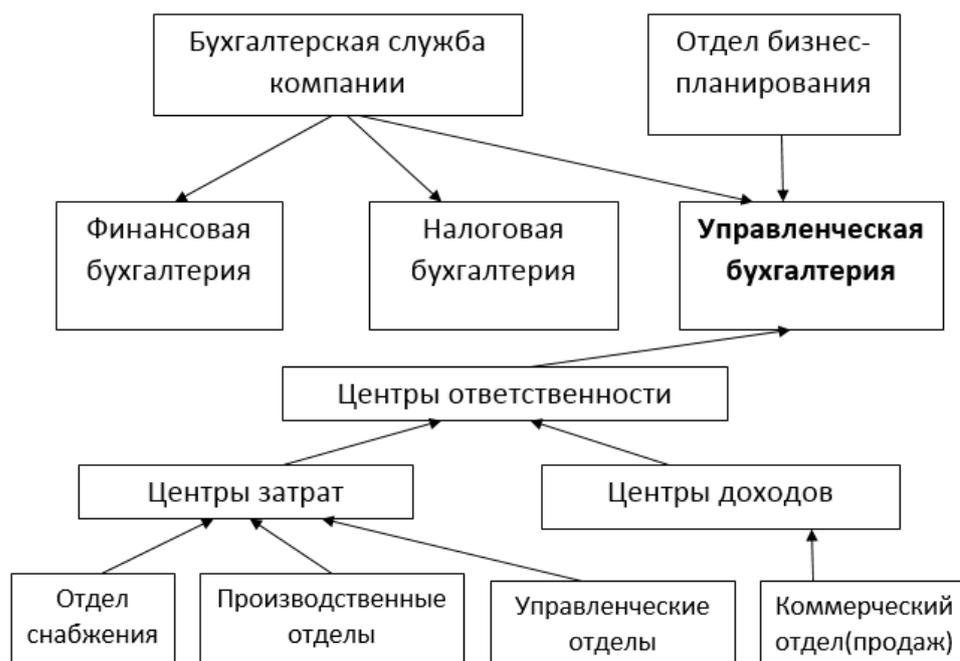


Рисунок 1. Типовая автономная модель построения системы управленческого учета

- II этап. Калькулирование и расчет себестоимости единицы продукции (работ, услуг). Проводится управленческой бухгалтерией на основе информации центров затрат. Себестоимость единицы продукции в рамках ассортимента сравнивается с ее продажной ценой (по информации от центра доходов) и с показателями планового бюджета затрат на данное изделие, заложенными в СУУ в начале текущего года. Результаты сравнения оформляются в виде внутренней управленческой отчетности с обеспечением

права доступа соответствующего менеджмента. По окончании этапа месяц (декада, неделя) также закрывается.

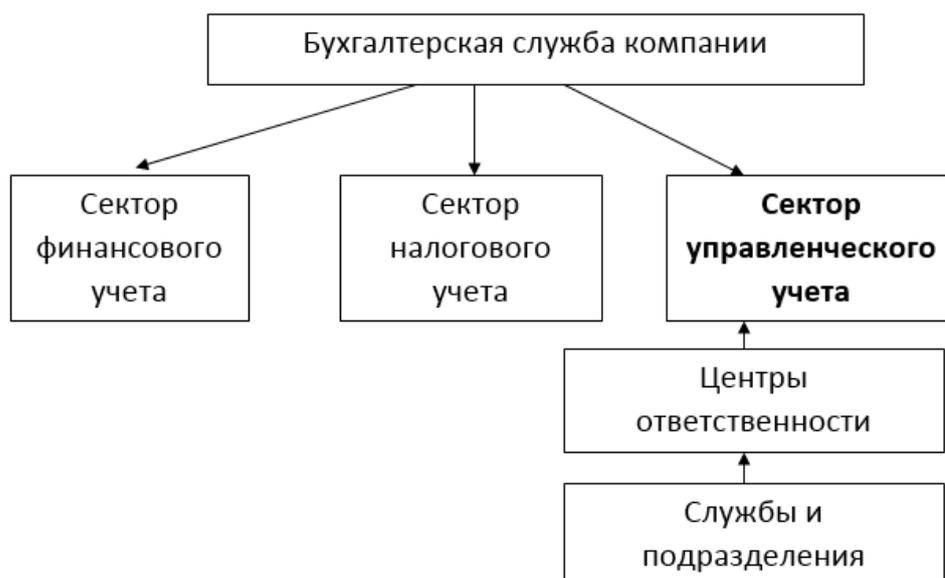


Рисунок 2. Типовая комбинированная модель построения системы управленческого учета

- III этап. Оценка показателей внутренней управленческой отчетности, выработка и принятие корректирующего управленческого решения по результатам деятельности за месяц (декаду, неделю).

Система управленческого учета как современная информационная среда любой компании должна быть обеспечена адекватным современным программным продуктом [9,10]. При этом такие информационные программные продукты должны быть разработаны для разных уровней компаний, как крупных, так и средних, мелких, и возможно, с учетом отраслевых особенностей систем менеджмента. Имеющиеся на сегодня программные средства управленческого учета или являются формальным ответвлением систем бухгалтерского финансового учета, а значит, слабо выполняют свои особые функции, или являются адаптированными ИТ продуктами иностранных компаний, слишком дорогостоящими для большинства российских предприятий и не обладающими необходимой гибкостью в настраивании к конкретным условиям функционирования российского бизнеса.

В этих условиях ИТ рынку необходимо предложить разным категориям российских компаний гибкий и достаточно доступный ИТ продукт, который при его использовании послужил бы повышению прозрачности текущей результативности менеджмента компаний всех уровней и достижению адекватных результатов деятельности в сложившихся экономических условиях современной деловой среды.

Список литературы

1. Иванова И, В, Управленческий учет в России: проблемы и перспективы // Учет и статистика. 2010. №2 (18). – С. 17-22.
2. Иванова И, В, Эволюция управленческого учета как составной части мировой системы учета // Учет и статистика. 2013. №1 (29). – С. 21-29.
3. Мусаева С.Ш., Ибрагимова А.Х. История развития управленческого учета в России // Инновационная наука. 2016. №3-1 (15). – С.166-167.
4. Шакиров А.А., Ахметзянов А.Р. Управленческий учет // Инновационная наука. 2016. №1-1 (13). - С. 205-208.
5. Росстат. Официальная статистика. Финансы. Финансовое состояние организаций. <https://rosstat.gov.ru/statistics/finance>
6. Панахов А.У. Проблемы и перспективы управленческого учета в цифровой экономике // Учет. Анализ. Аудит. 2020. № 7. С. 6-14.
7. Ивашечкина Л.Г., Савицкая Т.В. Современный взгляд на некоторые аспекты управленческого учёта в условиях цифровой экономики // Управленческий учет. 2021. № 8-1. С. 165-170.
8. Сычева А.А., Филиповская Н.В. Эффективность управленческого учета в организации // Инновационная наука. 2016. №10-1. – С.121-123.
9. Глазова М.В., Коробейникова О.М., Стефанович Л.И., Чекрыгина Т.А. Облачные технологии в управленческом учете // Научный вестник: Финансы, банки, инвестиции. 2022. № 2. С. 135-143.
10. Палагин А.А. О структурных изменениях управленческого учета в контексте цифровой трансформации бизнес-процессов // Управленческий учет. 2023. №4. - С. 262 -271.

УДК 338

Ибрагимов Э.Н., обучающийся 4 курса, Ильясова М.К., к.э.н., доцент
Ibragimov E.N., 4th year student, Ilyasova M.K., PhD, Associate Professor

ГБОУВО РК «Крымский инженерно-педагогический университет имени Февзи Якубова»
SBEIHE RC «Crimean engineering and pedagogical university the name of Fevzi Yakubov

СТИМУЛЫ ЭФФЕКТИВНОГО ТРУДА ДЛЯ СОТРУДНИКОВ СОВРЕМЕННЫХ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ГОСТИНИЧНО- РЕСТОРАННЫХ КОМПЛЕКСОВ

INCENTIVES FOR EFFECTIVE WORK FOR EMPLOYEES OF MODERN DOMESTIC HOTEL AND RESTAURANT COMPLEXES

Аннотация. В статье затронуты вопросы материального и нематериального видов стимулирования работников сферы предоставления гостинично-ресторанных услуг с целью повышения качества производственно-

реализационных процессов. Условия современного гостинично-ресторанного хозяйствования все чаще заставляют управленцев задумываться о способах привлечения и удержания не только потенциальной клиентуры, но и самого важного звена в производственном процессе - работников первой линии взаимодействия. Привлечение работников, желающих совершенствовать свои профессиональные навыки, укреплять мастерство, а также получать достойную оплату за свой труд, стало одной из сложнейших задач современного гостинично-ресторанного комплекса.

Ключевые слова: гостинично-ресторанный комплекс, работники, профессиональные навыки, мотивация, стимулирование работников.

Annotation. The article touches upon the issues of material and non-material types of incentives for employees in the provision of hotel and restaurant services in order to improve the quality of production and implementation processes. The conditions of modern hotel and restaurant management are increasingly forcing managers to think about ways to attract and retain not only potential customers, but also the most important link in the production process - employees of the first line of interaction. Attracting employees who want to improve their professional skills, strengthen their skills, as well as receive decent pay for their work, has become one of the most difficult tasks of the modern hotel and restaurant complex.

Keywords: hotel and restaurant complex, employees, professional skills, motivation, stimulation of employees.

Какова должна быть методика стимулирования труда сотрудников, чтобы при их взаимодействии с клиентами по прошествии длительного периода времени у последних остались воспоминания позитивного характера, подтверждающие статус и позицию компании, производящей отличные от подобных ей потребительские ценности? Рассмотрим наиболее интересные ступени, которые грамотный российский управленец не должен игнорировать, если желает для своего предприятия процветания, стабильности и успешности.

Прежде всего напомним, что потребности работников многообразны и зависят от первоначальных движущих мотивов, от типа личности, внутреннего резерва и т. д. Вне зависимости от вышесказанного все потребности могут быть разделены на две основные группы: материальные и нематериальные. В соответствии с этим и стимулы также делятся на материальные и нематериальные. Критерием материальных стимулов служит их включенность в систему товарно-денежных отношений. Кроме этого, материальные стимулы могут быть денежными и неденежными. При этом обе эти совокупные части материального стимулирования включены в систему товарно-денежных отношений, так как являются товаром для предприятий и организаций, перечисляющих за них определенные денежные суммы. Но если рассматривать отдельного сотрудника, то для него данные части будут выступать в неденежной или частично денежной форме. Эта группа материальных неденежных стимулов обусловлена воспроизводством рабочей силы.

Другая группа материальных неденежных стимулов связана с функционированием работников в производстве. Здесь рассматриваются

вопросы организации труда, его санитарно-гигиенические условия и пр. Особенностью данной группы стимулов является то, что они сами по себе не всегда непосредственно увеличивают трудовую активность, но, влияя на выбор того или иного места работы, играют роль катализатора такой активности.

Нематериальные стимулы более многообразны. Среди них можно выделить социальные, моральные и творческие. Социальные стимулы связаны с потребностями работников в самоутверждении, а также с их стремлением занимать определенное общественное положение, т. е. с потребностями в определенном объеме власти. Эти стимулы выражаются в возможностях участвовать в управлении производством, трудом и коллективом, в принятии решений, в перспективах продвижения по социально-профессиональной лестнице, в возможностях заниматься престижными видами труда.

Нередко, сталкиваясь с боязнью руководства делегировать свои полномочия сотрудникам, которые обладают необходимыми для выполнения данного вида работ знаниями, опытом и потенциалом, возникает вопрос, почему в отечественном производстве поощряется политика беспрекословного тотального подчинения, ведь крупные корпорации давно уже доказывают практическое применение позитивного делегирования, которое очень часто дает надежду служащему на возможность карьерного роста и отвлекает его сознание от рутинности, свойственной абсолютно всем иерархическим ступеням, а также учит работника творчески подходить к решению поставленных перед ним задач. Кроме этого, делегирование в условиях российского производства, если оно все-таки имеет место, зачастую приобретает форму защиты руководства организации от принятия ошибочных управленческих решений, когда ответ за них держит рядовой сотрудник, втянутый (в большинстве случаев в силу политических соображений) в тот или иной выходящий за рамки его должностной инструкции круг вопросов.

Моральные стимулы к труду связаны с потребностями человека в уважении со стороны коллектива, в признании его как работника, нравственно одобряемой личности.

Социально-психологические стимулы вытекают из той особой роли, которую играет общение в жизни человека. Оно является конкретной потребностью и условием его нормальной жизнедеятельности. Трудовая деятельность в общественном производстве, с одной стороны, дает возможность общения, а с другой - самореализуется только через него.

Такова характеристика стимулов труда в зависимости от тех личностных потребностей работников, на удовлетворение которых они направлены и реализация которых возможна в сфере труда.

Важно, чтобы в случае распределения того или иного вида поощрений вопросы личностной заинтересованности индивидов отходили на второстепенный план по сравнению с профессиональными навыками и вкладом работников трудового коллектива в бизнес и процветание организации.

Экономическими рычагами, регулирующими трудовую деятельность коллектива, а следовательно, и трудовое поведение его отдельных членов, являются цены на установленные в организации товары и услуги гостинично-

ресторанного направления, а также прибыль отеля. При этом понятие качества потребительских ценностей все чаще выступает одним из определяющих факторов, влияющих на поступление денежных средств от потенциальной клиентуры.

Между материальными и нематериальными стимулами существует диалектическая связь. Так, заработок (материальный стимул), а также его величина влияют на оценку и самооценку сотрудника трудового коллектива, удовлетворяя тем самым его потребности в признании, уважении окружающих, самоуважении, самоутверждении, т. е. в данном случае материальный стимул выступает одновременно и как социальный, и как моральный. В то же время применение материальных стимулов без использования социальных, творческих и моральных не способствует стимулированию выполнять все присущие ему функции в полной мере. Это приводит к преобладанию экономической функции в ущерб социальной, социально-психологической и нравственной.

Таким образом, материальные и нематериальные стимулы взаимно дополняют и обогащают друг друга. Если противоречия между различными интересами углубляются, то действенность нематериальных стимулов ослабляется.

Диалектическую связь различных видов стимуляции подтверждает ответ одного из участников проведенного обследования на вопрос о том, что значит для него хорошая работа: «Хороша работа - это такая работа, на которую идешь с радостью, делаешь ее с удовольствием и у окошка кассы не чувствуешь себя униженным».

Практика функционирования гостинично-ресторанных комплексов на территории Российской Федерации, к сожалению, по сей день в основном далека от современных требований мирового хозяйствования. Многие российские отели и рестораны, особенно мелкие и средние, испытывают сегодня немалые затруднения экономического характера, ограничены в ресурсах. Проблема их выживаемости во многом должна решаться за счет резервов, использование которых не требует больших затрат. Одним из такого рода резервов является внедрение системы современной мотивации труда.

Как известно, за труд полагается вознаграждение, в качестве которого выступает все, что человек считает ценным для себя. Такого рода поощрения подразделяются на внутренние и внешние. К первым относятся чувство самоуважения, удовлетворение от достижения результатов, ощущение содержательности и значимости своего труда и т. д.

Хорошо подобранный трудовой коллектив отеля или ресторана представляет собой команду единомышленников и партнеров, способных создать и реализовать замыслы высшего руководства.

Для производства качественной услуги гостеприимства в условиях функционирования на территории Российской Федерации необходимо учитывать менталитет непосредственного производителя, на который не ориентированы модные зарубежные методики стимулирования эффективного труда. Следовательно, синтез передовых технологий с лучшими

отечественными методами - самый оптимальный вариант, который сохранит самобытность российской культуры и выведет производство гостиничной услуги на более современный виток развития.

Список литературы:

1. Баженова Е. Мотивация и стимулирование на пути к успеху фирмы / Елизавета Баженова. — М.: АСТ, Сова, Харвест, 2021. — 192 с.
2. Журавлев П. Практика материального стимулирования при управлении работниками //Нормирование и оплата труда в промышленности. — 2019. — №5. — С. 92-102.
3. Кошарная Г.Б. Управление персоналом (новые кадровые технологии): Методические указания – Изд.: ПГУ Пенза, 2022. – 219с
4. Маслов Е.В. Управление персоналом предприятия. Учебное пособие /под ред. П.В. Шелитова — М.: ИНФРА — М, Новосибирск НГАЭ и У, 2021. – 123с.
5. Репин В.В. Процессный подход к управлению. Моделирование бизнес-процессов / В.В. Репин, В.Г. Елиферов. — М.: Стандарты и качество; Издание 3-е, испр., 2018. — 178 с.

УДК 334

Иванкина Д.В., обучающаяся 4 курса
Ivankina D.V., 4th year student

Самарский национальный исследовательский университет имени академика
С.П. Королёва
Samara National Research University named after Academician S.P. Korolev

РОЛЬ МАРКЕТИНГОВОЙ СОСТАВЛЯЮЩЕЙ В ДОСТИЖЕНИИ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ THE ROLE OF THE MARKETING COMPONENT IN ACHIEVING COMPETITIVE ADVANTAGES

Аннотация: В данной статье исследуется важность маркетинговых составляющих в достижении конкурентных преимуществ. Автор рассматривает стратегии и тактики, которые используются для привлечения новых клиентов, укрепления и выделения рабочего положения на рынке. После рассмотрения составляющих, автор приводит примеры реализаций маркетинговых стратегий. В заключение статьи, автор приходит к выводу, о необходимости проведения постоянного анализа для успешного подбора, той или иной маркетинговой стратегии.

Ключевые слова: целевая аудитория, позиционирование, маркетинговые стратегии, конкурентные преимущества, рыночные тренды, потребительское поведение, сегментация рынка.

Abstract: This article examines the importance of marketing components in achieving competitive advantages. The author examines strategies and tactics that are used to attract new customers, strengthen and highlight the working position in the market. After considering the components, the author gives examples of marketing strategy implementations. In conclusion of the article, the author comes to the conclusion that it is necessary to conduct a constant analysis for the successful selection of a particular marketing strategy.

Keywords: target audience, positioning, marketing strategies, competitive advantages, market trends, consumer behavior, market segmentation.

Сегодня на современном рынке, где конкуренция становится с каждым днём, все более ожесточенной и интенсивной, маркетинговые составляющие начинают играть ключевую роль в достижении конкурентных преимуществ. Потребители имеют доступ к широкому выбору, как товаров, так и услуг, следовательно, компаниям просто необходимо успешное продвижение своей продукции, и компаний в целом, а это в свою очередь, можно сделать с помощью эффективных маркетинговых стратегий и тактик, которые являются главными элементами для привлечения и удержания клиентов. Они позволяют компаниям более эффективно продвигать свою продукцию, привлекать и удерживать клиентов, а также создавать прочные конкурентные преимущества. Понимание и использование маркетинговых составляющих, в нужное время, становится все более важным и актуальным элементом для компаний, которые стремятся достичь успеха и процветания на долгие годы [5, с. 184].

Далее рассмотрим пять наиболее распространённых и используемых маркетинговых составляющих в достижении конкурентных преимуществ, а именно, таких как:

- сегментация рынка;
- ценообразование;
- позиционирование;
- маркетинговая коммуникация;
- инновации и разработки новых товаров и услуг.

И первую, маркетинговую составляющую, которую мы рассмотрим более подробно, это «сегментация рынка». Сегментация рынка, представляет собой процесс разделения рынка на сегменты, на основе определённых характеристик потребителей, таких как: демографические и географические данные, финансовые возможности, поведенческие и психографические критерии. Конкурентное преимущество в «сегментации рынка» заключается в более точном нацеливании своих маркетинговых усилий на каждый сегмент по отдельности, тем самым помогая эффективнее удовлетворять потребности и повышать уровень доверия своих клиентов [1, с. 4].

Существует несколько достоинств, которые может принести «сегментация рынка» в качестве конкурентного преимущества, а именно такие критерии как:

—лучшее понимание потребностей клиентов, сегментация рынка позволяет компаниям более глубоко изучить потребности и предпочтения своих клиентов в каждом сегменте, это помогает им создавать продукты и услуги, которые лучше соответствуют требованиям каждой группы потребителей;

— более эффективное маркетинговое планирование, сегментация рынка позволяет компаниям разрабатывать целевые и персонализированные маркетинговые стратегии для каждого сегмента, они могут использовать разные коммуникационные каналы, создавать специальные предложения и акции, которые наиболее привлекательны для каждой группы потребителей;

— улучшение удовлетворенности клиентов, когда компания уделяет большое внимания потребностям и предпочтениям своим сегментам на рынке, она может лучше удовлетворять их ожидания, а это в свою очередь, приводит к повышению уровня удовлетворенности клиентов, что способствует повторным покупкам, лояльности и положительному мнению о компании [8, с. 25].

Далее рассмотрим, один из примеров компаний, которые успешно используют «сегментацию рынка» в качестве маркетинговой составляющей, в достижение конкурентных преимуществ, а именно такая компания (банк) под названием «Сбербанк». В свою очередь, компания «Сбербанк» предлагает широкий спектр различных финансовых услуг, таких как банковские счета, кредиты, инвестиции, операции с драгоценными металлами и ценными бумагами, а также страхование и вклады. Данная организация успешно применяет сегментацию рынка, для того чтобы, лучше понимать потребности и предпочтения различных групп своих клиентов. Например, данная компания всегда старается предложить различные и выгодные условия для студентов, предпринимателей, корпоративных клиентов и других сегментов. Это позволяет в свою очередь, разрабатывать и предлагать продукты и услуги, которые наиболее соответствуют потребностям каждой группе клиентов, что в конечном итоге помогает им достигать конкурентного преимущества на рынке финансовых услуг, и увеличивать свои продажи.

Вторую маркетинговую составляющую, которую мы рассмотрим более подробно, это «ценообразование». Ценообразование, представляет собой процесс определения цены на товар или услугу, который основывается на различных факторах, таких как затраты на производство, конкурентная среда, спрос и предложение, ценовая эластичность и конечно же, стратегия компании. Конкурентное преимущество в «ценообразовании», означает, что компания устанавливает оптимальную цену, которая будет привлекательной и выгодной для потребителей и одновременно обеспечит достаточную прибыльность самой компании [10, с. 3].

Существует несколько достоинств, которые может принести «ценообразование» в качестве конкурентного преимущества, а именно такие критерии как:

—низкая цена, компания может установить более низкие цены на свои товары или услуги, для привлечения большего числа клиентов, это может быть

основано на экономии производственных затрат или же, на использовании определенных эффективных стратегий управления;

— стратегия динамического ценообразования, компания может использовать динамическое ценообразование, чтобы изменять цены в режиме реального времени в зависимости от изменений спроса, конкурентной среды или других факторов, которые влияют на образование цены, а это в свою очередь, позволяет компании быть более гибкой и быстро реагирующей на изменения на рынке;

— дифференциация, в этом случае, компания может установить более высокую цену, но предложить уникальные особенности или преимущества, которые сделают ее товары или услуги более привлекательными для клиентов, это может быть связано с качеством продукции, инновационными функциями, высоким уровнем обслуживания или уникальным брендингом.

Далее рассмотрим, один из примеров компаний, которые успешно используют «ценообразование» как маркетинговую стратегию в достижении конкурентных преимуществ, а именно такую компанию как «X5 Group». Компания «X5 Group», является одной из крупнейших розничных торговых компаний в России, управляющая продуктовыми торговыми сетями «Пятёрочка», «Перекрёсток» и «Чижик», а также цифровыми сервисами «Vprok.ru Перекрёсток», 5Post и медиаплатформой Food.ru. Одной из стратегий ценообразования данной компании, было предложение товаров по выгодно низким ценам, что позволило им привлечь больше клиентов и увеличить свою долю на рынке. Ценообразование стало ключевым элементом их маркетинговой стратегии, что помогло им конкурировать с другими розничными компаниями и укрепить свою позицию на рынке продовольственных товаров [6, с. 2].

Третью маркетинговую стратегию, которую мы рассмотрим, это «позиционирование». Позиционирование, представляет собой процесс разработки стратегии, которая позволит презентовать потенциальным потребителям конкурентные преимущества вашего товара и закрепить позитивную информацию о бренде в их памяти. В рамках позиционирования компания «продаёт» главные качества и преимущества продукта, говорит о проблемах, которые он закрывает, тем самым формируя свою целевую аудиторию [2, с. 427].

Существуют некоторые ключевые аспекты позиционирования в качестве конкурентных преимуществ, а именно такие как:

— целевая аудитория, а именно определение своей целевой аудитории, чтобы понять, какие потребности и желания у нее есть, в свою очередь, это поможет создать продукт или услугу, которая точно соответствует их потребностям и предпочтениям;

— брендинг, необходимо создавать узнаваемый и привлекательный бренд, который отражает ценности и уникальность вашего продукта или услуги, брендинг помогает установить эмоциональную связь с клиентами и создать долгосрочные отношения с ними;

— маркетинговые коммуникации, стоит разработать стратегию маркетинговых коммуникаций, которая поможет передать ваше уникальное предложение целевой аудитории, для этого необходимо использовать различные каналы коммуникации, такие как реклама, социальные сети, PR и другие, чтобы достичь максимального охвата и привлечь новых клиентов.

Далее рассмотрим, один из примеров компаний, которые успешно используют «позиционирование» в качестве маркетинговой составляющей, в достижении конкурентных преимуществ, и это компания «МТС». Данная компания, является одной из крупнейших компаний предоставляющая телекоммуникационные услуги, цифровые и медийные сервисы в России, Армении и Белоруссии. Компания оказывает услуги сотовой связи, услуги широкополосного доступа в Интернет, мобильного телевидения, кабельного телевидения, и так далее. Одной из ключевых идей позиционирования компании «МТС» является предоставление надёжной и качественной связи. Компания активно продвигает свои услуги, подчеркивая свою экспертизу в области телекоммуникаций и надежности своей сети. Компания также умело использует различные рекламные кампании, а также партнерства с известными актерами, чтобы поддерживать свою позицию лидера в индустрии мобильной связи. Благодаря своему правильному и грамотному позиционированию, компания «МТС» смогла создать сильный бренд, который ассоциируется с надежностью, качеством и инновациями в сфере телекоммуникаций [6, с. 5].

Четвертую маркетинговую стратегию, которую мы рассмотрим, это «маркетинговая коммуникация». Маркетинговая коммуникация, представляет собой процесс передачи информации о бренде, его товарах и услугах целевой аудитории через различные каналы взаимодействия. Конкурентное преимущество «маркетинговой коммуникации» заключается в способности эффективно передавать ценные сообщения целевой аудитории, выделяться среди конкурентов, привлекать внимание и убеждать потребителей в преимуществах своего продукта или услуги [9, с. 2].

Существует несколько способов, которыми маркетинговая коммуникация помогает достичь конкурентного преимущества:

— реклама, она позволяет компании привлекать внимание к своим продуктам или услугам, убеждать потребителей в их ценности и стимулировать их к покупке;

— связи с общественностью, они помогают компании формировать и поддерживать положительное восприятие бренда, общаться с журналистами и влиятельными лицами, а также реагировать на кризисные ситуации;

— прямой маркетинг, это может быть рассылка электронных писем, телефонные звонки, SMS-сообщения и другие инструменты, данный маркетинг позволяет компании установить более тесную связь с клиентами, предложить персонализированные предложения и получить обратную связь;

— социальные медиа, они позволяют компании взаимодействовать с клиентами, делиться информацией о своих продуктах или услугах, получать обратную связь и строить долгосрочные отношения с потребителями.

Одним из примеров компаний, которые успешно используют «маркетинговую коммуникацию» в качестве маркетинговой составляющей, в достижении конкурентных преимуществ, является компания «Ростнефть». Данная компания является лидером российской нефтяной отрасли и одной из крупнейших публичных добычных компаний мира. В свою очередь компания активно применяет маркетинговую коммуникацию для установления своей марки и привлечения клиентов в отрасли нефтепродуктов. Они запускают рекламные кампании на различных медиаплатформах, включая телевидение, печатные изделия и интернет. Также поддерживают спортивные события, культурные мероприятия и благотворительные акции, что помогает им установить эмоциональную связь с клиентами и продемонстрировать свою социальную ответственность. В результате этих маркетинговых усилий, компания «Ростнефть» смогла достичь высокий уровень узнаваемости бренда и сильной позиции на рынке нефтепродуктов, а это в свою очередь, дало им положительное конкурентное преимущество и способность роста бизнеса в данной отрасли [4, с. 40].

Пятую маркетинговую стратегию, которую мы рассмотрим, это «инновации и разработки новых продуктов или услуг». Инновации и разработка новых товаров и услуг являются ключевыми элементами конкурентного преимущества для многих компаний. Они позволяют организациям быть впереди конкурентов, привлекать и удерживать клиентов, а также создавать новые рынки и возможности для роста.

Одна из основных причин, почему инновации и разработка новых товаров и услуг важны, заключается в том, что они позволяют компаниям отвечать на изменения в потребительском спросе и рыночных трендах. Когда компания постоянно внедряет новые и улучшенные продукты и услуги, она может удовлетворять потребности своих клиентов более эффективно, что приводит к увеличению продаж и удовлетворенности клиентов. Инновации также могут помочь компаниям дифференцироваться от конкурентов. Разработка уникальных и инновационных товаров и услуг позволяет компании предложить что-то, чего нет у других игроков на рынке. Кроме того, инновации и разработка новых товаров и услуг могут помочь компаниям улучшить свою операционную эффективность и снизить затраты. Внедрение новых технологий и процессов может сделать бизнес более эффективным и автоматизированным, что приводит к сокращению времени и затрат на производство и поставку товаров и услуг [8, с. 5].

Для успешной инновационной деятельности компании могут использовать различные подходы, такие как исследование и разработка, инвестиции в стартапы и партнерства с университетами и научными организациями. Ключевыми факторами успеха являются также культура инноваций, гибкость и способность быстро адаптироваться к новым изменениям.

Одним из примеров компаний, которые успешно используют «инновации и разработку новых продуктов» в качестве маркетинговой составляющей, в достижении конкурентных преимуществ, является компания «Яндекс».

Компания «Яндекс» является одним из крупнейших интернет-компаний в России и предлагает широкий спектр продуктов и услуг, включая поисковую систему, интернет-магазин, музыкальный сервис, транспортные услуги и другие. Благодаря своей фокусировке на инновациях и разработке новых продуктов, «Яндекс» разработал и запустил программу искусственного интеллекта для улучшения поисковой системы и предоставления персонализированных рекомендаций в интересующем вас вопросе. Кроме того, компания активно развивает свои технологии автономного вождения, что может стать значительным конкурентным преимуществом в будущем, а все это в свою очередь, помогает компании выделиться на рынке, привлечь новых клиентов, и добиться роста в современной бизнес-среде [1, с. 64].

Также хочется отметить, что при разработке маркетинговой составляющей могут возникнуть различные ошибки, которые могут негативно сказаться на её эффективности, а именно такие ошибки как:

- неучтенные изменения в потребностях рынка и аудитории в процессе разработки маркетинговой стратегии;

- копирование чужой стратегии, копирование успешных стратегий без их адаптации под продукт и аудиторию не принесет желаемых результатов, важно проанализировать и адаптировать стратегии, чтобы они соответствовали уникальным особенностям и целям именно вашей компании;

- недостаточное внимание конкурентам и анализ их маркетинговой стратегии;

- пренебрежение целям компании, если компания планирует обновление товарной линейки и фокусировку на новом сегменте рынка, важно учесть эти цели при разработке маркетинговой стратегии, также необходимо включить соответствующие мероприятия по продвижению, чтобы успешно запустить обновленную линейку;

- неэффективное использование бюджета маркетинга из-за неправильного распределения ресурсов.

Таким образом, роль маркетинговой составляющей в достижении конкурентных преимуществ является неотъемлемой и критически важной для успешного функционирования любого бизнеса. Маркетинг позволяет компаниям определить и понять потребности своей целевой аудитории, разработать и продвинуть продукты и услуги, а также создать и поддерживать прочную связь с клиентами. Благодаря эффективному маркетингу, компании могут выделиться на фоне конкурентов, привлечь больше клиентов и удерживать их, а также увеличить свою долю рынка и обеспечить устойчивый рост. Все это ведет к достижению конкурентных преимуществ и укреплению позиций на рынке в современной бизнес-среде. Также важно осознавать и стараться избегать выше упомянутые возможные ошибки при разработке маркетинговых составляющих, для того чтобы достичь максимального конкурентного преимущества в данной сфере [9, с. 438].

Список литературы:

1. Голубков, Е.П. Маркетинговые исследования: теория, практика и методология [Текст] / Е.П. Голубков. - М.: Финпресс, 2021. – 464 с.
2. Хулей, Г. Маркетинговая стратегия и конкурентное позиционирование [Текст] / Г. Хулей. - М.: Баланс-Клуб, 2020. – 427 с.
3. Для руководителей [Электронный ресурс] // Сегментация рынка: виды, критерии и этапы. - URL: <https://dasreda.ru/media/for-managers/segmentatsiya-rynka/> (дата обращения: 05.11.2023).
4. Звягина Н.В. Совершенствование маркетинговой деятельности предприятия [Текст] / Звягина Н.В., Измайлов М.К. - М.: ГУ ВШЭ, 2021. – 40 с.
5. Липсиц, И. В. Маркетинговые стратегии для российских компаний [Текст] / И.В. Липсиц, Е.А. Вигдорчик. - М.: ГУ ВШЭ, 2020. – 184 с.
6. Маркетинг [Электронный ресурс] // Инструменты маркетинговых коммуникаций: виды и примеры. - URL: <https://dasreda.ru/media/marketing/instrumenty-marketingovyh-kommunikacij/> (дата обращения: 05.11.2023).
7. Маркетинг [Электронный ресурс] // Позиционирование товара на рынке в маркетинге. - URL: https://spravochnik.ru/marketing/segmentirovanie_i_pozicionirovanie_v_marketinge/pozicionirovanie_tovara_na_rynke_v_marketinge/ (дата обращения: 05.11.2023).
8. Маркетинговая деятельность [Электронный ресурс] // Маркетинговая инновационная деятельность. - URL: https://spravochnik.ru/marketing/marketingovaya_deyatelnost/marketingovaya_innovacionnaya_deyatelnost/ (дата обращения: 05.11.2023).
9. Носова, Н.С. Конкурентная стратегия компании или Маркетинговые методы конкурентной борьбы [Текст] / Н.С. Носова. - М.: Дашков, 2020. – 439 с.
10. Общие термины [Электронный ресурс] // Методы ценообразования. - URL: <https://www.unisender.com/ru/glossary/chto-takoe-metody-cenoobrazovanie/> (дата обращения: 05.11.2023).

УДК 656.078

Трофимова В.М., Иглин А.В., обучающиеся 3 курса
Trofimova V.M., Iglin A.V., 3rd years students

Научный руководитель Чернышова Л.И., к.э.н., доцент
Scientific supervisor: Chernyshova L.I., PhD, Associate Professor

ФГБОУ ВО «Уральский государственный университет путей сообщения»
"Ural State Transport University"

**СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ТРАНСПОРТНОГО
МЕНЕДЖМЕНТА**
MODERN PROBLEMS OF TRANSPORT MANAGEMENT

Аннотация: Транспортная инфраструктура играет важную роль в современной рыночной среде. Вне зависимости от времени и общества, транспорт всегда имел высокое значение. Он также занимает важное место в развитии компаний. Без сомнений, любая компания, работающая на рынке, тесно взаимодействует с внешней средой и во многом зависит от неё. Производители получают необходимые материалы, комплектующие и сырье от поставщиков, а затем доставляют готовую продукцию потребителям через посредников. Такое взаимодействие обеспечивает передвижение объектов в пространстве. В этом контексте компании заинтересованы в улучшении качества и скорости доставки товаров. Именно транспортная логистика является отраслью, которая решает эти задачи, строя оптимальные маршруты поставки грузов [1].

Ключевые слова: Транспорт, доставка, транспортный менеджмент, транспортная логистика, транспортная инфраструктура.

Abstract: Transport infrastructure plays an important role in the modern market environment. Regardless of the time and society, the transport has always been of high importance. It also occupies an important place in the development of companies. Without a doubt, any company operating in the market closely interacts with the external environment and largely depends on it. Manufacturers receive the necessary materials, components and raw materials from suppliers, and then deliver the finished products to consumers through intermediaries. Such interaction ensures the movement of objects in space. In this context, companies are interested in improving the quality and speed of delivery of goods. It is transport logistics that is the industry that solves these problems by building optimal routes for the delivery of goods [1].

Keywords: Transport, delivery, transport management, transport logistics, transport infrastructure.

Актуальность выбранной темы исследования объясняется несколькими факторами. Во-первых, транспортная логистика играет важную роль в обеспечении товарооборота. Во-вторых, эффективное и устойчивое функционирование транспортной логистики, а также развитие транспортной инфраструктуры напрямую влияют на деятельность компаний и предприятий, на экономический рост и уровень жизни населения. Более того, эффективная логистика и транспортная система являются важными условиями развития любой экономики.

Цель данной научной статьи заключается в выявлении проблем транспортного менеджмента в России и предложении решения для их устранения.

Для достижения этой цели необходимо выполнить следующие задачи:

- Изучить теоретические основы транспортного менеджмента, а также его задачи и принципы функционирования;
- Проанализировать текущее состояние транспортного менеджмента в России;

– Выявить существующие недостатки транспортного менеджмента в России и разработать предложения по их устранению.

Анализ современного состояния. Транспорт является важной частью экономического развития каждой страны. Решение транспортно-логистических проблем вносит существенный вклад в развитие страны и ее взаимоотношений с другими государствами. Развитие транспортной инфраструктуры способствует расширению рынков сбыта и увеличению конкурентоспособности международных компаний. Оно также способствует установлению международных связей и обмену информацией. Следовательно, решение проблем в сфере транспорта и логистики играет ключевую роль в преодолении экономической изолированности между странами.

Кроме того, транспорт оказывает существенное влияние на конечную стоимость товаров, что, в конечном итоге, влияет на выбор потребителя относительно транспортных услуг и приобретаемых товаров.

Эффективное управление транспортно-логистической системой является одним из ключевых факторов экономии ресурсов на предприятии. Информационная система управления транспортом TMS (Transportation Management System) является одним из инструментов, способствующим эффективному управлению.

Проблема типа МОВ («сделать или купить») является важным аспектом организации транспортного процесса. Менеджеры должны принять решение по трем вариантам:

1. Использовать свой собственный (арендованный, взятый в лизинг) автопарк и нести полную ответственность за доставку груза потребителю.

2. Доверить функции транспортировки специализированным контрактным перевозчикам.

3. Передать доставку грузов потребителям через посредников или провайдеров транспортных услуг в режиме транспортного аутсорсинга [2].

Проблематика, связанная с развитием логистики, заключается в недостаточной развитости транспортной инфраструктуры, что особо заметно при использовании различных видов транспорта для доставки товаров. Уже на ранней стадии выхода российских компаний на международный рынок, стало очевидно, что необходимо обратить внимание не только на транспортное средство, но и на средства связи и технологии доставки. Использование таких средств позволяет значительно сократить время простоя транспорта, а также снизить расходы на аренду складов, разгрузку оплату труда и т.д.

Большое количество крупных предприятий вынуждены были создать собственные транспортные сети и дистрибьюторские центры.

В условиях острой конкуренции, важность доставки очень высока: часто побеждает та компания, которая справляется с быстрой доставкой товаров до места реализации с минимальными затратами. Во многом рынки в различных регионах сформировались именно благодаря этим факторам.

Анализ современного состояния транспортной отрасли и экономики страны в целом позволил выявить следующие проблемы в развитии транспортной логистики:

- старение и износ транспортных средств;
- износ и неподдерживаемость транспортной инфраструктуры, включая дороги и погрузочные терминалы;
- низкий профессиональный уровень сотрудников и проблемы с управлением (недостаточная зарплата, отсутствие контроля и стимулирования);
- неправильное планирование маршрутов доставки;
- недостаточная координация между различными звеньями транспортной цепи.

Все названные современные проблемы, которые мы рассмотрели выше, приводят к росту затрат и сроков поставки товаров. Такое положение вещей оказывает негативное влияние не только на отдельные отрасли, но и на весь экономический сектор: замедляются темпы развития и снижается конкурентоспособность товаров на мировой арене. И это только начало. Прошлая история зарубежных компаний показывает, что рост производства и выход на новые рынки являются возможными благодаря активизации деятельности логистических центров [3].

Серкан Кавас (Serkan Kavaz), вице-президент по развитию импорта в MTS Logistics Inc., указывает на несколько глобальных проблем в области логистики.

Во-первых, постоянно меняющиеся потребности клиентов. В настоящее время требуется индивидуальный подход к каждому клиенту в области логистики. Прозрачность заказов, возможность мониторинга заказа от стадии сырья до конечной продажи товаров и обратная логистика уже стали нормой для некоторых товарных групп. Число участников перевозки усложняет поддержание качества обслуживания. Сложные системы требуют более сложного управления и контроля, что влечёт за собой дополнительные затраты на обслуживание и управление, что, в свою очередь, приводит к повышению стоимости перевозки.

Во-вторых, проблема своевременной доставки. Существует проблема перегруженности терминалов и портов, которая ведёт к задержкам в погрузке и разгрузке транспортных средств. Различные факторы, такие как военный риск на Ближнем Востоке, пиратство в Сомали и китайский новогодний праздник, также влияют на своевременную доставку.

В-третьих, проблема инфраструктуры. Постоянное увеличение объёмов перевозок приводит к появлению судов большей вместимости, но не все порты способны принять такие суда. Поэтому необходимо развивать порты и портовые сооружения. Увеличение объёмов грузов для погрузки-разгрузки и дальнейшей перевозки требует развития дорожной и железнодорожной инфраструктуры.

В-четвёртых, безопасность грузов – это также одна из проблем. Грузоотправители сдают груз перевозчикам, которые доставляют его на местный склад для обработки. Затем груз перегружается и загружается на транспортные средства для доставки в порт. Груз проходит через несколько этапов, и если все участники процесса не соблюдают необходимые меры безопасности, груз может быть под угрозой. Также, сложно прогнозировать глобальные экономические изменения.

Транспортные компании стремятся определить, какие внутренние ресурсы могут помочь снизить затраты и увеличить прибыль, чтобы получить конкурентное преимущество. В этом контексте изменение парадигмы экономической системы компании может быть способом повысить эффективность. Ориентация на максимизацию прибыли вместо удовлетворения потребностей клиентов может быть заменена фокусом на потребителя. Поставка транспортных услуг должна быть направлена на создание потребительской ценности путём повышения качества обслуживания, использования инновационных технологий мониторинга и контроля за транспортировкой и повышения эффективности бизнес-процессов [4].

Вывод. Активное развитие транспортного комплекса в глобальном масштабе приводит к расширению сферы обслуживания и изменению в значимости различных видов транспорта. В результате железнодорожный и водный транспорт теряют свою прежнюю значимость, в то время как автомобильный и воздушный транспорт становятся все более востребованными. Качество обслуживания тесно связано с уровнем удовлетворенности клиентов, а только высокий уровень качества может обеспечить стабильный рынок сбыта для транспортных предприятий. Возможность обеспечить высокое качество и эффективность обслуживания зависит от наличия нужной материально-технической базы, компьютерного оборудования и современных методов управления, а также развития информационных технологий. Ключевым фактором успешной деятельности в сфере транспорта является удовлетворение потребностей клиентов. Для потребителя важным является не затраты, понесенные транспортным предприятием, а скорость и регулярность доставки грузов и пассажиров, комфортабельность транспортных средств, сохранность груза во время перевозки и возможность достичь пункта назначения с минимальными промежуточными остановками. Исследование спроса на транспортные услуги показало, что клиенты придают особое значение своевременной доставке товаров [5].

Список литературы:

1. Борисик М.П., Иванова Е.С., Рюмкина К.А. Современные проблемы транспортной логистики РФ // Экономика и менеджмент инновационных технологий. 2022. № 1 [Электронный ресурс]. URL: <https://ekonomika.snauka.ru/2022/01/17400> (дата обращения: 12.10.2023).

2. Проблемы организации и управления транспортным процессом // Студопедия [Электронный ресурс]. URL: https://studopedia.ru/2_20344_problemi-organizatsii-i-upravleniya-transportnim-protsessom.html (дата обращения: 12.10.2023).

3. Проблемы транспортной логистики в России // [Электронный ресурс]. URL: Группа компаний СЕВЕРТРАНС <https://www.severtrans.ru/blog/problemy-transportnoy-logistiki-v-rossii/> (дата обращения: 12.10.2023).

4. Куршакова, Н. Б. Транспорт и логистический менеджмент: проблемы и перспективы / Н. Б. Куршакова, А. Е. Сизонтов. // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2017. – 11. – С. 100-103. (дата обращения: 04.11.2023)

5. Жураева Г.Ш., Абдуллаев О.У. Современные проблемы транспортного обслуживания // Universum: технические науки : электрон. научн. журн. 2023. 5(110). [Электронный ресурс] URL: <https://7universum.com/ru/tech/archive/item/15563> (дата обращения: 07.11.2023).

УДК 656.07

Ильина С.Ю., Коркодинова А.А., обучающиеся 3 курса
Ilyina S.Yu., Korkodinova A.A., 3rd year students

Научный руководитель: Чернышова Л.И., к.э.н., доцент
Scientific adviser: Chernyshova L.I., Ph.D. Associate Professor

ФГБОУ ВО «Уральский государственный университет путей сообщения»
Ural State University of Railway Engineering

СТРАТЕГИИ ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО МЕНЕДЖМЕНТА: ПУТЬ К ЭФФЕКТИВНОСТИ И УСТОЙЧИВОСТИ ТРАНСПОРТНОЙ СИСТЕМЫ

**RAILWAY MANAGEMENT STRATEGIES: THE PATH TO EFFICIENCY AND
SUSTAINABILITY OF THE TRANSPORT SYSTEM**

Аннотация: В данной статье мы рассмотрим особенности менеджмента на железнодорожном транспорте и уже существующие стратегии. Изучим преимущества и недостатки железнодорожного транспорта. Выявим сильные и слабые стороны железнодорожного транспорта, а также угрозы и возможности. Составим SWOT-анализ, проведем оценку потенциальных решений. Благодаря проделанной работе разработаем общие стратегии развития железнодорожного менеджмента, которые способствуют более эффективному и устойчивому развитию транспортной системы.

Ключевые слова: стратегия, железнодорожный транспорт, менеджмент, развитие, эффективность, устойчивость.

Abstract: In this article we will consider the features of management in railway transport and existing strategies. Let's study the advantages and disadvantages of rail transport. We will identify the strengths and weaknesses of railway transport, as well

as threats and opportunities. We will make a SWOT analysis, evaluate potential solutions. Thanks to the work done, we will develop general strategies for the development of railway management, which contribute to a more efficient and sustainable development of the transport system.

Keywords: strategy, railway transport, management, development, efficiency, sustainability.

Железнодорожный менеджмент — это комплекс организационных, управленческих и экономических мероприятий, направленных на эффективное и безопасное функционирование железнодорожной системы. В общем понимании, железнодорожный менеджмент включает в себя управление персоналом, инфраструктурой, транспортными средствами, грузами и пассажирами, а также планирование, организацию и контроль всех процессов, связанных с железнодорожным транспортом.

Железнодорожный менеджмент является комплексной деятельностью, позволяющей эффективно организовать и управлять всеми процессами, связанными с функционированием и развитием железнодорожной системы. В современных условиях, когда транспортные потоки постоянно растут, а требования к качеству и безопасности перевозок постоянно повышаются, эффективное управление железнодорожным комплексом становится особенно важным.

Одной из ключевых задач железнодорожного менеджмента является оптимизация работы внутренних процессов. Задачи могут включать в себя планирование и контроль движения поездов, поддержание в рабочем состоянии инфраструктуры и подвижного состава, обеспечение безопасности перевозок, а также обеспечение доступности и качества предоставляемых услуг. Для успешного выполнения этих задач необходимо применять современные технологии и инновационные подходы, а также повышать уровень безопасности и качества предоставляемых услуг. Эффективность и устойчивость являются ключевыми задачами для железнодорожной отрасли по нескольким причинам.

Во-первых, эффективность в железнодорожном менеджменте позволяет сохранять и оптимизировать ресурсы. Чем более эффективна работа железнодорожной системы, тем меньше требуется инвестиций и ресурсов для ее обслуживания. Например, оптимальное планирование и управление графиками движения поездов позволяет сократить временные затраты и использовать железнодорожные линии более эффективно. Также, оптимизация маршрутов и расписания движения пассажирских поездов позволяет снизить операционные расходы и увеличить доходность железнодорожного транспорта.

Во-вторых, устойчивость является важным аспектом для железнодорожной отрасли. Устойчивость означает способность системы противостоять различным вызовам и сохранять свою работоспособность даже при возникновении проблем. В железнодорожной отрасли это может означать поддержание надежности и безопасности движения поездов, а также готовность и способность реагировать на аварийные ситуации и стихийные бедствия.

Например, хорошо разработанная система безопасности и мониторинга может помочь предотвратить аварии и минимизировать их последствия.

В-третьих, эффективность и устойчивость железнодорожной отрасли имеют важное значение для удовлетворения потребностей общества. Железнодорожный транспорт играет важную роль в перемещении пассажиров и грузов, поэтому его эффективность напрямую влияет на человеческую мобильность, доступность товаров и услуг, а также на развитие экономики. Устойчивость железнодорожной системы также важна для общества, поскольку она обеспечивает надежность и безопасность транспорта, что важно для пассажиров, грузоотправителей и населения, проживающего вблизи железнодорожных линий.

Цель данной задачи - исследовать уже существующие стратегии развития железнодорожного транспорта и сформулировать общие стратегии менеджмента железнодорожной системой, которые могут привести к повышению эффективности и устойчивости. В рамках задачи необходимо рассмотреть следующие аспекты:

1. Идентификация проблем: оценить текущее состояние железнодорожной системы, выявить проблемы с которыми она сталкивается в настоящее время. Проблемы могут включать в себя недостаточную пропускную способность, высокую аварийность, устаревшую инфраструктуру и др.

2. Анализ стратегий управления: изучить различные стратегии развития железнодорожной системой, такие как внедрение новых технологий, оптимизация процессов, улучшение обслуживания пассажиров и грузовых перевозок, разработка интегрированных систем управления и т.п.

3. Оценка потенциальных решений: проанализировать эффективность и устойчивость предлагаемых стратегий управления. Оценить их влияние на повышение производительности, снижение затрат, улучшение безопасности и комфорта пассажиров, а также на снижение негативного воздействия на окружающую среду.

4. Разработка общих стратегий менеджмента на железнодорожном транспорте: на основе проведенного анализа предложить наиболее эффективные и устойчивые стратегий управления железнодорожной системой, с учетом настоящего и реального состояния в сфере железнодорожного транспорта

Особенности менеджмента на железнодорожном транспорте

На железнодорожном транспорте выделяются следующие особенности управляемой и управляющей подсистем:

- пространственное расположение объектов управления (транспортных звеньев) на большой территории;
- непрерывность производственного процесса;
- взаимозависимость всех звеньев перевозочного цикла, конвейерная система, требующая постоянного контроля;
- высокие требования к безопасности (рисунок 1)

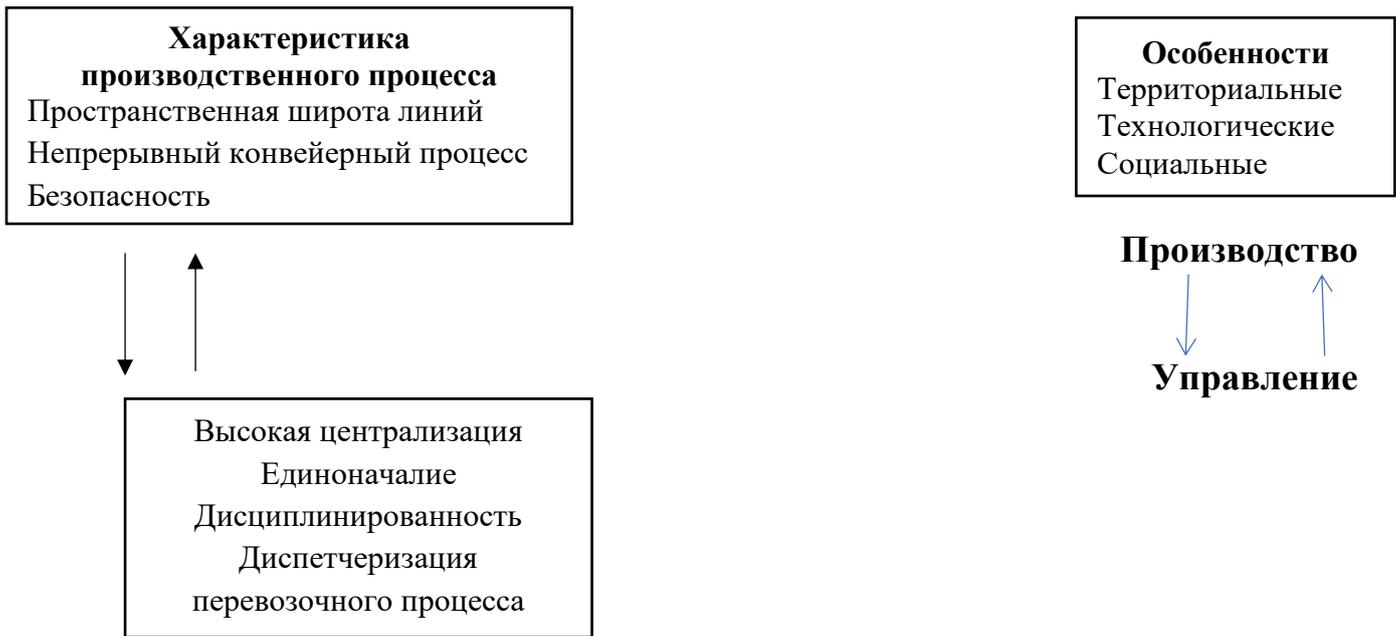


Рисунок 1. Особенности управления на железнодорожном транспорте

Железнодорожные линии тянутся на многие тысячи километров, и на всем протяжении их обслуживают специалисты отрасли, деятельность которых должна быть строго согласована, что и входит в задачи управления. Высокие требования к безопасности диктуют необходимость четкого выполнения технических функций. [1]

Преимущества и недостатки железнодорожного транспорта

Преимущества железнодорожного транспорта:

1. Большая грузоподъемность и возможность перевозки большого количества грузов.
2. Достаточно низкая стоимость перевозок на большие расстояния.
3. Большая безопасность перевозок, поскольку железные дороги имеют строгие правила безопасности и относительно мало аварий.
4. Стабильность, поскольку график движения поездов планируется заранее и редко изменяется.

Недостатки железнодорожного транспорта:

1. Ограниченная гибкость и маршруты: железные дороги не достигают всех районов, поэтому могут потребоваться дополнительные перевозки до и после поезда.
2. Низкая скорость: поезда обычно движутся медленнее, чем другие виды транспорта, особенно на коротких расстояниях.
3. Ограниченные возможности перевозки определенных видов грузов, таких как грузы требующие специальных условий транспортировки или перевозка грузов срочной необходимости.
4. Значительные затраты на строительство и поддержание инфраструктуры.

5. В целом, железнодорожный транспорт является важным и широко используемым способом перевозки грузов, но имеет свои ограничения и недостатки [2].

Стратегии железнодорожного менеджмента являются неотъемлемым элементом развития всего железнодорожного транспорта. Поэтому для начала рассмотрим развитие железнодорожного транспорта.

Развитие определяется на основе анализа текущего состояния отрасли, долгосрочных целей и приоритетов государственной политики, а также социально-экономических потребностей страны.

Из стратегий, которые уже намечены (до 2030 года) и частично применяются в развитии жд транспорта можно выделить десять основных:

1. Обеспечение безопасности на объектах железнодорожного транспорта
2. Совершенствование системы государственного регулирования тарифов на железнодорожном транспорте
3. Организация научных исследований в области железнодорожного транспорта
4. Мероприятия по модернизации и развитию инфраструктуры для ликвидации ограничений и «узких мест»
5. Реконструкция и строительство новых искусственных сооружений
6. Расширение сети железных дорог
7. Развитие скоростного и высокоскоростного железнодорожного движения
8. Развитие тяжеловесного движения
9. Обновление железнодорожного подвижного состава
10. Задачи по развитию промышленного комплекса, поставляющего продукцию для железнодорожного транспорта [3,5]

Для формирования стратегий железнодорожного менеджмента стоит подробнее рассмотреть развитие железнодорожного транспорта на сегодняшний день с помощью SWOT-анализа, представленного в таблице 1.

Таблица 1. SWOT-анализ развития железнодорожного транспорта

Сильные стороны	Слабые стороны
1. Большая грузоподъемность и способность перевозить наибольшие объёмы грузов. 2. Более экологически чистый, чем автотранспорт, вид транспорта. 3. Разветвленная сеть железнодорожных дорог, позволяющих доставку грузов в отдаленных и труднодоступные места. 4. Более стабильный и надежный вид транспорта, по сравнению с авиацией, особенно в плане своевременности доставки. 5. Дешевая стоимость перевозок на дальние расстояния за счет низких издержек. 6. Регулярность перевозок независимо от климатических условий, времени года и суток. 7. Невысокая себестоимость перевозок по	1. Значительное время погрузки и разгрузки грузов, особенно по сравнению с автотранспортом, что может увеличивать время доставки и повышать операционные затраты. 2. Невысокий уровень качества транспортных услуг, предоставляемых клиентам. 3. Необходимость согласования графика путей с другими железнодорожными компаниями, что может потребовать дополнительных усилий и затрат. 4. Высокая зависимость от инфраструктуры и энергоснабжения, что может привести к проблемам, связанным с техническими сбоями или недостатком ресурсов.

сравнению с другими видами транспорта (кроме трубопроводного).	<p>5. Ограничение местоположения станций и путей, что может привести к неудобствам для клиентов и ограничениям в возможности доставки в определенные районы.</p> <p>6. Необходимость соблюдать строгие правила и нормативы безопасности, что может потребовать дополнительных инвестиций и средств для обеспечения безопасности перевозок.</p>
Возможности	Угрозы
<p>1. Оптимизация логистических процессов может повысить эффективность железнодорожных перевозок, улучшить скорость и качество обслуживания клиентов.</p> <p>2. Электрификация и использование более эффективных и экологически чистых технологий могут помочь снизить операционные затраты и негативное воздействие на окружающую среду.</p> <p>3. Внедрение новых информационно-коммуникационных технологий, таких как системы управления логистикой и отслеживание грузов, может улучшить оперативность железнодорожных перевозок.</p> <p>4. Развитие международного сотрудничества и создание мультимодальных перевозочных коридоров могут способствовать развитию железнодорожного транспорта как основного вида транспорта в международных грузовых перевозках.</p> <p>5. Расширение географического охвата и увеличение количества направлений перевозок может привести к увеличению объемов перевозок и прибыли для железнодорожных компаний.</p>	<p>1. Конкуренция со стороны других видов транспорта, таких как авиация, автотранспорт и судоходство. Это может привести к снижению спроса на железнодорожные перевозки.</p> <p>2. Рост стоимости энергоносителей, таких как нефть, уголь, что может привести к увеличению операционных затрат для железнодорожных компаний.</p> <p>3. Сложности в поддержании и модернизации инфраструктуры, так как требуется значительный капиталовложений для ремонта и строительства путей, станций и т.д.</p> <p>4. Проблемы безопасности, включая террористические угрозы и возможность саботажа железнодорожной инфраструктуры.</p>

Рассмотрев уже существующие стратегии развития железнодорожного транспорта и проведя SWOT-анализ, можно выделить следующие общие стратегии развития железнодорожного менеджмента:

1. Повышение эффективности управления железнодорожным транспортом. Сюда можно отнести: улучшение координации между различными подразделениями железнодорожного транспорта, повышение квалификации сотрудников-управленцев, развитие системы мониторинга и контроля за работой [4].

2. Улучшение качества обслуживания пассажиров и грузоотправителей.

3. Развитие инновационных технологий в железнодорожном секторе. Создание условий для развития стартапов, стимулирование научных исследований и разработок, Разработка и внедрение новых технологий в области железнодорожного транспорта (высокоскоростные поезда, беспилотные технологии, альтернативные источники энергии и т.п.)

4. Привлечение инвестиций в железнодорожную отрасль.

5. Обеспечение безопасности движения на железнодорожном транспорте (улучшение систем контроля, контроль за соблюдением правил безопасности, разработка и реализация мер по предотвращению аварий)

6. Укрепление международного сотрудничества в области железнодорожного транспорта.

Стратегия железнодорожного менеджмента является важным инструментом для достижения эффективности и устойчивости транспортной системы. Она позволяет определить приоритеты и цели развития, а также оценить результаты и корректировать планы. Четкое планирование, реализация и оценка стратегии помогают обеспечить стабильное и эффективное функционирование железнодорожной системы, что в свою очередь способствует развитию экономики и обеспечению удовлетворения потребностей населения.

Список литературы:

1. С. В. Организация системы менеджмента на железнодорожном транспорте в современных условиях: Учебное пособие / С. В. Калинина; Омский гос. ун-т путей сообщения. Омск, 2006. 74 с. (дата обращения 26.09.23)

2. Экономика железнодорожного транспорта: Учеб. для вузов ж.-д. транспорта / Н.П. Терёшина, В.Г. Галабурда, В.А. Токарев и др., под ред. Н.П. Терёшиной, Б.М. Лapidуса – М.: УМЦ ЖДТ, 2008. (дата обращения 26.09.23)

3. РЖД [Электронный ресурс] «О Стратегии развития железнодорожного транспорта в Российской Федерации до 2030 года» URL:<https://company.rzd.ru/ru/9353/page/105104?id=155> (дата обращения 26.09.23)

4. Studfiles // Стратегия и стратегическое управление персоналом на железнодорожном транспорте [Электронный ресурс] URL: <https://studfile.net/preview/4239992/page:13/> (дата обращения 26.09.23)

5. Дорпрофжел Стратегии развития железнодорожного транспорта в РФ до 2030 года [Электронный ресурс] URL: <http://dprof38.ru/стратегия-ж-д-2030/> (дата обращения 26.09.23)

УДК 339.5

Иваненко И.А., к.э.н., доцент, Бекирова С.С., обучающаяся 4 курса
Ivanenko I.A., Ph.D., Associate Professor, Bekirova S.S., 4th year student

ГБОУВО РК «Крымский инженерно-педагогический университет имени Февзи Якубова»

SBEIHE RC «Crimean Engineering and Pedagogical University the name of Fevzi Yakubov»

РОЛЬ И ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПОСРЕДНИЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ В МЕЖДУНАРОДНОЙ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

THE ROLE AND EFFECTIVENESS OF INTERMEDIARY ORGANIZATIONS IN INTERNATIONAL COMMERCIAL ACTIVITIES

Аннотация: В данной статье рассматривается роль посреднических организаций в международной коммерческой деятельности. Она обсуждает важность посредников, их влияние на глобальные бизнес-операции, а также риски и преимущества сотрудничества с ними. Анализируются различные аспекты, такие как контракты, логистика, агенты, дистрибьюторы, репутация и финансовая стабильность посредников. Цель статьи - понять, каким образом посреднические организации могут помочь компаниям достичь успеха в международной коммерции. Данная статья освещает социокультурные аспекты международных интеграций и их влияние на общество.

Ключевые слова: Международная коммерческая деятельность, посредники, поставщики, логистика, локализация.

Abstract: This article examines the role of intermediary organizations in international commercial activities. She discusses the importance of intermediaries, their impact on global business operations, as well as the risks and benefits of working with them. Various aspects such as contracts, logistics, agents, distributors, reputation and financial stability of intermediaries are analyzed. The purpose of the article is to understand how intermediary organizations can help companies achieve success in international commerce. This article highlights the socio-cultural aspects of international integrations and their impact on society.

Keywords: International commercial activity, intermediaries, suppliers, logistics, localization.

В условиях глобализации международная коммерческая деятельность продолжает наращивать свою популярность, приобретать новые формы и разновидности, охватывать все новые страны и регионы. Целью международной коммерческой деятельности любой фирмы является получение той прибыли, которую никак нельзя получить при осуществлении коммерческой деятельности в своем государстве (нет спроса, рынок насыщен и др.). Посредством коммерческой деятельности происходит реализация рыночной связи предприятия с контрагентами. В случае, когда данная связь осуществляется с привлечением иностранных контрагентов, деятельность называется международной коммерческой.

Международная коммерческая деятельность - это процесс продажи товаров, услуг и финансовых операций между компаниями и организациями из разных стран. Она включает в себя все аспекты бизнес-взаимодействия международных партнеров, включая экспорт и импорт товаров, услуг, иностранные инвестиции, международное сотрудничество и торговлю на международных рынках [1].

Причины, по которым предприятия становятся участниками международной торговли (коммерческой деятельности):

1. Потребность в сырье, товарах (услугах) за границей, которые невозможно получить у отечественных производителей (продавцов). При этом фирмы, закупающие товар за границей, становятся импортерами.

2. Большая часть предприятий может получить прибыль путем продажи товаров или услуг на зарубежных рынках, при этом они становятся экспортерами.

3. Посредничество между покупателями и продавцами, которые находятся в разных государствах (экспортная торговая фирма или импортно-экспортный коммерсант). Эти компании получают прибыль путем использования разницы цен мирового рынка и условий международного разделения труда.

Содержание международной коммерческой деятельности включает в себя подготовку и проведение операций в сфере международного обмена продукцией, а также результатами научно-технического прогресса.

Международная коммерческая деятельность имеет несколько основных аспектов:

1. Экспорт: Экспорт представляет собой продажу товаров и услуг за пределы национальной страны. Экспортеры стремятся достичь успеха на иностранных рынках, зарабатывая валюту и расширяя свою клиентскую базу.

2. Импорт: Импорт представляет собой покупку товаров и услуг из других стран. Компании и организации могут импортировать товары и услуги, которые не производятся внутри страны, или чтобы диверсифицировать свою продуктовую линию.

3. Иностранные инвестиции: Иностранные инвестиции включают инвестирование капитала в бизнес-проекты или активы в других странах. Это может быть направлено на приобретение или участие в иностранных компаниях, строительство новых заводов или филиалов за пределами национальной страны.

4. Международное сотрудничество: Международное сотрудничество представляет собой сотрудничество между компаниями, организациями и государствами из разных стран. Это может включать совместные проекты, технологические партнерства, обмен экспертизой и ресурсами для достижения общих целей.

5. Международные рынки: Международные рынки являются площадками для торговли товарами и услугами между разными странами. На таких рынках предприниматели и компании могут продавать свою продукцию или услуги, искать новых партнеров или поставщиков, и оптимизировать свою деятельность для международной аудитории.

Международная коммерческая деятельность представляет собой возможности для компаний и организаций развивать свое бизнес-присутствие на мировой арене, достигать новых рынков и клиентов, расширять свои возможности и создавать стратегические партнерства. Однако это также может включать некоторые сложности, такие как управление рисками, адаптация к

различным правовым, культурным и экономическим условиям, и повышенную конкуренцию [5].

Важную роль в развитии международной коммерческой деятельности с момента ее зарождения играли и продолжают играть посреднические организации. Они выполняют различные функции, предоставляя услуги и облегчая процессы международной торговли между продавцами и покупателями из разных стран. Вот некоторые из ключевых ролей посреднических организаций:

1. Соединение продавцов и покупателей: Посреднические организации служат звеном, связывающим продавцов и покупателей из разных стран. Они помогают найти подходящих партнеров для бизнеса и установить контакты между ними. Это особенно важно в контексте международных сделок, где языковые, культурные и географические различия могут создавать трудности в поиске и установлении деловых контактов.

2. Маркетинг и продвижение: Посреднические организации помогают продавцам продвигать свою продукцию и услуги на зарубежных рынках. Они разрабатывают маркетинговые стратегии, проводят исследования рынка, формируют цены, осуществляют рекламу и определение каналов распространения. Это помогает продуктам и услугам успешно проникнуть на международные рынки и повысить узнаваемость бренда.

3. Логистика и таможенное оформление: Посреднические организации предоставляют услуги по логистике, транспортировке и таможенному оформлению. Они помогают организовывать поставки, контролировать и обрабатывать товары и документацию, а также управлять логистическими процессами. Это существенно сокращает время и усилия, затрачиваемые на выполнение сложных международных операций.

4. Финансовые услуги: Посреднические организации могут предоставлять финансовые услуги, связанные с международной коммерцией. Они могут помочь с валютными операциями, финансированием международных сделок, льготными кредитами и гарантиями. Это снижает финансовые риски и облегчает финансирование международных транзакций.

5. Риск-менеджмент: Посреднические организации также выполняют функцию риск-менеджмента в международной коммерческой деятельности. Они помогают сократить риски, связанные с валютными колебаниями, политической нестабильностью и другими неблагоприятными факторами. Они могут предоставлять страховые услуги и финансовые инструменты для защиты от этих рисков.

Особую ценность роль посредников приобретает в условиях различных торговых ограничений, санкций и рестрикций. Ярким примером тому служат антироссийские санкции со стороны западных стран, которые существенно ограничили экспорт в Россию самых различных товаров. В этих условиях «большинство компаний самостоятельно ищут пути сохранения каналов импортных поставок – зачастую с привлечением посредников из третьих стран. В качестве одного из успешных примеров поиска решений может быть приведен опыт ООО "Ре Трейдинг", российской дочерней компании и партнера

польской компании LPP SA, действующей на рынке одежды» [3]. В качестве посредника была привлечена компания из Объединенных Арабских Эмиратов и произведен ребрендинг популярных марок одежды для продажи на территории РФ. В то же время посреднические фирмы вынуждены нести риски введения против них «вторичных санкций» за сотрудничество с российскими компаниями.

Посреднические организации связаны с различными аспектами международной коммерческой деятельности и играют важную роль в облегчении и оптимизации процессов международной торговли. Их участие помогает свести к минимуму риски, повысить эффективность и динамичность международных бизнес-операций и способствует успешному развитию международных коммерческих отношений [4].

Про весомую роль посреднических организаций в экспортно-импортной деятельности по всем миру свидетельствует опыт как развитых, так и развивающихся государств, особенно в Азиатском регионе. Так, согласно статистических данных, в США посреднические фирмы напрямую задействованы в 24% импортных сделок и в 11% экспортных. В Италии также посреднические фирмы в большей степени задействованы в импортных операциях – их доля в среднем составляет 35% стоимости импортных сделок, в то же время для экспортных сделок этот показатель пребывает на уровне 10%. Показатели участия в международной торговле французских посредников практически идентичны итальянским данным [2].

Эффективность посреднических организаций в международной коммерческой деятельности может быть значительной. Вот некоторые основные преимущества и факторы, определяющие эффективность:

1. Экспертиза и опыт: Посреднические организации располагают экспертизой и опытом в области международной коммерции. Они хорошо знакомы с особенностями рынков, правовыми нормами, логистическими требованиями и культурными аспектами различных стран. Это позволяет им предоставлять клиентам ценные консультации и сопровождение, что способствует более успешным международным сделкам.

2. Маркетинговые ресурсы и сеть контактов: Посреднические организации обладают маркетинговыми ресурсами и широкой сетью контактов на международном уровне. Они могут помочь клиентам расширить свою клиентскую базу, установить деловые связи и провести маркетинговые исследования. Это помогает эффективнее продвигать продукцию и услуги на международных рынках.

3. Логистическая поддержка: Посреднические организации обладают компетенцией в логистике и транспортировке. Они помогают организовывать и управлять поставками, снижают временные задержки, решают проблемы с таможенным оформлением и обеспечивают безопасную доставку товаров или услуг. Это способствует сокращению времени и затрат на доставку, что повышает производительность и эффективность международной коммерческой деятельности.

4. Риск-менеджмент и финансовая поддержка: Посреднические организации имеют навыки в управлении рисками и предоставляют финансовую поддержку. Они могут предоставлять услуги страхования от рисков, финансирование международных сделок и снижение финансовых рисков. Это помогает защитить клиентов от потенциальных финансовых убытков и обеспечить стабильность в процессе международного бизнеса.

5. Эффективное партнерство и сотрудничество: Сотрудничество с посредническими организациями позволяет клиентам получить доступ к гибким и эффективным решениям для международной коммерческой деятельности. Это партнерство позволяет клиентам сосредоточиться на своем основном бизнесе, в то время как посреднические организации берут на себя ряд задач и обязанностей, связанных с международной коммерцией.

Однако эффективность посреднических организаций может различаться в зависимости от их качества, опыта и репутации. Поэтому выбор правильной посреднической организации с хорошей репутацией, проверенным опытом и эффективными ресурсами важен для успешного осуществления международной коммерческой деятельности.

Таким образом, посреднические организации значительно упрощают и оптимизируют процессы международной коммерческой деятельности. Их роль заключается в облегчении доступа к международным рынкам, оптимизации логистических процессов, предоставлении экспертных знаний, консультаций и продвижении продукции. Это помогает участникам международной коммерции эффективно работать на глобальном уровне и достичь успеха в своих бизнес-операциях.

Список литературы:

1. Булатенко, М. А. Экономическая безопасность во внешнеэкономической деятельности : учебное пособие / М. А. Булатенко. — Москва : РТУ МИРЭА, 2022. — 108 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/240029> (дата обращения: 19.11.2023). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

2. Демин А.А. Оценка роли посредников в текущем состоянии рынка // Инновационная наука. 2021. №8-1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-rol-i-posrednikov-v-tekuschem-sostoyanii-rynka> (дата обращения: 19.11.2023).

3. Древалев А.А. О роли посредников в международной торговой деятельности в условиях санкций // ЕГИ. 2022. №44 (6). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/o-rol-i-posrednikov-v-mezhdunarodnoy-torgovoy-deyatelnosti-v-usloviyah-sanktsiy> (дата обращения: 19.11.2023).

4. Кириленко, В.П. Особенности международно-правового регулирования внешнеторговых контрактов / В. П. Кириленко, Ю. В. Мишальченко, Е. В. Васильева // Евразийская интеграция: экономика, право, политика. — 2022. — № 3. — С. 84-94. — ISSN 2073-2929. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/journal/issue/323771> (дата обращения: 19.11.2023). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

5. Международная коммерческая деятельность (в схемах и таблицах) : учебное пособие / Е. В. Зенкина, Е. Л. Герасимов, Н. Ю. Сопилко [и др.] ; под ред. Е. В. Зенкиной. — Москва : КноРус, 2023. — 292 с.

УДК 330

Ильясова М.К., к.э.н., доцент
Pyasova M.K., Ph.D. Associate Professor

ГБОУВО РК «Крымский инженерно-педагогический университет имени Февзи Якубова»
SBEINE RC «Crimean engineering and pedagogical university the name of Fevzi Yakubov»

**МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ
УПРАВЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИМ РАЗВИТИЕМ
МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ**
**METHODOLOGICAL APPROACHES TO IMPROVING THE MANAGEMENT
OF SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT OF A MUNICIPAL ENTITY**

Аннотация. В условиях становления рыночных отношений в экономике России происходит переосмысление управления социально-экономическим развитием. Сегодня приходит понимание важности ориентации на потребности человека и его интересы при построении стратегических задач развития страны и отдельных регионов. Поэтому растёт роль органов местного самоуправления в процессе социально-экономического развития. Органы государственной власти выступают наравне с органами местного самоуправления в управлении социально-экономическим развитием.

Ключевые слова: социально-экономическое развитие, местное управление, самоуправление, развитие, местные органы власти.

Annotation. In the context of the formation of market relations in the Russian economy, there is a rethinking of the management of socio-economic development. Today, there is an understanding of the importance of focusing on human needs and interests when building strategic objectives for the development of the country and individual regions. Therefore, the role of local governments in the process of socio-economic development is growing. State authorities act on an equal basis with local self-government bodies in the management of socio-economic development.

Keywords: socio-economic development, local government, self-government, development, local authorities.

Социально экономическая политика является важной частью системы управления на местном уровне. При разработке, реализации и совершенствовании местной социально-экономической политики необходимо использовать программно-целевой подход, при помощи которого можно

достичь поставленных целей с минимальными затратами. Основной целью социально-экономической политики на местном уровне является улучшение качества жизни населения и увеличение его вклада в развитие всего общества [1].

Совершенствование управления социально-экономическим развитием на местном уровне усложняется наличием некоторых обстоятельств. Большинство муниципальных образований не используют в полной степени организационно-управленческий потенциал, поэтому существуют значительные резервы повышения эффективности управления развитием на местном уровне. Многие муниципальные образования не владеют способами стратегического планирования, а имеющиеся планы и программы развития территорий не отвечают действительным потребностям населения. При этом, если планы и программы существуют, то большинство из них не имеют проработанного механизма реализации. Сегодня остро становится проблема эффективного использования собственного потенциала развития муниципалитета. Поэтому органы местного самоуправления нуждаются в инструментах контроля эффективности деятельности по управлению и развитию муниципального образования.

Социально-экономическое развитие является управляемым процессом качественного изменения социальной и экономической областей, при этом не наносящие вред окружающей среде и приводящие к улучшению благосостояния населения [2].

Под управлением комплексным социально-экономическим развитием муниципального образования понимается управление взаимно согласованными программами (проектами) развития всех сфер жизнедеятельности муниципального образования, согласованными по ресурсам, срокам в соответствии с принятыми населением приоритетами, а также принятыми к исполнению на основе договоров или по закону федеральными и региональными программами развития.

Развитие самоуправления предполагает формирование соответствующего социального механизма, который наряду с хозяйственным механизмом общества является регулятором социальных процессов. Социальная сфера общества имеет собственные законы саморазвития. Социальные системы ориентируются на свою специфику, однако нельзя создать систему экономической целостности, ориентируясь только на собственные интересы [3].

К основным направлениям развития муниципальной социально-экономической системы относятся:

- повышение занятости населения и обеспечение условий труда на предприятиях, расположенных на территории муниципального образования;
- обеспечение граждан жильем посредством создания условий для жилищного строительства и обеспечение жильем малоимущих граждан, которые нуждаются в улучшении жилищных условий:
- обеспечение социальной поддержки отдельных групп населения;
- организация и совершенствование муниципальной системы здравоохранения;

- организация предоставления и совершенствование образовательных услуг, содержание и развитие муниципальных учреждений дошкольного, основного общего и профессионального образования;

- создание условий для деятельности спортивно-развлекательных учреждений в муниципальном образовании[4];

- формирование условий для улучшения физической культуры и спорта в муниципальном образовании, содержание муниципальных физкультурно-спортивных сооружений;

- реализация муниципальной молодежной политики.

Методологические подходы совершенствования управления социально-экономическим развитием муниципального образования позволяют определить цели его развития.

Среди методологических подходов выделяют:

-Аспектный;

-Системный;

-Концептуальный.

Аспектный подход подразумевает под собой выбор одной проблемы из множества по принципу актуальности или принципу учёта ресурсов, которые выделены на реализацию [5]. Так, проблема развития персонала может иметь экономический аспект, социально-психологический, образовательный и т.д.

Комплексный подход требует расставления приоритетов ключевых элементов и учёт наиболее значимых элементов.

Системный подход подразумевает под собой учёт всех ключевых элементов, как внутренних, так и внешних, которые имеют влияние на принятие решений.

Возможны следующие аспекты системного подхода:

- элементный аспект – выявление элементов, входящих в исследуемую систему, определение уровня общности системы, ее мощности;

- структурный аспект – установление структурных характеристик системы (тип структуры, определяющие связи, количественные и качественные взаимозависимости);

- функциональный аспект – выявление функций системы в целом и ее компонентов (подсистем), соответствия этих функций, дублирование функций;

- интегративный аспект – выяснение цели системы, противоречий в ее функционировании, путей и способов разрешения противоречий, выявление основного звена, которое обеспечивает сохранение объекта исследования как целостной системы;

- коммуникативный аспект – определение среды обитания системы, характер субординационных и координационных связей с другими системами, прочности этих связей;

- исторический аспект – исследование истории возникновения системы, этапов ее развития, достигнутой ступени, и на этой основе прогнозирование перспектив.

Системный подход является наиболее затратным по ресурсам и времени. Системный подход требует максимального учёта всех аспектов проблемы во взаимосвязи и целостности [6].

Таким образом, совершенствование управления социально-экономическим развитием муниципального образования должно соответствовать стратегическим целям муниципального образования, а также должно способствовать улучшению благосостояния и качества жизни местного населения. Среди подходов совершенствования социально-экономического развития выделяют аспектный, системный и концептуальный. Выбор одного из подходов должен основываться на уровне развития и приоритетах муниципального образования.

Список литературы:

1. Шевцов П.А. Методологические подходы к формированию комплексного экономико-статистического анализа уровня и качества жизни населения// Сборник научных материалов международной научно-практической конференции, г. Кемерово, 2011. – 488с.

2. Попов Г. Ю. Алгоритм формирования стратегии социально-экономического развития муниципальных образований/ Г. Ю. Попов, В. Н. Медведева//Вопросы образования и науки: теоретический и методический аспекты: сб. науч. тр. по материалам международной научно-практической конференции мая 2014 г.: в 11 частях.- Ч. 8.- Тамбов: ООО «Консалтинговая компания ЮКОМ», 2014. — 172 с. — С.122.

3. Комаров Ю.А. Государственно-частные институты в реализации инвестиционных проектов. Опыт Малайзии // Экономика и организация промышленного производства (ЭКО). 2011. — № 11

4. Боженков С.А. Роль общественного самоуправления в стратегическом развитии территории // Муниципальная власть. — 2009. — № 3

5. Антонова Н.А. Место и роль нормативных правовых актов органов местного самоуправления в системе правового регулирования муниципальных отношений [Текст] / Н.А. Антонова // Теория и практика местного самоуправления. — 2013. — № 4. — С. 19–22.

6. Димитров И. Роль планирования и прогнозирования в реализации социально-экономической политики государства [Текст] / И. Димитров // Экономика и управление. — 2013. — № 5. — С. 29–32.

УДК 338

Исмаилов У.Ф., Аметов А.А., аспиранты 3 курса
Ismailov U.F., Ametov A.A., 3rd year postgraduates

Научный руководитель: Стефаненко М.Н., д.э.н., профессор
Scientific adviser: Stefanenko M.N., Doctor of Economics, Professor

**НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ БИЗНЕС СРЕДЫ ДЛЯ
УКРЕПЛЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ИНТЕГРАЦИИ**
DEVELOPMENT OF COOPERATION BETWEEN THE EAEU COUNTRIES IN
THE FIELD OF TOURISM

Аннотация. В статье исследуется состояние развития внешнеэкономического партнерства стран-участниц ЕАЭС в области развития туристической отрасли. Выявлено, что индустрия туризма не является бюджетобразующей отраслью для всех стран-участниц регионального объединения, однако имеется достаточно существенный потенциал для развития туризма в контексте реализации экономических интересов стран и укрепления дальнейшего сотрудничества. Выделены основные направления развития бизнес-среды для укрепления экономической интеграции стран ЕАЭС с целью формирования и совершенствования платформы для развития туризма в интеграционной группировке.

Ключевые слова: Евразийский экономический союз, мировая экономика, внешнеэкономическое партнерство, интеграционное сотрудничество, индустрия туризма, туристический потенциал, экономическое развитие.

Annotation. The article examines the state of development of the foreign economic partnership of the EAEU member states in the field of tourism industry development. It is revealed that the tourism industry is not a budget-forming industry for all the member countries of the regional association, but there is quite a significant potential for tourism development in the context of realizing the economic interests of the countries and strengthening further cooperation. The main directions of the development of the business environment for strengthening the economic integration of the EAEU countries with the aim of forming and improving the platform for the development of tourism in the integration grouping are highlighted.

Keywords: Eurasian Economic Union, world economy, foreign economic partnership, integration cooperation, tourism industry, tourism potential, economic development.

Постановка проблемы. Учитывая особенности евразийской платформы как основы экономической интеграции, целесообразно исследовать вопросы развития туристической экономики государств-членов ЕАЭС. Стоит отметить, что для всех без исключения государств-членов ЕАЭС туризм является мало доходной сферой экономики. Это связано с тем, что страны региона обладают значительным ресурсным и промышленным потенциалом. Они сосредоточились на развитии нефтяной, металлургической, машиностроительной и обрабатывающей промышленности, а также аграрной

промышленности, не уделяя должного внимания развитию сферы услуг, особенно туризма. Тема развития туризма в странах ЕАЭС малоизучена, что обуславливает ее актуальность и целесообразность для дальнейшего исследования.

Анализ литературы. Исследованию вопросов экономического сотрудничества стран ЕАЭС, в том числе в области туризма, посвящены работы таких зарубежных и отечественных авторов, как В. Л. Абрамова, О. Д. Абрамовой [1], О. Ю. Соколовой, В. А. Скворцовой, Ю. И. Антиповой [2], Л. Музапаровой [3], Г. А. Эгамбердиевой [4], М. Д. Кочкорбаевой [5] и других.

Целью данной статьи является определение состояния развития туризма в экономической интеграции стран-участниц ЕАЭС.

Изложение основного материала. Туризм сегодня – это сфера социально-экономического комплекса, которая во многих странах превратилась в бурно развивающуюся отрасль. В настоящее время каждое 6-е рабочее место в мире приходится на туристический бизнес. Согласно перспективным сценариям Всемирной туристской организации (ЮНВТО) в 2023 году глобальные международные туристические прибытия могут достичь от 80% до 95% от допандемического уровня 2021 г., хотя все еще составляет 63% от допандемического уровня [6].

ЮНВТО заявила, что недавнее снятие ограничений на поездки, связанных с COVID19, в Китае, крупнейшем в мире рынке выездного туризма в 2019 году, является важным шагом для восстановления туристического сектора в Азиатско-Тихоокеанском регионе и во всем мире. В краткосрочной перспективе возобновление поездок из Китая, вероятно, принесет пользу, в частности, для стран ЕАЭС.

Иностранные туристы, безусловно, внесут свой вклад в индустрию туризма, которая будет расти быстрее, чем мировая экономика в целом. Но деньги, которые туристы тратят в своих странах, по-прежнему превосходят деньги, которые тратят иностранные туристы, путешествующие за границу. Эта реальность уже давно определила расходы посетителей в направлениях и статус-кво не претерпит существенных изменений в ближайшем будущем [7].

Реализация проекта «Шелковой визы» [8], который будет единым для туристов, путешествующих по странам Центральной Азии, имеет положительную сторону взаимодействия стран ЕАЭС для развития туризма. К «азиатскому шенгену» также проявлял интерес Кыргызстан, а казахстанская сторона планирует подключить к нему Азербайджан и Турцию [4].

В рамках евразийской интеграции увеличение туристических потоков необходимо связывать не только с созданием качественно новой инфраструктуры, но и с возможностью сформировать эффективную модель развития регионального блока. На сегодня туристической индустрии стран ЕАЭС присущи следующие основные проблемы [9]:

- низкий уровень обслуживания, которому не соответствует высокий уровень его стоимости;
- недостаток квалифицированных специалистов в отрасли;

- низкий уровень доходов населения, сдерживающий развитие отрасли за счет внутреннего туризма;
- конкуренция между странами блока за привлечение международных туристов;
- эндогенные факторы, связанные с политическими проблемами.

Обозначенные проблемы обуславливают необходимость их решения для развития туризма по следующим направлениям:

- обеспечение соответствия норм национального законодательства стран регионального блока международным стандартам;
- стимулирование развития туристических предприятий;
- обмен положительным опытом между странами ЕАЭС;
- развитие частного сектора в сфере туризма;
- внедрение новых, в том числе цифровых, технологий для повышения качества предоставляемых туристических услуг;
- развитие виртуального туризма по местам историко-культурного наследия странучастников ЕАЭС;
- развитие туризма в области безопасности и гигиены;
- развитие этического и устойчивого туризма;
- совершенствование маркетинга туристических услуг.

Очевидно, что формирование ЕАЭС потребует большой работы по решению правовых, институциональных, технических, организационных и процедурных вопросов по взаимосвязанным туристическим направлениям. В основе достижения этой цели формируется задача повышения эффективности экономической интеграции стран ЕАЭС в целом.

Процесс формирования концепции ЕАЭС проходит в два этапа. На первом этапе страны-участницы, на наш взгляд, могут ориентироваться на модель соглашения, где нет централизованных наднациональных институтов или независимых регуляторов, а затем, на втором этапе, могут перейти к интеграционному проекту по модели ЕС. Соответственно такой подход предполагает интеграцию двух уровней: первый – единый рынок без единой валюты без единой экономической политики, второй – полную координацию экономической политики фактически федеральными структурами.

В связи с этим на уровне Комиссии Таможенного союза и других органов управления ЕАЭС необходимо решить такие принципиальные вопросы, связанные с интеграцией:

- координация макроэкономической политики стран-членов; это, безусловно, необходимое предварительное условие рыночной интеграции;
- институциональная схема, выходящая за пределы ЕАЭС по структурам, полномочиям, финансированию и другим юрисдикциям, особое значение будет иметь структура, составляющая правовой механизм разрешения споров, которые еще не нашли отражения;
- финансирование институтов ЕАЭС;
- создание независимых регулирующих органов для определения технических стандартов и контроля за естественными монополиями;

- политика развития рынков и поощрения конкуренции; при этом определяются характер и направления слияний и поглощений, а также положение ЕАЭС в отношении малого и среднего бизнеса;

- единый подход и в других сферах, в частности, в сферах занятости и экологии.

Однако каждая страна-участница ЕАЭС должна определить свою национальную программу действий, содержащую ответы на следующие вопросы:

- создание механизма внутренних консультаций с участием парламентских и политических структур, бизнес-сообщества, профсоюзов и других общественных объединений;

- решение внутренней организации рынка в каждой стране;

- определение национального интереса в формировании подходов к регулированию;

- определение секторов экономики, исключаемых из программы рыночной интеграции;

- оценка влияния интеграции финансовых рынков;

- оценка социальных и региональных аспектов единого рынка; - прогноз миграции между странами ЕАЭС; - решение вопросов государственных закупок [3].

Чтобы говорить о долгосрочных перспективах ЕАЭС и его влиянии на формирование мировых экономических тенденций, необходима качественная трансформация и модернизация экономик ЕАЭС. Поэтому основными проблемами современного этапа развития ЕАЭС являются преодоление проблем, вызванных особенностями постсоветской экономической политики, и тенденций на мировом рынке, а также создание единого модернизационно-инновационного пространства.

То есть страны ЕАЭС должны в полной мере использовать все свои конкурентные преимущества, связанные с богатством не только природных ресурсов, ценность которых в мировом сообществе неуклонно возрастает, но и транзитно-транспортными и коммуникационными возможностями; рост внутреннего спроса ЕАЭС; наличие конкурентоспособных на международном уровне туристских услуг.

Негативное влияние глобального рынка проявляется в сохранении опасного уровня социально-экономического развития стран-членов ввиду одинаковой структуры экономики, сырьевой направленности внешнеторговой политики. С другой стороны, в рамках Таможенного союза и ЕАЭС, и России, и Казахстана в экспортной корзине преобладала исключительно сырьевая конкурентоспособная продукция, проще выработать общий сценарий конкурентоспособности, основанный на ускоренном развитии новейших мировых знаний и технологий, развитие собственных НИОКР и инновационного производства, реформирование академической науки и создание единой инновационной системы, связывающей основные стратегические программные позиции модернизации экономик стран-участниц [4].

Иными словами, основной целью экономической политики на современном этапе региональной интеграции ЕАЭС должно стать развитие сценария конкурентоспособности, с одной стороны, основной объединяющей стратегической программной позиции модернизации экономик Беларуси, Казахстана и России, а с другой, что является основой общей экономической стратегии, – общей целью развития ТС, ЕАЭС и мирового рынка.

Несмотря на неоспоримую необходимость и модернизации, и инновационного развития для ЕАЭС, экономическая модернизация на современном этапе развития наиболее реализуема как краткосрочная и среднесрочная стратегия, а инновационная экономика – как долгосрочная стратегия развития.

В современных экономических условиях единственной возможностью перехода к инновационной экономике является активизация на государственном уровне модернизационных процессов (или принятие стратегии ускоренной модернизации), что и происходит в России, Беларуси и Казахстане.

Однако, несмотря на общие экономические проблемы стран Таможенного союза, наличие национальных стратегий и необходимость модернизации в кратчайшие сроки, в программных документах ЕАЭС не указывалась необходимость перехода к инновационной экономике в качестве цели программ модернизации в целом. Поэтому следует разработать концепцию создания инновационного пространства, объединяющего научную сферу, образование и инновации ЕАЭС, в котором будут обозначены периоды (или этапы) модернизации, структура экономики и предполагаемые источники инновационных инвестиций.

Таким образом, в случае успешной реализации как внутренних модернизационных процессов стран-участниц, так и программ модернизации общего интеграционного пространства роль ЕАЭС как региональной интеграционной группировки в решении экономических вопросов международного сотрудничества будет возрастать, что найдет отражение в развитии взаимодействия стран ЕАЭС в туристической индустрии. Интеграционное объединение стран-членов ЕАЭС – рациональная и достойная альтернатива для расширения туристического потенциала стран ЕАЭС.

Список литературы:

1. Абрамов В. Л. Экономические интересы России и ЕАЭС в интеграционном взаимодействии с ключевыми странами АТР при формировании Большого евразийского партнерства / В. Л. Абрамов, О. Д. Абрамова // PolitBook. – 2018. – № 3. – С. 131–142.

2. Соколова О. Ю. Евразийский экономический союз и экономический пояс Шелкового пути: проблемы и перспективы сотрудничества / О. Ю. Соколова, В. А. Скворцова, Ю. И. Антипова // Общественные науки. Экономика. – 2018. – № 2 (46). – С. 143–153.

3. Музапарова Л. Евразийский экономический союз: новая реальность в глобальной экономике / Л. Музапарова // Аналитик. – 2012. – № 1. – С. 64–68.

4. Эгамбердиева Г. А. Перспективы развития туристической отрасли в странах-участницах ЕАЭС / Г. А. Эгамбердиева // Проблемы востоковедения. – 2021. – № 1 (91). – С. 16–22.

5. Кочкорбаева М. Д. Социальные аспекты устойчивого развития туризма в странах ЕАЭС [Электронный ресурс] / М. Д. Кочкорбаева. – Режим доступа: <https://ecis.info/upload/iblock/bd9/bd93e1314b11e23b520d0f04f1054e71.pdf>.

6. UNWTO: Chinese tourists set to return in 2023 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://eco-tourism.expert/en/news/unwto-chinese-tourists-set-to-return-in-2023>.

7. К 2025 году количество международных туристических прибытий превысит 1,7 миллиарда в год [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://skift.com/2015/03/25/international-tourist-arrivalswill-top-1-7-billion-per-year-by-2025/>.

8. Все для туризма: предложены проекты визы «Шелковый путь» и «Визы СНГ» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://uz.sputniknews.ru/tourism/20190709/11967128/proekty-vizyShelkovyuy-put-i-vizy-SNG.html>.

9. Обзор государственной политики развития туризма и защиты прав потребителей туристских услуг в государствах-членах Евразийского экономического союза [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://potrebitel.eaeunion.org/ruru/Lists/Analytics/%D0%_2020.pdf.

УДК 332.14

Канцеров Р. А., к.э.н., профессор, Школьников А. А., магистрант 2 курса,
Kantserov R. A., Ph.D. in Economics, professor Shkolnikov A.A., 2nd year master's student

ФГБОУ ВО «Северо – Кавказская государственная академия»
North Caucasus State Academy

**СНИЖЕНИЕ УГРОЗ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ –
ПУТЬ К УСТОЙЧИВОМУ РАЗВИТИЮ РЕГИОНА**
REDUCING THREATS TO ECONOMIC SECURITY IS THE WAY TO
SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF THE REGION

Аннотация: В статье показана взаимосвязь и взаимозависимость экономических категорий «экономическая безопасность региона» и «устойчивость регионального развития». Проведен сравнительный рейтинговый анализ экономических и социальных показателей субъектов Северо – Кавказского федерального округа. Дана краткая оценка текущего состояния и перспектив развития экономики Карачаево – Черкесской Республики. Подтверждена необходимость снижения рисков экономической безопасности региональных систем в целях достижения устойчивости их развития.

Ключевые слова: регион; экономическая безопасность; угрозы; показатели; устойчивость развития.

Abstract: The article shows the interrelation and interdependence of the economic categories "economic security of the region" and "sustainability of regional development". A comparative rating analysis of economic and social indicators of the subjects of the North Caucasus Federal District was carried out. A brief assessment of the current state and prospects of economic development of the Karachay – Cherkess Republic is given. The necessity of reducing the risks of economic security of regional systems in order to achieve the sustainability of their development is confirmed.

Keywords: region; economic security; threats; indicators; sustainability of development

Необходимым условием устойчивого развития региона является перманентное обеспечение его экономической безопасности. Повышение уровня экономической безопасности региональной системы означает рост его устойчивости. В альтернативном варианте усиление рисков экономической безопасности снижает вероятность устойчивого развития территории. Чем выше безопасность региональной экономики, тем стабильнее уровень ее устойчивости.

Вызовы и угрозы экономической безопасности России определены специальным документом стратегического планирования «О Стратегии экономической безопасности Российской Федерации на период до 2030 года» [7.,с.2]. Обеспечение национальной экономической безопасности в значительной степени зависит от экономической безопасности регионов. В связи с этим, особую актуальность приобретают проблемы достижения и закрепления устойчивого развития региона на основе повышения уровня экономической безопасности.

Устойчивое развитие региона можно трактовать как поступательный процесс экономических и социальных изменений, при котором наращивание эффективности использования комплексного ресурсного потенциала территории происходит в целях повышения качества жизни населения. Устойчивое развитие экономики предполагает успешное противостояние негативным внутренним и внешним факторам с минимизацией их воздействия. Поэтому устойчивое развитие территории сочетается с разработкой и реализацией системы региональных рисков. Принцип устойчивости в экономике можно трактовать как способность экономического субъекта к сопротивлению внутренним и внешним шокам [6., с.63]. Концепция устойчивости регионального развития может определяться «как стабильность функционирования региональной социально-экономической системы в условиях макроэкономической, институциональной и геополитической неопределенности влияния различных факторов на ключевые элементы региональной экономики. Это достигается преимущественно способностью поддерживать свои конкурентные позиции путем быстрого реагирования в

рамках продуктивных контрмер на процессы, негативно влияющие на привычные региональные хозяйственные связи» [3.,с.1].

Очевидно, параметры экономической безопасности региональных систем перекликаются с индикаторами устойчивости экономического развития. Рассмотрим некоторые показатели развития экономики по субъектам Северо – Кавказского федерального округа.

Таблица 1. Анализ основных сравнимых характеристик экономической безопасности / устойчивости развития экономики субъектов СКФО в 2021г.* [4, с.509, 544. 976, 162, 240]

Субъект	Степень износа основных фондов, %	Уд. вес убыточных организаций, %	Уровень дотационности бюджета,%	Уровень безработицы,%	Уровень границы бедности населения, %	Сумма мест	Рейтинг
Республика Дагестан	56,9 / 7	27,3 / 2	70,1 / 4	15,1 / 6	14,7 / 3	22	4
Республика Ингушетия	47,7 / 4	38,2 / 6	85,1 / 7	30,9 / 7	29,3 / 7	31	6
Кабардино –Балкарская Республика	46,6 / 3	38,1 / 5	66,8 / 3	11,7 / 2	18,1 / 4	17	2
<i>Карачаево – Черкесская Республика</i>	<i>42,1 / 1</i>	<i>34,6 / 4</i>	<i>72,0 / 5</i>	<i>12,3 / 3</i>	<i>22,1 / 6</i>	<i>19</i>	<i>3</i>
Республика Северная Осетия - Алания	42,7 / 2	41,0 / 7	59,5 / 2	13,4 / 4	13,4 / 2	17	2
Чеченская Республика	56,8 / 6	27,4 / 3	83,4 / 6	14,5 / 5	19,8 / 5	25	5
Ставропольский край	54,7 / 5	23,5 / 1	39,7 / 1	5,3 / 1	13,0 / 1	1	1

* в знаменателе – место в федеральном округе по значению показателя

Оценка экономической безопасности (и одновременно устойчивости) регионов может быть проведена на основании сравнимых показателей (табл.1).

Сопоставимость индикаторов по субъектам федерального округа обеспечивается их варьированием от 0 до 100%. По всем избранным показателям рост значения является отрицательной тенденцией, а снижение, напротив, позитивной динамикой. Оценка степени старения производственной базы экономики регионов СКФО в 2021 г. показала высокий уровень износа (от 42,1% в Карачаево –Черкесской Республики до 56,9% в Республике Дагестан). Удельный вес предприятий, финансовым результатом хозяйствования которых, является убыток, колеблется от 23,5% по Ставропольскому краю до 41,0% в Республике Северная Осетия –Алания. Доля межбюджетных трансфертов в доходах консолидированных бюджетов отражает степень зависимости от федерального бюджета. В двух регионах уровень дотационности превышает 80%. При этом, минимальное значение - 39,7% по Ставропольскому краю,

максимальное значение – 85,1% в Республике Ингушетия. Снижение занятости населения региона ведет к росту безработицы. Разница между наиболее и наименее благополучным регионом – почти шестикратное (от 5,3% по Ставропольскому краю и 30,9% по Республике Ингушетия). Доля населения с денежными доходами ниже прожиточного минимума в общей численности населения характеризует границу бедности. Размах показателя колеблется от 13% по Ставропольскому краю до 22,1% по Карачаево –Черкесской Республике.

Ранжирование субъектов по каждому показателю в рамках СКФО, затем суммирование мест позволило сформировать обобщающий рейтинг, в котором Ставропольский край с большим отрывом занимает 1 – е место (25 баллов), КБР и РСОА – 2 место (по 17 баллов), КЧР – 3 место (19 баллов). Следует уточнить, что практически по всем вышеуказанным показателям Северо – Кавказский федеральный округ имеет наиболее негативные значения среди прочих федеральных округов Российской Федерации. Вынужденное введение государством ограничений, связанных с распространением коронавирусной инфекции явилось дополнительным фактором ухудшения значений многих показателей развития экономики субъектов СКФО. Угрозы экономической безопасности, проявляющиеся в запредельно высоких значениях износа машин и оборудования предприятий; количества убыточных хозяйствующих субъектов в экономике; финансовой зависимости бюджета от федерального бюджета; роста безработицы; повышения удельного веса численности граждан с доходами ниже прожиточного минимума в общей численности населения и пр., препятствуют устойчивому развитию регионов СКФО. Однако каждый из субъектов СКФО обладает уникальным ресурсным потенциалом, полноценная реализация которого позволит изменить экономическую ситуацию к лучшему.

Карачаево – Черкесская Республика занимает среднее положение (3-место) по основным параметрам экономического развития среди остальных субъектов, входящих в состав СКФО. Несмотря на наличие конкурентных преимуществ, КЧР входит в десятку регионов – аутсайдеров в российском рейтинге ключевых характеристик развития экономики (ВРП на душу населения, среднедушевым денежным доходам населения, объему инвестиций в основной капитал на душу населения и др.). Реализация социально-экономического потенциала КЧР непосредственно связана с основными направлениями программного документа развития региона - «Стратегии социально-экономического развития Карачаево – Черкесской Республики до 2035 года» [2].

При разработке Стратегии развития КЧР была составлена матрица по методике SWOT- анализа, в которой выделены ключевые внутренние и внешние факторы развития региона с разделением их на позитивные и негативные (табл. 2). Целью разработки и реализации «Стратегии социально-экономического развития Карачаево – Черкесской Республики до 2035 года» [2] является создание условий для устойчивого социально-экономического развития территории, повышения ее конкурентоспособности, а также экономического роста, обеспечивающего гармоничное развитие личности и повышение качества жизни населения.

Таблица 1. SWOT- анализ Карачаево – Черкесской Республики [2, с.5]

Сильные стороны (S) (внутренние факторы)	Слабые стороны (W) (внутренние факторы)
1) высокая доля населения с высшим образованием; 2) уникальный природно-рекреационный потенциал; 3) благоприятная экологическая ситуация; 4) наличие запасов полезных ископаемых; 5) высокий гидроэнергетический потенциал рек; 6) благоприятные почвенно-климатические условия для создания современного АПК; 7) наличие свободной и недорогой рабочей силы	1. <i>Экономические:</i> низкая конкурентоспособность продукции и услуг предприятий; повышенные инвестиционные и предпринимательские риски; недостаток собственных источников инвестиционных ресурсов организаций; низкая техническая оснащенность предприятий современным оборудованием; нарастающий дефицит квалифицированных рабочих кадров; недостаточная развитость финансовых механизмов и банковской системы; высокая дотационность бюджета; энергодефицитность республики; высокая степень износа дорог и их низкая пропускная способность (транспортный тупик - автодорожный и железнодорожный, отсутствие аэропорта); высокий уровень административных барьеров; низкий уровень качества туристских услуг. 2. <i>Социальные:</i> высокая степень дифференциации населения по уровню доходов; низкая обеспеченность жильем; недостаточное оснащение современной лечебно-диагностической аппаратурой учреждений здравоохранения и др.
Возможности (O) (внешние факторы)	Угрозы (T) (внешние факторы)
1) ускорение процессов мировой глобализации; 2) повышение уровня благосостояния населения страны; 3) развитие туризма; 4) снижение административного давления на бизнес; 5) развитие НТП	1) ускорение процессов мировой глобализации; 2) низкая конкурентоспособность после вступления РФ в ВТО; 3) многолетнее соседство очагов межнациональных и межконфессиональных конфликтов; 4) опережающее развитие туризма в других регионах РФ; 5) отток квалифицированных кадров из республики; 6) рост доли импорта на рынках республики и свертывание собственного производства; 7) технологическое и техническое отставание и потеря конкурентоспособности

Заслуживает внимания подход, согласно которому спады развития экономики регионов не следует считать долгосрочной тенденцией в связи с тем, что они чередуются с подъемами из-за сочетания стабильности и нестабильности экономических процессов [1, с.19]. В связи с этим, в каждом субъекте Российской Федерации необходимо систематически проводить мониторинг основных индикаторов экономического и социального развития, на основании которого разрабатывать мероприятия по повышению устойчивости регионального развития.

Региональным органам власти важно не допустить перехода воздействия наиболее актуальных негативных факторов в реальные угрозы экономической безопасности. Формирование механизмов по обеспечению экономической безопасности региона должно осуществляться в сочетании с разработкой стратегий долгосрочного регионального развития. Реализация программ социально –экономического развития территорий является основой системы обеспечения экономической безопасности региона и устойчивого регионального развития [5, с.24,26].

Мультирегиональный характер экономики России с широкой

дифференциацией субъектов по размерам площади, численности населения, природным ресурсам, отраслевой специализации и прочим факторам, требует проведения более активной, по сравнению со стандартной мировой практикой, государственной экономической политики по решению проблем повышения эффективности общественного производства, улучшению социальных условий жизни граждан, формированию условий для устойчивого развития [3.,с.7].

Комплекс мероприятий по обеспечению экономической безопасности и одновременно устойчивости развития региона должен быть направлен на улучшение жизнедеятельности населения региона путем достижения пороговых значений сбалансированного социально-экономического развития на основе полноценного использования природно – ресурсного, трудового, производственного, финансового, инновационного потенциала каждого субъекта Российской Федерации.

Список литературы:

1. Гагарина, Г.Ю. Роль анализа устойчивого развития регионов России в стратегическом планировании / Г.Ю. Гагарина, Л.Н. Чайникова, Л.С. Архипова // Федерализм. -2019. - 4 (96). –С.5-21

2. Постановление Правительства Карачаево – Черкесской Республики № 239 от 26.08.2014г. «О Стратегии социально-экономического развития Карачаево – Черкесской Республики до 2035 года»

3. Прокопенко, З.В. Система устойчивого регионального развития и основы её формирования: концептуальный аспект / З.В. Прокопенко // Интернет-журнал «Науковедение». - 2017. - Т. 9, № 6. - Режим доступа: naukovedenie.ru/PDF/36EVN617.pdf (дата обращения: 01.11.2023).

4. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2022: Стат. сб. / Росстат. – М., 2022. – 1122 с.

5. Руденко, М.Н. Теоретические основы понятия «экономическая безопасность региона» / М.Н. Руденко // Экономика и управление. -2018. - №2(148). –С.22 – 27

6. Тимофеев, Р.А. К вопросу о генезисе концепции устойчивого развития / Р.А. Тимофеев, Р.А. Тимаев, Е.Ф. Ячменев // Вестник экономики, права и социологии. - 2019. - № 4. - С. 61–66. - ISSN 1998-5533. - Режим доступа: elibrary.ru/item.asp?id=41830141 (дата обращения: 03.11.2023)

7. Указ Президента РФ от 13 мая 2017 г. № 208 «О Стратегии экономической безопасности Российской Федерации на период до 2030 года»

УДК 334

Каризская Д. Д., обучающаяся 4 курса
Karizskaya D. D. 4th year student

Самарский национальный исследовательский университет имени академика
С.П. Королёва

**ПРИМЕНЕНИЕ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА ДЛЯ
АНАЛИЗА ПРЕДПОЧТЕНИЙ И ПОТРЕБНОСТЕЙ У ТУРИСТОВ**
**THE USE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE TO ANALYZE THE
PREFERENCES AND NEEDS OF TOURISTS**

Аннотация: В данной статье представлено применение искусственного интеллекта в сфере туризма с целью анализа предпочтений путешественников. Данный вопрос становится все более актуальным и важным как для туристических компаний, так и для самих путешественников.

В статье рассмотрены технологии, используемые в сфере туризма, которые основаны на искусственном интеллекте.

В целом, применение искусственного интеллекта в анализе предпочтений и потребностей у туристов представляет собой перспективное направление.

Ключевые слова: Искусственный интеллект, туризм, путешествие, анализ, применение, подход, развитие.

Abstract: This article presents the application of artificial intelligence in the field of tourism in order to analyze the preferences of travelers. This issue is becoming more and more relevant and important both for travel companies and for travelers themselves.

The article discusses the technologies used in the field of tourism, which are based on artificial intelligence.

In general, the use of artificial intelligence in the analysis of preferences and needs of tourists is a promising direction.

Keywords: Artificial intelligence, tourism, travel, analysis, application, approach, development.

В современном мире туризм играет важную роль в глобальной экономике, и каждый день миллионы людей по всему миру принимают решения о том, куда отправиться в путешествие. Эти решения часто основаны на личных предпочтениях, интересах и потребностях туристов. В связи с этим, вопрос анализа и понимания предпочтений и потребностей туристов становится все более актуальным и важным как для туристических компаний, так и для самих путешественников.

Искусственный интеллект предоставляет мощные инструменты для обработки и анализа данных, что позволяет улучшить качество услуг, предоставляемых в сфере туризма, а также создать персонализированные предложения, соответствующие уникальным ожиданиям каждого путешественника.

С помощью статьи будут рассмотрены различные методы и технологии, используемые в сфере туризма, которые основаны на искусственном интеллекте, а также оценено их влияние на современную индустрию путешествий и удовлетворение потребностей туристов. Кроме того, мы рассмотрим преимущества и недостатки, связанные с использованием

искусственного интеллекта в этой области, а также рассмотрим перспективы его развития в будущем.

В современном мире технологии и искусственный интеллект играют все более важную роль в туристической индустрии. Они позволяют предоставлять персонализированные услуги и удовлетворять потребности туристов на новом уровне.

Применение искусственного интеллекта для анализа предпочтений и потребностей у туристов имеет огромный потенциал, и это является ключевым фактором для улучшения качества туристического обслуживания.

Методы и технологии на основе искусственного интеллекта, используемые в туристической индустрии

Искусственный интеллект способен анализировать огромные объемы данных, включая информацию о предпочтениях туристов, такие как типы мест, культурные особенности, активности и даже питание.

Эти данные могут быть собраны из различных источников, таких как социальные медиа, онлайн-бронирование, отзывы и многое другое. Используя методы машинного обучения и анализа данных, искусственный интеллект может выделить паттерны и тенденции в этих данных, что позволяет туристическим компаниям лучше понимать потребности своих клиентов.

Следующий способ использования искусственного интеллекта это - прогнозирование спроса. Искусственный интеллект может анализировать исторические данные и факторы, такие как погода, события и политическая обстановка, для прогнозирования спроса на туристические услуги и адаптации цен и предложений. Это помогает отрасли туризма адаптировать предложение под ожидания туристов.

Туристический прогноз - это следующий способ использования искусственного интеллекта.

Прогнозирование - одно из самых частых применений искусственного интеллекта в индустрии путешествий и туризма, и это потенциально может быть использовано для значительного сокращения перерывов в поездках и решения любых возникающих проблем.

Например, искусственный интеллект может брать исторические данные для выявления тенденций, которые затем будут полезны для точного прогнозирования вероятности задержки рейсов. В качестве альтернативы искусственный интеллект может собирать данные из прогнозов погоды, сравнивать их с прошлыми сведениями и давать рекомендации или советы.

Еще один способ использования искусственного интеллекта - улучшение качества обслуживания. Искусственный интеллект может анализировать отзывы туристов, оценки, комментарии в социальных сетях и другие источники обратной связи, что помогает компаниям быстро реагировать на проблемы и улучшать обслуживание.

Одним из важных способов использования искусственного интеллекта в туризме является создание персонализированных предложений. Анализ данных о предпочтениях и истории путешествий клиента, поведения в сети, социальных медиа, запросов и даже геолокации, позволяет компаниям

предложить ему идеальное путешествие, включая подходящие отели, рестораны, развлечения и туры. Это не только повышает уровень удовлетворенности клиентов, но и помогает компаниям увеличить продажи и доходы.

Еще одним применением искусственного интеллекта является улучшение обслуживания клиентов. Чат-боты и виртуальные ассистенты, работающие на базе искусственного интеллекта, могут отвечать на вопросы клиентов, предоставлять информацию о местах назначения, помогать в решении проблем и даже выполнять бронирование. Это упрощает процесс общения с клиентами и делает его более эффективным.

Другим применением искусственного интеллекта являются системы рекомендаций. Так как многие путешественники используют онлайн-платформы для поиска места проживания, ресторанов и развлечений. Искусственный интеллект может предлагать рекомендации на основе предыдущих действий и предпочтений.

Кроме того, анализ предпочтений и потребностей туристов с помощью искусственного интеллекта может быть использован для улучшения управления ресурсами в туристических направлениях. Например, анализ данных о перемещении туристов и их предпочтениях в разное время года может помочь в оптимизации расписания рейсов, бронировании отелей и даже в разработке новых туристических продуктов.

Еще одним применением искусственного интеллекта является оптимизация цен и предложений. Алгоритмы машинного обучения могут помочь оптимизировать ценообразование и предложения, учитывая спрос, сезонность, популярность определенных услуг или мест.

Однако при использовании искусственного интеллекта в туристической индустрии существуют и некоторые риски:

- необходимость обеспечения конфиденциальности данных клиентов и защиты от возможных нарушений безопасности.
- искусственный интеллект требует большого объема данных для точного анализа. Некоторые регионы и компании могут столкнуться с недостатком данных.
- кроме того, важно сохранить баланс между автоматизацией и человеческим обслуживанием, чтобы сохранить человеческий элемент в туризме.

В заключении хочется подчеркнуть, что применение искусственного интеллекта для анализа предпочтений и потребностей у туристов представляет собой современный и эффективный подход к улучшению качества туристических услуг. Алгоритмы машинного обучения и нейронные сети позволяют выявлять скрытые паттерны в данных, предоставляя ценную информацию о предпочтениях и ожиданиях клиентов.

Эти подходы способствуют более точному и персонализированному обслуживанию туристов, что в свою очередь повышает удовлетворенность клиентов и способствует росту конкурентоспособности туристических компаний. Кроме того, применение искусственного интеллекта может

существенно сократить временные и финансовые затраты на маркетинг и исследования рынка.

Важно отметить, что развитие и внедрение технологий искусственного интеллекта в туристическую индустрию требует внимательного анализа и соблюдения этических норм, чтобы обеспечить прозрачность и конфиденциальность обработки персональных данных туристов.

В целом, применение искусственного интеллекта в анализе предпочтений и потребностей у туристов представляет собой перспективное направление, способствующее улучшению качества туристических услуг и повышению конкурентоспособности отрасли в целом.

Список литературы:

1. Груздева Е.А., Леонтьев Д.А. "Применение искусственного интеллекта в сфере туризма" // Современные проблемы науки и образования. - 2019. - № 2.

2. Решетняк О.А. "Применение искусственного интеллекта в туризме" // Молодой ученый. - 2019. - № 7.

3. Шишаева Е.А. "Искусственный интеллект как инструмент анализа потребительского поведения в сфере туризма" // Вестник Московского университета. Серия 6: Экономика. - 2020. - № 3.

4. Федотов А.Н., Сергеев Д.В. "Применение машинного обучения в анализе предпочтений туристов" // Информационные технологии и вычислительные системы. - 2019. - № 1.

5. Старков И.Г. "Искусственный интеллект и туризм: перспективы и вызовы" // Экономика и управление. - 2022. - № 6.

6. Иванов, Д. А. Применение искусственного интеллекта в туризме: тенденции и перспективы. Вестник туризма и сервиса. – 2019. - №8

7. Петрова, Е. В. Анализ предпочтений туристов с использованием методов машинного обучения. Туризм и гостеприимство. – 2020. - №3

8. Иванов, Д. А. Применение искусственного интеллекта в туризме: тенденции и перспективы. Вестник туризма и сервиса. – 2019. - №8

9. Петрова, Е. В. Анализ предпочтений туристов с использованием методов машинного обучения. Туризм и гостеприимство. - 2020. - №3

10. Смирнов, П. И. Прогнозирование потребностей туристов с помощью алгоритмов машинного обучения. Туризм и гостеприимство. - 2021. - №4

УДК: 338.2, 338.246.025, 338.246.027

Карпенко О.А., к.э.н., ведущий специалист АО «Самарагорэнергосбыт»
Karpenko O.A., Candidate of Economics, Leading specialist of Samaragorenergosbyt JSC,

ДУХОВНЫЙ АСПЕКТ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА **THE SPIRITUAL ASPECT OF ENTREPRENEURSHIP DEVELOPMENT**

Аннотация: В статье рассматривается духовный капитал и потенциал,

предпринимательский капитал, даются основные определения исследуемых понятий. Отмечаются основные тенденции духовного и предпринимательского развития современной России. Указываются тенденции такого развития в кризисные и неопределенные периоды. Отдельно рассматривается роль духовного капитала в предпринимательском и общественном развитии России и российском государственном управлении. Приводятся соответствующие примеры и делаются выводы.

Ключевые слова: предпринимательский капитал, духовный капитал, духовный потенциал, социальное предпринимательство и проектирование.

Abstract: The article examines spiritual capital and potential, entrepreneurial capital, and gives the main definitions of the concepts under study. The main trends of spiritual and entrepreneurial development of modern Russia are noted. The trends of such development in crisis and uncertain periods are indicated. The role of spiritual capital in the entrepreneurial and social development of Russia and Russian public administration is considered separately. Relevant examples are given and conclusions are drawn.

Keywords: entrepreneurial capital, spiritual capital, spiritual potential, social entrepreneurship and design.

В последнее время и особенно в связи с событиями СВО возрастает необходимость в духовном развитии и приобщении к духовной и религиозной культуре. И, соответственно, также возрастает роль духовного капитала во всех областях и сферах деятельности. В предпринимательской сфере также существует духовный аспект, предпринимательство, основанное на мотивах истинной помощи людям, несомненно, имеет под собой духовную основу.

Отметим основные определения исследуемых понятий.

Духовность в общем виде – это совокупность проявлений духа в мире и человеке.

Духовность человека – это степень принятия высших образцов человеческой культуры, моральных и нравственных принципов и общечеловеческих духовных ценностей. Духовный человек не только понимает и признаёт все эти ценности, но и сам в своих действиях полностью ориентируется на них, принимая их в качестве внутреннего императива.

Духовность человека многие связывают с религиозностью. Однако у этого понятия более глубокий смысл, который охватывает многие грани человеческой природы.

Духовность – это высшая сфера развития человека, которая должна будет в полной мере развиваться и проявляться в будущем. В настоящее время среднестатистический человек (исключая высокодуховных людей в религиозных традициях) только начинает соприкасаться с духовностью и истинной религиозностью, он только начинает постигать истинный смысл духовных ценностей и принципов, применять их на практике. Например, истинный смысл и применение в жизни христианских заповедей.

Духовный капитал – это духовные знания, навыки и способности, блага, способствующие в итоге получению человеком дохода. [7, С. 9]

Духовный потенциал – это потенциально способствующие получению дохода духовные знания, навыки и способности. [5, С. 215]

Духовное развитие – это процесс повышения своего духовного уровня и развития духовных качеств.

Предпринимательский капитал и потенциал человека – это совокупность его предпринимательских знаний, умений, навыков, талантов, способных или потенциально способных принести ему доход.

Отметим главные современные тенденции духовного развития России:

1. Благотворительность, социальная помощь и поддержка нуждающихся, фронт, в том числе создание общественных движений и организаций, меценатство, [6, С. 1376]

2. Увеличение религиозной жизни и развития в религиозной культуре, особенно в связи с эпидемиологической и военной угрозой. Сейчас в связи с проведением специальной военной операции, а также с ростом уровня заболеваемости и смертности все больше людей обращается к религии как к единственному средству спасения души своей и близких. [4, С. 22]

3. Общее повышение духовности, духовной культуры и грамотности, особенно в связи с современной пропагандой истинных духовных ценностей, в том числе семейных, патриотических. В это вносят свой вклад также и публичные выступления религиозных деятелей, в том числе в социальных сетях, где люди могут получить многие ответы на свои вопросы в открытом доступе. Также ими ведется духовно-просветительская, разъяснительная и образовательная работа в открытом режиме для всех желающих. [11]

В развитии предпринимательства современной России также можно проследить основные тенденции:

1. Развитие предпринимательства и его адаптация к современным кризисным условиям и неопределенности,

2. Развитие предпринимательства в новых сферах: социальное, экологичное, инновационное и т.п., [13]

3. Стремление к построению и ведению нескольких бизнесов одновременно, в одной, различных или смежных областях,

4. Рост образовательного уровня, обучения и грамотности говорит о том, что люди стремятся идти в ногу со временем, проходят дополнительные обучения и повышают свой уровень грамотности: экономической, юридической, информационной и др. [3, С. 35] Рост уровня грамотности по различным направлениям (юридической, профессиональной, языковой, информационной, компьютерной, цифровой), о чем свидетельствует проведение всевозможных диктантов и проверок знаний в обществе. Высшее образование — отрасль, которая сейчас претерпевает большие изменения. И одним из навыков «человека будущего» становится обучение в течение всей жизни.

На расширенном заседании союза ректоров РФ в МГУ в апреле 2023 г. глава Минобрнауки Валерий Фальков рассказал о новой системе высшего образования. [2]

В новой российской системе высшее образование разделят на три ступени — базовое, специализированное и аспирантура.

Базовое (основное) высшее образование (срок обучения от четырех до шести лет). Специализированное высшее образование: магистратура (один-два года). [9]

Уровень «базовое (основное) высшее образование» будет соответствовать бакалавриату или специалитету, Точные сроки обучения будут устанавливаться исходя из потребности рынка труда.

Специализированное высшее образование обеспечит углубленную подготовку кадров и доступ к нему будет открыт только для тех, кто закончил базовое высшее образование.

Аспирантура будет выделена в отдельный уровень образования, она станет уровнем профессионального образования, направленного на подготовку научных и научно-практических кадров, поступить в аспирантуру смогут те, кто окончил базовое высшее образование со сроком обучения не менее пяти лет или специализированное высшее образование.

Кроме того, В.Фальков сообщил, что Минобрнауки России в ближайшее время переработает перечни специальностей высшего образования.

5. Саморазвитие, включая самообразование, самообучение и повышение уровня духовного развития. Современные люди увлекаются новыми процессами, проходят тренинги и семинары, читают соответствующую литературу и развиваются интеллектуально и духовно.

6. Развитие самозанятости и самопредпринимательства, которое за период с 2020 по 2023 стремительно набрало обороты,

7. Предпринимательство для молодежи, школьников и студентов, в том числе обучение социальному проектированию и предпринимательству, [8, С. 275]

8. Участие во всевозможных институтах развития (форумах, конференциях, круглых столах, открытых совещаниях, обсуждениях и т.д.),

В настоящий момент существуют известные практики, которые используют российские вузы для привлечения действительно талантливых и мотивированных абитуриентов. Например, кейс ИТМО, который ещё 5 лет назад запустил проект ИТМО.STARS – самый неклассический способ поступления в университет. [12]

ИТМО.STARS - это конкурс индивидуальных достижений, который позволяет выпускникам школ поступить в вуз, продемонстрировав свои исключительные таланты, и учиться они будут за счет вуза.

Требований к участникам предъявляются всего два: они должны в этом году сдать ЕГЭ, набрав минимальные для ИТМО баллы, и подтвердить свои знания и таланты. Это может быть программа или алгоритм, бизнес-проект, научно-исследовательская работа, инновационная разработка или социальный проект. В 2021 г. на участие в конкурсе было подано 235 заявок, эксперты определили 19 победителей. Ими стали школьники из Санкт-Петербурга и Ленобласти, Москвы, Тюмени, Иркутска, Донецка, Магнитогорска, Череповца и Читы.

9. Большая образовательная мобильность и готовность к переездам, образовательный туризм.

Наряду с этим, рассмотрим основные тренды предпринимательского поведения современного человека.

10. Увеличение общения и социальных связей, рост их использования в предпринимательстве говорит о том, что поведение современного человека становится более открытым, мобильным и цифровым, и сам он больше нуждается в информационной поддержке, и готов оказывать ее другим,

11. Сохранение семьи и увеличение общения внутри семьи, что особенно ярко проявилось в периоды пандемии и сохраняется до настоящего момента,

12. Увеличение роли и значимости общественной деятельности и социальной работы, развитие волонтерского движения, сотрудничества и добровольчества. Здесь носит свой вклад общегосударственный курс в социальном развитии на помощь ближнему и общественное благоустройство.

Например, ежегодно проводятся конкурсы общественных проектов различными фондами [14,15,16], в том числе фондом президентских грантов. 1 504 некоммерческие организации стали победителями второго в 2023 году конкурса Фонда президентских грантов. На поддержку претендовали 11 379 инициатив из 88 регионов страны. По решению Координационного комитета гранты главы государства на общую сумму 3,5 млрд рублей выделены средства НКО-победителям. Среди поданных заявок Самарская область оказалась на 2 месте после Санкт – Петербурга, ранее она была на 5 месте. [10]

В настоящий момент летом 2023 г. большая группа депутатов (18 человек) внесла в Госдуму законопроект, обязывающий обучающихся участвовать в общественно-полезном труде. Документ опубликован в думской электронной базе. «Предлагаемые новеллы относят к обязанностям обучающихся участие в общественно-полезном труде, предусмотренном образовательной программой с учетом возрастных и психофизических особенностей, поддержание в её стенах чистоты и порядка». [1]

При этом современные кризисные и неопределенные периоды, при возможностях возникновения угроз (войн, эпидемий, новых вирусов и заболеваний, террористических угроз, стихийных бедствий и т.п.) накладывают свой заметный отпечаток на любое существование и развитие, в том числе и на духовность человека. Это выражается в следующих тенденциях и направлениях развития:

- снижение потребления и увеличение сбережений, создание запасов,
- стремление к увеличению заработков, подработке, а также карьерному росту и развитию и т.п.
- откладывание отдыха в виде поездок и познавательных мероприятий на будущие периоды,
- смещение акцента на индивидуальное развитие и повышение образования,
- развитие коллектива и укрепление связей для предпринимателей,
- временный отказ от расширения производства,
- реструктуризация бизнеса,
- перевод бизнеса или его части в онлайн- и оффлайн режим,
- заморозка одних и открытие других, более востребованных в настоящий момент, производств,

- торможение рождаемости для семей репродуктивного возраста,
- увеличение внимания к своему здоровью и поддержанию физической формы,
- постройка, ремонт и благоустройство загородных домов и приусадебных участков,
- увеличение духовности и религиозности, молитвенных правил и благочестивой жизни.

Итак, духовный капитал играет важную роль в современном развитии предпринимательства:

- Определяет тенденции и направления развития, профессиональную ориентацию, дает возможности,
- Определяет социальное развитие, социальный потенциал предпринимательства,
- Дает нравственную составляющую деятельности,
- Духовная культура определяет культурное развитие, в том числе интеллектуальной и предпринимательской культуры,
- Развивает духовный (а также ментальный, эмоциональный) интеллект, [14] которые в настоящее время люди начинают различать, развивать и управлять, и который дает плоды в завязывании связей, партнерств, в принятии верных решений,
- Увеличивает стартовые и дальнейшие предпринимательские возможности,
- Помогает принимать верные решения, дает интуицию,
- Позволяет накапливать и передавать предпринимательский опыт и др.

Как видим, развитый духовный потенциал и капитал определяют развитие человека во всех сферах, также помогают ему во всех благих начинаниях и спасают от проблем, неприятностей, неверных шагов и решений, что особенно ярко и заметно в предпринимательстве, где правильные решения дают финансовые результаты.

Таким образом, духовный капитал играет существенную и значимую роль во всех областях и сферах деятельности, в общественно-экономическом развитии государства, в государственном управлении, в предпринимательском развитии населения. Духовное развитие, духовный капитал и потенциал все более начинают задавать основополагающее направление развития человека и государства будущего.

Список литературы:

1. В Госдуму внесли проект об участии школьников в общественно-полезном труде. Режим доступа: <https://ria.ru/20230524/trud-1873939898.html?ysclid=lj2r9lp469412778821>
2. В Минобрнауки рассказали о новой системе высшего образования. Режим доступа: <https://ria.ru/20230419/obrazovanie-1866291666.html?ysclid=lgqdrqydv779322218>
3. Карпенко О.А. Государственная поддержка современного предпринимательства как фактор социального и экономического развития // Стратегии адаптации ESG модели к меняющейся экономической

реальности. Материалы III Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. Редколлегия: М.Г. Родионов, Е.В. Тесля, Н.В. Стаурская, Е.Ю. Воробьева, А.А. Кузьмин. Омск, 2022. С. 28-36.

4. Левченко Л.В., Карпенко О.А. Развитие инновационного предпринимательства на основе проектной деятельности, грантового и социально-контрактного финансирования в современной экономике // НАУКА. ТВОРЧЕСТВО. Сборник научных статей XVII Международной научной конференции. 2021. С. 19-32.

5. Карпенко О.А. Духовно-нравственное развитие и воспитание человека // Социально-гуманитарные проблемы образования и профессиональной самореализации (Социальный инженер-2022). сборник материалов Всероссийской научной конференции молодых исследователей с международным участием. Москва, 2022. С. 215-221.

6. Карпенко О.А., Левченко Л.В. Современное интеллектуально-духовное развитие экономики и общества // Наука в современных условиях: от идеи до внедрения. материалы Национальной научно-практической конференции с международным участием, посвященной 80-летию Ульяновского государственного аграрного университета имени П.А. Столыпина. Ульяновск, 2022. С. 1376-1384.

7. Карпенко О.А. Духовный потенциал и капитал в современной экономической теории и прикладной экономике. Москва, 2022.

8. Карпенко О.А. Социальный контракт как институт занятости и финансирования современного инновационного предпринимательства // В поисках социальной истины. материалы III Международной научно-практической конференции. Иркутск, 2021. С. 273-281.

9. Министр Валерий Фальков раскрыл подробности новой системы вузовского образования. Режим доступа: <https://rg.ru/2023/04/19/vozvrashchenie-nabazu.html?ysclid=lgw8ks5r5o601141349>

10. Определены победители второго конкурса 2023 года. Фонд президентских грантов. Режим доступа: <https://президентскиегранты.рф/?ysclid=liy2cqbwlj81831723>

11. Патинов А. Развитие духовности: от античности до наших дней // Сила духа. Режим доступа: <https://anchiktigra.livejournal.com/321579.html?ysclid=l8ec8rzwpr176502282>

12. Победители конкурса ITMO.STARS — о самом неклассическом поступлении в вуз, ЕГЭ и о том, как сделать собственный проект еще в школе. Режим доступа: <https://news.itmo.ru/ru/news/7847/null/?ysclid=lgqf5qlqxq45294373>

13. Поздравление Губернатора Самарской области Д.И.Азарова с Днем российского предпринимательства (26.05.2023) Режим доступа: https://www.samregion.ru/press_center/news/pozdravlenie-gubernatora-samarskoj-oblasti-d-i-azarova-s-dnem-rossijskogo-predprinimatelstva-26-05-2023/?ysclid=liy5skiofu393630828

14. Развитие личности в интеллектуальном и эмоциональном плане. Режим доступа: https://spravochnick.ru/psihologiya/razvitie_lichnosti_osnovnye_celi_i_zadachi/razvitie_lichnosti_v_intellektualnom_i_emocionalnom_plane/

15. Фонд президентских грантов. Страница В Контакте. Режим доступа: <https://vk.com/pgrants> (дата обращения 30.06.2023)

16. Фонд Андрея Первозванного. Страница В Контакте. eРРежим доступа: https://vk.com/fap_fund (дата обращения 30.06.2023)

17. Фонд Андрея Первозванного. Официальный сайт Режим доступа: <https://fap.ru/?ysclid=ljqvj8veam394352764> (дата обращения 30.06.2023)

УДК 338

Китаева Т.Ю., магистрант 2 курса, Нехайчук Д.В., д.э.н., профессор
Kitaeva T.Yu., 2nd year master's student, Nekhaychuk D.V., Doctor of Economics,
Professor

ГБОУВО РК «Крымский инженерно-педагогический университет имени Февзи Якубова»

SBEIHE RC «Crimean engineering and pedagogical university the name of Fevzi Yakubov

ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОЦЕССА ОПТИМИЗАЦИИ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ СТРУКТУР УПРАВЛЕНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ

CHARACTERISTICS OF THE PROCESS OF OPTIMIZATION OF ORGANIZATIONAL MANAGEMENT STRUCTURES IN THE ENTERPRISE

Аннотация. В статье рассмотрены особенности процесса оптимизации организационных структур управления на предприятии. На практике большинство корпоративных структур неоптимальны: инструменты обработки рынка несовершенны, внутренние взаимодействия противоречивы, а управление неэффективно. Значительные преимущества дает диагностика, которая предшествует оптимизации и выявляет реальные проблемы бизнеса. Стратегический подход является лучшим, но в то же время самым сложным подходом к формированию организационной структуры предприятия.

Ключевые слова: оптимизация, организационная структура, стратегический подход, несовершенство управления, персонал, управление на предприятии.

Annotation. The article discusses the features of the optimization process of organizational management structures at the enterprise. In practice, most corporate structures are suboptimal: market processing tools are imperfect, internal interactions are contradictory, and management is inefficient. Significant advantages are provided by diagnostics that precedes optimization and identifies real business problems. The strategic approach is the best, but at the same time the most complex approach to the formation of the organizational structure of the enterprise.

Keywords: optimization, organizational structure, strategic approach, imperfection of management, personnel, management at the enterprise.

Оптимизация организационной структуры — это приведение структуры предприятия, его взаимодействий с рынком и внутренних взаимодействий в состояние, способствующее максимально эффективному достижению целей предприятия в рамках принятых стратегий [4, с. 254].

В общем случае необходимость в структурных изменениях на предприятии возникает при существенных изменениях рыночной ситуации, переопределении целей и корректировке стратегий, при достижении предприятием определенных этапов развития, когда существующая структура сдерживает дальнейший рост. На практике большинство структур предприятий не оптимальны: инструментарий обработки рынка беден, внутренние взаимодействия противоречивы, управление неэффективно.

Такое положение вещей объясняется объективным отсутствием достаточного управленческого опыта у руководителей, знаний о практической эффективности методов взаимодействия с рынком, быстрым изменением экономической ситуации. Неоптимальная структура часто способна приносить прибыль и обеспечивать выживание предприятия, поэтому и сохраняется в неизменном виде до наступления кризиса. В российских условиях решение об оптимизации организационной структуры предприятия часто принимаются руководством на фоне угрожающего нарастания проблем, оптимизация при этом рассматривается как панацея, от нее ждут чуда.

Реально оптимизация корректирует методы обработки рынка предприятием (либо внедряет новые), устраняет противоречия и дублирование во внутренних взаимодействиях, снимает проблемы, возникшие из-за несовершенства структуры. Проблемы, возникшие из-за несовершенства управления, поддаются решению через оптимизацию организационной структуры ровно в той мере, в какой поддается коррекции управление.

Эффект от оптимизации организационной структуры предприятия, в зависимости от ситуации, может быть, например, следующим:

- сокращение непроизводительных расходов и пресечение воровства на предприятии;
- перегруппировка персонала, избавление от балласта;
- улучшение методов взаимодействия со старыми клиентами, прекращение их потерь;
- повышение эффективности работы с новыми клиентами, рост валовых поступлений;
- высвобождение руководства от рутины для решения именно стратегических задач;
- более эффективное распределение капитала, ускорение оборачиваемости средств [3, с. 128].

Значительную пользу приносит диагностика, предшествующая оптимизации, выявляющая действительные проблемы предприятия. Побочным эффектом от проведения оптимизации организационной структуры может стать уход части дееспособного персонала из-за неприятия новой ситуации. В отдельных случаях оптимизация организационной структуры может носить частичный характер: затрагиваются не все взаимодействия предприятия, а лишь

часть (обычно сбыт или маркетинг). Чаще изменениям подвергаются все функциональные области и системы предприятия - тогда речь идет о реструктуризации.

Оптимизация организационной структуры обычно проводится предприятием с помощью внешнего консультирования.

Для этого существуют следующие основные причины [1]:

- для проведения оптимизации необходима объективная оценка ситуации со стороны: собственный взгляд предприятия «привычен» и узок;

- практическая эффективность различных методов обработки рынка, сбора информации, управления неизвестна предприятию, если эти методы не применялись им ранее. Необходимую информацию предоставляет практикующий консультант;

- объем работ по оптимизации организационной структуры предприятия очень значителен. Полностью самостоятельное проведение оптимизации руководителем предприятия невозможно в сжатые сроки. Насколько структура предприятия оптимальна, нуждается ли она в изменении, определить обычно достаточно сложно.

Как же определить организационную структуру, наиболее эффективную для конкретного предприятия.

Имеется несколько подходов [2]:

- структурный подход - идет от иерархии власти, от имеющихся или потенциальных руководителей и априори основан на бюрократической иерархической структуре;

- функциональный подход - идет от функций, которые требуются для деятельности предприятия. Организационная структура предприятия строится так, чтобы функции были распределены по подразделениям. Каждое подразделение выполняет только одну свою функцию, и каждую функцию выполняет только одно подразделение, - классическое разделение труда. Этот подход априори основан на линейной организационной структуре с функциональной моделью формирования структурных подразделений;

- процессный подход - идет от процессов, которые требуются для деятельности предприятия. Организационная структура строится так, чтобы каждый процесс максимально замыкался в одном подразделении. При этом одно подразделение может выполнять несколько функций;

- проектный подход - идет от проектов (продуктов), которые требуются проводить предприятию. Структура предприятия строится так, чтобы каждый проект (продукт), или группа однородных, выполнялся бы в одном подразделении. Это, фактически, крайний случай процессного подхода. Деятельность предприятия в этом случае рассматривается как совокупность выполняемых проектов, каждый из которых имеет фиксированное начало и окончание. Под каждый проект выделяются трудовые, финансовые, промышленные и т. д. ресурсы, которыми распоряжается руководитель проекта;

- стратегический подход - идет от стратегии предприятия. Организационная структура предприятия строится так, чтобы максимально соответствовать цели, миссии и видению предприятия. При этом она может

оказаться, в зависимости от принятой стратегии, и одним из видов линейной, и матричной, и дивизиональной, и сетевой. Стратегический подход определяет структуру, которая наиболее соответствует стратегии предприятия по достижению поставленной перед ним цели [5].

Таким образом, стратегический подход это наилучший, но, одновременно, и самый сложный подход к формированию организационной структуры предприятия.

Но, в ряде случаев, результаты стратегического подхода могут быть аналогичны результатам других подходов: малые предприятия, с какой позиции не подходи, - линейные организационные структуры; предприятия со стабильной внешней средой, серийное и массовое производство, ориентация на бюджетного потребителя, аналог - функциональный подход; предприятия с динамичной внешней средой, мелкосерийное производство, аналог - процессный подход; единичное производство, ориентация на требовательного потребителя, аналог - проектный подход.

Список литературы:

1. Волкова К. А. и др. Государственное предприятие: структура, положения об отделах, должностные инструкции: Справ. Пособие / К. А. Волкова, Ф. К. Казакова, А. С. Симонов. 2-е изд., дор. - М.: Экономика. 2019. - 448 с.

2. Дункан Джек У. Основополагающие идеи в менеджменте. Уроки основоположников менеджмента и управленческой практики. Пре. с англ. -М.: Дело. 2022.-272 с.

3. Коноков Д.Г., Рожков М.А., Смирнов А.О., Яниковская О.Н. Организационная структура предприятий, М: ИСАРП. серия "Бизнес-Тезаурус". 2023. 280с.

4. Переверзев М. П., Шайденко Н. А., Басовский Л. Е. Менеджмент: Учебник/ Под общ. Ред. Проф. М. П. Переверзева. М.: ИНФРА-М., 2020. -288 с.

5. Румянцева З.П. , Филинов Н.Б., Шрамченко Т.Д. Общее управление организацией: принципы и процессы. Модульная программ для менеджеров. Модуль 3. М.: ИНФРА-М. 2020.-328 с.

УДК 005.96

Клименко А.Д., аспирант 2 курса
Klimenko A.D., 2nd year postgraduate student

Брянский государственный университет им. академика И.Г. Петровского
Bryansk State University named after academician I.G. Petrovsky

**УПРАВЛЕНИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ (HRM) В
КОНТЕКСТЕ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ ЭКОНОМИКИ**

HUMAN RESOURCE MANAGEMENT (HRM) IN THE CONTEXT OF THE DIGITAL TRANSFORMATION OF THE ECONOMY

Аннотация: Цель настоящей статьи заключается в анализе потенциала преобразования управления человеческими ресурсами в эпоху цифровизации. Основное содержание статьи составляют направления и последствия цифровой трансформации в управлении человеческими ресурсами. Уделяется особое внимание тому, что, несмотря на пользу, которую приносит цифровая трансформация для развития бизнеса, нельзя пренебрегать ее потенциальными последствиями.

Ключевые слова: управление, человеческие ресурсы, цифровая трансформация, менеджмент, управление персоналом.

Abstract: The purpose of this article is to analyze the potential of transformation of human resource management in the era of digitalization. The main content of the article is the directions and consequences of digital transformation in human resource management. Special attention is paid to the fact that, despite the benefits that digital transformation brings for business development, its potential consequences cannot be neglected.

Keywords: management, human resources, digital transformation, management, personnel management.

Цифровая эпоха, в которую мы вступаем, признана глобальным корпоративным консенсусом в отношении цифровой трансформации. Такие технологии, как 5G, облачные вычисления, большие данные, искусственный интеллект, Интернет вещей и блокчейн, являются мощными драйверами и стимулами для развития бизнеса. Бизнес-модели компаний должны измениться, чтобы воспользоваться экспоненциальными изменениями, вызванными полным приходом цифровой эпохи, и суметь быстро адаптироваться к быстро меняющейся среде.

Цифровая трансформация меняет методы работы организаций и становится неотъемлемой частью корпоративной стратегии. Влияние цифровой трансформации проявляется в изменении поведения потребителей, их оценок и ожиданий от предлагаемых услуг и продуктов. В свете происходящих на рынке изменений многие компании осознали необходимость трансформации своих бизнес-моделей для получения устойчивых конкурентных преимуществ и адаптации к цифровой эволюции своей отрасли [1].

На HRM, известное также как управление человеческими ресурсами, цифровая трансформация оказала существенное влияние. Она не только повлияла на все аспекты нашей жизни, но и произвела революцию в процессах и ролях HR. С постоянным развитием новых цифровых технологий изменились и способы взаимодействия HR с информацией и данными. Использование цифровых технологий привело к глубокой трансформации некоторых HRM-процессов, таких как подбор персонала, оценка эффективности и развитие человеческих ресурсов, что повысило качество предоставляемых заинтересованным сторонам услуг.

Цифровая трансформация представляет собой глубокий переход в организационной сфере, который является результатом внедрения, установки или поддержки цифровых технологий. Эти технологии изменяют подход к выполнению бизнес-операций. С течением времени эта трансформация будет использовать различные цифровые инициативы для осуществления существенных реформ в управлении бизнесом, что приведет к значительным изменениям в организации или в отрасли в целом.

В большинстве существующих исследований цифровое HRM представлено как одномерный процесс или организационная практика. По итогу во множестве вариантов HRM определяют как обобщенную характеристику уровня распространения цифровых технологий в системе управления персоналом [2].

При цифровой трансформации HRM учитываются движущие силы, которые могут быть как внешними, так и внутренними стимулами. Предпосылкой успешной цифровой трансформации HRM являются факторы, стимулирующие внедрение цифровых технологий. Затем эти факторы влияют на конечный результат цифровой трансформации HRM. В современную цифровую эпоху HRM сталкивается с нестабильной внешней средой и вынуждено уделять больше внимания своим внутренним клиентам. Для того чтобы в полной мере использовать преимущества цифровой трансформации, необходима цифровая трансформация HRM.

В центре внимания цифрового HRM находится удовлетворение внутренних потребностей бизнеса, что подразумевает эффективность трансформации цифрового HRM в повышении стандартов работы сотрудников. Для оценки эффективности внутренних практик и процессов цифрового HRM, ориентированных на клиента, необходимо рассматривать чувства и эмоции сотрудников в контексте качества обслуживания клиентов.

Как и маркетинговые и операционные отделы, HR-отделы начинают осознавать важность цифрового управления талантами для повышения эффективности бизнеса. Однако они могут столкнуться с так называемой «ловушкой управления персоналом». Эта ловушка подразумевает, что все положительные и отрицательные результаты для внутренних клиентов являются результатом практики, процедур и политики HRM.

В процессе цифровой трансформации могут измениться такие функции HRM, как подбор персонала, обучение и оценка. Глубокое понимание сотрудниками изменений, связанных с цифровой трансформацией HRM, имеет решающее значение для успеха этой трансформации. Особое внимание следует уделить тому, чтобы избежать проблем, связанных с HRM, полностью удовлетворить потребности внутренних клиентов и минимизировать потери [3].

Цифровая экономика оказывает существенное влияние на такие традиционные области управления персоналом, как подбор, обучение, управление эффективностью и вознаграждением. В свете этого важно, чтобы сфера управления персоналом претерпела цифровую трансформацию, а политика управления персоналом разрабатывалась на основе передового цифрового опыта [4].

В современном быстро меняющемся и все более конкурентном мире бизнеса компании придают большое значение компетентным человеческим ресурсам как стратегическому активу. Специалисты по управлению человеческими ресурсами должны эффективно реагировать на обострение конкуренции, вызванное глобальной цифровой трансформацией и быстрым технологическим прогрессом в области управления персоналом. В будущем специалистам по управлению персоналом потребуются знания, навыки и компетенции в области цифровых технологий. Они должны быть гибкими и адаптируемыми к изменениям, связанным с цифровым рабочим местом и цифровой трансформацией.

Цифровые технологии позволяют предоставлять полный спектр услуг и обслуживание для наших сотрудников на протяжении всего их рабочего пути. Мы можем создать интеллектуальную систему, которая будет обслуживать наших сотрудников от момента принятия предложения о работе до момента ухода из компании. Эта система не только автоматизирует управление персоналом, но и обеспечивает более быструю и точную обработку данных, чем люди. Цифровая трансформация в управлении персоналом открыла новые возможности для повышения эффективности бизнеса с помощью цифровых технологий.

Совершенствование процессов и модульности цифровых бизнес-процессов управления персоналом приводит к повышению производительности информационных систем, обеспечивает прозрачность и возможность отслеживания сокращения затрат. Это способствует развитию цифровых стратегий HRM, которые могут привести к новым практикам и творческим инициативам.

Создание дополнительной стоимости, уменьшение бюрократии и снижение затрат – главенствующие преимущества цифрового HRM. Эта система улучшает производительность HRM и освобождает его от рутинных операционных процессов, позволяя ему сосредоточиться на стратегических областях, которые важны для организации. Цифровые системы HRM просты и быстры, что позволяет сотрудникам развивать свои навыки и повышать производительность. Организации и их руководству предпочтительно использовать эту широкодоступную систему [5].

Управление человеческими ресурсами в цифровую эпоху имеет решающее значение для обеспечения конкурентоспособности предприятий. Важным аспектом формирования кадрового потенциала «цифровой экономики» является совершенствование системы образования. Эта система должна обеспечивать компетенции, необходимые для цифровой экономики в контексте Индустрии 4.0. Кроме того, традиционные потребности в кадрах должны быть быстро адаптированы к современным цифровым компетенциям. Что еще более важно, для развития необходимых компетенций и привлечения талантов, способных участвовать в развитии цифровой экономики, следует также создать систему мотивации сотрудников.

Повышение частоты мобильности персонала – одно из проявлений нестабильности в управлении человеческими ресурсами. В современной цифровой экономике компании сталкиваются со значительной текучестью кадров. Неопределенность в вопросах привлечения талантов выливается в высокую степень неопределенности. Эта неопределенность обусловлена изменениями в стандартах цифровых талантов, требованиями бизнеса и внешней среды. Частью

этой неопределенности является вопрос о том, какие таланты действительно нужны и какие таланты действительно сохраняются.

Современная среда управления талантами чрезвычайно сложна. На управление талантами влияют политика, экономика, технологии, культура и ценности. Цифровые таланты также чреваты неопределенностью. Цифровая трансформация требует использования цифровых технологий, которые обеспечивают интеллектуальную производительность и проникают во все аспекты жизни и работы.

По мере цифровизации управления персоналом ожидается изменение многих существующих и создание новых ролей. Чтобы соответствовать требованиям цифровой трансформации и повысить эффективность управления персоналом, компаниям необходимо начать планировать и использовать изменения в ролях для повышения эффективности управления персоналом, качества предоставляемых услуг и производительности труда. Автоматизация затронет большинство HR-операций. Сотрудникам, чьи административные задачи сократятся, будет оказана соответствующая поддержка в обучении и переходе на новые роли в HRM [6].

Проведение цифровой трансформации и модернизации HRM является необходимым для удовлетворения внутренних и внешних требований. HRM, в качестве бизнес-партнера, должен учесть требования клиентов, включая обеспечение цифровых процессов HRM. В то же время, внешние факторы, такие как конкуренция, развитие отрасли и государственное регулирование, также должны быть учтены. Это позволит HRM противостоять конкурентному давлению и получить бизнес-преимущество. Поэтому необходимо пересмотреть возможность или срочность цифровой трансформации HRM в контексте внутренней и внешней организационной среды.

Список литературы:

1. Heavin C., Power D. J. Challenges for digital transformation—towards a conceptual decision support guide for managers // *Journal of Decision Systems*. – 2018. – Т. 27. – №. sup1. – С. 38-45.
2. Настоящее и будущее цифровых методов управления человеческими ресурсами / Е. Завьялова, Д. Соколов, Д. Кучеров, А. Лисовская // *Форсайт*. – 2022. – Т. 16, № 2. – С. 42-51.
3. Huang Y. T. Internal marketing and internal customer: A review, reconceptualization, and extension // *Journal of Relationship marketing*. – 2020. – Т. 19. – №. 3. – С. 165-181.
4. Оленев, Д. А. Цифровизация технологий управления персоналом: обзор Интернет-источников / Д. А. Оленев // I Международная конференция "Цифровая трансформация общества, экономики, менеджмента и образования" : Материалы конференции, Екатеринбург, 14–15 декабря 2018 года. – Екатеринбург: Ústav personalistiky, 2019. – С. 68-75.
5. Vardarlier P. Digital transformation of human resource management: Digital applications and strategic tools in HRM // *Digital business strategies in blockchain ecosystems: Transformational design and future of global business*. – 2020. – С. 239-264.

6. Митрофанова, Е. А. E-HRM как инструмент управления человеческими ресурсами в цифровой экономике / Е. А. Митрофанова, А. Е. Митрофанова // Управление персоналом и интеллектуальными ресурсами в России. – 2021. – Т. 10, № 5. – С. 73-77.

УДК 338

Клюшник Д.А., магистрант 2 курса
Klyushnik D.A., 2nd year Master's student

Научный руководитель: Ваниева Э.А., к.э.н., доцент
Scientific supervisor : Vanieva E.A., PhD, Associate Professor

ГБОУВО РК «Крымский инженерно-педагогический университет имени Февзи Якубова»

SBEIHE RC «Crimean engineering and pedagogical university the name of Fevzi Yakubov

**СРАВНИТЕЛЬНО-ПРАВОВОЙ АНАЛИЗ ЗАРУБЕЖНОГО И
РОССИЙСКОГО ОПЫТА НАЛОГОВОГО
АДМИНИСТРИРОВАНИЯ**
COMPARATIVE LEGAL ANALYSIS OF FOREIGN AND RUSSIAN TAX
ADMINISTRATION EXPERIENCE

Аннотация. В отличие от многих зарубежных юрисдикций, современная российская система налогового администрирования вышла на путь развития лишь в конце 1990-х годов, тогда как многие страны уже имели большой опыт в этой сфере. Однако, несмотря на существующие различия в методах, методах, а также приоритетных направлениях стран в администрировании налогов, сборов и других платежей, современные процессы цифровизации и информатизации поставили перед мировым сообществом ряд проблем, связанных с определением правовых норм. статус, границы и субъекты ответственности в случае нарушения прав и свобод налогоплательщиков с использованием технологий искусственного интеллекта.

Ключевые слова: налоговое администрирование, искусственный интеллект, робототехника, налогообложение, ответственность.

Annotation. Unlike many foreign jurisdictions, the modern Russian system of tax administration entered the path of development only in the late 1990s, while many countries already had extensive experience in this area. However, despite the existing differences in methods, methods, as well as the priority directions of countries in the administration of taxes, fees and other payments, modern processes of digitalization and informatization have posed a number of problems to the world community related to the definition of legal norms. status, boundaries and subjects of

responsibility in case of violation of the rights and freedoms of taxpayers using artificial intelligence technologies.

Keywords: tax administration, artificial intelligence, robotics, taxation, responsibility.

Исследование эффективности налогового администрирования, осуществляемого как в России, так и за рубежом всегда привлекало к себе особое внимание всего мирового сообщества ввиду специфики своей деятельности. Ежегодная нестабильность бюджетных доходов государства, увеличение случаев совершения налоговых нарушений, отсутствие должной правовой базы регулирования - все эти факторы оказали значительное влияние на изменение курса государственной политики в сфере налогового администрирования в различных странах мира, в том числе и в России.

В настоящее время несмотря на столь развитую процедуру российского налогового администрирования, а также активного использования данного термина в различных федеральных законах [1] и письмах Федеральной налоговой службы России [2], само определение понятия «налоговое

администрирование» в российском законодательстве до сих пор отсутствует. Но на основе анализа правоприменительной практики мы можем прийти к выводу, что под налоговым администрированием понимается совокупность нормативно закрепленных определенных способов, направленных на эффективный сбор налогов, сборов и иных платежей уполномоченными на то органами государства. Многие специалисты приравнивают налоговое администрирование к налоговому контролю [3], но на наш взгляд, налоговый контроль является более узким понятием по сравнению с налоговым администрированием, которое как раз-таки предполагает проведение в том числе и налогового контроля.

Процедура налогового администрирования, осуществляемая в зарубежных юрисдикциях, имеет ряд принципиальных отличий от российского правопорядка. Так, например, во многих странах действуют специально созданные органы, получившие название «налоговые администрации» или «органы налогового администрирования». В свою очередь, эти органы в зависимости от своей компетенции могут быть сгруппированы следующим образом: органы, осуществляющие взимание налогов и сборов; органы, в сферу деятельности которых входит установление налоговой политики; а также органы, осуществляющие контроль за уплатой налогов и сборов [4].

В ходе администрирования налогов и сборов зарубежные юрисдикции все больше уделяют особое внимание повышению гражданского долга населения, а также формированию у них добросовестного поведения и должного отношения к исполнению своих налоговых обязанностей. Одной таких мер является создание и введение в действие доступных для понимания граждан правил налогообложения, поскольку чем более доступны будут для понимания механизмы налогообложения, тем более эффективным будет налоговое администрирование [2].

Мировая практика показывает, что современные инструменты искусственного интеллекта и роботизации имеют большой потенциал для дальнейшего развития сферы налогового администрирования как в России, так и за рубежом благодаря тому, что они могут делать налоговое прогнозирование более точным, оперативно выявлять случаи совершения преступных деяний в сфере налоговых отношений, а также ускорять процесс анализа налоговой документации. Однако вместе с увеличением использования ряда таких механизмов искусственного интеллекта и робототехники в сфере налогового администрирования появились проблемы, не решенные до сих пор.

Одной из таких существующих правовых проблем является отсутствие закрепления правового статуса робототехники и технологий искусственного интеллекта. О.А.Ястребов не раз обращал внимание на то, что анализ и исследование проблематики правового статуса роботов должны стать приоритетными для юридической науки [3]. Один из судей Конституционного суда Г.А.Гаджиев также подчеркнул, что он не видит препятствий для того, чтобы наделить роботов правовым статусом.

Более того, в России к настоящему времени так и не сложилось на данный момент единого подхода к пониманию правосубъектности роботизированных механизмов. Многие современные специалисты отмечают необходимость в установлении на законодательном уровне ответственности за вред, причиненный лицам, в том числе налогоплательщикам, технологиями искусственного интеллекта.

В 2020 году Правительством РФ была утверждена Концепция развития регулирования отношений в сфере технологий искусственного интеллекта и робототехники до 2024 года, в которой подчеркивалось, что существующий уровень развития технологий искусственного интеллекта, применяемых в той же сфере налогового администрирования, не повлечет за собой кардинальных изменений в регулировании института юридической ответственности, но при

этом, потребуется дальнейшая проработка и закрепление механизмов гражданско-правовой, уголовной, а также административной ответственности в случае, если принятое такой робототехникой решение причинит вред налогоплательщику.

Также нерешенным остается вопрос определения круга лиц, которые будут нести ответственность за их действия. Так, одни специалисты считают, что ответственность за действия робототехники должны нести лица, которые занимались программированием роботов, то есть их так называемые производители. Другие же считают, что в случае причинения налогоплательщику вреда, нарушения его прав и свобод ответственность будет лежать на тех лицах, которые использовали инструменты искусственного интеллекта в своей профессиональной деятельности, а также на владельцах роботов. В зарубежной практике имеется точка зрения о том, что юридическую ответственность за действия робота будет нести человек, который дает роботу разрешение действовать от его имени [9]. В Проекте Отчета с рекомендациями Комиссии по гражданско-правовому регулированию в сфере робототехники выдвигался тезис, что ответственность должна возлагаться на того, в чьи

обязанности входила минимизация рисков и не наступления вредных последствий [4].

Заслуживают особого внимания всего мирового сообщества проблемы, связанные с отсутствием достаточной степени доверия налогоплательщиков к технологиям искусственного интеллекта. В современном мире многие налогоплательщики не доверяют технологиям искусственного интеллекта свои персональные данные, считают, что техника не может быть полностью обучена всему тому, чему учились отдельные работники налоговых органов. Более того, в настоящее время применяемые в различных сферах жизни роботы не могут объяснить принятое ими решение, грамотно проконсультировать налогоплательщика. В большинстве случаев роботы осуществляют свою

деятельность по заложенным шаблонам и не могут учесть все нюансы конкретных случаев и ситуаций налогоплательщиков. Данную проблему многие специалисты характеризуют как «проблему алгоритмической прозрачности систем искусственного интеллекта».

Таким образом, подводя итог, необходимо отметить, что несмотря на специфику и отличительные характеристики процедур налогового администрирования, осуществляемых в разных юрисдикциях, все мировое сообщество должно объединиться для решения проблем, вызванных переходом к цифровизации и компьютеризации, а также к внедрению технологий искусственного интеллекта и робототехники, за которыми одни видят будущее, а другие - потенциальные риски и опасности.

Список литературы:

1. Федеральный закон от 27 июля 2006 г. N 137-ФЗ «О внесении изменений в часть первую и часть вторую Налогового кодекса Российской Федерации и в отдельные законодательные акты Российской Федерации в связи с осуществлением мер по совершенствованию налогового администрирования» // СПС «КонсультантПлюс».

2. Дадашев А.З., Лобанов А.В. Налоговое администрирование в Российской Федерации. - М.: Книжный мир, 2008. - 462с.

3. Ястребов О.А. Искусственный интеллект в правовом пространстве: концептуальные и теоретические подходы // Правосубъектность общетеоретический, отраслевой и международно-правовой анализ: Сб. материалов к XII Ежегодным научным чтениям памяти С.Н. Братуся. М.: Институт законодательства и сравнительного правоведения при Правительстве РФ; Статут, 2017. С. 271 — 283.

4. Ученые-правоведы приступили к разработке проектов, прописывающих правовой статус роботов и различных систем искусственного интеллекта. [Электронный ресурс] // URL: <https://rg.ru/2017/10/26/iuristy-reshat-kto-otvetit-za-oshibki-robototekniki.html>

Коголева К.К., обучающаяся 4 курса, Гурджиян В.Л., к.э.н., доцент
Kogoleva K.K., 4th year student Gurdzhian V.L., PhD, Associate Professor

ФГБОУ ВО «Чувашский государственный университет им. И.Н. Ульянова»
I.N. Ulyanov Chuvash State University

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ АНТИКРИЗИСНОЙ ДИАГНОСТИКИ TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF ANTI-CRISIS DIAGNOSTICS

Аннотация: В данной статье рассмотрена сущность антикризисной диагностики, ее важность в жизни организации. Рассмотрены тенденции развития антикризисной диагностики. В статье подчеркивается важность информационных технологий и аналитических систем в антикризисной диагностике, поскольку большие объемы данных позволяют выявить скрытые риски и неэффективные процессы. Однако в ней также подчеркивается, что профессионализм и опыт диагностов, наряду с современными инструментами, имеют решающее значение для успешной антикризисной диагностики. Тенденции развития в этой области отражают постоянные усилия по совершенствованию методов, оптимизации процессов и снижению рисков, что в конечном итоге приводит к повышению конкурентоспособности и успешному развитию бизнеса в динамичной экономической среде.

Ключевые слова: антикризисная диагностика, кризис, риск, тенденции.

Abstract: This article examines the essence of anti-crisis diagnostics, its importance in the life of the organization. Trends in the development of anti-crisis diagnostics are considered. The article emphasizes the importance of information technologies and analytical systems in crisis diagnostics, since large amounts of data allow us to identify hidden risks and inefficient processes. However, it also emphasizes that the professionalism and experience of diagnosticians, along with modern tools, are crucial for successful anti-crisis diagnostics. Development trends in this area reflect constant efforts to improve methods, optimize processes and reduce risks, which ultimately leads to increased competitiveness and successful business development in a dynamic economic environment.

Keywords: anti-crisis diagnostics, crisis, risk, trends.

Антикризисная диагностика - активно развивающееся направление, нацеленное на поддержание и укрепление устойчивости предприятий и организаций в условиях кризисных явлений и экономических трудностей. С появлением все новых вызовов и угроз, антикризисная диагностика составляет основу для эффективного управления кризисной ситуацией. Антикризисная диагностика остается ключевым инструментом в управлении кризисами и обеспечении устойчивости организаций. Она играет важную роль в жизни организации по нескольким причинам:

1. Предотвращение убытков: путем раннего выявления потенциальных кризисов организация может предотвратить значительные убытки, связанные с их наступлением.

2. Сохранение репутации: кризисы могут негативно сказаться на репутации организации. Антикризисная диагностика позволяет снизить риск негативных публичных реакций.

3. Оптимизация ресурсов: антикризисная диагностика помогает распределять ресурсы более эффективно и избегать излишних затрат.

4. Укрепление управления: анализ возможных кризисов способствует усовершенствованию системы управления и готовности руководства к нестандартным ситуациям.[2]

Антикризисная диагностика развивалась и продолжает развиваться в ответ на изменения в экономической и социальной среде. Она возникла впервые в 1930-х годах в период Великой Депрессии и была создана как инструмент для выявления и предотвращения кризисных ситуаций.

С течением времени, антикризисная диагностика стала все более признанной и развивалась в соответствии с изменениями в экономической практике и новыми методами анализа. Она стала особенно актуальной в периоды экономических кризисов, когда она помогает компаниям преодолевать трудности и принимать эффективные решения для обеспечения стабильности и развития.

С развитием информационных технологий и доступом к большим объемам данных, антикризисная диагностика стала более точной и универсальной. Сейчас существуют различные методики и инструменты для антикризисной диагностики, включая анализ финансовой отчетности, управленческий анализ, экономико-математическое моделирование и прогнозирование.

Развитие антикризисной диагностики также связано с ростом важности исследований в области управления рисками. Экономическая нестабильность и рост рисков в современном мире требуют более сложных и глубоких аналитических инструментов для предвидения кризисных ситуаций.

Сегодня антикризисная диагностика широко применяется в различных сферах, включая бизнес, финансы, государственное управление и социальные области. Она помогает выявлять потенциальные проблемы и предотвращать кризисные ситуации, а также разрабатывать стратегии и решения для улучшения состояния и развития организаций и общества в целом.

Результатом антикризисной диагностики является разработка комплексного плана действий, направленного на устранение выявленных проблем и предотвращение кризисов. Этот план может включать меры по оптимизации финансовой деятельности, улучшению управленческих процессов, внедрению новых технологий, обучению персонала и укреплению взаимоотношений с партнерами и клиентами. К тенденциям развития антикризисной диагностики можно отнести [1]:

1. Мониторинг в режиме реального времени. Использование передовых технологий, таких как устройства и датчики Интернета вещей (IoT), позволяет

осуществлять непрерывный мониторинг различных параметров и показателей производительности. Это позволяет раннее выявление потенциальных кризисов или отклонений от нормы.

2. Анализ на основе данных. Интеграция анализа больших данных и алгоритмов машинного обучения помогает выявлять закономерности и аномалии, способствуя более точному прогнозированию кризисов. Это позволяет применять упреждающий подход к управлению кризисами за счет использования исторических данных и информации в реальном времени.

3. Прогнозное моделирование. Разрабатываются усовершенствованные прогнозные модели для прогнозирования потенциальных кризисов и их последствий. Эти модели используют исторические данные, методы моделирования и анализ сценариев для прогнозирования критических событий и поддержки принятия решений.

4. Автоматизация и искусственный интеллект. Технологии искусственного интеллекта (ИИ), включая обработку естественного языка и когнитивные вычисления, используются для автоматизации процессов сбора, анализа и принятия решений. Это повышает скорость и точность диагностики кризисов и реагирования на них.

5. Сотрудничество и обмен знаниями. Развитие совместных систем и платформ позволяет обмениваться информацией, опытом и передовыми практиками, связанными с кризисом, между организациями и экспертами. Это способствует развитию коллективного разума и облегчает эффективную диагностику кризисов.

6. Интеграция нескольких источников данных. Помимо традиционных источников данных, таких как финансовые отчеты и рыночные индикаторы, интегрируются новые источники, такие как социальные сети, ленты новостей и анализ настроений, для сбора информации в режиме реального времени о возникающих кризисах и общественных настроениях.

7. Системы оценки рисков. Разрабатываются надежные системы и методологии для оценки и измерения рисков, связанных с различными кризисными сценариями. Эти рамки помогают расставить приоритеты действий и эффективно распределить ресурсы.

8. Постоянное совершенствование и обучение. Антикризисная диагностика постоянно развивается, что обусловлено необходимостью извлекать уроки из прошлых кризисов и адаптироваться к новым вызовам. Для повышения эффективности и точности диагностических процессов создаются механизмы регулярной оценки и обратной связи.

В целом, основное внимание уделяется использованию технологий, данных и сотрудничества для раннего обнаружения кризисов, прогнозирования их последствий и принятия упреждающих мер для минимизации неблагоприятных последствий.

Одна из главных тенденций в развитии данной области - использование современных методов и инструментов для прогнозирования возможных кризисных ситуаций и определения их возможных последствий. Это включает в себя анализ финансовой отчетности, исследование маркетинговых и конкурентных аспектов, а также оценку внутренней экономической среды предприятия. Такой комплексный подход позволяет выявить потенциальные проблемы и недостатки в работе компании и разработать меры по их устранению.

Кроме того, в последнее время становится все более важным использование информационных технологий и аналитических систем в антикризисной диагностике. Большие объемы данных, которые создаются и собираются в рамках деятельности предприятия, могут быть использованы для выявления скрытых рисков и неэффективных процессов. Использование современных алгоритмов и технологий позволяет проводить точный анализ данных и предсказывать возможные сценарии развития ситуации. Однако, несмотря на все новшества и инновации, важно понимать, что антикризисная диагностика - это не только современные инструменты и технологии, но и профессионализм и опыт диагностов. Команда специалистов, имеющих глубокие знания в области анализа и управления кризисами, является ключевым компонентом успешной работы данного направления.

Таким образом, тенденции развития антикризисной диагностики свидетельствуют о стремлении предприятий и организаций к постоянному совершенствованию методов, оптимизации процессов и минимизации рисков. Применение современных методов анализа и информационных технологий позволяет выявлять проблемы на ранней стадии и принимать эффективные меры для их предотвращения или нейтрализации. Такая оптимизация ведет к повышению конкурентоспособности и успешному развитию бизнеса в условиях постоянно меняющегося экономического окружения.

Список литературы:

1. Гурджиян, В. Л. Проблемы выявления арбитражным управляющим признаков преднамеренного и фиктивного банкротства / В. Л. Гурджиян // Современные тенденции развития бухгалтерского учета, налогообложения, анализа и аудита в российской и международной практике : Материалы Международной научно-практической конференции, посвященной 10-летию Чебоксарского территориального института профессиональных бухгалтеров, Чебоксары, 12 мая 2011 года / Ответственный редактор: А.Е. Яковлев. – Чебоксары: Чувашский государственный университет им. И.Н. Ульянова, 2011. – С. 95-98. – EDN YKIUXJ.

2. Егорова, Ю. В. Современный стратегический анализ в системе управления организацией / Ю. В. Егорова, В. Л. Гурджиян // Актуальные вопросы экономики : Сборник научных трудов. – Чебоксары : Чувашский государственный университет имени И.Н. Ульянова, 2019. – С. 97-103. – EDN ZEIBHV.

3. Назарчук, В. Ю. Проблема выявления признаков преднамеренного банкротства / В. Ю. Назарчук, В. Л. Гурджиян // Экономические аспекты инновационного развития России : Сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции студентов, магистрантов, аспирантов, молодых ученых, Чебоксары, 06–07 мая 2019 года. – Чебоксары: Чувашский государственный университет имени И.Н. Ульянова, 2019. – С. 258-264. – EDN WBCWRX.

4. Хирачигаджиева, М. М. Антикризисное управление и эффективное управление рисками предприятия в экономике России // Журнал: Научный альманах, Дагестанский государственный университет народного хозяйства, г. Махачкала, 2019. – С. 103-106 . – eISSN: 2411-7609

УДК 379.851

Комова Т.О., Юмшина В.И., преподаватели
Komova T.O., Yumshina V.I., teachers

ГПОУ «Читинский политехнический колледж»
State Educational Institution "Chita Polytechnic College"

**О ЦЕЛЕНАПРАВЛЕННОМ КОНСТРУИРОВАНИИ
РЕЗУЛЬТАТИВНЫХ КОММУНИКАЦИЙ В ПРОМЫШЛЕННОМ
ТУРИЗМЕ ЗАБАЙКАЛЬСКОГО КРАЯ**
ABOUT PURPOSEFUL CONSTRUCTION OF EFFECTIVE COMMUNICATIONS
IN INDUSTRIAL TOURISM OF THE TRANS-BAIKAL TERRITORY

Аннотация. В статье рассмотрены подходы к управлению развитием промышленного туризма Забайкальского края. Установлено, что с целью повышения эффективной деятельности туристско-индустриального комплекса следует совершенствовать систему управления и в качестве перспективного пути развития предприятий следует рассматривать работу студентов, молодежи в качестве экскурсоводов. Поэтому для дальнейшего эффективного развития основных направлений туристско-индустриальной отрасли необходимо развивать работу Студенческого туристического бюро. Определено, что эффективность управления в туристской сфере способствует повышению конкурентоспособности предприятий.

Ключевые слова: управление, промышленный туризм, промышленные предприятия, Забайкальский край, промышленные экскурсии.

Annotation. The article discusses approaches to managing the development of industrial tourism in the Trans-Baikal Territory. It is established that in order to increase the effective activity of the tourist-industrial complex, the management system should be improved and the work of students and young people as guides should be considered as a promising way of developing enterprises. Therefore, for the further effective development of the main directions of the tourist and industrial industry, it is necessary

to develop the work of the Student Tourist Bureau. It is determined that the effectiveness of management in the tourism sector contributes to the competitiveness of enterprises.

Keywords: management, industrial tourism, industrial enterprises, Trans-Baikal Territory, industrial excursions.

С развитием туризма связывается развитие мировой экономики и экономики отдельных регионов, он способствует экономическому прогрессу и является непременным условием устойчивого развития территории [3]. Значение туризма определяется его социальной направленностью, однако, многочисленные исследования этого явления все глубже уходят в экономику и все дальше удаляются от сути самого туризма. При большом количестве работ по проблемам оценки и использования ресурсов туризма проявляется очень малое внимание к исследованию материальных возможностей населения пользоваться этими ресурсами. Забайкальский край в первом десятилетии XXI века развивался с позитивной динамикой социально-экономического развития [4]. Новые вызовы экономики, целевые ориентиры, поставленные Правительством Российской Федерации на долгосрочную перспективу требуют более интенсивного использования всех ресурсов и резервов, имеющихся в крае. Возможности Забайкальского края в формировании эффективной туристической индустрии могут дать положительную динамику с развитием разнообразных видов туризма и их сочетанием. Одним из таких направлений является промышленный туризм.

Промышленный туризм – одно из основных направлений стратегического развития Российской Федерации, входящее в число приоритетных задач национальной экономики. Под промышленным туризмом мы будем понимать организованное посещение действующих предприятий с целью удовлетворения познавательных, профессиональных и прочих потребностей [1]. Основной формой промышленного туризма является промышленная экскурсия, то есть посещения определенных объектов Забайкальского края, таких как фабрики, заводы, комбинаты и др. по заранее разработанному маршруту со специальным руководителем-экскурсоводом.

В начале работы охарактеризуем предысторию становления промышленного туризма в ГПОУ «Читинский политехнический колледж» (далее – ГПОУ «ЧПТК»). Стратегию развития промышленного туризма в Забайкальском крае представили на заседании Акселератора «Открытая промышленность» в апреле 2023 г. в Москве. Забайкальский край презентовал свои проекты в этом направлении и получил высокую оценку. «Для нас принципиальное значение имеет развитие образования, потому что именно им определяется будущее региона на все 100%. Важная проблема для забайкальской экономики в том, что предприятиям, которые сейчас работают в крае, необходимы люди – с соответствующей квалификацией, специализацией, практическим опытом», – сказал губернатор Александр Михайлович Осипов [4]. Поэтому, одной из задач промышленного туризма считаем погружение в профессиональную среду, как фактор формирования профессиональных компетенций.

Студенты энергетического отделения группы РЗ-21 ГПОУ «ЧПТК»: Ильина Юлия и Епифанцев Михаил - принимали участие в мероприятии Акселератора, направленном на развитие промышленного туризма в Забайкальском крае.

Студенты-энергетики в течение трёх дней прошли обучение о методике создания экскурсий на предприятиях, проектировали стажировки на производстве. Формами обучения были мозговые штурмы, стратегические сессии, разработка собственного проекта с его защитой и др.

За данную образовательную поездку они посетили разнообразные промышленные предприятия столичного региона, а именно: «Суперметалл», «Микрон», Московский авиационный институт, «Технополис Москва». Наиболее яркие эмоции у ребят вызвало посещение предприятия «Суперметалл». Это - деловой квартал, сочетающий промышленную архитектуру, производственные площадки, современный арт-дизайн. На площадке квартала проходила стратегическая сессия «Молодежь и промышленность», где совместно с федеральными органами исполнительной власти, промышленными предприятиями обсуждались вопросы привлекательности инвестиций в молодежные туристические проекты.

В особой экономической зоне «Технополис Москва» студенты вживую увидели, как создаются инновации, как рождаются микрочипы, 3D-печать человеческих костей, сосудов и органов и др. Проект «Больше, чем работа» входит в Долгосрочную программу содействия занятости молодежи на период до 2030 и призван решить проблему трудоустройства молодых специалистов. Участники проекта могут пройти производственную практику с дальнейшей возможностью трудоустройства.

Задача среднего профессионального образования (далее СПО) - не только выпускать подготовленных специалистов, но и способствовать комплексному развитию студента. Поэтому зародилась идея не просто проводить экскурсии на предприятия Забайкальского края, но и популяризировать рабочие профессии среди студентов СПО и учащихся общеобразовательных организаций г. Читы. Одновременно в связи с актуальностью туристической деятельности произойдет усовершенствование управления туристической деятельности Забайкальского края и повысится конкурентоспособность промышленных предприятий.

В ГПОУ «ЧПТК» наработан многолетний опыт проведения экскурсий на предприятия, где молодежи рассказывают о специфике профессий и необходимых навыках, знакомят с трудовыми коллективами и их традициями. В рамках реализации мероприятий по профессиональной ориентации, нами увеличилось количество экскурсий на предприятия, качество проводимых экскурсий, подключили не только студентов, но и школьников. Поэтому ГПОУ «ЧПТК» разработан проект, нацеленный на создание промышленного Студенческого Туристического Бюро, популяризацию и повышение престижа рабочих профессий, через промышленные экскурсии (это посещение нескольких успешных промышленных предприятий и ознакомление с процессами производства), профориентацию школьников и содействие в занятости и трудоустройстве выпускников ОУ СПО Забайкальского края.

В работе Студенческого бюро задействованы как методисты ГПОУ «ЧПТК»; ведущие преподаватели профессиональных циклов, прошедших обучение по проведению экскурсоводческой деятельности и студенты выпускных групп экономического, энергетического, технологического и механического отделений ГПОУ «ЧПТК».

На сегодняшний день в Забайкальском крае в области промышленного туризма мы работаем как некоммерческое общественное объединение. На начальном этапе развития промышленного туризма Забайкалья экскурсии ориентированы и на школьников. Студенческое Туристическое Бюро, созданное на базе ГПОУ «Читинский политехнический колледж», единственное и уникальное в Забайкальском крае. Данный проект нацелен решить проблему трудоустройства молодых специалистов, профориентацию обучающихся школ и определит их дальнейший путь. Участники проекта смогут пройти производственную практику с дальнейшей возможностью трудоустройства. Школьники являются категорией экскурсантов, для которой чаще всего предоставляются экскурсионные услуги в г. Чите.

В настоящее время сотрудниками Студенческого Туристического Бюро ГПОУ «ЧПТК» разрабатываются и дорабатываются Технологические карты экскурсий на основании «Методических рекомендации по организации промышленного туризма в регионах Российской Федерации» [2]. В каждой Технологической карте индустриальной экскурсии на предприятие Забайкальского края закрепляется тема, цель и задачи экскурсии, оптимальный вариант маршрута, ее протяженность и продолжительность, объекты показа, остановки, структура, сформулированы требования к методике и технике ведения экскурсии.

Молодёжный туризм на сегодняшний день является одним из самых массовых видов туризма в Забайкалье. Проблема развития и организации данного вида туризма очень актуальна. Экономические преимущества молодёжного туризма очевидны: путешествуют школьники и студенты организованными группами, поездки ритмично повторяются. По целям путешествий этот вид туризма относится к познавательным, деловым, транзитным и образовательным категориям. По способу организации туристских путешествий они относятся к плановым (осуществляются по туристской программе ГПОУ «ЧПТК»). По продолжительности походов и путешествий различают одно, двухдневные и многодневные походы. По способу активного передвижения классифицируем как пешеходный, автотуризм и комбинированный.

Экскурсия на предприятие – это организованное групповое посещение промышленного предприятия с познавательными целями. По длительности такая экскурсия занимает от одного до полутора часов. Партнёрами проекта выступают организации Забайкальского края: филиал ПАО «Россети Сибирь» - «Читаэнерго»; публичное акционерное общество «Территориальная генерирующая компания № 14» (ПАО «ТГК-14»); ООО «ГРК «Быстринское» территориальное подразделение ПАО «ГМК «Норильский никель»; ассоциация «Совет директоров учреждений профессионального образования Забайкальского края» и другие.

В Забайкальском крае останутся и будут развиваться молодые и перспективные специалисты, которые закроют проблему нехватки кадрового потенциала. Тематические туры с посещением нескольких предприятий одного профиля – это организованные групповые поездки с посещением двух и более предприятий одного региона, производства которых представляют интерес в рамках темы тура. Продолжительность таких туров составляет от 2 и более дней. Соответственно, программа этих туров включает не только производственные экскурсии, но и услуги по размещению, питанию, трансферу, кроме того, обычно

включены обзорные экскурсии по городам посещения и другие культурно-развлекательные мероприятия.

В Чите существуют предприятия, посещение которых может быть интересно для широкого круга туристов. Например, это фабрики по производству мебели из древесины (ОАО «Читинский мебельный деревообрабатывающий комбинат», Мебельный торговый центр «Ант»), ОАО Читинское швейное предприятие «Забайкалье», Читинский молочный комбинат «Молочный остров» и др. Сейчас заключаются договоры на проведение экскурсий и разрабатываются Технологические карты индустриальных экскурсий.

Несмотря на то, что индустриальный (промышленный) туризм для Забайкальского края официально признан перспективным направлением, его возможности, в силу многих факторов, реализованы не в полном объеме.

С одной стороны, промышленный туризм полностью раскрывает образовательный потенциал туризма, способствуя реализации профессиональной ориентационной задачи. Возможность получения комплексного представления об особенностях производственного процесса, уникальных прорывных технологиях производства, благоприятствует завершенности и системности образовательного процесса будущего специалиста. С другой стороны, промышленный туризм – инструмент развития экономики региона.

Итак, промышленный туризм является перспективным направлением развития экономики региона. Потенциал для этого развития есть у многих индустриальных регионов страны, в том числе и у Забайкальского края. Нам представляется, что на начальном этапе промышленный туризм может быть представлен набором экскурсий на промышленные предприятия, которые ориентированы на группы студентов и учащихся школ города Читы, где в роли экскурсоводов выступают студенты выпускных групп ГПОУ «ЧПТК». Важная роль в ходе индустриальных экскурсий отведена работе с аудиторией. Подавляющее большинство мероприятий проекта интерактивное и зритель, как правило, вовлечен в процесс. В программе промышленных экскурсий существуют мероприятия, способные заинтересовать разные возрастные группы. Например, для школьников организованы экскурсии-исследования, наполненные играми и творческими активностями, а также бесплатные мастер-классы для школьников; а для студентов организованы бесплатные творческие мастерские и экскурсии.

Промышленные экскурсии на предприятия Забайкальского края для будущих профессионалов – это организация экскурсий на ведущие предприятия той или иной отрасли промышленности с целью изучения особенностей и инноваций производства, получения опыта успешных предприятий, поиска партнеров для бизнеса или места работы.

Список литературы:

1. Докашенко Л.В., Полянина С.С. Сущность промышленного туризма и его виды// Материалы Всероссийской научно-методической конференции «Университетский комплекс как региональный центр образования, науки и культуры». – Оренбург: Издательство «Университет», 2014. – С. 1773-1776.

2. Методических рекомендации по организации промышленного туризма в регионах Российской Федерации. Агентство стратегических инициатив. 2023. – 24 с.

3. Рындач М.А., Шерешева М.Ю., Сергеева Е.А., Каргина Л.А., Арутюнов Д.С. Менеджмент и маркетинг в туристской индустрии: электронное учебное издание (учебное пособие) / М.А. Рындач., М.Ю. Шерешева, Е.А. Сергеева, Л.А. Каргина, Д.С. Арутюнов – Майкоп: ЭЛИТ, 2021. – 251 с.

4. https://minvr.gov.ru/presscenter/news/na_dalnem_vostoke_sozdan_konsortsium_po_operezhayushchey_podgotovke_kadrov_dlya_gornodobyvayushchey/

УДК 331.108

Кондратьев П.Н., к.э.н., доцент
Kondratyev P.N., Ph.D. Associate Professor

ФГБОУ ВО «Великолукская ГСХА»
Velikiye Luki State Agricultural Academy

**АДАПТАЦИЯ КАК МЕХАНИЗМ ПОВЫШЕНИЯ
ЭФФЕКТИВНОСТИ РАБОТЫ ПЕРСОНАЛА**
ADAPTATION AS A MECHANISM FOR IMPROVING THE EFFICIENCY OF
STAFF

Аннотация: Адаптация персонала является неотъемлемой частью управления человеческими ресурсами, поскольку позволяет новым сотрудникам максимально быстро влиться в трудовой коллектив и достичь своих профессиональных целей. Необходимость адаптации обуславливается, прежде всего, тем, что она напрямую влияет на повышение производительности труда, снижение текучести кадров, создание благоприятной и продуктивной рабочей среды, укрепление корпоративной культуры и повышение уровня удовлетворенности сотрудников, что ведет к улучшению экономических результатов деятельности организации в целом.

В данной статье актуализируется роль адаптации как одного из важнейших условий эффективной трудовой деятельности персонала, рассматриваются основные методы и этапы проведения адаптации.

Ключевые слова: трудовая адаптация, управление персоналом, наставничество, метод усложняющихся заданий.

Abstract: Personnel adaptation is an integral part of human resource management, as it allows new employees to join the workforce as quickly as possible and achieve their professional goals. The need for adaptation is primarily due to the fact that it directly affects the increase in labor productivity, reducing staff turnover, creating a favorable and productive working environment, strengthening corporate culture and increasing employee satisfaction, which leads to an improvement in the economic results of the organization as a whole.

This article actualizes the role of adaptation as one of the most important conditions for effective labor activity of personnel, discusses the main methods and stages of adaptation.

Keywords: labor adaptation, personnel management, mentoring, the method of complicated tasks.

В настоящее время текучесть кадров остается одной из самых сложных проблем для любой организации. Она препятствует формированию постоянного и сплоченного кадрового состава, укреплению корпоративного духа коллектива. Основатель административной школы управления Анри Файоль рассматривал стабильность персонала (т.е. отсутствие текучести кадров) в качестве важнейшего принципа менеджмента, позволяющего повысить эффективность деятельности организации. Французский теоретик и практик менеджмента отмечал, что работоспособность у сотрудника будет выше, если он чувствует себя уверенно на своем рабочем месте, а для этого необходимо, чтобы руководство предоставляло ему все необходимое и обеспечивало гарантии занятости [1].

Действительно, текучесть является следствием непрофессионального управления в организации. Ее можно объяснить неудовлетворенностью работника своим рабочим местом, личными обстоятельствами, изменениями требований рынка труда или неудовлетворенностью организацией работой своих сотрудников. Все это приводит к созданию дополнительных управленческих расходов, связанных с поиском, отбором и адаптацией новых сотрудников, а также снижению производительности труда. Как отмечают специалисты, в среднем работодателю требуется 24 дня на поиск и отбор нового сотрудника (рабочего), при этом затраты на замену уволившегося могут колебаться от 16 до 20% от его заработной платы [2].

Для многих российских организаций борьба с текучестью кадров является актуальной задачей. Для этого используются различные стратегии управления персоналом, часть которых направлена на разработку программ адаптации.

Как известно, адаптация представляет собой процесс приспособления человека к изменяющимся условиям окружающей его среды (трудоустройство в новую организацию, вхождение в новую должность, приспособление к новым условиям труда, коллективу и т.д.). При этом она предполагает не только способность человека реагировать на изменения окружающей среды и подчиняться им (приспособление на уровне конформизма), но и способность активно повлиять на среду и даже преобразовать ее так, чтобы достичь внутриличностной гармонии, а также гармонии между личностью и внешней средой. В связи с этим принято выделять два адаптационных режима – пассивный и активный. С нашей точки зрения, пассивный режим применяется реже, поскольку для этого должны быть реализованы определенные основания (например, высокая квалификация, сильная харизма). Между тем активная адаптация в отличие от пассивной может иметь больше отрицательных

последствий, выражаемых в разрушении уже сложившейся системы отношений в трудовом коллективе и условий его функционирования [3].

Адаптация персонала аналогично с иными процессами, направленными на развитие персонала, требует времени, усилий и ресурсов как со стороны нового работника, так и со стороны управленцев. Новым сотрудникам в начале своего профессионального пути на новом месте сложно приспособиться к работе в уже сформировавшемся коллективе. Именно поэтому для снижения сопротивления крайне важна сплоченность группы и поддержка со стороны руководителя.

Особое внимание стоит обратить на адаптацию молодых специалистов, не имевших ранее опыта профессиональной деятельности. В таком случае приспособление в большей степени должно быть основано на постепенном включении работника в совершенно новую для него производственную среду. В этой связи в организации могут быть задействованы различные инструменты управления адаптацией, в числе которых наставничество, метод усложняющихся заданий, баддинг.

В основе наставничества лежит передача новичку практических знаний, умений и навыков, имеющихся у опытного коллеги или непосредственного руководителя. С нашей точки зрения, именно такой подход позволяет ускорить интеграцию нового сотрудника в рабочий процесс, способствует повышению его квалификации и уровня подготовки, поскольку наставник способен помочь с освоением ключевых производственных процессов, поделиться своим опытом и знаниями, всегда дать верные ответы на возникающие вопросы и решить различные проблемы.

Баддинг является своеобразной разновидностью наставничества, где в роли наставника выступает такой же молодой сотрудник, имеющий чуть больше опыта и способный по-приятельски давать советы и отвечать на любые, в том числе пустяковые, вопросы [4].

Метод усложняющихся заданий представляет собой специально разработанную программу действий новичка, выстроенную по степени их значимости, повышения сложности и расширения объема заданий [5]. Данный метод в отличие от наставничества не предполагает тесного контакта новичка с обучающим, но при этом развивает большую самостоятельность.

Проведем сравнительную характеристику наставничества с методом усложняющихся заданий (табл. 1).

Таблица 1. Сравнительная характеристика методов управления адаптацией

Классификационный признак	Метод управления адаптацией	
	Наставничество	Метод усложняющихся заданий
Цель	Помощь новичку в развитии своих умений, знаний и навыков в профессиональной области, преодолении трудностей в достижении поставленных целей.	Развитие у новичка умения решать сложные задачи самостоятельно в неопределенных ситуациях, креативности, критического мышления, аналитических способностей и др.

<p>Принципы</p>	<p>1. Принцип персонализации (наставник ориентируется на индивидуальные потребности и личностные особенности новичка, что позволяет ему быстрее и эффективнее развиваться)</p> <p>2. Принцип доверия (наставник создает доверительную атмосферу, в которой новичок чувствует себя свободно, не боится спрашивать и высказывать свое мнение).</p> <p>3. Принцип постоянной поддержки и поощрения (наставник поощряет новичка к саморазвитию и постоянно поддерживает его на пути к достижению поставленных целей; наставник постепенно усложняет задания так, чтобы новичок мог справляться с ними и развиваться, не чувствуя при этом излишнего давления).</p> <p>4. Принцип примера (наставник сам является примером для новичка и применяет те же методы, которые рекомендует своему ученику).</p>	<p>1. Принцип системности (комплексный подход к разработке программы, что помогает новичку понимать взаимосвязь между действиями и результатами).</p> <p>2. Принцип посильности (задачи должны быть достаточно сложными, чтобы вызвать интерес у новичка и побуждать его к их выполнению, но не чересчур сложными, ведь в противном случае это способно привести к демотивации).</p> <p>3. Принцип последовательности (задачи должны усложняться постепенно, иначе различная сложность поставленных перед новичком задач может вывести его из равновесия и привести к потере мотивации).</p> <p>4. Принцип персонализации (задачи должны соответствовать уровню знаний и интересам новичка, а также учитывать его личностные качества).</p>
<p>Специфические особенности, обуславливающие преимущества метода</p>	<p>В основе метода лежит постоянный процесс взаимодействия, в ходе которого опытный наставник помогает новичку в развитии его квалификации и умений, повышает мотивацию, обеспечивает ему поддержку и помощь при решении проблем за счет быстрой обратной связи.</p>	<p>В основе метода лежит программа поэтапного усложнения заданий новому сотруднику, логическим завершением которой является самостоятельное выполнение производственных задач. Большую роль здесь играет самомотивация, которая напрямую отражается на действенности метода (развитие ответственности и самостоятельности в процессе принятия решений, улучшение аналитических способностей и др.).</p>

В целом, наставничество и метод усложняющихся задач имеют некоторые общие черты, но отличаются основным подходом к обучению и управлению сложностью задач. Обе техники имеют свои преимущества и

недостатки, поэтому могут быть эффективными в определенных ситуациях. Так, метод усложняющихся задач в большей степени ориентирован на формирование конкретных навыков и умений, развитие личности сотрудника в целом. Наставничество же может быть полезным для тех, кто только начинает свою профессиональную карьеру или делает первые шаги в новом направлении. Однако наставничеству свойственен ряд недостатков, некоторыми из которых являются:

1. Субъективизм наставника (каждый человек имеет собственное оценочное суждение, подкрепляемое не только реальными фактами, но и иррациональными установками, логическими ошибками и т.п. Не исключено, что в определенных ситуациях у наставника может сложиться предвзятое отношение к ученику, что способно привести к неправильной оценке его способностей и возможностей).

2. Неверно выбранный стиль поведения наставника по отношению к новичку (наставник может ограничивать нового сотрудника в его действиях и решениях, навязывать свое мнение, постоянно критиковать).

3. Недостаточный уровень мотивации наставника, пониженное внимание к индивидуальным потребностям и особенностям нового сотрудника, отсутствие чувства сопричастности [6].

Для того чтобы каждый новый сотрудник быстро влился в коллектив и начал эффективно работать, каждое структурное подразделение организации должно иметь программу адаптации. Эта работа требует комплексного подхода, одного-двух мероприятий не будет достаточно. Более того, программа должна быть построена так, чтобы не только эффективно ввести новичка в работу, но и сформировать у него материальную (денежную) и нематериальную мотивацию, погрузить его в корпоративную жизнь, обеспечить соответствие между личными и корпоративными ценностями и др. В этой связи, с нашей точки зрения, процесс адаптации должен состоять из нескольких последовательных этапов:

1. Этап пассивной адаптации – период, в течение которого работник привыкает к новой рабочей среде, новому графику работы, знакомится с локальными нормативными актами, непосредственно связанными с его трудовой деятельностью (приспособление в рамках организационного и психофизиологического направления). Данный этап может сопровождаться сильным колебанием между различными эмоциональными состояниями человека, стрессом. Поэтому возлагать на нового сотрудника каких-либо ожиданий относительно его высокой производительности не следует.

2. Этап пассивно-активной адаптации – период, в течение которого сотрудник постепенно начинает вникать в сферу своей деятельности, осознавать принципы соблюдения субординации и взаимодействия с коллегами внутри организации (приспособление в рамках организационного и социально-психологического направления). На данном этапе неотъемлемую роль должны играть наставничество, а также складывающиеся в коллективе дружеские отношения. Для более полного вовлечения нового сотрудника в жизнь организации могут использоваться различные корпоративные мероприятия, в

том числе спортивные, культурно-развлекательные, направленные на сплочение коллектива, развитие неформальных отношений, трансляцию ценностей и др.

3. Этап активной адаптации. К этому этапу сотрудник уже должен осознавать объем работы и возлагаемую на него ответственность, что позволяет ему оценить свои возможности и профессиональные навыки на предмет соответствия занимаемой должности (приспособление в рамках профессионального направления). Крайне важно, чтобы сотрудник чувствовал свою значимость и ощущал свой вклад в общее дело. В этот период важную роль должен играть руководитель структурного подразделения, который по результатам анализа достижений способен достойно вознаградить сотрудника и выявить его потенциальные точки роста.

4. Этап постактивной адаптации – период, который характеризуется преодолением межличностных и внутрипроизводственных проблем, накопившихся в течение первых трех этапов, и переходом к стабильности. На данном этапе сотрудник воспринимается уже не как новичок, а полноценный член коллектива.

С нашей точки зрения, именно постепенный переход от одного этапа к другому может повысить уверенность сотрудников, развить инициативность, сформировать навыки профессионального общения и др.

Таким образом, главной целью трудовой адаптации является максимально быстрое и эффективное внедрение новых сотрудников в организацию. Об успешной адаптации можно судить по следующим характеристикам:

1) сотрудник получил необходимый объем знаний, умений и навыков, осознал свою профессиональную роль;

2) при выполнении своей работы сотрудник не испытывает таких эмоций, как беспокойство, напряжение и страх;

3) сотрудник выполняет свою работу с максимальной отдачей, не допускает ошибок, что полностью устраивает руководителя структурного подразделения;

4) сотрудник полностью удовлетворен объективной и справедливой оценкой результатов своего труда, поэтому он готов дальше совершенствоваться.

Список литературы:

1. Файоль, А. Общее и промышленное управление / А. Файоль ; пер. Б. В. Бабина-Кореня с предисл. А. К. Гастева. – Москва : Центральный институт труда, 1923. – 122 с. – Текст : непосредственный.

2. Manage New Employees' Adaptation In Stages For Better Performance. – Текст : электронный // Forbes : [сайт]. – URL: <https://www.forbes.com/sites/forbescoachescouncil/2021/11/04/manage-new-employees-adaptation-in-stages-for-better-performance/> (дата обращения: 07.11.2023). – Режим доступа : свободный.

3. Стафеева, Ю. В. Способы адаптации студентов младших курсов к условиям обучения в вузе // Теория и практика общественного развития. – 2013. – №11. – С. 180-182. – Текст : электронный // КиберЛенинка. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sposoby-adaptatsii-studentov-mladshih-kursov-k-usloviyam-obucheniya-v-vuze> (дата обращения: 01.11.2023). – Режим доступа : свободный.

4. Методы адаптации персонала в организации: обзор. – Текст : электронный // Директор по персоналу : [сайт]. – URL: <https://www.hr-director.ru/article/67378-metody-adaptatsii-personala-19-m3> (дата обращения: 29.10.2023). – Режим доступа : свободный.

5. Дейнека, А. В. Управление человеческими ресурсами: Учебник для бакалавров / А. В. Дейнека, В. А. Беспалько. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2014. – 392 с. – ISBN 978-5-394-02048-3. – Текст : непосредственный.

6. Локтюхина, Н. В. Проблемы адаптации молодежи на рынке труда (на примере города Москвы) / Н. В. Локтюхина, В. Д. Рожков // Вестник РЭА им. Г. В. Плеханова. – 2014. – №5 (71). – С. 127-139. – Текст : электронный // КиберЛенинка. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-adaptatsii-molodezhi-na-rynke-truda-na-primere-goroda-moskvy> (дата обращения: 08.11.2023). – Режим доступа : свободный.

УДК 338

Корнилова А.О., обучающаяся 3 курса, Леухина Т.Л., к.э.н., доцент
Kornilova A.O., 3rd year student, Leukhina T.L., Ph.D. Associate Professor

ФГБОУ ВО «Поволжский государственный технологический университет»
Volga State Technological University

ОСОБЕННОСТИ УЧЕТА ВАЛЮТНЫХ ОПЕРАЦИЙ FEATURES OF ACCOUNTING FOR CURRENCY TRANSACTIONS

Аннотация: В статье рассматривается важность и влияние валютных операций в экономике. Подчеркиваются сложности, связанные с законодательством и неоднозначностью определения "валютной операции", а также необходимость структурированного законодательства, соответствующего мировым стандартам. Выделяются различия в регулировании валютных операций в разных странах и подчеркивают важность гармонизации законодательства для обеспечения стабильности и прозрачности финансовых отношений. В контексте бухгалтерского учета, затрагиваются вопросы пересчета и влияния курсовых разниц на финансовую отчетность. Акцентируется внимание на стратегических значениях валютных операций для экономики, необходимость учета их разнообразных аспектов в бухгалтерии, а

также важность гармонизации законодательства для обеспечения эффективного функционирования валютных рынков.

Ключевые слова: валютные операции, законодательство, классификация, регулирование, конвертируемость, валютный рынок, денежный поток.

Annotation: The article discusses the importance and impact of currency transactions in the economy. The difficulties associated with legislation and the ambiguity of the definition of a "currency transaction" are emphasized, as well as the need for structured legislation that meets international standards. The differences in the regulation of foreign exchange transactions in different countries are highlighted and emphasize the importance of harmonization of legislation to ensure stability and transparency of financial relations. In the context of accounting, the issues of recalculation and the impact of exchange differences on financial statements are discussed. Attention is focused on the strategic importance of foreign exchange transactions for the economy, the need to take into account their various aspects in accounting, as well as the importance of harmonization of legislation to ensure the effective functioning of foreign exchange markets.

Key words: currency transactions, legislation, classification, regulation, convertibility, foreign exchange market, cash flow.

Целью работы является исследование и анализ специфики бухгалтерского учета операций с иностранной валютой. Работа направлена на выявление основных аспектов и требований, касающихся учета валютных операций.

В современном мире валютные операции являются неотъемлемой частью финансовой деятельности любого предприятия. Они позволяют компаниям расширять свою деятельность, привлекать дополнительные инвестиции и снижать валютные риски. Однако, эффективность использования валютных операций может значительно варьироваться в зависимости от различных факторов, таких как экономическая ситуация, конкуренция на валютном рынке, используемые инструменты и методы проведения операций.

В российском бухгалтерском учете, среди множества счетов, занимающих свои ниши в системе финансовых операций предприятий, особое место занимает 52 счет. Этот счет, входящий в разряд "Расчеты с поставщиками и подрядчиками", играет ключевую роль в организации финансовой структуры предприятий, обеспечивая детальное и системное отражение обязательств перед контрагентами. В данном тексте рассмотрим теоретические аспекты функционирования 52 счета в бухгалтерском учете Российской Федерации, выявляя его роль, значения и тесную связь с основными принципами бухгалтерии.

Суть 52 счета в бухгалтерском учете заключается в отражении финансовых отношений, возникающих в процессе расчетов с поставщиками и подрядчиками. Этот счет является неотъемлемой частью пассивной стороны бухгалтерского баланса, на котором отображаются текущие обязательства предприятия перед своими поставщиками. Важно отметить, что в рамках российского законодательства и стандартов бухгалтерского учета, 52 счет подчиняется определенным принципам и требованиям.

Основная функция 52 счета заключается в том, чтобы фиксировать и систематизировать все операции, связанные с получением товаров и услуг, отражая при этом соответствующие финансовые обязательства. Такой подход обеспечивает предприятие достоверной информацией о текущих обязательствах перед поставщиками, а также позволяет оценить финансовую стабильность и способность компании вести свою деятельность в долгосрочной перспективе.

Важным аспектом теоретического понимания 52 счета является его место в структуре бухгалтерского учета. Счет входит в группу обязательств предприятия и относится к разряду краткосрочных, поскольку фиксирует задолженности, подлежащие погашению в течение одного года. Это важно для правильного планирования финансовых потоков и определения ликвидности предприятия.

Принципиальное значение 52 счета проявляется также в контексте формирования отчетности. На основе данных, отраженных на этом счете, составляются финансовые отчеты, предоставляющие информацию о задолженностях и обязательствах компании. Такая отчетность играет важную роль при принятии управленческих решений, а также является ключевой для внешних пользователей, таких как инвесторы, банки и аудиторы, интересующихся финансовым состоянием предприятия.

Тем не менее, теоретическое понимание 52 счета включает в себя не только его функциональную роль, но и требования к его ведению. Важным элементом является своевременность и правильность отражения операций на счете. Задержки или ошибки в бухгалтерском учете могут привести к искажению реальной финансовой ситуации компании, что, в свою очередь, может повлиять на принятие решений на уровне руководства.

Также стоит уделить внимание изменениям в законодательстве и стандартах бухгалтерского учета, которые могут влиять на методику работы с 52 счетом. Бухгалтер должен следить за обновлениями и применять их в своей работе, чтобы быть в соответствии с актуальными требованиями. Чтобы подробнее разобраться в операциях, связанных с валютными операциями рассмотрим несколько статей.

Вопрос классификации валютных операций рассмотрен в статье Каранец С.М [6] она исследует значимость валютных операций в экономике России, обращая внимание на их влияние на стабильность и курс национальной валюты. Отмечается, что неоднозначность в законодательстве, связанная с отсутствием четкого определения "валютной операции", создает проблемы. Ученые предпринимают попытки классификации операций, основываясь на различных критериях.

Разделение валютных операций на те, которые изменяют права на финансовый актив, и те, которые этого не делают, учитывает вопрос о переходе права собственности. Важным аспектом является сравнительный анализ правовой трактовки валютных операций между странами, выявляющий различия в подходах и степени конвертируемости национальной валюты.

Классификация валютных операций по различным критериям, таким как вид операции, цель, валютный рынок и др., обогащает понимание их характеристик. Это полезно для создания более точного законодательства и нормативных актов. Важность валютных операций как юридически значимых действий и их экономической значимости подчеркивается.

Обобщенный анализ статьи позволяет лучше понять роль валютных операций в современной экономике, проблемы в законодательстве и потребность в его совершенствовании для обеспечения эффективного функционирования валютных рынков.

В заключении автор приводит к выводу, что валютные операции имеют стратегическое значение для экономики России и регулируются разнообразными аспектами. Классификация валютных операций с учетом различных критериев позволяет более глубоко понимать их природу и характеристики. Гармонизация правовых норм в этой сфере и унификация подходов могут способствовать стабильности и прозрачности в валютных отношениях и содействовать соответствию мировым стандартам.

В статье И.М.Крайновой [7] раскрываются важные аспекты бухгалтерского учета валютных операций в России, в том числе пересчет иностранной валюты в рубли и влияние курсовых разниц на финансовую отчетность организаций. Автор подчеркивает актуальность операций в иностранной валюте, поддерживая это примерами из практики.

В контексте валютно-обменных операций поднимается вопрос о том, как правильно отражать обмен валюты на рубли в бухгалтерском учете. Нормативы и регулирования в этой области рассматриваются в статье, что предоставляет читателю ясное понимание процесса.

Статья также касается налогообложения курсовых разниц и дает разъяснения по признанию суммовой разницы по сделкам, заключенным до 1 января 2015 года. Автор подчеркивает важность правильного определения даты заключения сделки с точки зрения налогового учета.

Приведенные примеры бухгалтерских записей и ссылки на законы и нормативные акты улучшают понимание читателя о процессах учета и налогообложения.

В контексте налогообложения, особое внимание уделено изменениям с 2015 года, в том числе пересчету кредиторских и дебиторских задолженностей ежемесячно и возможности использования курсов, установленных законом или соглашением сторон.

Статья предоставляет комплексное понимание темы учета валютных операций в России. Важность правильного учета и внимание к изменениям в законодательстве подчеркиваются. Автор приводит практические примеры и четкие объяснения, делая материал доступным и понятным для читателя.

В дополнении предыдущим статьям приведем информацию из рассмотренного материала Хакимова Р.З. [8]. Автор дает понятие важности внешнеэкономической деятельности для экономического развития, отмечая роль экспорта и импорта в увеличении валового внутреннего продукта. Партнерство с иностранными компаниями открывает новые возможности для

предприятий, но сложные законы и правила требуют внимательного бухгалтерского учета и анализа валютных операций.

Валютные операции играют важную роль в стабилизации финансового положения и формировании бюджета страны. Однако бухгалтерский учет валютных операций подвержен воздействию международных стандартов финансовой отчетности, таких как МСФО 21 "Влияние изменения валютных курсов". Введение дополнительных методов бухгалтерского учета для внешнеэкономических операций, таких как аналитический учет и внедрение мер контроля, может повысить эффективность управления валютными операциями.

Классификация валютных операций по видам, таким как операции в производстве, торговле, сфере услуг и других областях, предоставляет детальное представление о характере деятельности предприятия. Сравнение бухгалтерского учета валютных операций в России и Казахстане подчеркивает необходимость детализированного подхода к классификации операций в контексте бухгалтерского учета.

Интересы пользователей учетной информации включают потенциальных инвесторов, партнеров, заимодавцев и других заинтересованных сторон. МСФО позволяют более точно учитывать курсовые разницы, что важно для привлечения зарубежных инвестиций и соблюдения требований законодательства в области валютного регулирования.

Внедрение аналитического учета и других мер по улучшению бухгалтерского учета внешнеэкономических операций представляют собой эффективные шаги для обеспечения более точной и своевременной информации, что в свою очередь способствует улучшению финансовых результатов предприятия и лучшему контролю над операциями.

В целом, статья предоставляет полезные рекомендации по улучшению бухгалтерского учета и финансовой отчетности в контексте внешнеэкономической деятельности, отделяя роль валютных операций в обеспечении финансовой стабильности и формировании бюджета страны.

Таким образом можно отметить, что учет и регулирование валютных операций имеют стратегическое значение для обеспечения финансовой стабильности и соответствия мировым стандартам. Необходимость гармонизации законодательства, детализированного бухгалтерского учета и внедрение аналитических методов являются ключевыми шагами для улучшения эффективности управления валютными операциями. В целом, рассмотренные статьи предоставляют ценные рекомендации и практические примеры для обеспечения более точного учета и более эффективного управления валютными операциями в современной экономике.

Список литературы:

1. Положение по бухгалтерскому учету «Учет активов и обязательств, стоимость которых выражена в иностранной валюте» (ПБУ 3/2006)
2. Федеральный закон «О бухгалтерском учете» от 06.12.2011 N 402-ФЗ.

3. Федеральный закон «О валютном регулировании и валютном контроле» №173-ФЗ от 10.12.2003г.

4. Приказ Минфина РФ от 27.11.2006 № 154н «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Учет активов и обязательств, стоимость которых выражена в иностранной валюте» (ПБУ 3/2006).

5. Приказ Минфина России от 06.05.1999 N 32н (ред. от 27.11.2020) "Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету "Доходы организации" ПБУ 9/99"

1. (ПБУ 9/99).

6. Каранец С.М. Современная классификация валютных операций // Ученые записки Санкт-Петербургского имени В.Б. Бобкова филиала Российской таможенной академии. 2019. № 2 (70). С. 50–54

7. Крайнова И.М БУХГАЛТЕРСКИЙ И НАЛОГОВЫЙ УЧЕТ ОПЕРАЦИЙ, РАСЧЕТЫ ПО КОТОРЫМ ПРОИЗВОДЯТСЯ В ИНОСТРАННОЙ ВАЛЮТЕ // Бухгалтерский и управленческий учет и аудит. - С. 128-133.

8. Хакимов Р.З. ЗНАЧЕНИЕ И УЧЕТ ВАЛЮТНЫХ ОПЕРАЦИЙ ВО ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИИ // Вестник науки и образования. - 2020: С. 128-133.

УДК 338

Кривенко Т.Д., обучающаяся 4 курса, Мустафаева С.Р., к.э.н., доцент
Krivenko T.D., 4th year student, Mustafaeva S.R., PhD, Associate Professor

ГБОУВО РК «Крымский инженерно-педагогический университет имени Февзи Якубова»

SBEINE RC «Crimean engineering and pedagogical university the name of Fevzi Yakubov

УПРАВЛЕНИЕ КОНФЛИКТАМИ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ. CONFLICT MANAGEMENT AS A FACTOR OF INCREASING THE EFFICIENCY OF THE ENTERPRISE.

Аннотация: В статье анализируется, как управление конфликтами влияет на эффективность деятельности предприятия. Отмечается, что конфликты неизбежны на рабочем месте, но правильное их управление может способствовать увеличению производительности, стимулированию сотрудников и развитию организации. Рассматриваются преимущества эффективного управления конфликтами, включая предотвращение их эскалации, развитие конструктивного общения и сотрудничества. В заключение подчеркивается важность разработки и применения стратегий управления конфликтами для достижения оптимальных результатов в работе предприятия.

Ключевые слова: управление конфликтами, эффективность, сотрудничество, мотивация сотрудников, развитие организации, стратегии управления конфликтами.

Abstract: The article analyzes how conflict management affects the efficiency of an enterprise. It is noted that conflicts are inevitable in the workplace, but their proper management can help increase productivity, stimulate employees and develop the organization. The advantages of effective conflict management, including the prevention of their escalation, the development of constructive communication and cooperation are considered. In conclusion, the importance of developing and applying conflict management strategies to achieve optimal results in the work of the enterprise is emphasized.

Keywords: conflict management, efficiency, cooperation, employee motivation, organization development, conflict management strategies.

В работе организации конфликты на рабочем месте являются неотъемлемой частью. Они возникают из-за различных точек зрения, интересов, целей и стилей работы сотрудников и руководства. Однако несмотря на то, что конфликты неизбежны, они могут негативно сказываться на эффективности деятельности предприятия.

Основные роли конфликтов в рабочей среде и их негативное влияние на эффективность предприятия:

1. Снижение производительности: конфликты на рабочем месте могут негативно сказываться на производительности. Они могут отвлекать сотрудников от выполнения своих задач и целей, а также создавать напряжение и напряженность, которые влияют на мотивацию и производительность всего коллектива.

2. Падение коммуникации и сотрудничества: в результате конфликтов может происходить разделение и раскол в коллективе, что отрицательно сказывается на коммуникации и сотрудничестве между сотрудниками и отделами. Это может приводить к ухудшению обмена информацией, совместному решению задач и достижению общих целей. Недостаток эффективной коммуникации и сотрудничества затрудняет согласованность работы и может приводить к ошибкам и несогласованности в деятельности предприятия.

3. Ухудшение рабочей атмосферы: напряжение и недовольство сотрудников могут возникать из-за конфликтов на рабочем месте. Постоянное присутствие таких конфликтов может создавать негативную атмосферу и вредить общей рабочей среде. В результате этого сотрудники могут испытывать эмоциональное неудовлетворение и потерять мотивацию и вовлеченность в работу.

4. Увольнение и текучесть кадров: если конфликты на рабочем месте не были решены или остались незамеченными, это может привести к увольнению сотрудников и увеличению текучести кадров. [1]

Эффективное управление конфликтами играет важную роль в повышении эффективности работы предприятия. Вместо того, чтобы относиться к

конфликтам как к нежелательному явлению, их следует рассматривать как возможность улучшить рабочие процессы и укрепить дух команды в коллективе.

Начальной стадией в управлении конфликтами является определение и изучение причин конфликтных ситуаций. Понимание глубинных причин и факторов, вызывающих конфликты, позволяет разработать эффективные стратегии и инструменты для их урегулирования.

Эффективное управление конфликтами также предотвращает их эскалацию. Контролируемые конфликты могут быть источником инноваций, креативного мышления и роста сотрудников. Правильное управление потенциально негативными ситуациями и их трансформация в конструктивный диалог и обсуждения способствуют созданию благоприятной рабочей атмосферы, которая способствует росту и развитию организации.

Управление конфликтами также способствует созданию рабочей среды, которая более справедлива и сбалансирована. Разрешение конфликтов на предприятии должно основываться на принципах справедливости и учете интересов всех сторон. В результате этого процесса сотрудники будут чувствовать себя уважаемыми и защищенными, что способствует повышению их мотивации и вовлеченности в работу.

Существует множество причин, которые могут вызывать конфликты в рабочей среде. Некоторые из самых распространенных причин включают в себя:

1. Различия в целях и интересах: Конфликты могут возникать из-за разницы в целях и интересах между отделами, командами или даже индивидуальными сотрудниками. Когда различные группы людей имеют разные приоритеты и стремления, это может приводить к противоречиям и конфликтам интересов.

2. Неясность в ролях и обязанностях: Конфликты могут возникать из-за отсутствия ясности в отношении ролей, ответственностей и власти. Когда сотрудники не понимают свои задачи и ожидания, это может привести к недопониманию, перекрытию обязанностей или даже конфликтам между ними. Этому могут способствовать недостаточная коммуникация, неэффективное управление и отсутствие ясных процедур и ролей в организации.

3. Ограничения в доступных ресурсах могут привести к возникновению конфликтов. Например, ограниченный бюджет, время или персонал могут вызвать несогласия и споры.

4. Недостаточная коммуникация и неуправляемая информация также могут быть источником конфликтов. Неясная или неполная передача информации может вызвать недопонимание и разные интерпретации, а также затруднить достижение общего понимания. Кроме того, плохое управление информацией, скрывание фактов или недостаточная прозрачность могут вызвать недоверие и споры.

5. Различия в стиле работы и подходах к работе между сотрудниками также могут быть источником конфликтов. Когда люди имеют разные методы

работы и предпочитают разные стили общения, это может привести к непониманию и противоречиям.

6. Конфликты могут возникать из-за личных разногласий, неприятных ситуаций или непримиримости между сотрудниками. [2]

Исследование и анализ конфликтов является важной частью управления конфликтными ситуациями. Этот процесс помогает понять причины конфликта, выявить ключевые стороны, определить их интересы и потребности, а также разработать стратегии для его разрешения. В прошлом считалось, что любой конфликт в профессиональной сфере — это негативное состояние, которого следует избегать. Однако, по мнению многих ученых, конфликт является естественным источником изменений и развития. Важно отметить, что характер противоборства играет роль. Если в коллективе возникают только деструктивные конфликты, которые не переходят в конструктивные, команда в конечном итоге развалится [3].

Изучение и анализ конфликтов включает в себя идентификацию различных факторов, которые способствуют возникновению конфликтов. Эти факторы могут включать различия в целях и ценностях, недостаток ресурсов, различные взгляды и мнения, проблемы в коммуникации и понимании, а также другие факторы.

Далее, важно проанализировать интересы и потребности каждой стороны конфликта. Это поможет понять, какие факторы именно вызывают конфликт, а также выявить возможные общие точки, которые могут использоваться для его разрешения.

Еще одним важным шагом является определение и оценка возможных стратегий разрешения конфликта. К таким стратегиям могут относиться компромисс, сотрудничество, игнорирование или силовое разрешение. Исследование и анализ конфликтов помогает определить наиболее эффективную стратегию в конкретной ситуации и прогнозировать ее возможные последствия.

Для анализа конфликтов можно использовать различные подходы и инструменты. Это может включать анализ структуры и динамики конфликта, исследование интересов и потребностей каждой стороны, оценку мощности и влияния каждой стороны, анализ возможных рисков и выгод, а также применение методов моделирования и симуляции. Эти подходы и инструменты помогают получить более глубокое понимание конфликта и разработать наиболее эффективные стратегии его разрешения.

Изучение и анализ конфликтов играет важную роль в межличностных, организационных и международных отношениях. Это помогает сторонам лучше понять причины и динамику конфликта, разработать эффективные стратегии разрешения и улучшения отношений. Кроме того, изучение и анализ конфликтов способствуют развитию навыков конфликтологии, таких как умение слушать и понимать позицию другой стороны, находить компромиссы и строить конструктивный диалог. В результате, этот процесс способствует разрешению конфликтов, созданию гармоничных взаимоотношений и достижению согласия между сторонами [4].

При изучении и анализе конфликтов необходимо учитывать различные аспекты, такие как культурные, социальные, эмоциональные и поведенческие, так как они влияют на структуру конфликта и реакции его участников. Также важно учитывать субъективные факторы, включая предубеждения, стереотипы и неправильные интерпретации, которые могут только ухудшить конфликт и усложнить его разрешение.

Изучение и анализ конфликтов также способствуют предотвращению будущих конфликтов. Понимание причин, факторов и динамики конфликта позволяет принимать меры по устранению источников конфликта.

В зависимости от типа и сложности конфликта, можно использовать различные методы управления ими. Вот несколько основных методов:

1. Компромисс — это метод, при котором стороны приходят к взаимоприемлемому решению путем уступок и согласования. Каждая сторона отказывается от части своих требований и находит среднюю точку.

2. Сотрудничество - данный метод предполагает поиск общего решения, которое удовлетворяет интересам всех сторон конфликта. Для этого необходимо активное участие и вовлечение всех заинтересованных сторон в процесс принятия решения, основанного на взаимном сотрудничестве.

3. Избегание: при использовании этого метода стороны избегают конфликта, отказываясь от своих интересов и отклоняясь от проблемы. Тем не менее, это временное решение, которое может привести к накоплению недовольства и усилению конфликта в будущем.

4. Принятие: данный метод предполагает полное принятие и удовлетворение интересов одной стороны конфликта за счет отказа от своих интересов и требований. Этот подход может быть эффективен в случаях, когда одна сторона является более сильной или важной, или когда сохранение отношений имеет большую ценность, чем удовлетворение своих интересов. Однако такое решение может вызывать недовольство у других сторон и создавать непропорциональное неравновесие в отношениях.

5. Силовое разрешение: силовое разрешение конфликта предполагает использование физической силы или принуждения для преодоления разногласий. Обычно этот метод применяется в случаях, когда другие способы не сработали или одна сторона имеет преимущество в силе или ресурсах. Однако, в силовом разрешении часто возникают негативные последствия, такие как продолжение конфликта, разрушение отношений и создание враждебной атмосферы. Кроме того, существуют и другие методы управления конфликтами, такие как медиация, арбитраж и урегулирование через третью сторону. [5]

В заключение, эффективное управление конфликтами является ключевым аспектом для повышения эффективности работы предприятия. Важно уделить внимание выслушиванию обеих сторон и проявлять объективность и справедливость при изучении разногласий. Конфликты следует решать через открытое и конструктивное общение. Несмотря на то, что конфликты на рабочем месте неизбежны, правильное их управление может повысить

производительность, мотивацию сотрудников и способствовать развитию организации в целом.

Список литературы:

1. Баннова М.А. Управление конфликтами в организации / М.А. Баннова // *Мировая наука*. — 2019. — № 3 (24). — С. 99-101.

2. Деккушева А.Д. Факторы конфликта и их характеристика / А.Д. Деккушева // *Научные проблемы гуманитарных исследований*, — 2019. — № 3. — С. 217–223.

3. Разгонова Е.Ю. Управление конфликтами / Е.Ю. Разгонова // *Молодежь и наука*. — 2018. — № 7. — С. 25.

4. Рачицкая В.А. Место и роль организационного конфликта в управлении организацией / В.А. Рачицкая// *Viascientiarum* — *Дорога знаний*. — 2019. — № 1. — С. 72-75.

5. Фандий К.В. Управление конфликтом в организации / К.В. Фандий // *Форум молодых ученых*. — 2019. — № 2 (30). — С. 1517-1520.

УДК 316

Куликов А.А., Фефелов А.Д., обучающиеся 4 курса

Kulikov A.A., Fefelov A.D., 4th year students

ФГБОУ ВО «Юго-Западный государственный университет»

Southwest State University

ГОСУДАРСТВЕННОЕ И МУНИЦИПАЛЬНОЕ УПРАВЛЕНИЕ. ЕГО РОЛЬ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

STATE AND MUNICIPAL ADMINISTRATION. HIS ROLE IN MODERN SOCIETY

Аннотация: В представленных материалах рассмотрено государственного и муниципального управления в современных реалиях. Современные социальные условия создали новые вызовы для государственного и муниципального управления, а также были рассмотрены проблемы и перспективы развития, которые открываются с цифровизацией общества.

Ключевые слова: Органы государственной власти, государственное управление, муниципальное управление, государство, муниципалитет, цифровизация.

Keywords: Public authorities, public administration, municipal administration, state, municipality, digitalization.

Государственное и муниципальное управление — это обширная область знаний, которая изучает организацию, функционирование и управление государственными и муниципальными структурами. В нее входит влияние,

методологию и практику управления на различных уровнях власти, а также включает центральное государственное управление, региональное управление и управление на муниципальном уровне.

Теория государственного и муниципального управления занимается изучением основных направлений, концепций и моделей управления в государстве. Она исследует вопросы, связанные с политиками, законами, исследованиями общественного мнения и методами управления [3].

Методология государственного и муниципального управления включает в себя методы и инструменты анализа, оценки и планирования деятельности государственных и муниципальных органов. Это методы сбора и анализа данных, оценку эффективности программ и проектов, а также методы принятия решений.

Практика государственного и муниципального управления регулирует деятельность государственных и муниципальных органов, их взаимодействие с обществом и бизнесом, выполнение законодательных и исполнительных функций. Также входят процессы бюджетирования, управление человеческими ресурсами, административную реформу и другие аспекты управления.

Государственное и муниципальное управление является ключевой областью в политической науке, общественных науках и публичном управлении. Она играет свою роль в обеспечении эффективности и ответственности государственных органов перед гражданами и обществом.

Государственное управление — это процесс регулирования отношений внутри страны средством распределения сфер воздействия между главными отраслями власти и территориальными уровнями [4; с.235].

В базе государственного управления лежит государственный энтузиазм, направленный на сохранение единства страны, его главных институтов, поддержку качественного свойства и уровня жизни его людей. Среди приоритетных направлений в реализации публичного (государственного) энтузиазма — выполнение определенных функций: экономической, арбитражной, политической, социальной, защитной. Государственное управление воздействует на объекты, находящиеся как внутри государства, так и за его границами [5; с.184].

Формы государственного управления: существуют различные формы государственного управления, включая демократическое, авторитарное, тоталитарное и др. Эти формы обучения помогают понять, как они влияют на принятие решений и функционирование государственных органов.

Администрация муниципального самоуправления не считается государственной, она не суверенна. Но это еще политическая власть, владеющая правом на принуждение в рамках закона, установленного правительством страны.

Возможности государства и муниципальных органов осуществлять управление в обществе находятся в зависимости также от их силы. С одной стороны, мощь страны происходит из его суверенной власти. Лишь государство владеет оригинальной общественной властью, только оно вправе брать на себя обязательные для всего общества государственные решения (законы и другие

акты), обеспечивая их исполнения в случае необходимости государственным принуждением.

С иной стороны, государственная мощь состоит в ее опоре, в тех вещественных, политических и идейных ресурсах, которыми оно располагает [2; с.216].

Публичная политика: государственное и муниципальное управление связано с формулированием и реализацией публичной политики. Это включает в себя разработку собственных программ и проектов, направленных на решение социальных и экономических проблем.

Муниципальное управление: муниципальное управление сосредоточено на управлении на уровне пригородных городов, пригородов и деревень. Оно включает в себя городскую организацию работы, предоставление коммунальных услуг и участие местных жителей в процессах управления.

Эффективность и профессионализм: важным аспектом государственного и муниципального управления является эффективность деятельности государственных органов. Исследователи и практики разрабатывают методы и инструменты для измерения результатов и достижений в государственной сфере.

Инновации и технологии: современные технологии, включая информационные системы и цифровые инструменты, играют главную роль в современном государственном управлении. Они помогают повысить эффективность и доступность государственных услуг, а также сделать управление более прозрачным и открытым

Цифровизация – это процесс внедрения цифровых технологий в различные сферы жизни, в том числе в экономику, науку, образование, здравоохранение и государственное управление. В результате этого процесса происходит автоматизация многих процессов, улучшение качества услуг и повышение эффективности деятельности [7; с.60].

Также цифровизация направлена на повышение эффективности и на улучшение взаимодействия граждан с государством, а также на создание более прозрачных и ответственных механизмов управления.

Цифровизация является важным инструментом для развития электронного правительства и цифровой экономики. Оно позволяет государству эффективно управлять информацией, принимать оперативные решения и предоставлять гражданам и организациям удобные и доступные услуги. Кроме того, оно способствует развитию информационного общества и повышению конкурентоспособности государства в мировом масштабе.

Цифровизация позволяет государству предоставлять гражданам и организациям удобные и доступные услуги. Благодаря цифровизации и автоматизации процессов, государственные услуги становятся более эффективными и быстрыми. Граждане могут получать необходимую информацию и выполнять различные операции онлайн, без необходимости посещать офисы и заполнять бумажные документы. Это сокращает бюрократические процедуры и упрощает взаимодействие с государственными органами.

Цифровизация позволяет государству эффективно управлять информацией и принимать оперативные решения. Централизованное хранение и обработка данных позволяют государственным органам получать актуальную информацию о состоянии различных сфер деятельности. Это помогает улучшить планирование и мониторинг, оптимизировать ресурсы и принимать обоснованные решения на основе фактических данных [8; с.87].

Ключевые аспекты цифровизации включают:

Электронное правительство: Российское правительство стремится улучшить качество предоставляемых услуг через электронные каналы. Это включает в себя онлайн-сервисы для граждан и бизнеса, цифровые подписи, электронные формы обращения и др.

Цифровая экономика: развитие информационных технологий и цифровых инноваций для стимулирования экономического роста. Проекты в области искусственного интеллекта, больших данных, интернета вещей и киберфизических систем.

Электронная образовательная среда: внедрение цифровых технологий в образовательные процессы, развитие дистанционного обучения, использование электронных образовательных ресурсов.

Цифровая медицина: внедрение технологий в здравоохранение для улучшения диагностики, мониторинга пациентов и предоставления медицинских услуг.

Интернет вещей: Проекты по развитию систем умного города, умного транспорта, умного жилья и других областей, включающих в себя подключенные устройства.

Инновации в области кибербезопасности: защита от киберугроз и развитие средств киберзащиты для государственных и коммерческих структур.

Эти усилия направлены на повышение эффективности государственных служб, стимулирование экономического роста и улучшение качества жизни граждан.

Цифровизация государственного и муниципального управления включает:

Электронные личные счета и порталы: создание электронных платформ, где граждане и компании могут получать доступ к своей персональной информации и взаимодействовать с государственными органами.

Системы электронного документооборота: Замена бумажной документации на электронные формы, что ускоряет процессы обработки и улучшает управление информацией.

Цифровая идентификация: Внедрение современных методов идентификации, таких как электронные подписи, для обеспечения безопасности в электронном взаимодействии.

Большие данные и аналитика: Использование данных для принятия более обоснованных решений и оптимизации деятельности государственных и муниципальных органов.

Облачные технологии: Использование облачных решений для хранения и обработки данных, что может улучшить масштабируемость и доступность

информации.

Глобальное управление: в мире существует множество международных организаций и договоров, которые регулируют глобальные вопросы, такие как международная торговля, экологическая безопасность и права человека. Государственное управление также включает в себя взаимодействие с международными институтами и участие в подобных процессах [5; с.184].

Эти аспекты важны для понимания государственного и муниципального управления и его роли в современном обществе. Изучение этой области помогает разработать более эффективные и ответственные методы управления и улучшить качество жизни граждан.

Государственное и муниципальное управление в современном обществе заключается в том, что государственное и муниципальное управление играет главную роль в современном обществе. Оно обеспечивают эффективное функционирование государственных органов, управление проблемами и предоставление государственных услуг гражданам. Важнейшей миссией государственного и муниципального управления является реализация публичной политики, регулирование общественных отношений и обеспечение социальной справедливости.

Современное государственное и муниципальное управление сталкивается с разнообразными вызовами, такими как быстрое развитие технологий, глобализация, экологические проблемы и изменения в уровне потребительского спроса. Оно должно быть гибким и способным адаптироваться к переменам, чтобы эффективно служить интересам общества.

Кроме того, государственное и муниципальное управление становится все более открытым и ясным, что способствует современным гражданам в процессах принятия решений и контроля над государственными органами [1; с.272].

В целом государственное и муниципальное управление является ключевыми факторами в обеспечении стабильности, развития и благосостояния современного общества. Их роль и значение непрерывности эволюции, и изучение этой области остается актуальным и необходимым для обеспечения современных государств.

Проблема, связанная с взаимодействием муниципального управления с органами государственной власти почти на всех этапах развития государственного управления, имела и имеет место быть как в Российской Федерации, так в других странах мира [8; с.87].

Решение, которые могут помочь улучшить взаимодействие:

Прозрачность и открытость информации: обеспечьте доступность информации о решениях и инициативах на всех уровнях управления. Использование современных технологии для обеспечения прозрачности деятельности.

Участие общественности: активно вовлекать общественность в процессы принятия решений. Проводить консультации и обсуждения по вопросам, касающимся местного уровня управления.

Согласованные стратегии: разработка и реализация общих стратегии и планы развития, учитывая интересы и потребности как на муниципальном, так и на государственном уровне.

Обучение и развитие персонала: обеспечить профессиональным обучением сотрудников на всех уровнях управления для повышения эффективности их работы.

Способствовать обмену опытом между муниципалитетами и государственными органами. Содействовать сотрудничеству между различными ведомствами и органами в рамках конкретных проектов и программ. Установить эффективные механизмы обмена информацией. Создавать механизмы обратной связи между муниципальными органами и государственными ведомствами для оперативного реагирования на изменения и коррекции стратегий.

Нормативное регулирование: разработать или пересмотреть законы и нормативные акты, регулирующие взаимодействие муниципального и государственного управления.

Мониторинг и оценка результатов: внедрить систему мониторинга и оценки результатов взаимодействия, чтобы постоянно улучшать процессы [6; с.60].

Укрепление местного самоуправления: повышать роль и ответственность местных органов управления, предоставляя им больше полномочий и ресурсов.

Решение этих проблем требует совместных усилий муниципальных и государственных органов, а также активного участия гражданского общества.

В отношении муниципального управления на федеральном уровне разрешаются две основные задачи – предоставление гарантий местного самоуправления и создание единой государственной политической деятельности в сфере муниципального управления

Значительную роль в становлении и совершенствовании муниципального управления представляют органы государственной власти субъектов Федерации. В существенной степени взаимосвязь органов государственной власти субъектов Федерации с органами муниципального управления устанавливает эффективность и результативность реализации региональной политики — разрешения политических, экономических, социальных вопросов совершенствования муниципального образования и в целом субъекта. Однако, данная связь обеспечивает гарантирует результативность и эффективность муниципального управления, содействуя в реализации государственных задач посредством разрешения проблем местного значения: формирование с целью обеспечения актуальных интересов населения требуемых условий, усиление основ народовластия, регулирование политической системы, осуществление мероприятий по социальной защите населения [1; с.272].

В законах определенных субъектов РФ о порядке передачи отдельных государственных полномочий муниципальным образованиям существуют непосредственные расхождения с ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в России» и Конституцией России. Учитывается вероятность передачи полномочий согласно договору, несмотря на то что такого рода процедура в Конституции Российской Федерации не установлена. В ней говорится, то что только согласно закону, может осуществляться передача.

В отношении муниципального управления на федеральном уровне разрешаются две основные задачи – предоставление гарантий местного самоуправления и создание единой государственной политической деятельности в сфере муниципального управления.

Исходя из тесной взаимосвязи таких категорий, как «государственность» и «самоуправление», можно прийти к выводу, что процесс реформирования существующих в российском обществе самоуправленческих структур, должен проводиться в органическом единстве с государственным строительством и соответствовать тому государственному совершенствованию, которая в настоящее время проводится в нашем государстве. [2; с.216]

Список литературы:

1. Актуальные проблемы государственного и муниципального управления современной России: сборник статей международной научно-практической конференции / под ред. А.В. Солодилов // Московский государственный областной университета, 2016. – С. 272.

2. Иващенко И. А. English for Public Administration / Английский язык для сферы государственного и муниципального управления; МПСИ, Флинта - М., 2021. – 216 с.

3. Карачурина Р.Ф. Инновации в государственном управлении: теоретические аспекты / Р.Ф. Карачурина, Л.Р. Аюпова // Современные научные исследования и инновации, 2015.

4. Обухова А.С., Беляева О.В., Ершов А.Ю. Управление инновационной цифровизацией промышленности в условиях трансформации экономики // Вестник Академии знаний. 2022. № 48 (1). С. 233-239.

5. Сулакшин С. С., Новиков Д. Б., Гаганов А. А., Хвыля-Олинтер Н. А., Проблемная повестка современной России. Центр научной политической мысли и идеологии. -М.: Наука и политика. – 2015. –184 с

6. Толкачева, Е. В. Цифровая трансформация государственного управления / Е. В. Толкачева // Инновационные технологии управления: Сборник статей по материалам VI Всероссийской научно-практической конференции, Нижний Новгород, 04 декабря 2019 года / Мининский университет. – Нижний Новгород: федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Нижегородский государственный педагогический университет имени Козьмы Минина», 2020. – С. 61-63.

7. Хотулев А.С. Цифровизация как глобальный процесс: социально-экономические и политические проблемы // Вестник Московского университета. Серия 27: Глобалистика и геополитика. - 2021. – N 3. – С.50-66.

8. Шрайберг Я.Л. Формирование единого пространства знаний на базе сетевой информационной инфраструктуры в условиях становления и развития современной цифровой экономики: ежегодный доклад IV Международного профессионального форума «Крым-2018». – М.: ГПНТБ России, 2018. – 87с.

Куликова Я.А., обучающаяся 5 курса, Леухина Т.Л., к.э.н., доцент
Kulikova Y.A., 5th year student, Leukhina T.L., PhD, Associate Professor

ФГБОУ ВО «Поволжский государственный технологический университет»
Volga State Technological University

ОСОБЕННОСТИ БЮДЖЕТНОГО УЧЕТА ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ

FEATURES OF BUDGET ACCOUNTING OF FINANCIAL RESULTS

Аннотация. Статья отражает один из самых сложных этапов в бюджетном учете: порядок учета финансовых результатов. В ней рассматривается точка зрения авторов на бюджетный учет финансовых результатов и его особенности. А именно: разобраны счета учета финансовых результатов, структура этих счетов, специфика их использования. Также освещено формирование финансового результата в бюджетной организации с применением отдельного плана счетов, формирование доходов и расходов в соответствии с утвержденным планом финансово-хозяйственной деятельности учреждения. Важным моментом является закрытие счетов учета доходов и расходов. В статье, помимо всего, рассматривается нормативно-правовая база, регулирующая бюджетный учет финансовых результатов.

Ключевые слова: бюджетный учет, финансовый результат, доходы, расходы, консолидированная финансовая отчетность.

Annotation. The article reflects one of the most challenging stages in budget accounting: the process of recording financial results. It considers the authors' point of view on the budgetary accounting of financial results and its features. Namely: the accounts of accounting for financial results, the structure of these accounts, the specifics of their use have been analyzed. The formation of financial results in a budgetary organization using a separate chart of accounts, the formation of income and expenses in accordance with the approved plan of financial and economic activity of the institution is also covered. An important point is the closure of income and expense accounts. The article, among other things, examines the regulatory framework governing budgetary accounting of financial results.

Keywords: budget accounting, financial result, income, expenses, consolidated financial statements.

Учреждения бюджетного учета занимают важное положение в экономической инфраструктуре. Их деятельность неразрывно связана с процессом бюджетирования и санкционированием средств бюджета, что оказывает влияние на финансово-хозяйственную деятельность учреждений и организацию учета в них.

Ключевые понятия для работы – это бюджетный учет, финансовые результаты.

Бюджетный учет является системой, которая предназначена для организованного сбора, регистрации и обобщения информации о финансовых и нефинансовых активах, а также обязательствах Российской Федерации, ее субъектов и муниципальных образований в денежном выражении, и для отслеживания операций, влияющих на указанные активы и обязательства (Бюджетный кодекс РФ (ст. 264.1)).

Финансовый результат экономического субъекта – результат финансовой деятельности учреждения и результат исполнения сметы (плана финансово-хозяйственной деятельности) учреждения за текущий финансовый год и за прошлые финансовые годы.

На сегодняшний день вопрос бюджетного учета финансовых результатов недостаточно изучен, что обуславливает актуальность статьи, однако, существует несколько работ, посвященных проблематике данной темы, одной из которых является статья Еговцева Д.А. и Колесниковой Е.В. «Особенности учета финансовых результатов бюджетного учреждения» [4]. В ней рассматриваются счета для учета финансовых результатов, структура этих счетов, в которую входят:

- разряды 1-17 номера счета Рабочего плана счетов бюджетного учета;
- код финансового обеспечения (КФО) – разряд 18;
- 18-26 разряды: код бюджетного счета, который состоит из девяти знаков, и включает счета:
 - первого порядка (19-21) – код синтетического счета;
 - второго порядка (22-23) – код группы и вида аналитического счета;
 - третьего порядка (24-26) – код классификации операций сектора государственного управления (КОСГУ).

Также авторами изложена специфика использования счетов учета финансовых результатов.

Перейдем к изложению особенностей бюджетного учета финансовых результатов.

В учреждениях, ведущих бюджетный учет, план синтетических счетов находится в приказах Минфина № 157н и №162н [1,2].

План счетов состоит из пяти разделов:

Раздел 1. Нефинансовые активы;

Раздел 2. Финансовые активы;

Раздел 3. Обязательства;

Раздел 4. Финансовый результат;

Раздел 5. Санкционирование расходов.

Финансовый результат учреждения рассматривается с использованием счетов четвертого раздела, который называется «Финансовый результат».

Одной из новых задач и особенностей Плана счетов бюджетного учета является возможность оценки финансового результата деятельности учреждения путем анализа доходов и расходов.

При определении финансовых результатов необходимо руководствоваться ФСБУ «Доходы» № 32н [3], в соответствии с которым все доходы подразделяются на две учетные группы, представленные на рисунке 1.

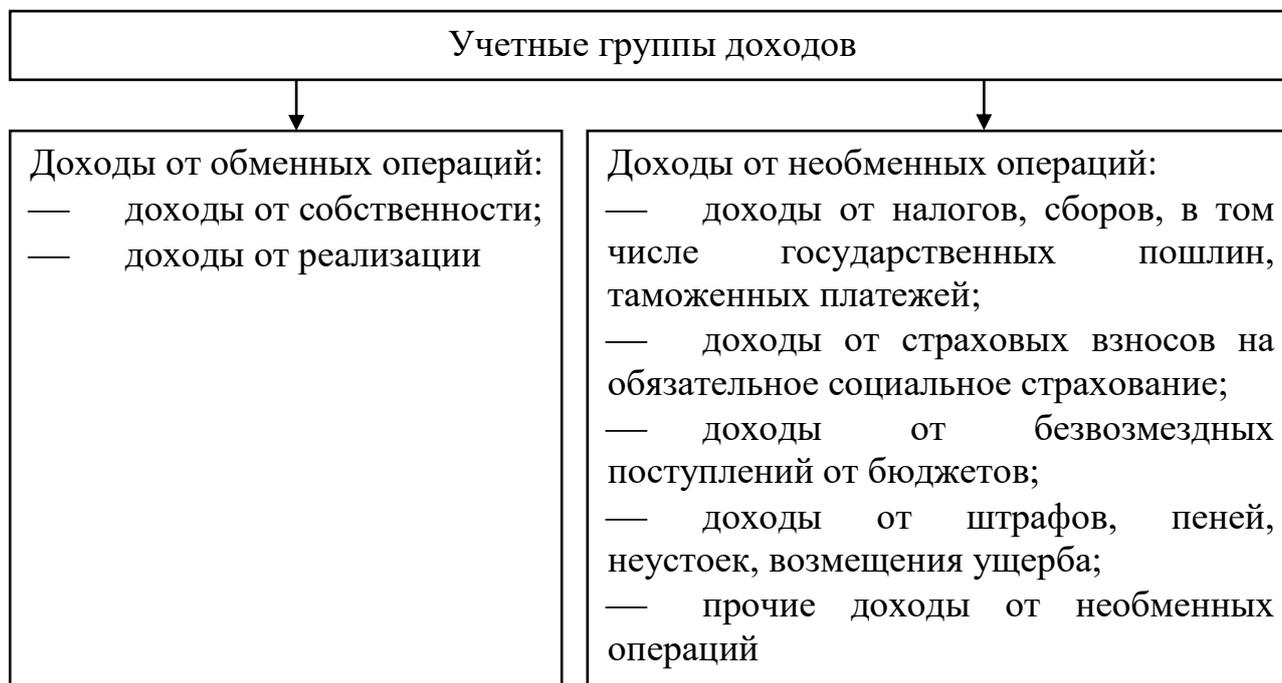


Рисунок 1. Учетные группы доходов

В Стандарте содержится подробное руководство по признанию каждого из перечисленных доходов. При этом критерии признания доходов следует применять индивидуально к каждому конкретному событию или операции, которые приводят к возникновению дохода.

На финансовый результат также влияют и расходы, которые формируются по элементам затрат: материальные затраты, расходы на оплату труда, отчисления на социальные нужды, амортизация основных фондов и прочие затраты.

Классификация, предъявляемая в данном случае, подразумевает неотъемлемую и всеобъемлющую применимость для всех учреждений, независимо от их организационно-правовой структуры.

В учетной политике организации должен быть прописан метод оценки запасов при их выбытии (по стоимости каждой единицы, по средней стоимости). Для субъектов хозяйствования, существующее множество способов списания стоимости требует принятия управленческих решений, которые в конечном итоге оказывают влияние на результаты их деятельности. Например, при методе списания запасов по средней стоимости финансовый результат может оказаться меньше в связи с усреднением стоимости материальных запасов, списываемых на производство.

При определении финансового результата бухгалтеру необходимо руководствоваться ФСБУ «Выплата персоналу» № 184н [3] в части заработной платы и отчислений, как элемента затрат.

Начисление амортизации отражает уменьшение финансового результата. В связи с этим, выбор метода амортизации влияет на величину финансового результата (тем сильнее, чем выше доля амортизации в общей массе затрат и издержек). Согласно ФСБУ 6/2020 [3], способы начисления амортизации в бухгалтерском учете включают линейный метод (равномерное распределение стоимости основных средств и амортизационных расходов на протяжении всего срока службы), способ уменьшаемого остатка (начисление более высокой амортизации в начальные годы использования для снижения налоговой базы по налогу на имущество и налогу на прибыль, а затем сокращение амортизационных отчислений к окончанию срока полезного использования) и способ списания стоимости пропорционально объему продукции (пропорциональное списание амортизации в зависимости от фактического объема производства, годовая сумма амортизации зависит от объема производства в год, увеличение объема производства в начальные годы приводит к уменьшению себестоимости продукции в последующие годы).

На финансовый результат могут повлиять и всевозможные аукционы. В зависимости от его исхода, учреждение может сэкономить средства или, наоборот, выделить больше средств, чем планировало изначально.

Для оценки финансового результата учреждения выделены специальные счета, на которых записывается результат этой деятельности в виде разницы между доходами и расходами бюджетного учреждения за отчетный финансовый год.

Бюджетный учет финансового результата учреждения происходит с использованием счета 400 «Финансовый результат». Роль данного счета заключается в отражении результатов финансовой деятельности организаций и органов, ответственных за исполнение бюджетов, включая выполнение кассовых операций бюджета, текущей деятельности и формирование резервных фондов. В инструкциях к приказу Минфина № 157н [1] данный счет подразделяется на несколько групп:

401 «Финансовый результат экономического субъекта»;

402 «Результат по кассовым операциям бюджета».

Аналитический учет финансового результата учреждения осуществляется на следующих счетах:

401 10 «Доходы текущего финансового года»;

401 20 «Расходы текущего финансового года»;

401 30 «Финансовый результат прошлых отчетных периодов»;

401 40 «Доходы будущих периодов»;

401 50 «Расходы будущих периодов»;

401 60 «Резервы предстоящих расходов».

Основываясь на бюджетном плане счетов и Инструкции по его использованию (Приказ Минфина № 162н), организации бюджетной сферы разрабатывают и утверждают Рабочий план счетов бюджетного учета,

руководствуясь бюджетной классификацией доходов, расходов и источников финансирования дефицита бюджетов.

На счете 0 401 10 000 «Доходы текущего финансового года» отражаются доходные поступления, которые можно признать в течение года при выполнении двух условий:

- определение даты получения дохода (даты перехода имущественного права);
- возможность оценки суммы дохода.

Счет 0 401 20 000 «Расходы текущего финансового года» регистрирует произведенные расходы в соответствии со сметой.

После завершения отчетного года, необходимо провести закрытие счетов учета доходов и расходов. Для этой цели используется счет 0 401 30 000 «Финансовый результат прошлых отчетных периодов». Полученные сальдо по счетам доходов и расходов списываются на счет калькуляции финансового результата. Итоговое сальдо по счету 0 401 30 000 после проведения всех закрытий за текущий год дает представление о финансовом результате организации на отчетную дату. Подробные инструкции для закрытия года представлены в инструкции № 157н.

Если при определении финансового результата возник кредитовый остаток – это означает положительный финансовый результат и наоборот, если остаточная сумма сформировалась по дебету, это будет означать отрицательный результат.

Помимо доходов и расходов прошлых периодов имеются и доходы, и расходы будущих периодов, которые необходимо учесть при формировании финансового результата.

Счет 0 401 40 000 используется для отражения доходов, а счет 0 401 50 000 – для отражения расходов, которые произошли в отчетном периоде, но относятся к будущим отчетным периодам.

На отдельный счет 0 401 60 000 включаются резервы предстоящих расходов и платежей. Анализ использования этих средств позволяет учреждению определить резервные суммы для покрытия отложенных обязательств.

Счет 0 402 00 000 «Результат по кассовым операциям бюджета» предназначен для отражения финансовым органом соответствующего бюджета результата кассового исполнения бюджета за текущий финансовый год и за прошлые финансовые периоды в рамках бюджетной системы Российской Федерации.

Формирование результатов по кассовому исполнению бюджета предыдущих отчетных периодов осуществляется путем учета показателей счетов результата по кассовым операциям бюджета текущего финансового года на основе итогового отчетного периода, а также путем корректировки результатов по кассовым операциям бюджета предыдущих отчетных периодов в связи с оценкой (переоценкой) стоимости активов, проведенной в соответствии с законодательством Российской Федерации.

Результаты кассового исполнения бюджета отчетного финансового года осуществляется на счетах 0 402 10 000 «Поступления» и 0 402 20 000 «Выбытия».

При отражении сумм по кредиту и дебету счета отображают суммы поступлений денежных средств на бюджетные счета и перечисление денежных средств со счетов бюджета, включая возврат излишне уплаченных доходов в бюджет.

Сопоставление дебетового и кредитового оборотов по данному счету показывает конечный результат финансового года по кассовому исполнению бюджета, который должен равняться изменению остатка на едином счете бюджета (увеличению (профицит бюджета) либо уменьшению (дефицит бюджета)).

Выводы. Для учета финансового результата используется счет 0 401 00 000, который состоит из доходов и расходов текущего финансового года, финансового результата прошлых отчетных периодов, доходов и расходов будущих периодов и резервов предстоящих расходов, а также счет 0 402 00 000 «Результат по кассовым операциям бюджета».

Данные счета подразделяются на множество счетов и подвергаются изменениям в зависимости от кода финансового обеспечения (КФО), кода аналитической группы и вида дохода или расхода, согласно кодам классификации операций сектора государственного управления (КОСГУ).

При ведении бюджетного учета финансовых результатов требуется обязательное соблюдение нормативных актов и документов.

Список литературы:

1. Об утверждении Единого плана счетов бухгалтерского учета для органов государственной власти (государственных органов), органов местного самоуправления, органов управления государственными внебюджетными фондами, государственных академий наук, государственных (муниципальных) учреждений и Инструкции по его применению: Приказ Минфина России от 01.12.2010 № 157н. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: consultant.ru (дата обращения 15.10.2023).

2. Об утверждении плана счетов бюджетного учета и инструкции по его применению: Приказ Минфина РФ от 06.12.2010 № 162н [Электронный ресурс]. – Режим доступа: consultant.ru (дата обращения 15.10.2023).

3. Справочная информация: «Основные нормативные акты и документы, регулирующие бухгалтерский учет в РФ» (Материал подготовлен специалистами КонсультантПлюс) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_71763/ (дата обращения: 06.11.2023).

4. Еговцев Д.А., Колесникова Е.В. Особенности учета финансовых результатов бюджетного учреждения [Электронный ресурс] // Форум молодых ученых. – 2023. № 6 (82). – С. 204-207. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-ucheta-finansovyh-rezultatov-byudzhethnogo-uchrezhdeniya/viewer> (дата обращения: 16.10.2023).

Латышева А.Ю., к.э.н., доцент, Костюков К.И., к.э.н., доцент
Latysheva A.Yu PhD, Associate Professor, Kostyukov K.I., PhD, Associate Professor

ФГБОУ ВО Московский педагогический государственный
университет, Ставропольский филиал
Moscow Pedagogical State University, Stavropol Branch

**НАЛОГ НА ДОБАВЛЕННУЮ СТОИМОСТЬ: ВАЖНЫЕ
ИЗМЕНЕНИЯ В НАЛОГОВОМ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВЕ**
VALUE ADDED TAX: IMPORTANT CHANGES IN TAX LEGISLATION

Аннотация. Каждый год происходят изменения в законодательстве бухгалтерского и налогового учета. Эти изменения могут затрагивать различные аспекты бухгалтерского учета, такие как методы оценки активов и обязательств, правила формирования отчетности и т.д. В данной статье мы рассмотрим изменения в области ведения бухгалтерского налогового учета за последние несколько лет в части НДС. По нашему мнению, процесс реформирования учета набирает большие обороты и тем самым значительно влияет на работу экономических субъектов в положительную сторону.

Ключевые слова: бухгалтерский учет, НДС, отчетность, налоги, налоговый учет.

Annotation. Every year there are changes in accounting and tax legislation. These changes may affect various aspects of accounting, such as methods for valuing assets and liabilities, reporting rules, etc. In this article we will look at changes in the field of accounting and tax accounting over the past few years. In our opinion, the process of accounting reform is gaining momentum and thereby significantly affects the work of economic entities in a positive direction.

Key words: accounting, VAT, reporting, taxes, tax accounting.

Налог на добавленную стоимость (НДС) — это налог на конечное потребление товаров и услуг, который устанавливается на каждом этапе их производства и продажи в России. Он взимается со стоимости товаров и услуг, которые производственные компании и поставщики оказывают потребителям, и передается в бюджет страны. [1]

НДС является одним из основных налогов в России и является значительным источником доходов в бюджетной системе страны. В 2019 году, например, доходы от НДС составили около 25% от общего объема налоговых поступлений в бюджет.

Кроме того, НДС используется для регулирования конъюнктуры рынка. Повышение НДС, например, может снизить потребление товаров и услуг и, в свою очередь, уменьшить инфляцию. Снижение же налоговой ставки НДС может стимулировать потребление и помочь развитию отдельных отраслей экономики.[2]

Ставки НДС останутся неизменными – 0%, 10% и 20% продолжат действие и в 2023 г. Срок уплаты налог на прибыль и авансовых платежей останется неизменным – это касается, как налога за год, так и ежемесячных и ежеквартальных платежей. Но декларацию следуют предоставлять в налоговые органы теперь до 25 числа месяца, следующего за отчетным. [3]

С 1 января 2023 года в России ввели изменения в налог на добавленную стоимость (НДС). Эти изменения связаны с утверждением Федерального закона от 29 июля 2020 года № 280-ФЗ "О внесении изменений в часть первую и вторую Налогового кодекса Российской Федерации в части установления особенностей налогообложения, связанных с реализацией товаров, выполнением работ, оказанием услуг для государственных нужд".

Основными изменениями были следующие:

1. Особенная ставка НДС на уровне 0% будет применяться при реализации товаров, работ и услуг для государственных нужд. Таким образом, поставщики товаров, работ и услуг для государственных нужд будут освобождены от уплаты НДС при реализации своей продукции или услуг для государственных нужд. При этом, приобретая товары и услуги для государственных нужд, государственные заказчики также не будут облагаться НДС.

2. Для облагаемых НДС операций с освобожденными от налога на добавленную стоимость товарами и услугами устанавливается право на вычет НДС, который уплачен при приобретении таких товаров и услуг.

3. Уточняются требования к документообороту при заключении государственных и муниципальных контрактов, а также при оплате товаров, работ и услуг для государственных нужд. [4,5]

Введение особенной ставки НДС на уровне 0% по реализации товаров, работ и услуг для государственных нужд направлено на уменьшение расходов бюджета на оплату НДС и поддержку развития экономики в целом. Кроме того, это может способствовать увеличению конкурентоспособности предприятий, занятых производством и оказанием услуг для государственных нужд.

Ожидается, что эти изменения в налоге на добавленную стоимость помогут ускорить развитие экономики, особенно в сфере государственных закупок, и уменьшить бюрократические процедуры.

Отчеты, которые нужно сдавать в 2023 году:

- Декларация - 25-е число в конце каждого квартала;
- Декларация по косвенным налогам (импортеры из ЕАЭС) - не позже 20-го числа месяца, следующего за месяцем принятия на учет импортированных товаров;
- Журнал учета счетов-фактур — не позднее 20-го числа месяца, который следует за истекшим налоговым периодом;
- Отчет об операциях с товарами, которые подлежат прослеживаемости - не позднее 25-го числа месяца, следующего за истекшим кварталом.

Рассмотрим новые сроки уплаты и возмещения налога НДС.

Вступление в силу механизма уплаты налоговых платежей через единый налоговый счет вносит корректировки в порядок налогообложения НДС. В соответствии с нововведениями перечислять налог в бюджет нужно в новые сроки.

С января наступающего года все плательщики НДС обязаны уплачивать налог до 28-го числа каждого из трех месяцев, следующих за отчетным кварталом.

Например, первую треть от суммы налога за 4 квартал 2022 года необходимо до 30 января 2023 (с учетом переноса из-за выходного дня), вторую треть – до 28 февраля, финальный платеж выполняется до 28 марта.

Единый налоговый счет изменит порядок возмещения НДС из бюджета. С нового года получить налог на банковский счет или зачесть его в счет будущих налоговых можно будет только при положительном сальдо на едином счете.

Если после погашения всех видов налоговой задолженности, на счете будет отрицательное сальдо – ИФНС не вернет НДС. При этом сам алгоритм возмещения налога не изменился: от компании потребуется подать декларацию с указанием суммы НДС к возмещению из бюджета. Налоговая инспекция проведет камеральную проверку, на основании решения которой возврат либо согласуют, либо откажут.

При положительном решении, сумма возмещения будет отражена на едином налоговом счете, исходя из сальдо которого компания (ИП) получает право вернуть денежные средства.

Одновременно с изменением правил возмещения НДС, налоговое законодательство с 1 января 2023 предусматривает нововведения в алгоритм возврата излишне возмещенного налога. С нового года ИФНС не будет сообщать налогоплательщику о необходимости вернуть деньги в бюджет.

Инспекторы направят решения об отмене возмещения налога на добавленную стоимость. Этот документ будет являться основанием для перечисления денег обратно на единый налоговый счет. При этом у компаний и предпринимателей будет всего 5 рабочих дней, чтобы вернуть НДС в бюджет.

С начала года налогоплательщикам из разных отраслей предстоят некоторые изменения, связанные с льготами по НДС.

Срок, в течение которого иностранные граждане могут получить возврат налога по системе tax free при приобретении товаров с нулевой ставкой НДС, продлевается на один год и будет действовать до конца 2023 года.

Сельскохозяйственные предприятия, которые занимаются племенным животноводством, продолжают освобождаться от уплаты НДС при продаже и импорте животных. Льгота распространяется на племенного крупного рогатого скота, свиней, овец, коз, лошадей, а также на эмбрионы, полученные от этих животных, и племенную птицу при наличии соответствующего племенного свидетельства от государственной племенной службы. Эта льгота действует с 2016 года.

С 1 января 2023 года заканчивается налоговая льгота на ввоз воздушных судов. До конца 2022 года ввоз гражданских самолетов, зарегистрированных в реестрах иностранных государств, был освобожден от уплаты НДС при представлении копии соответствующего свидетельства в таможенный орган. В 2023 году на ввоз судов будет применяться ставка НДС 20%.

В 2023 и 2024 годах продлится налоговое льготирование внутренних авиаперевозок пассажиров и багажа по всем маршрутам. Ставка НДС для этого будет составлять 10%. Однако для некоторых направлений, включая Крым, Севастополь, Калининградскую область и Дальний Восток, действует нулевая ставка налога на добавленную стоимость.

Также для 2023 года продлена льготная ставка НДС при продаже судов, принадлежащих лизинговой компании. Операция будет освобождена от НДС при условии, что компания владеет судном на праве собственности и включает его в Российский международный реестр судов в 2022 и 2023 годах.

Бухгалтерский учет безостановочно развивается и изменяется. Некоторые нововведения, упрощают деятельность бухгалтера, но есть и те, которые усложняют его работу. Немаловажным фактором в сложившейся ситуации остается то, что нужно непрерывно следить за изменениями в нормативно-правовом законодательстве как бухгалтерского, так и налогового учета.

Необходимо отметить, что кроме налога на добавленную стоимость, существуют и другие налоги, которые также могут повлиять на бизнес и население. Например, налог на прибыль, налог на имущество, налог на землю и т.д. Поэтому, при планировании бизнес-стратегии и управлении финансами необходимо учитывать все налоговые изменения, которые могут повлиять на деятельность компании.

Кроме того, стоит учитывать, что налоговое законодательство постоянно меняется и обновляется. Поэтому, предпринимателям и бизнесменам необходимо следить за новостями и изменениями в налоговом законодательстве, чтобы быть готовыми к изменениям и адаптироваться к ним.

Список литературы

1. Мусаева Х.М. Налог на добавленную стоимость на современном этапе российской федерации: состояние и пути совершенствования / Мусаева Х.М., Джамалова М.Р. // Экономика и предпринимательство. 2020. - № 4 (117). - С. 265-269.

2. Чапрыгина А.Д. Влияние повышения ставки налога на добавленную стоимость с 18 % до 20% на российскую экономику / Чапрыгина А.Д., Павлова К.С. // Современная налоговая система : состояние, проблемы и перспективы развития. материалы XV Международной научной конференции. Уфа, 2022. С. 112-115.

3. Ахророва Ю.М. Актуальные проблемы применения налога на добавленную стоимость в РФ / Ахророва Ю.М., Черноусова К.С. // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. - 2020. - № 12-4 (51). - С. 82-84.

4. Валеева А.А. Анализ практики применения налоговых вычетов по налогу на добавленную стоимость субъектом малого предпринимательства / Валеева А.А., Хафизова А.Р. // Экономика XXI века: инновации, инвестиции, образование. - 2022. - Т. 10. - № 7. - С. 62-64.

5. Львова М.В. Проблемы исчисления налога на добавленную стоимость и пути их решения / Львова М.В., Кузьмина А.Л. // Oeconomia et Jus. 2021. № 2. С. 7-12.

Латышева А.Ю., к.э.н., доцент, Костюков К.И., к.э.н., доцент
Latysheva A.Yu., PhD, Associate Professor, Kostyukov K.I., PhD, Associate
Professor

ФГБОУ ВО Московский педагогический государственный университет,
Ставропольский филиал
Moscow Pedagogical State University, Stavropol Branch

**БУХГАЛТЕРСКАЯ ФИНАНСОВАЯ ОТЧЕТНОСТЬ В 2023 ГОДУ:
ИЗМЕНЕНИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ**
ACCOUNTING FINANCIAL STATEMENTS IN 2023: CHANGES AND
DEVELOPMENT PROSPECTS

Аннотация: научная статья рассматривает формы и виды бухгалтерской отчетности, используемые в современном бизнесе. Авторы анализируют стандарты, определяющие представление финансовой информации, а также описывают основные составляющие бухгалтерской отчетности. В контексте научного исследования будут рассмотрены формы и виды бухгалтерской отчетности, которые подверглись изменениям в 2023 году.

Ключевые слова: бухгалтерский учет, финансовая отчетность, налоги, налоговый учет.

Annotation: The scientific article examines the forms and types of accounting used in modern business. The authors analyze the standards that define the presentation of financial information, as well as describe the main components of accounting statements. In the context of scientific research, the forms and types of accounting statements that have undergone changes in 2023 will be considered.

Keywords: accounting, financial reporting, taxes, tax accounting.

Бухгалтерская отчетность является важным инструментом управления бизнесом, позволяющим оценить текущую финансовую ситуацию компании, а также ее перспективы на будущее. В условиях быстро меняющегося бизнес-окружения, постоянно возникающих инноваций и растущих требований со стороны регуляторов, бухгалтерская отчетность также должна непрерывно развиваться и адаптироваться к новым условиям.

Современная бухгалтерская отчетность представляет собой совокупность финансовой информации, которая помогает компаниям управлять своими бизнес-процессами и принимать стратегические решения. Представим ниже некоторые из наиболее важных изменений, коснувшихся бухгалтерской финансовой отчетности в последние годы:

1. Изменения форм и содержания бухгалтерской отчетности. Современные отчеты содержат значительно более подробную информацию, чем ранее. В настоящее время отчеты включают полный баланс, отчет о прибылях и убытках, и отчет о движении денежных средств. Кроме того,

включены такие дополнительные сведения, как отчеты о социальной ответственности бизнеса, отчеты о свойствах и субъектах, которые облагаются налогом, а также сведения о кредитной истории компании.

2. Использование информационных технологий. Современная бухгалтерская отчетность теперь менее зависит от ручного ввода в данных и физической взаимодействия с документами. С развитием информационных технологий, использование программного обеспечения отчетности позволяет собирать и обрабатывать данные в автоматическом режиме. Это способствует повышению точности и скорости отчетности.

3. Более строгие правила отчетности. С течением времени появились более строгие и детализированные правила отчетности. Это было сделано в целях улучшения прозрачности и достоверности финансовых отчетов. Более четкая классификация активов и обязательств, более жесткие инструкции по расчету денежных потоков и более подробные общие принципы могут быть приведены в качестве примеров. [1]

4. Форматы отчетности. Некоторые стандарты форм отчетности также изменились. Например, формат отчетности может включать детализированную информацию о всех крупных сделках, произведенных за отчетный период, а некоторые отчеты, такие как отчеты о прибылях и убытках, могут быть подробно описаны в сфере различных проектов, деятельности и других особенностей бизнеса.

5. Отчетность для инвесторов. Современная бухгалтерская отчетность ориентирована на требования инвесторов и заемщиков. Новые форматы отчетности предоставляют больше информации о данных, в том числе об организационной структуре, деятельности и финансовой ликвидности компании. Кроме того, есть отдельные отчеты, включающие дополнительную детализацию инвестиционной деятельности и рисков. [2]

Причина появления новой отчетности с 2023 года - две принципиальные инновации, которые работают уже с 01.01.2023:

1. Объединение ПФР и ФСС в Фонд пенсионного и социального страхования (Социальный фонд России, СФР);

2. Ведение единого платежа (ЕНП) и единого налогового счета (ЕНС).

Перезапуск системы перечисления налогов посредством ЕНП перевернул порядок и сроки представления бухгалтерской отчетности в 2023 году. Хотя форматы отчетности практически не изменились, все остальные процессы существенно изменились. Благодаря внедрению ЕНП появился новый контролирующий формуляр - уведомление об исчисленных налогах.

Как мы уже говорили, налоговая не только ввела новые сроки отчетности в 2023 году, но и новые виды отчетности с 1 января 2023 года, такие как:

1. Уведомление об отчисленных налогах;

2. Персонафицированные сведения о физических лицах.

Если налог или сбор были уплачены до представления отчета (декларации или расчета) по данному виду платежа, то уведомление об исчисленных налогах необходимо представить в налоговую. Это правило

действует до сих пор, несмотря на различные изменения в налоговом законодательстве.

Представим в таблице 1 по каким налогам, и в какие сроки, например, потребуется сдавать уведомление.

Таблица 1. Новые сроки предоставления финансовой отчетности и уплаты налогов по ней

Наименование налога	Периодичность уплаты	Периодичность отчетности
1. НДФЛ и страховые взносы	Ежемесячно	Ежеквартально
2. Авансы по УСН	Ежеквартально	Раз в год
3. Транспортный и земельный налог	Ежеквартально или раз в год	Отчетность отсутствует

Персонифицированные сведения о физических лицах являются неким аналогом формы СЗВ-М, которые до 2023 года представлялись в ПФР. С 2023 года в налоговые органы теперь организации сдают персонифицированные сведения о физических лицах. Дедлайн для бухгалтерской отчетности в 2023 году сохранился представим их в Таблице 2.

Таблица 2. Дедлайны по новой отчетности 2023 года

Наименование отчета	Периодичность	Крайний срок
Уведомление об исчисленных налогах	Ежемесячно	До 25-го числа месяца, в котором будет произведена уплата налога
Персонифицированные сведения о физических лицах		До 25-го числа месяца следующего за отчетный период

Сроки представления декларации 3-НДФЛ остались прежними:

—при получении дохода отчитаться следует до 30 апреля года, следующего за отчетным (это относится и к предпринимательской деятельности ИП на ОСНО, и к частным доходам физических лиц);

—при необходимости заявить вычеты - в течение трех лет с года получения права на вычеты.

Бухгалтерская отчетность компании состоит из нескольких форм:

—Бухгалтерский баланс (Форма 1);

—Отчет о финансовых результатах (Форма 2);

—Отчет об изменениях капитала (Форма 3);

—Отчет о движении денежных средств (Форма 4);

—Отчет о целевом использовании денежных средств, только для НКО;

—Приложения к бухгалтерскому балансу, отчету о финансовых результатах. В них доводятся данные, в отсутствии знания этих данных невозможна надёжная оценка экономического положения. [3]

В заключение, необходимо отметить, что, учитывая быстрое развитие экономики, бухгалтерская финансовая отчетность должна быть непрерывно адаптирована к новым требованиям и изменяющимся реалиям. Однако несмотря на все внутренние и внешние перемены в организации и подготовки отчетности, главной задачей неизменно должно оставаться обеспечение ее точности, полноты, своевременности, объективности и надежности.

Финансовая отчетность представляет ключевой опорный элемент для управления бизнесом и важный источник информации о финансовом положении компании.

Список литературы:

1. Пикушина М.Ю. Бухгалтерская (финансовая) и статистическая отчетность на предприятии / Пикушина М.Ю., Кривова А.В. // Инновационный потенциал цифровой экономики: состояние и направления развития. сборник научных статей Международной научно-практической конференции. Курск, 2021. С. 299-306.

2. Вепринцева Л.В. Бухгалтерская (финансовая) отчетность предприятия - источник выработки способов и методов успешного развития предприятия / Вепринцева Л.В. // Modern Science. 2021. № 12-1. С. 67-72.

3. Бирюкова А.Ю. Бухгалтерская (финансовая) отчетность и ее роль в обеспечении финансовой безопасности экономического субъекта / Бирюкова А.Ю. // Учетно-аналитическое и правовое обеспечение экономической безопасности организации: материалы IV Всероссийской студенческой научно-практической конференции. Воронеж, 2022. С. 107-111.

УДК 331.101

Литвин Р.И., старший преп., Липко Н.А., обучающаяся 4 курса
Litvin R.I., senior lecturer., Lipko N.A., studying 4 course
ФГБОУ ВО «Луганский государственный университет им. В. Даля»
Luhansk State University named after V. Dahl, Lugansk, Russia

ЦЕННОСТИ В СОВРЕМЕННОЙ КУЛЬТУРЕ ТРУДА И ИХ ВОЗДЕЙСТВИЕ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ РАБОТЫ И ПОВЕДЕНИЕ СОТРУДНИКОВ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ СРЕДЕ VALUES IN MODERN WORK CULTURE AND THEIR IMPACT ON WORK EFFICIENCY AND EMPLOYEE BEHAVIOR IN A PROFESSIONAL ENVIRONMENT

Аннотация. В статье рассматриваются различные ценности, которые формируют культуру труда в современном обществе и оказывают влияние на поведение и производительность работников. Автор перечисляет такие ценности, как самореализация и развитие, коллективизм, инновации, эффективность, гибкость и баланс между работой и личной жизнью. В статье подробно рассматриваются каждая из этих ценностей и приводятся примеры их реализации в современных компаниях.

Ключевые слова: современная культура труда, ценности, самореализация, развитие, коллективизм.

Annotation. The article examines various values that form the culture of work in modern society and influence the behavior and productivity of employees. The author

lists such values as self-realization and development, collectivism, innovation, efficiency, flexibility and work-life balance. The article discusses each of these values in detail and provides examples of their implementation in modern companies.

Keywords: modern work culture, values, self-realization, development, collectivism.

Тема ценностей в современной культуре труда является актуальной, так как в условиях быстрого развития технологий и изменениях на рынке труда происходят значительные изменения в отношении людей к работе. Осознание значимости ценностей влияет на мотивацию и производительность работников, а также на уровень удовлетворенности их работой. Понимание и учет ценностей в культуре труда также является важным для работодателей при формировании рабочей среды и создании условий, которые помогут работникам расти и развиваться профессионально.

Культура труда на современном производстве – это сознательное и творческое применение в процессе трудовой деятельности отдельными лицами и трудовыми коллективами совокупности наиболее рациональных способов работы в конкретных условиях производства, которые обеспечивают при сохранении здоровья и высокой работоспособности трудящихся повышение эффективности труда и производства, высокое качество продукции и совершенствование нынешнего уклада жизни [2,3].

Некоторые из основных русских авторов, занимающихся темой «Ценности в современной культуре труда и их влияние на производительность и поведение работников», включают:

—Николай Гончаров, профессор Московской школы управления Сколково;

—Владимир Мясичев, директор Центра психологических исследований и экспертиз;

—Евгений Маргулис, профессор Университета имени О.Е. Кутафина (МГЮА);

—Игорь Беккер, профессор Высшей школы экономики;

—Анна Вольфсон, профессор Московской школы управления Сколково.

Это далеко не полный список русских авторов по данной теме, но они являются наиболее известными в научном сообществе.

В современной культуре труда существуют различные ценности, которые формируют отношение людей к работе и оказывают влияние на их поведение и производительность. Ниже перечислены некоторые из них.

1. Самореализация и развитие.

Ценность самореализации и развития относится к важным аспектам современной культуры труда. Она подразумевает не только приобретение новых знаний и умений, но и развитие личностных качеств и возможностей. Ценность этой категории связана с тем, что многие сотрудники ищут возможности для личностного и профессионального роста в рабочей среде.

В современной культуре труда все больше оценивается индивидуальный подход к работникам, и стремление к саморазвитию становится неразрывно связанным с успехом в карьере и профессиональной деятельности. Организации начинают активно внедрять программы по обучению и развитию сотрудников, которые позволяют им получать новые знания и компетенции, улучшать свои навыки и качества личности.

Самореализация и развитие также помогают сотрудникам сохранять мотивацию и интерес к своей работе. Эти ценности поддерживают устойчивое отношение к работе, повышают лояльность к организации и уменьшают текучесть кадров. В свою очередь, это позволяет предприятиям экономить время и ресурсы на поиск и обучение новых сотрудников.

Однако, важно учитывать, что для достижения целей самореализации и развития необходимо совмещать усилия работника и работодателя. Работодатель должен создавать условия для развития персонала и поддерживать его стремление к саморазвитию, а работник должен активно участвовать в этом процессе и стремиться к улучшению своих навыков и знаний.

2. Коллективизм.

Коллективизм — это ценность, которая выражает установку на приоритет коллектива над индивидуальностью. В контексте культуры труда, коллективизм проявляется в приоритете коллективных целей и задач над индивидуальными интересами и желаниями [1].

Коллективизм является важным фактором в формировании успешной организационной культуры, так как он способствует созданию единства в коллективе, повышает уровень взаимодействия между сотрудниками, способствует развитию совместной работы, улучшению коммуникации, укреплению доверия друг к другу и повышению мотивации.

Коллективизм также важен для формирования здоровой конкуренции внутри коллектива, когда сотрудники борются не столько за личную выгоду, сколько за достижение общих целей. Это также способствует снижению конфликтов и увеличению эффективности работы.

Однако, слишком высокий уровень коллективизма может привести к проблемам, связанным с ограничением индивидуальных свобод и прав, а также к появлению «групповых стереотипов» и дискриминации в отношении отдельных сотрудников.

Таким образом, важно найти баланс между коллективизмом и индивидуализмом, чтобы создать здоровую организационную культуру, которая способствует эффективной работе и удовлетворению потребностей как коллектива, так и индивидуальных сотрудников.

3. Инновации.

В современной культуре труда одним из важных ценностей являются инновации, то есть стремление к новым идеям, технологиям и способам работы. Это связано с тем, что в условиях быстро меняющегося мира, организации должны постоянно совершенствовать свои бизнес-процессы и методы работы, чтобы быть конкурентоспособными на рынке.

Инновации в культуре труда могут проявляться в различных формах, например:

Внедрение новых технологий: использование современного оборудования и программного обеспечения, автоматизация процессов и т.д.

Креативность и экспериментирование: поощрение сотрудников к разработке новых идей и подходов к решению задач, проведение экспериментов и тестирование новых методов работы.

Открытость к изменениям: готовность руководства и сотрудников к изменениям в работе и бизнес-процессах, а также к анализу и улучшению текущих методов работы.

Инновации в культуре труда могут создавать не только новые возможности для бизнеса и организаций, но и улучшать качество жизни сотрудников, увеличивать их эффективность и мотивацию к работе.

4. Эффективность.

Пункт «Инновации» в контексте ценностей современной культуры труда отражает уважение к новым идеям, технологиям и методам работы. Инновации помогают повышать эффективность труда и оптимизировать бизнес-процессы, что является важным фактором конкурентоспособности организаций. Современный мир стремительно меняется, и важно уметь адаптироваться к новым условиям, использовать новые технологии и развивать инновационный потенциал.

Ценность инноваций находит свое отражение в различных сферах труда: от технической инноватики до социальных инноваций в образовании и здравоохранении. Стремление к инновациям требует от людей умения мыслить креативно, гибко реагировать на изменения, искать новые решения и не бояться экспериментировать. Это особенно важно в сфере научных исследований, где именно инновации являются движущей силой развития и прогресса.

В современной культуре труда инновации также связывают с этикой ответственности и устойчивого развития. Организации и предприниматели не только стремятся к инновациям, но и отвечают за их социальные и экологические последствия. Например, в последние годы особое внимание уделяется разработке и внедрению экологически чистых технологий, которые бы не наносили вред окружающей среде.

Таким образом, инновации являются одной из ключевых ценностей современной культуры труда, которая помогает компаниям и организациям оставаться конкурентоспособными и успешными в быстро меняющемся мире. Они требуют от людей развития гибкости мышления, творческого подхода и ответственности за последствия своих действий.

5. Гибкость.

Гибкость — это одна из ценностей, которая присутствует в современной культуре труда [4]. Гибкость означает способность быстро адаптироваться к новым условиям, изменять планы и стратегии действий, быстро реагировать на изменения и принимать нестандартные решения.

В современном мире быстрое развитие технологий, изменение экономических условий, изменение потребностей рынка требуют от компаний

гибкости в действиях. Быстрое реагирование на изменения может помочь компании сохранить конкурентоспособность и успешно развиваться.

Гибкость также важна для развития карьеры сотрудников. Сотрудники, которые готовы к изменениям и адаптации, могут быстрее развиваться и получать новые возможности для самореализации. Они также могут быть ценными для компании, которая ценит гибких сотрудников, готовых к экспериментам и новым задачам.

Однако, слишком большая гибкость может быть негативной, если она приводит к нестабильности и нерегулярности работы, к неопределенности и невозможности планирования. Важно найти баланс между гибкостью и стабильностью, чтобы обеспечить успешное развитие компании и удовлетворенность сотрудников.

6. Баланс между работой и личной жизнью.

Пункт «Баланс между работой и личной жизнью» в контексте ценностей, присутствующих в современной культуре труда, отражает стремление работников сохранять равновесие между рабочей и личной сферами жизни. Эта ценность становится все более важной в связи с тем, что современная жизнь стала более насыщенной и требовательной, что может привести к ухудшению физического и психического здоровья человека.

В современной культуре труда работодатели все чаще уделяют внимание созданию условий, которые позволяют работникам балансировать между работой и личной жизнью. Одним из примеров может служить практика гибкого графика работы, когда работник может самостоятельно выбирать время прихода и ухода с работы, что позволяет ему совмещать работу с заботой о домашних делах, уходом за детьми, учебой и т.д. Другим примером может служить возможность работать удаленно или в режиме гибридной работы, что также позволяет сбалансировать время, затрачиваемое на работу и личную жизнь.

Этот подход также положительно влияет на работоспособность и производительность работника, так как возможность отдыха и заботы о себе и своей семье позволяет сохранять физическое и психическое здоровье, избежать усталости и болезней, а также повышает мотивацию работника.

В целом, баланс между работой и личной жизнью становится все более значимой ценностью в современной культуре труда, которая способствует улучшению качества жизни работников и повышению их эффективности.

Таким образом, в современной культуре труда присутствуют различные ценности, которые могут варьироваться в зависимости от отрасли, компании и культуры.

Ценности в культуре труда формируются различными методами и способами, которые могут варьироваться в зависимости от контекста и целей, которые преследуются. Некоторые из наиболее распространенных методов включают:

Образцы поведения и примеры успешной практики. Одним из наиболее эффективных способов формирования ценностей в культуре труда является предоставление образцов успешной практики и поведения. Это может быть

достигнуто через примеры историй успеха, рассказы о лучших практиках и успешных проектах, а также через обучение и тренинги на примере опытных специалистов.

Пропаганда и массовая информация. Массовые СМИ и реклама могут быть использованы для пропаганды определенных ценностей в культуре труда. Это может включать в себя различные формы медийной пропаганды, такие как рекламные кампании, телевизионные программы, видео и др.

Обучение и образование. Формирование ценностей в культуре труда может быть достигнуто через образовательные программы и обучение, в том числе через систему профессионального образования и дополнительных курсов. Это позволяет укреплять профессиональные знания и навыки, а также формировать понимание ценностей, которые являются важными для культуры труда.

Коммуникация и обратная связь. Регулярная коммуникация и обратная связь могут помочь укрепить ценности в культуре труда, позволяя специалистам поддерживать связь с руководством, коллегами и клиентами, а также участвовать в процессе принятия решений и формирования культуры организации.

Политики и процессы управления. Организационные политики и процессы могут иметь значительное влияние на формирование ценностей в культуре труда. Например, включение ценностей в описания должностей, награды за достижения, социальные программы, совещания, планы и стратегии могут помочь укрепить и поддержать ценности в культуре труда, а также обеспечить их интеграцию в повседневные процессы организации.

В целом, формирование ценностей в культуре труда является важным фактором успеха организации. Организации, которые активно работают над укреплением и поддержанием ценностей в культуре труда, могут улучшить свою репутацию, повысить эффективность и производительность, а также привлечь и удержать высококвалифицированных специалистов.

Кроме того, можно отметить, что в современном обществе существует ряд новых ценностей, которые могут влиять на культуру труда и поведение работников. Например, важность экологической ответственности и устойчивого развития, развитие цифровых технологий и цифровизации рабочих процессов, а также гендерное равенство и уважение к многообразию и включительности.

Кроме того, стоит отметить, что значимость каждой из перечисленных ценностей может зависеть от конкретной отрасли, компании или культуры. Например, в некоторых отраслях больше важности придается коллективизму и сотрудничеству, а в других - индивидуальной самореализации и гибкости. Поэтому важно адаптировать культуру труда под специфику каждого конкретного контекста, чтобы достичь наилучших результатов.

Таким образом, в данной работе были рассмотрены различные ценности, которые формируют современную культуру труда и влияют на поведение и производительность работников. Были выделены следующие ценности: самореализация и развитие, коллективизм, инновации, эффективность, гибкость и баланс между работой и личной жизнью.

Работа не рассматривается только как способ заработка денег, но и как средство самореализации и развития личности. Коллективная работа и уважение к коллегам играют важную роль в достижении общих целей. Инновации и

творческий подход к решению задач позволяют компаниям быть более конкурентоспособными. Важно достигать максимальной эффективности при выполнении работы и быть готовыми к изменению задач и условий работы. Баланс между работой и личной жизнью является важной ценностью в современной культуре труда.

Из этого можно сделать вывод, что работники должны развиваться и самореализовываться в процессе работы, при этом учитывать коллективные интересы и быть готовыми к инновациям и изменениям. Компании, в свою очередь, должны создавать условия для гибкой работы, с учетом баланса между работой и личной жизнью своих сотрудников. Это позволит компаниям быть успешными на рынке, а работникам получать удовлетворение от своей работы и личной жизни.

Список литературы:

1. Гелета, И.В. Экономика и социология труда: учебное пособие / И.В. Гелета. - РнД: Феникс, 2017. - 247 с.

2. Литвин, Р. И. Культура управления как важная часть развития российских предприятий / Р. И. Литвин // Новеллы права, экономики и управления 2020 : сборник научных трудов по материалам VI международной научно-практической конференции, Гатчина, 25–26 ноября 2020 года. Том 1. – Гатчина: Государственный институт экономики, финансов, права и технологий, 2021. – С. 417-421. – EDN IANSAJ.

3. Литвин, Р. И. Анализ основных концепций, связанных с культурой труда / Р. И. Литвин, А. Д. Кожуховская, Н. А. Липко // Социальные и культурные практики в современном российском обществе: инициатива, партнерство, стратегии развития : материалы VII всероссийской научно-практической конференции с международным участием, Новосибирск, 19–20 апреля 2023 года. Том Часть 1. – Новосибирск: Новосибирский государственный педагогический университет, 2023. – С. 37-44. – EDN IQGMNK.

4. Щепакин, М.Б. Экономика труда: Учебник / М.Б. Щепакин, А.С. Молчан, Э.Ф. Хандамова. - М.: Магистр, 2017. - 256 с.

УДК 334

Луганская А.П., обучающаяся 4 курса
Luganskaya A.P., 4th year student

Самарский национальный исследовательский университет имени академика
С.П. Королёва
Samara National Research University named after Academician S.P. Korolev

**ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ К УПРАВЛЕНИЮ МАЛЫМ И
СРЕДНИМ БИЗНЕСОМ В УСЛОВИЯХ МОДЕРНИЗАЦИИ
ЭКОНОМИКИ**

INNOVATIVE APPROACHES TO THE MANAGEMENT OF SMALL AND MEDIUM-SIZED BUSINESSES IN THE CONTEXT OF ECONOMIC MODERNIZATION

Аннотация: Данная статья исследует инновационные подходы к управлению малым и средним бизнесом в условиях модернизации экономики. Автор анализирует современные тенденции развития экономики и рассматривает новые подходы управления для успешной адаптации малых и средних предприятий к изменяющимся условиям. Статья начинается с обсуждения актуальности инновационного управления. Затем в статье автор рассматривает несколько ключевых инновационных подходов, которые могут помочь малым и средним предприятиям достичь успеха в условиях модернизации экономики. В статье также рассматриваются примеры успешной реализации инновационных подходов. Полученные результаты статьи могут быть полезны для руководителей и специалистов в области управления малым и средним бизнесом, а также для исследователей, занимающихся проблемами развития экономики.

Ключевые слова: современная экономика, модернизация, малый и средний бизнес, инновационный подход, управление, устойчивое развитие, цифровое продвижение.

Abstract: This article explores innovative approaches to managing small and medium-sized businesses in the context of economic modernization. The author analyzes the current trends in the development of the economy and considers new management approaches for the successful adaptation of small and medium-sized enterprises to changing conditions. The article begins with a discussion of the relevance of innovation management. Then, in the article, the author examines several key innovative approaches that can help small and medium-sized enterprises achieve success in the conditions of economic modernization. The article also discusses examples of successful implementation of innovative approaches. The obtained results of the article can be useful for managers and specialists in the field of small and medium-sized business management, as well as for researchers dealing with problems of economic development.

Keywords: modern economy, modernization, small and medium business, innovative approach, management, sustainable development, digital promotion.

Текст статьи: в условиях модернизации экономики малые и средние предприятия играют важную роль в стимулировании экономического роста и инноваций. Для того чтобы успешно функционировать в быстро меняющейся экономической среде, предпринимателям необходимо применять инновационные подходы к управлению своими бизнесами. Одной из важнейших особенностей развития современной экономики является небывалый рост числа субъектов малого и среднего предпринимательства и резкое повышение его значимости [1, с. 128]. В нашей стране возникла достаточно сложная ситуация, связанная с развитием малого и среднего бизнеса. При этом в условиях глобализации, регионализации и активизации

инновационных процессов происходит качественная переоценка роли малых форм хозяйствования, они перестают рассматриваться как малопроизводительные и устаревшие, а признаются важной движущей силой развития национальных экономик, повышающей их гибкость адаптивность и инновационность, а также укрепляющую социальную стабильность [7, с. 33]. В настоящее время в результате усиления роли инновационных процессов и сегментации спроса существенно меняются условия и приоритеты предпринимательской деятельности, трансформируются ее мотивы и факторы выбора сферы деятельности. Поэтому важным является рассмотрение вопросов, связанных с повышением роли малого и среднего бизнеса в осуществлении модернизационных изменений российской экономики и переходом его к модели устойчивого и динамичного развития, ориентированной на активизацию инновационных и инвестиционных процессов.

Предпринимательский подход означает не только наличие бизнес-идеи и знание технологии производства изделия (услуги), но и способность к эффективному ведению бизнеса. Эволюция систем управления предпринимательской деятельности позволяет малому и среднему бизнесу адаптироваться к новым экономическим условиям. В данной статье будут рассмотрены три основных инновационных подхода к управлению малым и средним бизнесом в условиях модернизации экономики [3, с. 82].

Первым инновационным подходом является использование специализированных программных решений для управления производственными процессами и складским учетом позволяет компаниям автоматизировать и оптимизировать важные аспекты своей деятельности. Для того чтобы эффективно контролировать происходящие на предприятии события, своевременно информировать сотрудников обо всех изменениях в стратегии компании создано специальное программное обеспечение для бизнеса. Особенности программного обеспечения для управления бизнес-процессами [2, с. 36].

Среди программного обеспечения, позволяющего оптимизировать бизнес-процессы, можно выделить:

1. Продукты для разработки и анализа бизнес-планов дает возможность спрогнозировать успех бизнес-проектов, рассчитать сроки выполнения поставленных задач и их прямое влияние на деятельность компании. Чтобы грамотно составить бизнес-план, программное обеспечение должно обладать достаточным функционалом для полноценного анализа и прогнозирования деятельности организации.

2. Программное обеспечение для автоматизации бизнеса - неотъемлемая часть деятельности предприятия, которая направлена на автоматизацию множества задач, повышение эффективности работы организации и мониторинг актуальных проблем, требующих срочного решения. Программные продукты компании 1С на сегодняшний день необходимы фактически каждой организации, стремящейся к успешной деятельности и стабильному развитию.

3. Программное обеспечение моделирования бизнес-процессов Microsoft Dynamics CRM выделяется качественными инструментами для эффективной

организации бизнес-процессов и их автоматизации. Несколько тематических конфигураций программы дают возможность рационально распределить ресурсы, автоматизировать процессы и упростить процесс создания и обработки заказов, рыночных предложений и многое другое.

Программное обеспечение для управления производственными процессами помогает планировать производственные задачи, контролировать производственные операции, отслеживать использование ресурсов и оптимизировать производственные циклы [2, с. 40]. Программные решения для складского учета позволяют автоматизировать процессы управления запасами, отслеживать поступление и отгрузку товаров, оптимизировать размещение товаров на складе, управлять заказами и уведомлять о необходимости пополнения запасов. Такие программы обычно предоставляют возможности для создания отчетов о состоянии запасов, отслеживания сроков годности товаров и учета серийных номеров. Использование таких специализированных программ позволяет компаниям улучшить операционную эффективность, снизить издержки, повысить точность учета и улучшить общий уровень обслуживания клиентов [6, с. 29].

Второй подход – внедрение принципов устойчивого развития и зелёных технологий. Для руководителей нового времени особенно важны постоянное устойчивое развитие и социальная ответственность компании. Здесь можно отследить три основных принципа:

1. Заработал — вложи. В такой парадигме работают крупные компании из индустрий, которые могут наносить ущерб природе. Для них устойчивое развитие — возможность внести средства на предотвращение вреда окружающей среде.

2. Затраты на экологию как увеличение издержек. Такие руководители относятся к устойчивому развитию как к способу создать дополнительную ценность для клиентов.

3. Новый подход к заработку. Руководители, которые придерживаются этой модели, ищут способ работы бизнеса без вреда для окружающей среды. Один из примеров таких лидеров — бывшая CEO компании PepsiCo Индра Нуйи. При ней PepsiCo стала пристально отслеживать глобальные проблемы, например, ожирение, загрязнение среды или гендерное неравенство. Затем компания внесла вклад в решение этих проблем. Портфель продуктов стал более здоровым, экологическая стратегия позволила снизить вред производства, а женщин-руководительниц в PepsiCo стало больше [7, с. 24].

Третий подход - инновационный подход к развитию новых моделей маркетинга и продвижения. Включает в себя использование цифрового продвижения для создания более эффективных стратегий привлечения клиентов и продвижения продуктов или услуг. Цифровое продвижение включает в себя несколько основных методов [6, с. 41]:

1. Интерактивные контентные решения. Одним из ключевых инновационных подходов в цифровом продвижении являются интерактивные контентные решения. Такой контент позволяет вовлечь пользователей взаимодействовать с ним, что делает его более запоминающимся и

привлекательным. Например, интерактивные видеоролики с возможностью выбора различных сценариев или игры, где пользователь может влиять на развитие сюжета. Это позволяет установить более прочные связи с аудиторией и создать более значимый опыт взаимодействия с брендом.

2. Искусственный интеллект. Еще один инновационный подход в цифровом продвижении – использование искусственного интеллекта. Эта технология позволяет автоматизировать процессы анализа данных, улучшить персонализацию контента и повысить эффективность коммуникаций с клиентами. К примеру, использование чат-ботов для общения с пользователями или индивидуального подбора товаров на основе предпочтений и ранее сделанных покупок позволяет повысить качество обслуживания и уровень удовлетворенности клиентов.

3. Виртуальная и дополненная реальность. Виртуальная и дополненная реальность – еще одни инновационные подходы, которые широко используются в цифровом продвижении. Такие технологии позволяют создавать интерактивные 3D-модели товаров или услуг, а также предлагать уникальные виртуальные или дополненные реальности для привлечения внимания пользователей. Например, виртуальные туры по гостинице или магазину, которые позволяют потенциальным клиентам более детально оценить предлагаемые услуги или товары [5, с. 55].

Цифровое продвижение предполагает переход от традиционных методов маркетинга к более целенаправленным и интерактивным подходам. Новые модели маркетинга основаны на анализе больших данных, что позволяет компаниям лучше понимать свою аудиторию, создавать персонализированный контент и предлагать более точно направленные рекламные кампании. Использование цифровых технологий также позволяет развивать новые модели взаимодействия с потребителями, такие как мобильный маркетинг, социальные медиа, контент-маркетинг и электронная коммерция. Благодаря этому компании могут устанавливать более прочные связи с клиентами, повышать уровень удовлетворенности и лояльности, а также эффективнее продвигать свои продукты или услуги на рынке. Инновационный подход к развитию новых моделей маркетинга и продвижения помогает компаниям быть более конкурентоспособными, реагировать на изменения в поведении потребителей и быстро адаптироваться к новым трендам в мире маркетинга [4, с. 17].

Таким образом, инновационные подходы к управлению малым и средним бизнесом в условиях модернизации экономики являются неотъемлемой частью развития предпринимательства и основывается на использовании современных технологий и методик, направленных на улучшение эффективности, развитие маркетинговых стратегий и учет экологических аспектов [1, с. 128].

Список литературы:

1. Аббаников, В.Н. Инновационный менеджмент [Текст] / Е.П. Голубков. - М.: Финпресс, 2021. – 128 с.
2. Асаул, А.Н. Модернизация экономики на основе технологических инноваций [Текст] / А.Н. Хулей. - М.: Баланс-Клуб, 2020. –36-40 с.

3. Борисовская, А.А. Управление развитием малого и среднего бизнеса в экономике [Текст] / А.А. Борисовская. - М., 2021. – 82 с.

4. Инновационный менеджмент [Электронный ресурс] // Приемы и организация инновационного менеджмента. - URL: [ss75_compressed.pdf](#) (sovman.ru) (дата обращения: 12.11.2023).

5. Маркетинговая деятельность [Электронный ресурс] // Маркетинговая инновационная деятельность. - URL: https://spravochnick.ru/marketing/marketingovaya_deyatelnost/marketingovaya_innovacionnaya_deyatelnost/ (дата обращения: 12.11.2023).

6. Модернизация экономики и глобализация [Электронный ресурс] // Современные подходы. - URL: <https://dasreda.ru/media/for-managers/> (дата обращения: 11.11.2023).

7. Солдаткина, О.В. Экономика и управление малым бизнесом [Текст] / О.В. Солдаткина. - М.: 2021. – 31-35 с.

УДК 379.85

Лыгина М.А., обучающаяся 1 курса
Lygina M.A., 1st year student

Научный руководитель: Амет-устаева Д.М., преподаватель
Scientific adviser: Amet-ustaeva D.M., teacher

ГБОУВО РК «Крымский инженерно-педагогический университет имени Февзи Якубова»

SBEIHE RC «Crimean engineering and pedagogical university the name of Fevzi Yakubov

**ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В
СФЕРЕ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА**
INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGIES IN THE FIELD OF
TOURISM AND HOSPITALITY

Аннотация. В данной статье рассматривается и изучается сущность информационных технологий в сфере туризма и гостеприимства. Понятия коммуникаций, коммуникационных технологий, информационных технологий, информационно-коммуникационных технологий. Принципы внедрения новых продуктов информационных технологий в туристическую сферу деятельности. Информатизация туристической сферы деятельности.

Ключевые слова: информатизация, услуги, глобальные сети бронирования и резервирования, турагентства, коммуникации, информационные технологии.

Annotation. This article examines and studies the essence of information technologies in the field of tourism and hospitality. Concepts of communications,

communication technologies, information technologies, information and communication technologies. Principles of the introduction of new information technology products in the tourism sector. Informatization of the tourist sphere of activity.

Keywords: informatization, services, global booking and reservation networks, travel agencies, communications, information technologies.

На современном этапе развития гостиничного и туристического бизнеса, количество предприятий, которые относятся к туристской индустрии, с каждым годом увеличивается. С учетом появления новых предприятий гостиничного и туристического бизнеса, между ними возрастает конкуренция. Важным условием для повышения конкурентоспособности предприятий гостиничной и туристической индустрии является использование современных информационно-коммуникационных технологий, с применением которых появляется возможность обслужить клиента в кратчайшие сроки, предоставив при этом ему широкий спектр возможных качественных услуг.

Информационно-коммуникационные процессы – это процессы сбора, обработки, хранения, и передачи информации с помощью широкого спектра цифровых устройств, социальных сетей и т.п.

Актуальность данной темы заключается в том, что в современном мире информация стала неотъемлемой частью жизни общества и ценным товаром на рынке. Сфера туризма не исключение. Люди обращаются в туристическое агентство для того чтобы забронировать номер в гостинице, заказать и оплатить тур или экскурсию. Это можно сделать как при личной встрече с турагентом, так и дистанционно с помощью сайта агентства, звонка по телефону и т.д.

Целью исследования является анализ влияния информационно-коммуникационных процессов на сферу туризма и гостеприимства.

Задачи:

1. Изучить понятия коммуникация и коммуникационные технологии, информационные технологии, информационно-коммуникационные технологии.

2. Изучить принципы разработки и внедрения новых продуктов информационных технологий в сферу туризма.

3. Рассмотреть процесс информатизации туристической сферы деятельности.

Как отмечает Крылов А. Н. в своей книге «Менеджмент коммуникаций», коммуникация – «это процесс обмена идеями и определенной информацией между двумя и более людьми, который ведет к взаимному пониманию»[1, с. 45].

Обмен информацией включает в себя 4 базовых элемента:

— Отправитель – лицо, генерирующее идею либо собирающее информацию и передающее ее.

— Сообщение – информация, закодированная в виде символов.

— Канал – средства передачи информации.

— Получатель (реципиент) – тот, кому предназначена информация.

Предложим следующую классификацию коммуникаций:

- по носителям (речевые, вещественные)
- по направлению (горизонт., вертикаль.)
- по источнику (внешние, внутренние)
- по содержанию (произв., экономич., технологич., администр.)
- по спектру применимости (одно-целевые, много)
- по назначению (для анализа, для корректировки)
- по возм. хранения (способы создания информационной базы)
- по роли в управлении (основная инф., второстепенная)
- по степени готовности к использованию (первичная, промежуточная, конечная)
 - по частоте (частичная, комплексная)
 - по предназначению (универсальная, функциональная, индивидуальная)
 - по степени надежности (достоверная, вероятностная)
 - по характеру потребления (постоянная, переменная)
 - по способу распространения (устная, письменная, комбинированная)

Коммуникационными технологиями называют совокупность различных процедур, приемов, а так же средств и методов, которые могут использоваться в процессе коммуникационного воздействия субъектом коммуникации с целью достижения поставленных целей и задач [3].

Рагулин П. Г. в своем учебном пособии «Информационные технологии» приводит следующее определение – «информационные технологии – это совокупность методов и способов получения, обработки, а также представления информации, направленных на изменение ее состояния, свойств, формы, содержания и осуществляемых в интересах пользователей» [2, с. 30].

В свою очередь, под информационно-коммуникационными технологиями понимают совокупность определенных технологий, благодаря которым может осуществляться фиксация необходимой информации, ее дальнейшая обработка, а так же различные информационные обмены, включающие распространение, передачу, раскрытие и т.д.

Разработка и внедрение новых достижений научно-технического прогресса в области информационных технологий в туризме реализуются с учетом следующих основных принципов:

1. Наиболее современные разработки выполнены (или проектируются) в режиме реального времени *on line* по принципу *безбумажного офиса*.

2. Основной идеологией систем является замкнутый технологический цикл: клиент - турагент - туроператор - услуга - анализ.

3. Разработчики отказались от создания дорогих универсальных автоматизированных систем, и пошли по пути внедрения локальных агрегатированных офисных технологий для тур операторов, турагентов, перевозчиков, маркетинга и др.

4. На рынке информационных технологий предлагаемые офисные программы разрабатываются как для широкого потребителя, так и по заказу конкретной фирмы - специальные системы.

5. Многие предлагаемые системы являются совместимыми между собой и выполнены в виде автоматизации конкретного рабочего места, или локальных внутриофисных сетей (до 50 рабочих мест) с выходом в глобальную сеть Интернет.

6. Отмечается повсеместное использование новых интерактивных возможностей лазерных мультимедийных технологий на CD-ROM.

7. Все предлагаемые технологии для автоматизации туристского офиса обеспечены сервисным сопровождением, включая обновление, консалтинг, обучение персонала, гарантийное обслуживание и др.

8. Отмечается интенсивное обновление программных продуктов для работы в среде Windows.

9. Локальные прикладные программы и локальные системы бронирования и резервирования объединяются в национальные и интегрируются в международные сети.

10. Наиболее быстрыми темпами идет внедрение глобальной сети Интернет в систему формирования, продвижения и реализации туристского продукта.

11. Потребность в новых офисных информационных технологиях на туристском рынке удовлетворяется в основном отечественными фирмами-разработчиками.

Конечно, это не полный перечень принципов, влияющих на разработку и внедрение новых продуктов информационных технологий в сфере туризма и гостеприимства.

Услуги туризма и гостеприимства – это продукт, который можно приобрести дистанционно, т.е. через сайт или телефонный звонок. Для эффективности дистанционного взаимодействия туроператора с клиентом необходимо использование хорошо развитых информационно-коммуникационных технологий.

Освоение информационно-коммуникационных технологий в туризме является неотъемлемой частью подготовки высококвалифицированных специалистов, задействованных в данной сфере деятельности. Знание современных компьютерных технологий, а так же наличие навыков их использования и применения является одним из главных признаков высококвалифицированного специалиста. Активное использование информационно-коммуникационных технологий на предприятиях гостиничной и туристической сферы, может значительно повысить спрос на предлагаемый ими продукт, так как информационно-коммуникационные технологии являются показателем эффективной работы предприятия идущего в ногу со временем. Учитывая спрос со стороны потенциальных потребителей на продукты или услуги предприятий данной сферы, устанавливается цена. Стоит отметить, что авторы, изучающие информационно-коммуникационную сферу в туризме и гостиничном бизнесе отмечают, что «соответствие между спросом и предложением во многом зависит от цены. Завышение цены приводит к падению спроса на

туристические продукты и услуги, а занижение к потере прибыли и нерентабельности производства [3, 4, 5].

В настоящее время существуют глобальные системы бронирования и резервирования, такие как «Booking.com», «Sabre», «Amadeus», в которые входят авиакомпании, отели и гостиницы, железнодорожные пути, компании проката автомобилей, паромы. Данными системами пользуются все туристические агентства, предоставляя покупателю возможность выбора наиболее подходящей услуги из широкого спектра существующих услуг в используемой глобальной системе бронирования и резервирования.

Для обеспечения безопасности любого предприятия используется система видеонаблюдения, которая должна быть оснащена качественными приборами с обширным функционированием.

Основным направлением деятельности туристской организации является процесс разработки и продвижения туристского продукта на рынок. Процесс разработки нового туристского продукта является наиболее ответственным, поэтому именно этот этап нуждается в создании программного продукта, обеспечивающего информационную поддержку процесса принятия решения. Для принятия решения наиболее важным является: во-первых, быстрота процесса принятия решения; во-вторых, обоснованность выбора маршрута, транспортных средств, места проживания и т.д., для чего необходимо создание модели, позволяющей варьировать возможные варианты маршрутов, просчитывать наиболее выгодные; осуществлять ценовую проработку; прогнозировать спрос и популярность новых туров; проводить модельный эксперимент, имитирующий «экспериментальный заезд».

Успешное функционирование фирмы на рынке туристского бизнеса практически невозможно без использования современных информационных технологий. Специфика технологии разработки и реализации турпродукта требует таких систем, которые в кратчайшие сроки предоставляли бы сведения о доступности транспортных средств и возможностях размещения туристов, обеспечивали бы быстрое резервирование и бронирование мест, а также автоматизацию решения вспомогательных задач при предоставлении туруслуг (параллельное оформление таких документов, как билеты, счета и путеводители, обеспечение расчетной и справочной информацией и др.). Это достижимо при условии широкого использования в туризме современных компьютерных технологий обработки и передачи информации.

Наибольшее влияние современные компьютерные технологии оказывают на «Продвижение туристского продукта» (распространение и продажи). Прежде всего, это касается возможности формирования новых маркетинговых каналов продвижения и сбыта туристского продукта. В настоящее время туристические агентства, как и любое другое предприятие, создают и размещают свои сайты в сети Интернет.

Одним из основных направлений применения информационных технологий в туризме является внедрение мультимедийных технологий, в частности справочников и каталогов. В настоящее время туристские справочники и каталоги выпускаются в книжном исполнении, на

видеокассетах, на лазерных дисках CD-ROM, в сети Интернет. Электронные каталоги позволяют виртуально путешествовать по предлагаемым маршрутам, посмотреть эти маршруты в активном режиме, получить информацию о стране, объектах по трассе маршрута, данные о гостиницах и других средствах размещения, ознакомиться с системой льгот и скидок, а также законодательством в сфере туризма. Кроме того, в этих каталогах обычно приводятся информация о правилах оформления туристских документов, туристские формальности, модели поведения туриста в экстремальных ситуациях и т.д. Клиент может спланировать программу тура, выбрать его по заданным оптимальным параметрам (цена, система льгот, система транспорта, сезон и др.).

Наряду с автоматизацией туристских фирм ведется аналогичная разработка программ автоматизации деятельности гостиниц, ресторанов и других предприятий туристского бизнеса. Применение информационных систем в этой области приводит к существенным изменениям в менеджменте, а также повышает качество обслуживания.

Список литературы

1. Крылов А.Н. Менеджмент коммуникаций. Теория и практика. М.: Издательство Национального института бизнеса, 2002. – 228 с.
2. Рагулин П.Г. Информационные технологии. Владивосток: ТИДОТ Дальневост. ун-та, 2004. - 208 с.
3. Коммуникационные технологии [Электронный ресурс] : Все о PR. – Режим доступа: <http://www.prstudent.ru/sferapr/kommunikatsionnye-tehnologii>
4. Столяренко, А. В. Воздействие факторов макросреды на эффективное функционирование предприятий туристско-рекреационной сферы / А. В. Столяренко, А. С. Чебаненко // Экономика и менеджмент инновационных технологий (Электронный журнал). – 2016. – № 4 (55). – С. 49-54. – Режим доступа: <http://ekonomika.snauka.ru/2016/04/11258>
5. Мухин Д. Э., Столяренко А. В. Информационно-коммуникационная среда туристско-рекреационного предприятия Крыма // Таврический научный обозреватель. – 2017. – №1 (18) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://tavr.science/stat/2017/01/08-Stolyarenko_Muhin.pdf

УДК 338

Лю Чэньсюань, магистрант 1 курса
Liu Chenxuan, 1st year master's student

ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет»
Southern Federal University

**АНАЛИЗ СТРУКТУРНО-ФУНКЦИОНАЛЬНЫХ
ХАРАКТЕРИСТИК СОЦИАЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ**

ANALYSIS OF STRUCTURAL AND FUNCTIONAL CHARACTERISTICS OF SOCIAL ENTERPRISES

Аннотация. В данной статье проведен анализ структурных и функциональных особенностей, присущих социальным предприятиям, предпринята попытка исследования уникального сочетания экономических и социальных целей, определяющих их бизнес-модель. Результаты исследования выразились в проведении типологии целей и структуры социальных предприятий, а также выявлении наиболее значимых структурных элементов и раскрытии функционального наполнения социальных предприятий.

Ключевые слова: социальное предприятие; социальное предпринимательство; структура организации; структура управления; структурно-функциональные особенности предприятий.

Annotation. This article analyzes the structural and functional features inherent in social enterprises, attempts to study a unique combination of economic and social goals that determine their business model. The results of the study were expressed in the typology of the goals and structure of social enterprises, as well as the identification of the most significant structural elements and the disclosure of the functional content of social enterprises.

Keywords: social enterprise; social entrepreneurship; organization structure; management structure; structural and functional features of enterprises.

В последнее время социальные предприятия превратились в непреодолимую силу, бросающую вызов традиционным парадигмам, сочетая финансовые цели с глубокой приверженностью своему социальному значению.

Понятие «социальное предприятие» охватывает широкий спектр организаций, каждая из которых руководствуется тонким пониманием успеха, которое выходит за рамки финансовой выгоды.

Социальные предприятия работают на стыке предпринимательской и социальной деятельности. Такое пересечение обуславливает ряд структурно-функциональных особенностей, выявление и структурирование которых является целью данной статьи.

Для начала определимся со значением понятия «социальное предпринимательство». Так, М. Юнус обозначает его как «социальный бизнес, который отличается от предприятий, максимизирующих прибыль, своими целями, нацелен на решение социальных проблем за счет производства продуктов и услуг» [1, с. 103].

Позднее, С. Захра пишет, что «социальное предпринимательство охватывает действия и процессы, осуществляемые для того, чтобы обнаружить и использовать возможности для повышения общественного благосостояния путем создания новых предприятий или управления уже существующими организациями с использованием инновационных подходов» [2, с. 121].

Наконец, одно из современных определений принадлежит Дж. Кикол и Т. Лайонс, утверждающим, что «социальное предпринимательство – это применение инструментов и технологий обычного предпринимательства для

деятельности на благо общества и экологии, решения общественных проблем, которое совмещает в себе предпринимательский дух частного сектора, силу экономических рынков и черты государственного сектора, ставя общественные интересы выше частных» [3, с. 56].

Анализ обозначенных определений позволяет сделать вывод о том, что социальные предприятия – это организации, преследующие двойную цель — достижение финансовой устойчивости и решение социальных или экологических проблем.

Что же касается эволюции термина, то рассмотренные определения показывают, что его сущность претерпела незначительные изменения, что свидетельствует о том, что значимость социального предпринимательства остается стабильно высокой на протяжении последних нескольких десятков лет.

Социальные предприятия уделяют особое внимание решению конкретных социальных проблем, таких как борьба с бедностью, поддержка малообеспеченных слоев населения, интеграция людей с ограниченными возможностями в общество и другие экологические и социальные проблемы. Социальные предприятия стремятся оказывать положительное долгосрочное воздействие на общество, основываясь на принципах устойчивого развития.

Выделяют различные формы социальных предприятий. Так, Е.Н. Мельник пишет, что «существующие формы социальных предпринимателей можно свести к нескольким укрупненным группам:

– коммерческие предприятия, которые находят бизнес-решения в ответ на социальные и экологические проблемы;

– общественные или социально ориентированные некоммерческие организации (далее – СОНКО), не распределяющие прибыль среди своих учредителей, но осуществляющие предпринимательскую деятельность или деятельность, приносящую доход, в социальной сфере (оказывают услуги на платной основе, не противоречащие уставу, и выступают поставщиками социальных услуг);

– гибридные формы, совмещающие в себе признаки коммерческих и некоммерческих организаций» [4, с. 64].

Российские ученые Ю. Благов и Ю. Арай предлагают типологию, которая зависит от типа организации социального предпринимательства: традиционные некоммерческие организации, некоммерческие социально-ориентированные предпринимательские фирмы, гибридные организации, коммерческие социально-ориентированные предпринимательские фирмы [5, с. 179]. В данной типологии отмечена социальная категория – бизнес, вовлеченный в социальную деятельность, и подчеркнута отсутствие в российской практике коммерческих и некоммерческих социально-ориентированных предпринимательских фирм и гибридных организаций.

Что же касается организационно-правовой структуры, то социальные предприятия могут быть акционерными обществами, кооперативами, обществами с ограниченной ответственностью и другими, но всех их объединяет направленность на решение социальных проблем и улучшение качества жизни людей. Способность адаптироваться к изменяющимся условиям

и потребностям общества является важной частью деятельности социальных предприятий. Они должны быть гибкими и готовыми к изменениям, если они хотят успешно решать проблемы и достигать своих целей.

Поощряя инновации в сфере социального предпринимательства и предлагая новые модели бизнеса, где прибыль совмещается с общественной пользой, социальные предприятия играют важную роль в обеспечении устойчивого развития. Развитие и поддержка социальных предприятий приводит к более справедливым и устойчивым обществам, в которых бизнес активно участвует в решении социальных проблем.

Социальные предприятия стремятся сочетать бизнес с решением социальных и экологических проблем. Основная цель социальных предприятий состоит в том, чтобы оказать положительное социальное воздействие с целью улучшения жизни людей и окружающей среды. Ниже приведены более подробные цели и их описания (таблицу 1).

Чтобы достичь этих целей социальные предприятия решают следующие проблемы:

- создание рабочих мест: уязвимые группы населения, такие как женщины, молодежь и люди с ограниченными возможностями, могут получить работу через социальные предприятия;

- развитие инфраструктуры: социальные предприятия инвестируют в строительство дорог, школ и больниц, а также в строительство жилья;

- поддержка малого и среднего бизнеса: социальные предприятия помогают малым и средним предприятиям, предоставляя им кредиты, рынки и технологии;

- сотрудничество с государственными и некоммерческими организациями: для решения социальных проблем социальные предприятия сотрудничают с государственными органами, некоммерческими организациями и другими социальными предприятиями.

Таблица 1. Цели социальных предприятий

Цель	Описание
Решение социальных проблем	Одной из основных задач социальных предприятий является активное участие в решении социальных проблем, таких как бедность, безработица, доступ к образованию и здравоохранению. Путем создания рабочих мест, обучения и поддержки уязвимых групп населения они способствуют социальной интеграции и улучшению жизненных условий.
Формирование устойчивого бизнеса	Социальные предприятия стремятся к созданию устойчивых моделей бизнеса, где социальные и экологические цели интегрированы в стратегию предприятия. Это включает в себя ответственное использование ресурсов, сокращение негативного воздействия на окружающую среду и поддержку экологически чистых технологий.
Содействие социальному предпринимательству	Одной из задач социальных предприятий является поощрение социального предпринимательства в целом. Это включает в себя обмен опытом, создание партнерств с другими социальными предприятиями и организация программ поддержки для новых инициатив в сфере социального бизнеса.

Прозрачность и измерение социального воздействия	Социальные предприятия ставят перед собой задачу поддерживать прозрачность в своей деятельности и активно измерять социальное воздействие, которое они оказывают. Это включает в себя разработку методов оценки эффективности и регулярное предоставление отчетов о достигнутых результатах.
Вовлечение сообщества	Еще одной важной целью социальных предприятий является активное вовлечение местных сообществ в процесс принятия решений. Это способствует созданию более устойчивых решений, учитывая местные потребности и особенности.

Социальные предприятия являются важным компонентом создания общества, в котором бизнес и социальные интересы взаимодействуют, оказывая положительное влияние как на общество, так и на окружающую среду. Каждый тип социального предприятия имеет свои собственные цели и методы. Ниже приведены типы социальных предприятий и их описания (таблицу 2).

Несмотря на то, что у каждого типа социального предприятия есть свои особенности и методы работы, все они объединены для достижения общих целей, таких как создание рабочих мест, улучшение качества жизни населения и развитие местных сообществ.

Чтобы классифицировать социальные предприятия используются различные критерии, которые отражают их цели, задачи и влияние на общество. Разберем основные критерии, по которым социальные предприятия могут быть классифицированы:

Таблица 2. Типы социальных предприятий

Тип	Описание
Социальные предприятия	Предприятия создаются для решения социальных проблем, таких как безработица, бедность и неравенство. Они могут быть в форме кооперативов, обществ с ограниченной ответственностью или акционерных обществ.
Благотворительные организации	Некоммерческие организации, которые фокусируются на оказании помощи нуждающимся и решении различных социальных проблем. Они могут заниматься благотворительностью, оказывать помощь пострадавшим от бедствий, финансировать медицинские проекты и образовательные программы, могут предоставлять помощь в виде денег, продуктов, услуг или волонтеров.
Общественные организации	Организации, которые работают на благо общества и решают различные социальные проблемы, такие как образование, здравоохранение, экология и т. д.
Микропредприятия	Небольшие предприятия, которые предоставляют услуги или товары для малоимущих слоев населения. Они могут работать в сфере образования, здравоохранения, культуры и других областях.

1. Социальная миссия и цели. Одним из основных требований является определение целей и миссии социального предприятия. Например, компания может сосредоточиться на поддержке образования, улучшении окружающей среды и решении проблем бедности. Важно, чтобы эти цели были определены и направлены на социальный прогресс.

2. Вид деятельности. Классификация может быть основана на области деятельности, в которой участвуют люди. Например, здравоохранение, образование, экология, создание социальных товаров и т.д.

3. Тип владения и управления. Данный критерий учитывает структуру управления и владения социальным предприятием. Некоторые из них могут быть кооперативами, где решения принимаются совместно, другие - частными предприятиями с четкой структурой управления.

4. Распределение прибыли. В зависимости от того, как распределяется прибыль, социальные предприятия также могут быть разделены на различные категории. В то время как коммерчески ориентированные предприятия стремятся балансировать между прибылью и социальным воздействием, некоммерческие организации могут направлять свою прибыль на решение социальных проблем.

5. Целевая аудитория. Классификация социальных предприятий зависит и от того, кто является основной целевой аудиторией. Например, люди с ограниченными возможностями, малообеспеченные слои населения, мигранты и другие социальные группы.

6. Экологическая устойчивость. Социальные предприятия, уделяющие внимание экологии, могут быть классифицированы в зависимости от того, насколько они пытаются уменьшить негативное воздействие, которое они оказывают на окружающую среду.

Эти критерии дают более точную и полную картину разнообразия социальных предприятий, их целей и методов. Понимание и поддержка различных форм социального предпринимательства и их роли в решении социальных проблем имеет решающее значение.

Структура социальных предприятий варьируется в зависимости от их целей, формы собственности и сферы деятельности. В целом, можно выделить несколько основных компонентов структуры социальных предприятий:

1. Цели и миссия: определение четких социальных целей и миссии является фундаментом структуры. Эти цели формируются таким образом, чтобы решать определенные социальные проблемы или улучшать условия жизни для определенных групп людей.

2. Форма собственности. Социальные предприятия могут иметь различные формы собственности: некоммерческие организации, кооперативы, акционерные общества и др. Форма собственности влияет на механизмы управления, принятие решений и распределение прибыли.

3. Организационная структура. Структура управления социальным предприятием может включать в себя высший уровень управления, исполнительный орган, а также различные отделы и подразделения в зависимости от размеров и сложности предприятия. Важно, чтобы организационная структура поддерживала эффективное достижение социальных целей.

4. Финансовая модель. Определение источников финансирования и распределение прибыли играют ключевую роль в структуре социальных предприятий. Некоторые предприятия могут зависеть от грантов и

пожертвований, в то время как другие стремятся к безубыточности через коммерческую деятельность.

5. Участие стейкхолдеров. Вовлечение заинтересованных сторон, таких как сотрудники, клиенты, сообщество и партнеры, является важным элементом структуры социального предприятия. Учет мнения и потребностей этих сторон способствует более эффективной реализации социальных целей.

6. Мониторинг и оценка. Система мониторинга и оценки позволяет социальному предприятию следить за своим воздействием и эффективностью в достижении поставленных целей. Это важный элемент, обеспечивающий ответственность и прозрачность перед стейкхолдерами.

7. Коммуникации и маркетинг. Структура также включает в себя стратегии коммуникации и маркетинга, необходимые для эффективного привлечения внимания и поддержки со стороны общества, инвесторов и клиентов.

В целом, социальные предприятия строят свою структуру, учитывая специфику своей миссии и стремясь обеспечить устойчивое сочетание социальных и экономических аспектов своей деятельности.

Что же касается функционального наполнения, то социальные предприятия выполняют ряд важных функций, которые направлены на решение социальных проблем и позитивное воздействие на общество:

- решение социальных проблем;
- создание рабочих мест;
- содействие социальной интеграции (например, «ночлежка» — это некоммерческая организация в Москве и Санкт-Петербурге, которая предоставляет временный приют и помощь людям, оказавшимся на улице. Её миссия заключается в том, чтобы помочь людям вернуться к нормальной жизни, предоставив им доступ к жилью, медицинской помощи, юридической поддержке и другим необходимым услугам);
- реализация проектов по защите окружающей среды;
- предоставление социальных услуг (например, «TOMS» - американская некоммерческая организация, которая создает и продает обувь, а также аксессуары. За каждую проданную пару обуви компания предоставляет бесплатную пару нуждающимся детям);
- стимулирование социального предпринимательства;
- привлечение инвестиций.

Таким образом, структурно-функциональные особенности социальных предприятий тесно связаны с дуализмом их целей, поскольку стремление к получению прибыли и обеспечению общественной полезности порождает необходимость использования гибких гибридных структур с децентрализованным управлением для обеспечения оперативной реакции на стремительно меняющиеся условия внешней среды и построения долгосрочных взаимовыгодных отношений со стейкхолдерами.

Список литературы

1. Юнус М. Создавая мир без бедности: социальный бизнес и будущее капитализма / М. Юнус, А. Жоли. - М.: Альпина Паблишер, 2009. - 307 с.
2. Захра С. Глобальные возможности социального предпринимательства // Журнал социального предпринимательства. – 2008. – Том 2. – с. 117-131
3. Кикал Дж. Социальное предпринимательство: миссия – сделать мир лучше / Дж. Кикал, Т. Лайонс. - М.: Альпина Паблишер, 2014. - 304 с.
4. Мельник Е.Н. Критерии и организационно-правовые формы социального предпринимательства // Вестник ВГУ. Серия: экономика и управление. – 2020. - № 1. – с. 64-70.
5. Благов Ю.Е., Арай Ю.Н. Образовательные программы в области социального предпринимательства: мировой опыт и российские особенности // Вестник Санкт-Петербургского государственного университета. Серия: менеджмент. – 2014. - № 3. – с. 177-197.

УДК 338.4

Лютов Д.В., обучающийся 5 курса, Абдрахманова Д.Р., к.э.н., доцент
Liutov D.V., 5th year student, Abdrakhmanova D.R., Ph.D. Associate Professor

ФГБОУ ВО "Поволжский ГУФКСиТ"
FGBOU VO "Volga GUFKSiT"

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ ФИЗКУЛЬТУРНО-СПОРТИВНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЕЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

**IMPROVING THE MATERIAL AND TECHNICAL BASE OF A PHYSICAL
CULTURE AND SPORTS ORGANIZATION AS A FACTOR IN INCREASING
THE EFFICIENCY OF ITS ACTIVITIES**

Аннотация. В статье рассматриваются направления и особенности совершенствования материально-технической базы физкультурно-спортивной организации с целью повышения эффективности ее деятельности. Рассмотрен положительный опыт модернизации материально-технической базы физкультурно-спортивных организаций в России. Выявлены наиболее актуальные направления в совершенствовании материально-технической базы спортивной организации. Модернизация материально-технической базы является одним из приоритетных направлений системы управления современной организацией сферы физической культуры и спорта.

Ключевые слова: материально-техническая база, физкультурно-спортивная организация, спорт, эффективность, спортивный объект, спортивная инфраструктура.

Annotation. The article discusses the directions and features of improving the material and technical base of a physical culture and sports organization in order to increase the efficiency of its activities. The positive experience of modernization of the material and technical base of physical culture and sports organizations in Russia is considered. The most relevant directions in improving the material and technical base of a sports organization are identified. Modernization of the material and technical base is one of the priorities of the management system of the modern organization of the sphere of physical culture and sports.

Keywords: material and technical base, physical culture and sports organization, sport, efficiency, sports facility, sports infrastructure.

Развитие материально-технической базы компаний сферы физической культуры и спорта является ключевым фактором повышения эффективности их деятельности. Модернизация инфраструктуры спортивных организаций и их объектов необходима в целях достижения целей не только самой физкультурно-спортивной организации, но и государственных программ. Так, согласно Распоряжению Правительства РФ от 24.11.2020 N 3081-р «Об утверждении Стратегии развития физической культуры и спорта в Российской Федерации на период до 2030 года» миссия государства заключается в том, числе в создании необходимых условий для развития общества и жизни населения, а также условий для развития организаций сферы физической культуры и спорта [1].

Забота о здоровье и физическом развитии граждан, является приоритетным направлением социальной политики любого правового и демократического государства. Постоянное развитие и совершенствование деятельности физкультурно-спортивных организаций возможно при соблюдении следующих условий:

– целенаправленная поддержка со стороны государства, которая выражается в разработке федеральных программ сферы физической культуры и спорта, а также финансовой поддержке спортивных организаций, развитии спортивной инфраструктуры страны, включающей строительство различных объектов как для профессионального спорта, так и для любительского [2];

– информирование населения и популяризация спорта и спортивных мероприятий, что заключается в активных рекламных кампаниях спортивных школ, организаций, мероприятий среди. Кроме того, популяризация спорта достигается с помощью участия спортсменов в общественных мероприятиях;

– непрерывное профессиональное развитие тренерского состава физкультурно-спортивных организаций. В данное направление включается постоянное повышение квалификации тренеров спортивных организаций, включая обучение международного уровня;

– постоянное обновление материально-технической базы спортивных объектов, своевременная замена устаревшего оборудования, создание комфортного пространства для проведения тренировок спортсменов;

– сотрудничество физкультурно-спортивных организаций с коммерческими и общественными организациями по вопросам развития и

популяризации спорта. Подробное сотрудничество обеспечивает приток инвестиций в сферу физической культуры и спорта;

– инновационный путь развития физкультурно-спортивных организаций, внедрение новейших технологий в их деятельность. Инновации способны повысить эффективность деятельности любой спортивной организации или спортивного объекта, улучшить тренировочные процессы, а также способствовать еще больше популяризации физической культуры и спорта в обществе [3].

Однако не только государство способствует развитию спортивных организаций, поскольку данное развитие должно осуществляться на трех уровнях: федеральном, региональном и муниципальном. Следовательно деятельность, непосредственно регионов и муниципалитетов, также должна быть направлена на развитие спортивной инфраструктуры и данной сферы, в целом.

Строительство новых спортивных объектов является первостепенной задачей модернизации материально-технической базы спортивных организаций в России. До сих пор существует проблема, которая свидетельствует о том, что в некоторых небольших городах РФ материально-техническая база физкультурно-спортивных организаций устаревает и существует множество препятствий для ее обновления.

Совершенствование материально-технической базы спортивной организации позволит проводить не только массовые мероприятия, но и обеспечит более качественных тренировочный процесс для профессиональных спортсменов. Все это, естественным образом, повлияет на больший приток инвестиций и иных финансовых средств, которые могут быть направлены на развития спортивной организации. Строительство новых объектов, сооружений спортивной организации также способствует привлечению инвесторов и перспективных деловых партнеров [4].

Кроме того, необходимо обратить внимание не только на развитие и модернизацию материально-технической базы спортивной организации, но и на инфраструктуру, связанную с данной сферой. Например, включение различных фитнес-центров, ресторанов здорового питания, магазинов со спортивным питанием будет способствовать привлечению большего числа клиентов, посетителей и гостей спортивной организации. Все это является инфраструктурой физкультурно-спортивной организации и будет способствовать повышению ее финансовых результатов.

Современные технологические решения являются неотъемлемой частью стратегии развития любой физкультурно-спортивной организации. Инновационные проекты, направленные на модернизацию материально-технической базы спортивной компании, могут включать в себя разработку различных онлайн-платформ для продажи билетов, а также разработку и внедрение тренировочных систем. С помощью инноваций можно повысить эффективность деятельности физкультурно-спортивной организации и привлечь новых партнеров и инвесторов.

Стоит отметить, что политика РФ в отношении развития спортивной инфраструктуры достаточно эффективная. Так, только за 2023 год планируется ввести в эксплуатацию 80 новых масштабных спортивных объектов на территории страны [4].

За последнее время были введены новые спортивные объекты в Ленинградской области, Санкт-Петербурге, Республике Башкортостан, Камчатском крае, Калининградской и Липецкой областях.

В настоящий момент внимание государства к сфере физической культуры и спорта является достаточно повышенным, поскольку, как обществом, так и государством взят курс на повышение качества жизни населения. Кроме того, государство, с помощью различных программ, оказывает поддержку организациям физической культуры и спорта в области модернизации их материально-технической базы, что обычно включает в себя строительство новых спортивных объектов, а также оснащение уже существующих объектов новейшим оборудованием.

Решение указанных задач возможно на более эффективном уровне с помощью использования инструментов государственно-частного партнерства. Так, с помощью ГЧП организации сферы физической культуры и спорта имеют более высокие шансы получить инвестиции для своего развития.

Обращаясь к статистическим данным только в 2022 году в РФ, было реализовано 316 проектов с помощью государственно-частного партнерства. Общая сумма проектов составила 702,7 млрд. руб. При этом сумма вложений частных инвесторов составила 433,1 млрд. руб. В сфере физической культуры и спорта за 2022 год было запущено 15 проектов, где присутствовало государственно-частное партнерство. Общая сумма данных проектов составила 28,1 млрд. руб. Частные инвестиции проектов ГЧП в сферу физической культуры и спорта составили 14,2 млрд. руб. Данные проекты были реализованы, по большей части, в регионах РФ с целью развития инфраструктуры спортивных организаций [4].

Таким образом, сотрудничество государства и частного бизнеса в сфере физической культуры и спорта будет способствовать развитию спортивной инфраструктуры, в целом. Развитие материально-технической базы спортивных организаций, с помощью инвестиций частных инвесторов, повысит их привлекательность, как для населения, так и дальнейших инвестиционных вложений. Создание различных ассоциаций предпринимателей в области физической культуры и спорта, спортивных школ является достаточно эффективным путем развития предпринимательства в области спорта.

В настоящий момент мы видим, что достаточное количество физкультурно-спортивных организаций испытывают трудности в обновлении материально-технической базы, их оборудование устарело, либо они арендуют помещения, здания, спортивные объекты, оборудование, на что расходуются существенные материальные ресурсы. Нерациональное использование материально-технической базы спортивной организации влечет понижение эффективности ее деятельности [5].

Таким образом, можно сделать вывод, что именно модернизация и постоянное обновление материально-технической базы спортивной организации способно повысить эффективность ее деятельности и приток дополнительный инвестиций, заключения новых перспективных соглашения с партнерами. Успешное развитие сферы физической культуры и спорта неразрывно связано с новыми технологическими решениями и инновациями. Развитие сопутствующей инфраструктуры также является не маловажным фактором для повышения эффективности деятельности физкультурно-спортивной организации. Сотрудничество государственного и частного сектора в сфере спорта будет способствовать совершенствованию материально-технической базы физкультурно-спортивной организации.

Достижение данных целей способно повысить эффективность и финансовую стабильность физкультурно-спортивной организации, привлекать дополнительные инвестиции для своего развития и достигать высокие результаты в области физической культуры и спорта.

Список литературы:

1. Распоряжение Правительства РФ от 24.11.2020 N 3081-р (ред. от 29.04.2023) «Об утверждении Стратегии развития физической культуры и спорта в Российской Федерации на период до 2030 года» // Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_369118/

2. Иванова, И.О. и др. Современные подходы к управлению объектами спортивной инфраструктуры / И.О. Иванова, С.П. Антоненко // Вестник Московского финансово-юридического университета. – 2021. – № 2. – С. 92–100.

3. Митяшин, Г. Ю. Спортивное сооружение как фактор успешного развития регионов России. // Наука Красноярья. – 2020. – Т.9. – № 2. – С. 166–184.

4. Николаев, Д. А. Актуальные вопросы в сфере повышения эффективности эксплуатации физкультурно-спортивных сооружений / Д. А. Николаев, Е. С. Солодилова // Молодой ученый. – 2023. – № 22 (469). – С. 203-206.

5. Тимохина, А. И. Эксплуатация спортивных объектов после проведения мегасобытий: зарубежный опыт и российские перспективы. // Международный журнал прикладных наук и технологий «Integral». – 2019. – № 3. – С. 82.

УДК 338.4

Лютов Д.В., обучающийся 5 курса, Абдрахманова Д.Р., к.э.н., доцент
Liutov D.V., 5th year student, Abdrakhmanova D.R., Ph.D. Associate Professor

ФГБОУ ВО "Поволжский ГУФКСиТ"
FGBOU VO "Volga GUFKSiT"

**ИННОВАЦИИ КАК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ
ПРЕДПРИЯТИЙ В СФЕРЕ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА**
INNOVATIONS AS A FACTOR OF COMPETITIVENESS OF ENTERPRISES IN
THE FIELD OF PHYSICAL CULTURE AND SPORTS

Аннотация. В статье рассматривается инновационный путь развития предприятий сферы физической культуры и спорта. Анализируется повышение конкурентоспособности физкультурно-спортивных предприятий с помощью внедрения инноваций в их деятельность, приводятся практические примеры. В данном исследовании рассмотрены проблемы инновационного развития спортивных предприятий на данном этапе развития экономики, предлагаются пути решения данных проблем.

Ключевые слова: инновации, конкурентоспособность, предприятие, физкультурно-спортивная организация, спорт, эффективность, спортивный объект, спортивная инфраструктура

Annotation. The article discusses the innovative way of development of enterprises in the field of physical culture and sports. The article analyzes the increase in the competitiveness of physical culture and sports enterprises through the introduction of innovations in their activities, provides practical examples. This study examines the problems of innovative development of sports enterprises at this stage of economic development, suggests ways to solve these problems.

Keywords: innovation, competitiveness, enterprise, sports organization, sport, efficiency, sports facility, sports infrastructure

Динамичность развития современного общества определяет необходимость постоянного совершенствования той или иной сферы деятельности предприятий, с целью повышения своего конкурентного потенциала. Современная организация должна находиться в постоянном непрерывном развитии, что требует совершенствования системы управления [1].

В процессе своей деятельности организация постоянно сталкивается с необходимостью модернизации той или иной подсистемы управления.

Усиление конкуренции в результате глобализации и цифровизации экономики требует развития теории и практики управления предприятиями. Одними из ключевых понятий менеджмента являются «конкурентность» и «конкурентоспособность», используемые отечественными учеными как тождественные категории. Такая проблема возникает в результате перевода с других языков, поэтому требует решения.

С помощью анализа содержания и сущности категорий, представленных в трудах ведущих экономистов [2], в рамках данного исследования были сформированы характерные черты конкурентоспособных организаций (табл. 1).

Таким образом, характерные черты понятий «конкурентоспособность» и «конкурентность» схожи между собой, ведь в обоих случаях предприятия стремятся победить в конкурентной борьбе. Однако конкурентоспособные субъекты хозяйствования обладают способностью к победе, так как используют возможности в виде внутренних преимуществ, эффективного использования ресурсов и постоянного совершенствования [3].

Существуют различные исследования, посвященные тому, какой режим должен принимать процесс стратегического управления. В то время как преднамеренные (рациональные) режимы стратегического управления, в

которых анализ и широкий доступ к информации играют ключевую роль, долгое время рассматривались как центральная предпосылка теории стратегического управления, их важность для фирм в настоящее время ставится под сомнение. Стратегии развития бизнеса направляют небольшие компании через рост, уделяя особое внимание жизненно важным областям деятельности, включая маркетинг, партнерские отношения и развитие сотрудников. Эффективное стратегическое управление может помочь компаниям в малом сегменте бизнеса справиться с нестабильностью внешней среды, помогая им стать прибыльными и занять прочное положение в своей отрасли [5].

Конкурентоспособность компании определяют такие характеристики, как экономический потенциал: (активы, основной капитал, размер продаж, прибыль, рентабельность и т. п.); сбытовой потенциал (уровень автоматизации и технологии процесса сбыта и т.п.); репутация предприятия и соблюдение договорных обязательств; финансовое положение (платежеспособность, кредитоспособность, структура капитала и т.п.); организационная структура; менеджмент организации, состав и уровень ее руководящих работников, рыночная стратегия, репутация предприятия и т.д.

Таблица 1. Характерные черты конкурентоспособных организаций

Черты конкурентоспособных предприятий	Результат деятельности конкурентоспособных предприятий
<ul style="list-style-type: none"> – Наличие внутренних преимуществ организации – Эффективное использование имеющихся ресурсов – Развитие и усовершенствование товаров и услуг 	<ul style="list-style-type: none"> – Способность победить конкурентов благодаря имеющимся внутренним преимуществам – Эффективное использование имеющихся ресурсов – Способность победить конкурентов благодаря развитию и усовершенствованию товаров и услуг

Таким образом, конкурентоспособность компании является латентным показателем. Латентный в переводе с латинского означает скрытый, недоступен. Научный термин «латентные признаки в экономике» используется для отражения сложных атрибутивных экономических понятий, которые невозможно измерить в метрической шкале и об уровне которых судят по величине факторов-симптомов. Анализ конкурентоспособности предприятия на рынке предполагает изучение факторов, влияющих на отношение покупателей к предприятию и его услугам, либо продукции [6].

Инновационный путь развития физкультурно-спортивных организаций позволит повысить их конкурентоспособность. Так, в научной литературе под инновациями понимаются новшества, которые внедряются в деятельность организации, с целью повышения эффективности ее деятельности [7].

И.Э. Степанов, С.С. Межман считаю, что «инновации являются продуктами конкретной формы инновационной деятельности. В процессе их применения изменяется деятельность управления, что приводит к модификации

продукта и технологии. Эффективнее всего управление инновациями осуществляется при мотивировании внешними экономическими факторами» [7].

Инвестиционное стимулирование сферы физической культуры и спорта является вложениями в будущее нашей страны. Политика РФ ориентирована на повышение качества жизни населения, улучшение здоровья россиян, что способствует также повышению конкурентоспособности российского спорта.

Деятельность предприятий в сфере физической культуры и спорта достаточно разнообразна. Если проанализировать их специфику деятельности, мы видим, что целевые установки данных предприятий достаточно разнообразны, также, как и масштабы деятельности.

Среди предприятий сферы физической культуры и спорта мы видим, как масштабные физкультурно-спортивные объекты, малые и средние предприятия, не ориентированные на профессиональный спорт, спортивные школы, различные стадионы, физкультурные и спортивные комплексы и т.д.

Процесс внедрения инноваций в деятельности спортивных организаций отличается своими особенностями, характерными для данной отрасли. Кроме того, спецификой отливается и сама услуга, поскольку «она не приобретает вещную форму и невозможна к накоплению в связи с тем, что ее производство и потребление совпадают во временном диапазоне» [7].

Сфера физической культуры и спорта в РФ приобрела социальную значимость, что подтверждается различными мерами поддержки со стороны государства, инвестиционными и инновационными программами. Особое внимание в Стратегии развития физической культуры и спорта в Российской Федерации на период до 2030 года уделено развитию именно профессионального спорта. Стратегия освещает вопросы инновационного развития отрасли и организаций в области профессионального спорта. Поддержка со стороны государства физкультурно-спортивных организаций имеет как прямой, так и косвенный характер.

Социальная значимость сферы физической культуры и спорта и необходимость ее развития обозначена наличием государственной поддержки прямого и косвенного характера, при этом особое внимание уделяется профессиональному спорту. В более сложной ситуации оказываются организации, оказывающие услуги в области непрофессионального спорта и представляющие малый и средний бизнес, которым в условиях рыночной среды приходится рассчитывать на собственный инновационный потенциал и эффективность менеджмента.

О.В. Савельева и Ю.М. Ляховская отмечают, что «большинство современных инноваций в спортивной сфере все еще применяются исключительно в профессиональном спорте, что тормозит развитие всей спортивной сферы в целом. Однако, нельзя не отметить высокую результативность нововведений в классические тренировочные программы и их благотворное влияние на условия тренировок среди всех групп населения. Современный спорт шагнул дальше обычной открытости и цифровизации в плане создания сайтов и социальных сетей того или иного предприятия» [8].

Тенденции развития современного общества свидетельствуют том, что все большая часть населения заинтересована, как в систематических занятиях спортом на не профессиональной основе, так и в профессиональном развитии в данной сфере. Поэтому инновационное развитие физкультурно-спортивных организаций является актуальной задачей в рамках популяризации спорта.

Анализ опыта внедрения инноваций в деятельность физкультурно-спортивных организаций, свидетельствует, что их виды зависят от конкурентной группы спортивной аудитории, для которых они создаются.

Например, инновационные решения для организаций, чья деятельность направлена на развитие профессионального спорта, в основном заинтересованы в повышении эффективности тренировочного процесса. Организации, которые оказывают услуги в сфере фитнес-индустрии, в основном заинтересованы во внедрении инноваций связанных с потребностями их клиентов, посещающих спортивные залы для улучшения своего здоровья и внешней привлекательности. В последнем случае можно привести примеры различных программных решений, которые позволяют клиентам спортивных залов контролировать свое питание и тренировки.

Здоровьесберегающие технологии являются актуальными для обучающихся спортивных школ. Также значительное влияние оказывает цифровизация в области физической культуры и спорта, расширение средств информатизации, использования различных программ и приложений активизации физической активности обучающихся [8].

Таким образом, в настоящий момент сфера физической культуры и спорта является отраслью, имеющей существенный инновационный потенциал. С помощью инноваций спортивные организации могут повысить эффективность тренировочного процесса. В процессе обучения в различных спортивных школах, также инновации приобретают актуальность, поскольку инновационные средства в силах помочь преподавателям и тренерскому составу. Инновационный путь развития физкультурно-спортивных организаций также повысит заинтересованность обучающихся в достижении более высоких результатов. Конкурентоспособность спортивных организаций, прежде всего, означает их способность быть сильными игроками на рынке. Следовательно, внедрение новшеств в работу физкультурно-спортивной организации позволит ей приобрести конкурентные преимущества.

Список литературы:

1. Распоряжение Правительства РФ от 24.11.2020 N 3081-р (ред. от 29.04.2023) «Об утверждении Стратегии развития физической культуры и спорта в Российской Федерации на период до 2030 года» // Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_369118/

2. Ашурова Г. А. Некоторые вопросы оценки конкурентоспособности предприятия / Г.А. Ашурова // Проблемы современной экономики. – 2020. – № 2 (62). – С. 295– 297.

3. Базилевич С.В. Управление конкурентоспособностью предприятия / С.В. Базилевич // ЦИТИСЭ. – 2021. – № 2 (28). – С. 473-489.

4. Глазов М.М. Предпосылки формирования эффективной системы управления конкурентоспособностью хозяйствующих субъектов / М.М. Глазов // Наука и бизнес: пути развития. – 2021. – № 2 (116). – С. 110-112.

5. Кононенко Т.П. Формирование комплекса стратегий конкуренции предприятий сферы услуг / Т.П. Кононенко // Актуальные научные исследования в современном мире. – 2018. – №2-2(34). – С. 93-99.

6. Карабанова О.Н. Теоретические и методические основы инновационной деятельности в преподавании физической культуры / О.Н. Карабанов, П.С. Бородулин, М.Ю. Трескин // Проблемы современного педагогического образования. – 2019. – № 62-2. – С. 107-110.

7. Степанов И.Э. Инновации в сфере физической культуры и спорта / И.Э. Степанов, С.С. Межман // Научный лидер. – 2021. – №41 (43). – URL: <https://scilead.ru/article/1149-innovatsii-v-sfere-fizicheskoi-kulturi-i-spor>

8. Савельева О.В. Инновации как фактор конкурентоспособности предприятий в сфере физической культуры и спорта / О.В. Савельева, Ю.М. Ляховская // Скиф. Вопросы студенческой науки. – 2019. – № 12-1 (40). – С. 60-64.

УДК 338

Мазейна Е.А., аспирант 2 курса
Mazeina E.A., 2nd year postgraduate student

Пермский государственный национальный исследовательский университет
Perm State National Research University

**ОБЩАЯ МОДЕЛЬ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ
ПРОДОВОЛЬСТВЕННОГО РЫНКА НА БАЗЕ ЦИФРОВОЙ
ПЛАТФОРМЫ С УЧЕТОМ ГОСУДАРСТВЕННОГО
РЕГУЛИРОВАНИЯ**

**GENERAL BUSINESS MODEL FOR THE FOOD MARKET ON THE BASIS OF
THE DIGITAL PLATFORM SUBJECT TO GOVERNMENT REGULATION**

Аннотация: Повышение конкурентоспособности сельского хозяйства, заключающееся в повышении производительности труда, оптимизации расходов, устойчивом развитии сельского хозяйства, невозможно без использования современных достижений цифровой экономики, в том числе в сфере продвижения сельскохозяйственной продукции. Цифровые инновации позволяют преодолеть разрыв между сельской и городской средой, улучшить качество принимаемых решений на основе результатов обработки больших объемов информации, усилить государственную поддержку, внедрить

механизм агрострахования, повысить эффективность сельского хозяйства, усилить прозрачность производственно-сбытовых цепочек.

Ключевые слова: конкурентоспособность сельского хозяйства, цифровая экономика, бюджетное финансирование, система прослеживаемости, искусственный интеллект, технологии блокчейна, оптовая торговля, товарные биржи, перерабатывающие предприятия.

Annotation: Increasing the competitiveness of agriculture, which consists in increasing labor productivity, optimizing costs, and sustainable development of agriculture, is impossible without the use of modern achievements of the digital economy, including in the field of agricultural products promotion. Digital innovations make it possible to bridge the gap between rural and urban environments, improve the quality of decisions based on the results of processing large amounts of information, strengthen government support, introduce an agricultural insurance mechanism, increase agricultural efficiency, and enhance the transparency of supply chains.

Key words: agricultural competitiveness, digital economy, budget financing, traceability system, artificial intelligence, technology a blockchain, wholesale trade, commodity exchanges, processing enterprises.

Перед началом цифровизации сельского хозяйства важно понимать, что без обеспечения надлежащего уровня развития самой отрасли, а также развития современной доступной телекоммуникационной инфраструктуры, переход к цифровой экономике не будет иметь надлежащей основы.

Сдерживающими факторами при внедрении цифровых технологий в сельское хозяйство выступают неготовность инфраструктуры, низкий уровень образования, проблемы привлечения источников финансирования.

Влияние цифровой экономики на формирование и интеграцию продовольственных рынков состоит в следующем:

1) условиями, необходимыми для успешного внедрения цифровизации в сельском хозяйстве, выступают охват населения Интернетом, наличие свободных мощностей, уровень образования работников АПК, уровень доходов работников сельского хозяйства, степень развития государственных программ по цифровизации АПК,

2) цифровизация аграрного сектора происходит путем создания цифровых платформ, на базе которых интегрируется информация по разным направлениям развития сельского хозяйства, например, с целью контроля и анализа климатических рисков, отслеживания состояния земельных угодий, прогнозирования урожайности, организации системы сбыта (маркетплейсы), страхования и кредитования сельхозтоваропроизводителей, организации системы прослеживания товаров с помощью блокчейн-технологий,

3) роль цифровых платформ состоит в том, что они выравнивают условия работы для всех видов бизнеса, повышают доступность информации для производителей, упрощают процедуру получения государственной поддержки,

4) стратегической задачей цифровизации сельского хозяйства является повышение эффективности сельскохозяйственного производства, снижение

транзакционных и транспортных издержек, обеспечение продовольственной безопасности, рост благосостояния населения.

Рассмотрим опыт внедрения цифровых инноваций в разных государствах мира.

Германский опыт основан на создании кооперативов сельскохозяйственных организаций, в результате объединения потоков материальных ресурсов сельхозтоваропроизводители могут получить большую рыночную власть. Кооперативы выдают фермерам семена, удобрения, технику, контролируют производственный процесс на всех этапах, осуществляют переработку сырья на собственных перерабатывающих заводах. Кооперативы позволяют фермерам усилить рыночную власть за счет управления всеми операциями производственного процесса, а также за счет покупки акций фермерских хозяйств. Европейская аграрная политика основана на дотировании цен производителей за выполнение определенных производственных программ. Особое внимание в ЕС уделяется обеспечению покрытия Интернетом сельской местности. Программа финансирования «Land.Digital» («цифровые пробные поля») помогают оптимизировать использование цифровых технологий для защиты окружающей среды и оптимизации использования рабочей силы.

В Израиле используется междисциплинарный подход, в основе которого взаимодействие научных университетских центров с бизнесом. Digital Israel – национальная цифровая платформа, направленная на повышение доступности правительства для граждан. Израиль известен во всем мире как «страна стартапов», израильская экосистема предполагает совместные программы НИОКР с зарубежными партнерами (доля расходов израильской компании на НИОКР 50%), пониженные ставки налога на прибыль для крупных компаний, гранты на покрытие части затрат научно-исследовательских центров на выплату заработной платы.

В Польше государственная политика в области сельского хозяйства основана на упрощении доступа к государственным услугам для сельскохозяйственных товаропроизводителей, также в стране реализуются меры поддержки предпринимателей, косвенно усиливающие уровень цифрового развития, например, развитие знаний и профессиональных навыков фермеров.

В Африке создана платформа «Сельскохозяйственные инновационные системы» (СИС), объединяющая производителей и потребителей [1]. На ее базе осуществляется распространение результатов научных исследований и образовательных программ. Увеличивается скорость обработки претензий и снижаются затраты на урегулирование претензий [2]. Блокчейн-решение позволяет компании обеспечить гарантии происхождения и подлинности сельскохозяйственной продукции, решить проблемы прозрачности и потребительского доверия, сократить сроки получения ветеринарных сертификатов и повысить доверие к ветеринарному контролю.

Анализ цифровых технологий, применяемых в зарубежных странах в системе продовольственных рынков, представлен в таблице 1.

Таблица 1

Использование цифровых технологий при формировании продовольственных рынков в зарубежных странах

Направление использования	Преимущества политики	Недостатки политики	Регион, государство	Используемые технологии	Услуги, предоставляемые с помощью цифровых платформ	Меры стимулирования использования цифровых технологий в системе продовольственных рынков	Государственные программы стимулирования цифровизации
1. Прямые методы регулирования	Адресная поддержка сельхозтоваропроизводителей	Возможно неэффективное использование адресной помощи	Израиль	Комплексная платформа Agritask для обеспечения оперативного анализа результатов работы сельхозпредприятий	Государственное финансирование стартапов, пониженная ставка налога на прибыль организаций для определенных категорий налогоплательщиков	Упрощение доступа к услугам электронного правительства	Digital Israel
			Польша	вебсайт Gov.pl («Окно для фермеров»), Портал объявлений на платформе eRolnik	Страхование сельскохозяйственных рисков	Упрощение доступа к услугам электронного правительства, повышение уровня цифровой грамотности сельского населения	Агентство по реструктуризации и модернизации сельского хозяйства ARiMR
			Европейский Союз	EIP-AGRI	предоставление государственной поддержки сельхозтоваропроизводителям в электронном виде	Повышение финансовой грамотности сельского населения, расширение зоны покрытия Интернетом	Horizon 2020 (Восьмая рамочная программа Европейского Союза по развитию научных исследований и технологий (РП8), Европейский инвестиционный фонд (EIF), COSME (европейская программа поддержки малого и среднего бизнеса)
2. Косвенн	Создание	Отсутствие мер	США	Prognoz Platform	точное земледелие,	Расширение зоны	Институт NIFA

Направлен е использова ния	Преимущества политики	Недостатки политики	Регион, государство	Используемые технологии	Услуги, предоставляемые с помощью цифровых платформ	Меры стимулирования использования цифровых технологий в системе продовольственных рынков	Государственные программы стимулирования цифровизации
ые методы стимулиров ания цифровизац ии продовольс твенных рынков	базовых условий для развития рынка	прямого государственно го регулиру вания в силу высоких рисков ведения бизнеса может привести к снижению интереса к ведению бизнеса в сфере продовольстве нных рынков			цифровые финансовые услуги, системы ERP	покрытия Интернетом, подготовка кадров, поддержка стартапов	(Национальный институт продовольствия и сельского хозяйства), Программа AFRI (исследования в области сельского хозяйства и пищевых продуктов), AI Institutes (научно- исследовательские институты искусственного интеллекта), Программа SBIR (исследования инноваций малого бизнеса)
			Нидерланды	Проект «Цифровые двойники» Wageningen University & Research (WUR)	Продукты питания, корма и производство биопродуктов, природные ресурсы и среда обитания, общество и благополучие	Финансирование инновационных стартапов	Data Driven & High Tech (Управление данными и высокотехнологические инновации)
			Германия	«цифровые поля» для экспериментов в цифровых технологиях	Кооперативы выдают фермерам семена, удобрения, технику, контролируют производственный	Расширение зоны покрытия Интернетом, поддержка стартапов	Программа финансирования «Land.Digital»

Направлен е использова ния	Преимущества политики	Недостатки политики	Регион, государство	Используемые технологии	Услуги, предоставляемые с помощью цифровых платформ	Меры стимулирования использования цифровых технологий в системе продовольственных рынков	Государственные программы стимулирования цифровизации
					процесс на всех этапах, осуществляют переработку сырья на собственных перерабатывающих заводах		
			Чили	Приложение «Agri Apps» (информация о состоянии рынка), Blockchain Climate Risk Crop Insurance (страхование урожа фермеров), «Сельскохозяйствен ные инновационные системы» (распространение результатов научных исследований и образовательных программ)	Интерактивная система для подбора необходимой меры государственной поддержки, страхование урожая, предоставление фермерам информации о состоянии рынка, обеспечение гарантии происхождения и подлинности сельскохозяйственно й продукции	Обеспечение минимальной скорости доступа в Интернет	Институт сельскохозяйственного развития (INDAP)
			Африка	Farmers Pride в Кении, CowTribe в Гане, myAgro в Мали и Сенегале, Agrics и iProcure в Кении и Танзании, SmartCow и DigiCow в Кении	Торговые связи с поставщиками семян, удобрений, сельхозтехники, агродилерами, оптовыми предприятиями и	Решение проблем цифрового разрыва, повышение качества товаров, привлечение кредитов, создание систем кооперации сельхозтоваропроизво дителей для покупки	Технический центр сельскохозяйственной кооперации (Technical Centre for Agricultural and Rural Cooperation)

Направление использования	Преимущества политики	Недостатки политики	Регион, государство	Используемые технологии	Услуги, предоставляемые с помощью цифровых платформ	Меры стимулирования использования цифровых технологий в системе продовольственных рынков	Государственные программы стимулирования цифровизации
				для ферм молочного животноводства; AkokoTakra в Гане и Sen Ngunu в Сенегале для птицеводческих ферм; Probity Farms в Нигерии, AgriGo в Руанде и BudgetMknoni в Кении для мелких садоводов	конечными потребителями	дорогостоящей техники, обеспечение доступности сети и цифровых приложений	
			Казахстан	Система прослеживаемости, Единая электронная торговая площадка для реализации продукции АПК (e-Agrotrade), Проект «Национальная инфраструктура пространственных данных» (НИПД)	системы племенного учета в животноводстве, автоматический мониторинг за состоянием природных ресурсов	развитие информационно-коммуникационной инфраструктуры, ШПД в Интернет	Постановление Правительства Республики Казахстан от 12 декабря 2017 г. № 827, государственная программа «Цифровой Казахстан»
3. Создание рыночных отношений на базе государственных платформ	Упрощение доступа производителей и потребителей к рынку продовольствию	Необеспечение доступа к информационной инфраструктуре и отсутствие поддержки	Китай	Alibaba (taobao.com)	Поставка товаров напрямую потребителям, электронная торговля	Введение эпидемиологических ограничений	

Направление использования	Преимущества политики	Недостатки политики	Регион, государство	Используемые технологии	Услуги, предоставляемые с помощью цифровых платформ	Меры стимулирования использования цифровых технологий в системе продовольственных рынков	Государственные программы стимулирования цифровизации
	я	сельхозтоваропроизводителей приведет к тому, что системы информационного обеспечения рынков будут доступны лишь ограниченному числу участников рынка					
			Страны «Большой двадцатки» (Аргентина, Австралия, Бразилия, Германия, Китай, Индонезия, Канада, Франция, Великобритания, Италия, Мексика, Южно-Африканска	Система информационного обеспечения рынков сельскохозяйственной продукции (АМИС)	Повысить прозрачность рынка продовольствия и содействовать координации мер политики и практической деятельности в ответ на рыночную нестабильность	Определение индикаторов, необходимых для мониторинга рыночных и политических условий	Международная программа по глобальному спутниковому мониторингу сельского хозяйства GEOGLAM

Направление использования	Преимущества политики	Недостатки политики	Регион, государство	Используемые технологии	Услуги, предоставляемые с помощью цифровых платформ	Меры стимулирования использования цифровых технологий в системе продовольственных рынков	Государственные программы стимулирования цифровизации
			я Республика, Республика Корея, Южная Корея, Япония, Россия, Соединённые Штаты Америки, Турция, Индия, Саудовская Аравия)				

Анализ таблицы 1 позволяет сделать вывод, что внедрение цифровых платформ в сельском хозяйстве как в развитых, так и в развивающихся странах, происходит на уровне государства в силу необходимости серьезных инвестиций в данные проекты при длительной их окупаемости. Для стимулирования использования цифровых технологий в сельском хозяйстве Правительствами разных стран предпринимаются меры по развитию доступа в Интернет в отдаленных сельскохозяйственных районах, повышение уровня цифровой грамотности сельского населения, финансирования инновационных стартапов как в области сельского хозяйства, так и в сфере внедрения цифровых решений в сельскохозяйственное производство, систему распределения и сбыта.

Государственное регулирование рынка продовольствия может проявляться в следующих формах: платежи при стихийных бедствиях, субсидирование при приобретении удобрений, кормов, средств защиты растений, горючего, выплат процентов по кредитам и страхованию имущества (безусловно, указанные меры приводят к снижению предпринимательской активности); ценовое и кредитное регулирование, рациональное размещение производства через систему формирования региональных фондов и квотирование, которое может привести к росту коррумпированности чиновников, льготная налоговая политика, создание государственных страховых запасов, что также в перспективе может быть опасно ростом коррумпированности распределителей бюджетных средств [3].

В странах Восточной Европы, в Чехии и Словакии, регулирование продовольственного рынка с помощью прямых и косвенных мер проводится следующим образом:

- сохранение на рынке равновесия путем закупок, носящих характер вмешательства;
- поддержка структурных преобразований производства в стране посредством целевых дотаций и льготных кредитов;
- регулирование продовольственного рынка с точки зрения более полного удовлетворения потребности населения в продовольствии [5].

⁴ Государственная поддержка формирования и интеграции продовольственных рынков является частью механизма государственного регулирования сельскохозяйственных рынков. Поэтому она должна осуществляться на основании принципов механизма государственной поддержки.

Семин Д.Н., Соловьева Л.Ю., Панина М.Д. сформулировали принципы государственной поддержки АПК, например [6]:

- 1) своевременность решения неотложных проблем развития аграрного сектора;
- 2) принятие превентивных мер для предотвращения дестабилизации аграрного рынка;
- 3) целевой характер бюджетных ассигнований;
- 4) адресность госбюджетной поддержки;
- 5) доступность государственной поддержки для разных форм собственности сельхозпредприятий,
- б) учет региональных особенностей при разработке программ финансирования,

- 7) прозрачность критериев предоставления государственной помощи,
- 8) контроль своевременности и эффективности государственной поддержки.

Необходимо отметить, что авторы отдают приоритет мерам регулирования, направленным на экономическое стимулирование сельскохозяйственного производства, а не на административное регулирование. При этом поддержка сельскохозяйственных производителей должна быть основана на стратегии стимулирования использования новейшей техники и прогрессивных технологий, внедрения инноваций.

Относительно приоритетов вектор стимулирования должен быть направлен на решение социальных проблем села, в том числе в повышении доходов сельского населения, что позволит выйти на устойчивый рост аграрного производства.

Беспашотный Г.В. предлагает следующие направления регулирования АПК [4]:

- 1) создание спроса на сельскохозяйственную продукцию путем стимулирования спроса населения и поддержания государственного спроса,
- 2) контроль внешнеторговых операций на продовольственном рынке;
- 3) стимулирование инвестиций в сельское хозяйство.

Многие авторы отмечают, что в этом перечне не хватает агромониторинга поддержки товаропроизводителей, постоянного контроля за результатами проводимых преобразований.

Алгоритм цифровизации сельского хозяйства предполагает, что цифровые платформы используются как на этапе производства, так и в процессе сбыта.

Модель продовольственного рынка, основанная на системе государственного регулирования и цифровой платформе, представлена на рис. 1.

Результаты анализа (рисунок 1) свидетельствуют о том, что функционирование продовольственного рынка на базе цифровой платформы предполагает возможность доведения готовой продукции до потребителей минуя посредников, что имеет положительный эффект как для производителя (ускорение процесса сбыта продукции, что приведет в перспективе к повышению эффективности производства), так и для потребителя (рост качества потребляемой продукции по более низким ценам).

В рамках исследования использован комплексный подход с включением в состав регионального продовольственного рынка всех участников, способных оказать влияние на его формирование и интеграцию: сельхозтоваропроизводителей, перерабатывающие предприятия, потребителей, оптовую и розничную торговлю, государственные органы, цифровые платформы. Системный подход в рамках настоящего исследования позволяет не только охарактеризовать участников регионального продовольственного рынка, но и описать их взаимодействие друг с другом и с региональными продовольственными рынками других регионов.

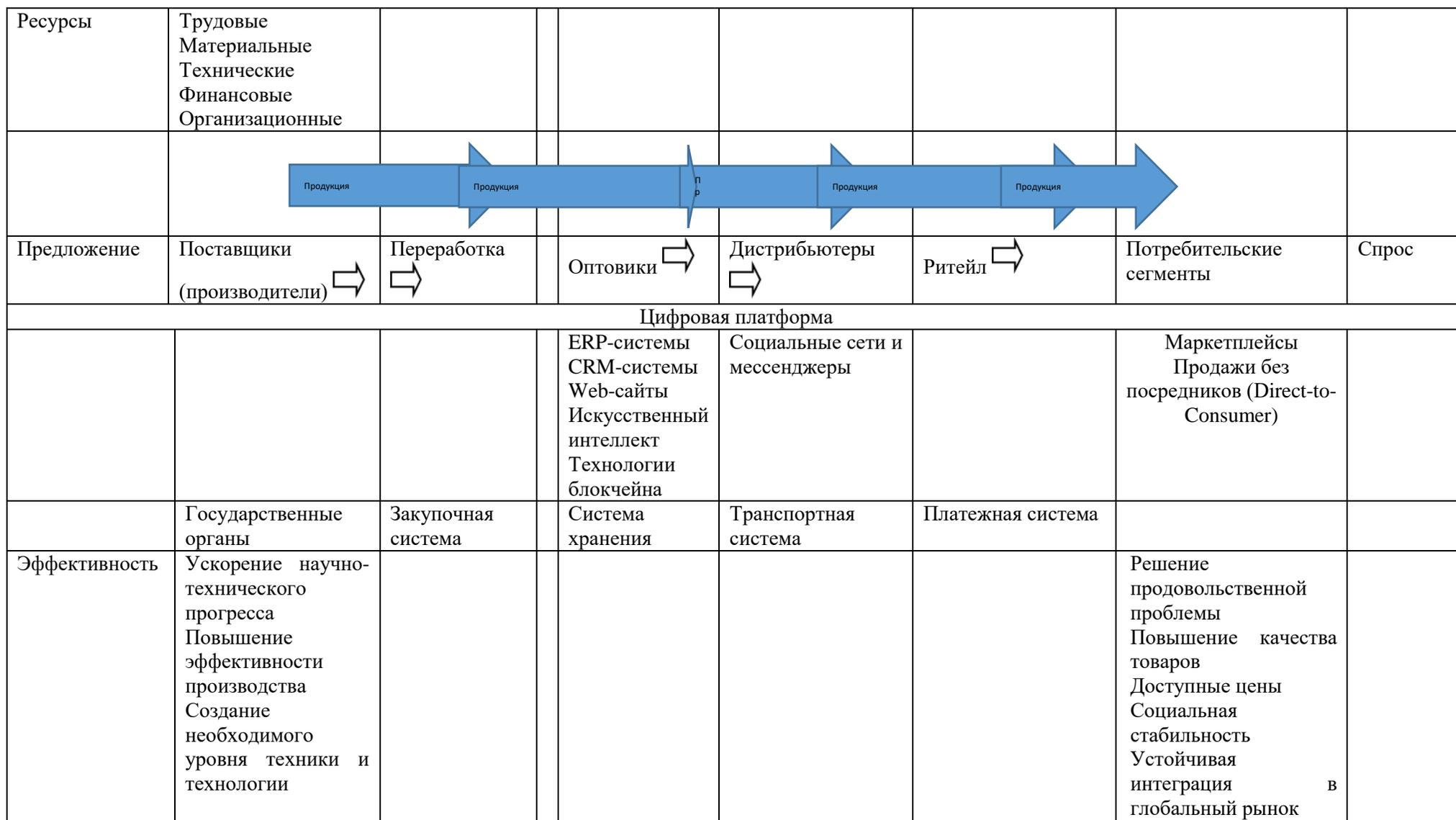


Рисунок 1. Общая модель функционирования продовольственного рынка на базе цифровой платформы с учетом государственного

регулирования

Изучение разных вариантов применения цифровых технологий в сельском хозяйстве зарубежных стран позволяет сделать вывод, что внедрение цифровых платформ в сельском хозяйстве как в развитых, так и в развивающихся странах, происходит на уровне государства в силу необходимости серьезных инвестиций в данные проекты при длительной их окупаемости.

Для стимулирования использования цифровых технологий в сельском хозяйстве Правительствами разных стран предпринимаются меры по развитию доступа в Интернет в отдаленных сельскохозяйственных районах, повышение уровня цифровой грамотности сельского населения, финансирования инновационных стартапов как в области сельского хозяйства, так и в сфере внедрения цифровых решений в сельскохозяйственное производство, систему распределения и сбыта.

Список литературы:

1. FAO's Work on Agricultural Innovation. Sowing the Seeds of Transformation to Achieve the SDGs. Available at: <http://www.fao.org/3/CA2460EN/ca2460en.pdf>
2. Global Innovation Lab for Climate Finance. 2019. Blockchain climate risk crop insurance. [По состоянию на 29 апреля 2020 года]. <https://www.climatefinancelab.org/project/climate-risk-crop-insurance/>
3. Афанасьев, В. Н. Статистические исследования устойчивости агропродовольственного рынка в России (1963–2006 гг.) : монография / В. Н. Афанасьев, А. В. Елагина, Е. В. Шеврина ; под редакцией В. Н. Афанасьев. — Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 228 с. — ISBN 978-5-4486-0432-4. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/78218.html> (дата обращения: 06.08.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: <https://doi.org/10.23682/78218>
4. Беспяхотный Г.В. Основные направления агропродовольственной политики // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. - 2013. - № 1.-С. 7-9.
5. Гамбарова Р.М. Защита внутреннего продовольственного рынка и ее социальноэкономические последствия // Российское предпринимательство. — 2015. — Т. 16. — № 9. — с. 1405-1412. — <http://journals.creativeconomy.ru/index.php/rp/article/view/227/>
6. Семин Д.Н., Соловьева Л.Ю., Панина М.Д. Государственная поддержка сельскохозяйственного производства: вопросы теории и практики - Екатеринбург: изд-во Урал. ГСХА, 2019. - 200 с.

Мазманян М.Г., магистрант 2 курса
Mazmanyanyan M.G., 2nd year master's student

Кубанский государственный аграрный университет им. И. Т. Трубилина
Kuban State Agrarian University named after I. T. Trubilin

Научный руководитель: Алексеенко А.Г., к.э.н., доцент
Scientific supervisor: Alekseenko A.G., PhD, Associate Professor

**АКТУАЛЬНОСТЬ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИНВЕСТИЦИЙ
В МУНИЦИПАЛЬНЫЕ ОБРАЗОВАНИЯ**
RELEVANCE OF ATTRACTING INVESTMENTS
TO MUNICIPALITIES

Аннотация: В статье отмечается необходимость активизации привлечения инвестиций в муниципальные образования с целью повышения качества социально-экономического развития. Санкционное давление и проблемы нормативно-правового характера сдерживают развитие инвестиционных процессов. Приведены актуальные направления решения проблем в сфере привлечения инвестиций в муниципальные образования.

Ключевые слова: инвестиции, муниципальные образования, государственно-частное партнерство, законодательство, развитие территорий.

Abstract: The article notes the need to intensify the attraction of investments in municipalities in order to improve the quality of socio-economic development. Sanctions pressure and regulatory issues are holding back the development of investment processes. The current directions of solving problems in the sphere of attracting investments in municipalities are given.

Keywords: investments, municipalities, public-private partnership, legislation, territorial development.

Современное экономическое развитие строится на основе активных инвестиционных вложений. Отсутствие притока инвестиций приводит к замедлению темпов экономического роста, технологическому устареванию основных фондов, снижению производительности труда. Для динамичного и качественного развития муниципальных образований, также необходимо привлечение инвестиций в социально-экономическую сферу.

Думенко Ю.С. и Зяблицкая Н.В. отмечают, что необходимо рассматривать инвестиционную привлекательность муниципального образования с целью повышения конкурентоспособности территории и в дальнейшем увеличению привлекательности региона в целом [3, с.89].

Понятие инвестиционной привлекательности муниципального образования предполагает совокупность благоприятных условий для ведения бизнеса. От уровня ее развития зависит размер производства, уровень

занятости, увеличение налоговых поступлений, что приведет к увеличению доходов бюджета муниципального образования.

Целью муниципального образования является проведение последовательной целенаправленной политики по созданию максимально комфортной инвестиционной среды. Положительный инвестиционный климат позволяет активно привлекать деньги частных инвесторов, с помощью которых, значительно быстрее развивается уровень инфраструктуры муниципального образования.

Несмотря на важность и необходимость привлечения инвестиций в муниципальные образования, в Российской Федерации имеется ряд отрицательных факторов, сдерживающих данный процесс. Отрицательное влияние оказывает санкционное давление. Отмечается отток капитала из страны. Многие зарубежные инвесторы опасаются вкладывать деньги в отечественную экономику, что находит свое отражение в уменьшении объема инвестиций в муниципальные образования.

Проводится оптимизация расходов государственного бюджета на плановый период 2024-2026 гг., так как проведение СВО сопряжено с увеличением государственных затрат. Соответственно уменьшаются объемы инвестиционных программ, в том числе реализуемых в муниципальных образованиях страны. Имеются существенные риски активизации санкционного давления, что также увеличит нагрузку на бюджет Российской Федерации.

Также необходимо отметить проблемы нормативно-правового характера и низкую инвестиционную привлекательность значительного количества муниципальных образований в Российской Федерации. Наша страна обладает большой протяженностью территории. Поэтому у бюджета страны не хватает ресурсов, чтобы на коротком промежутке времени решить имеющиеся проблемы. Поэтому необходимо выработать механизм государственного управления, который позволит муниципальным образованиям самостоятельно проводить работу по привлечению инвестиционных ресурсов.

Учитывая приведенные выше тезисы, были выделены ключевые направления активизации привлечения инвестиций в муниципальные образования (рисунок 1).

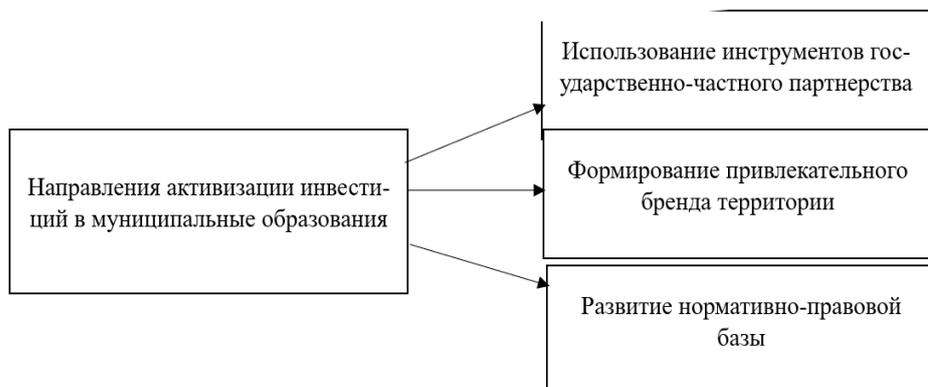


Рисунок 1. Направления активизации инвестиций в муниципальные образования

Инструмент государственно-частного партнерства является одним из наиболее эффективных направлений активизации инвестиций в муниципальные образования. С его помощью имеется возможность привлечения значительных финансовых ресурсов частных инвесторов, в решение инфраструктурных проблем. При этом государство берет на себя обязательства по исполнению контрактных обязательств. Соответственно риски инвесторов в значительной степени минимизируются. В Российской Федерации наибольшее количество проектов государственно-частного партнерства реализуются в сферах предоставления жилищно-коммунальных услуг и дорожного строительства. Развитие обозначенных отраслей, является капиталоемким, поэтому государство заинтересовано в привлечении средств частных инвесторов. Правительством Российской Федерации проводится активная работа по развитию механизма государственно-частного партнерства.

Формирование привлекательного бренда, также является неотъемлемым условием увеличения притока инвестиций в муниципальные образования. Так как инвесторы готовы вкладывать в перспективные проекты, имеющие хороший имидж. Системное развитие территорий, является одной из проблем государственного управления в Российской Федерации. Целенаправленное и системное развитие территорий в нашей стране началось с начала 21 века. В первую очередь положительные результаты были достигнуты в развитии инвестиционного потенциала туристического комплекса Краснодарского края. Олимпиада 2014 года и Чемпионат мира 2018 года позволили решить широкий перечень инфраструктурных проблем, что позволило повысить качество предоставляемых услуг. Данные изменения привели к активизации притока средств частных инвесторов, которые оценили перспективы развития туризма в данном регионе. Аналогичную политику необходимо проводить в каждом отдельно взятом муниципалитете, учитывая конкурентные преимущества и наиболее перспективные отрасли экономики.

Рассматривая необходимость развития нормативно-правовой базы в сфере инвестиций, необходимо привести мнение Гутников О.В., который отмечает следующее: «Общими недостатками российского законодательства, влияющими на инвестиционный климат в целом, являются его бессистемность, избыточность, противоречивость, отставание внесения изменений и приведения в соответствие с иными актами (примером чего является реформа корпоративного законодательства, с 2014 г. не приведенного в соответствие с ГК РФ)» [2, с.12].

Актуальной является работа по систематизации нормативно-правовой базы, регулирующей инвестиционную деятельность. Также необходимо ускорить процессы принятия нормативно-правовых актов, позволяющих активизировать приток инвестиций в муниципальные образования.

Оптимальным является вариант, когда все три обозначенных выше направления будут реализовываться в муниципальных образованиях. Системная работа позволит решить проблему притока инвестиций в минимальные сроки. Тогда каждое отдельно взятое муниципальное образование будет иметь возможность использовать данный инструмент для привлечения инвестиций в

своей системе управления. Отмечается ситуация, когда одни муниципальные образования активно решают свои проблемы при помощи механизма государственно-частного партнерства, другие не используют данный инструмент совсем.

При этом необходимо учитывать, что в настоящий момент времени, в Российской Федерации наблюдается значительная диверсификация экономического развития регионов страны. Муниципальные образования также имеют различный уровень потенциала экономического развития.

Привлечение инвестиций в муниципальные образования является важным фактором сохранения устойчивости развития отечественной экономики. При этом современными исследователями выделяется ряд проблем, сдерживающих данный процесс. Для их решения целесообразно использовать инструменты государственно-частного партнерства, формировать привлекательные бренды территорий муниципальных образований, а также развивать инвестиционное законодательство в стране. Благодаря реализации обозначенных мероприятий, муниципальные образования будут иметь возможность самостоятельно решать проблемы социально-экономического развития. Также будет достигнуто снижение нагрузки на бюджет Российской Федерации в период экономической нестабильности.

Список литературы:

1. Бурцева Т. Инструментарий мониторинга инвестиционной привлекательности территорий / Татьяна Бурцева. – М.: LAP Lambert Academic Publishing, 2018. – 276 с.

2. Гутников О. В. Проблемы развития инвестиционного законодательства в Российской Федерации на современном этапе // Журнал российского права. - 2020. - № 1. - С. 9-21.

3. Думенко Ю.С., Зяблицкая Н.В. Методические подходы к оценке инвестиционной привлекательности муниципальных образований//Региональные проблемы образования. – 2021. - № 6. – с. 88-96.

4. Жемчугова Т. А. Основные механизмы стимулирования инвестиционной деятельности в Российской Федерации / Т. А. Жемчугова // Молодой ученый. – 2018. – № 7. – С. 62–64.

5. Алексеенко А. Г. Государственные цифровые валюты как вектор трансформации национальных денежных систем // Экономика и управление: актуальные вопросы теории и практики : Материалы XVII международной научно-практической конференции. – Краснодар: ФГБУ «Российское энергетическое агентство» Минэнерго России Краснодарский ЦНТИ- филиал ФГБУ «РЭА» Минэнерго России, 2021. – С. 23-27.

6. Зайцев Ю. К. Инвестиционный климат: учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / Ю. К. Зайцев. – Москва: Издательство Юрайт, 2019. – 123 с.

Маильянец А.Г., обучающийся 5 курса
Mailyants A.G., 5th year student

КубГАУ имени И.Т. Трубилина
KubGAU named after I.T. Trubilin

Научный руководитель: Новикова И.И., к.э.н., доцент
Scientific adviser: Novikova I.I., Ph.D. Associate Professor

**НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ СИСТЕМЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО
УПРАВЛЕНИЯ ОБЩИМ ОБРАЗОВАНИЕМ В РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ**

**DIRECTIONS OF DEVELOPMENT OF THE SYSTEM OF PUBLIC
ADMINISTRATION OF GENERAL EDUCATION IN THE RUSSIAN
FEDERATION**

Аннотация: Система государственного управления в Российской Федерации находится в состоянии постоянного развития и совершенствования. Данный подход позволяет повышать эффективность государственного управления в нашей стране. Однако в настоящий момент времени, отмечается ряд проблемных моментов. В данной статье предлагаются направления повышения эффективности государственного управления общим образованием в Российской Федерации.

Ключевые слова: государственное управление, образование, развитие, бережливое управление, качество, системный подход, эффективность.

Abstract: the system of public administration in the Russian Federation is in a state of constant development and improvement. This approach makes it possible to improve the efficiency of public administration in our country. However, at the moment, there are a number of problematic points. This article suggests ways to improve the efficiency of public administration of general education in the Russian Federation.

Keywords: public administration, education, development, lean management, quality, system approach, efficiency.

В настоящий момент времени, Российская Федерация находится на пути коренных изменений в своем социально-экономическом развитии. Обострение геополитической ситуации и активизация санкционного давления, привели к переориентации отечественной экономики от Европы к Азии. Происходящие изменения сопровождаются возрастанием нагрузки на бюджет страны, а также кризисными процессами в экономике страны. Соответственно в данных условиях необходимо повышать качество государственного управления различными процессами, с целью сохранения стабильности в социальной сфере нашей страны.

Современная система образования в Российской Федерации, как и во многих развивающихся странах, представлена централизованной моделью. Согласно Федеральному закону от 29 декабря 2012 г. N 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» [1], государственное управление в сфере образования осуществляется в пределах своих полномочий федеральными органами, органами государственной власти субъектов федерации и органами местного самоуправления. Таким образом, государственное регулирование данной отрасли представляет собой федеральный, региональный и местный уровни. Министерство просвещения Российской Федерации является федеральным органом исполнительной власти, реализующим функции по выработке и реализации государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере общего образования, среднего профессионального образования и соответствующего дополнительного профессионального образования [2].

Актуальным в рамках темы данного исследования, является мнение Корнилова П.В., которая отмечает: «Разные уровни управления современным образованием – управление системой образования, управление образовательным учреждением, управление образовательной программой, управление отдельным учебным процессом – предполагают разные функции и разные подходы к управлению. С этой точки зрения в образовательном менеджменте должны органично переплетаться две научные составляющие: педагогическая, обеспечивающая достижение запланированных образовательных целей на фундаменте дидактических законов и принципов, и управленческая, направленная на создание благоприятных условий для их качественной реализации в конкретном образовательном учреждении» [6].

Алексеев Е.С. отмечает следующее: «Управление образовательной организацией общего образования сегодня тесно связано с эффективной реализацией основных функций организации и выполнения мониторинговых показателей деятельности. Наряду с этим деятельность любой образовательной организации общего образования рассматривают через призму качества образовательной деятельности. Проблема качества российской системы общего образования связана с переходом современного общества в состояние, характеризующееся информационными, глобализационными и социальными изменениями, что обусловило потребность сферы образования осуществлять профессиональную деятельность с установкой на конкурентоспособность образования» [5].

На рисунке 1 представлена структура нормативно-правовых актов управления общим образованием в Российской Федерации.

На представленном рисунке видно, что система нормативно-правового регулирования управления общим образованием в Российской Федерации состоит из 4 ключевых уровне.



Рисунок 1. Система нормативно-правового регулирования государственного управления общим образованием

В настоящий момент времени в Российской Федерации выстроена четкая структура управления системой образования, которая регулируется сводом нормативно-правовой документации. Уровни управления подразделяются на федеральный, региональный, муниципальный и непосредственно уровень высшего учебного заведения. За последние 20 лет в нашей стране проводился ряд реформ, направленных на повышение эффективности государственного управления системой образования, однако большинством экспертов данные реформы оцениваются неудовлетворительно. Соответственно можно сделать вывод, что имеется необходимость повышения эффективности государственного управления системой образования в Российской Федерации [4].

Из представленной информации следует, что в настоящий момент проводится активная работа, направленная на повышение эффективности государственного управления системой общего образования в Российской Федерации. Одним из важных сегментов данной работы, является активное реформирование действовавших ранее основ системы общего образования. Однако активная цифровизация и динамичное развитие социально-экономических отношений, создают сложности в данном процессе [3].

Несмотря на активное реформирование системы государственного управления общим образованием в Российской Федерации, имеется значительный потенциал для повышения эффективности данного процесса. Одним из перспективных направлений, является внедрение инструмента бережливого управления. Алгоритм внедрения бережливого управления в деятельность учебных заведений на основе системного подхода, представлен на рисунке 2.

На первом этапе происходит диагностика проблем, которые имеются в системе управления высшим заведением. Проводится оценка влияния выявленных недостатков, на качество работы учебного заведения.

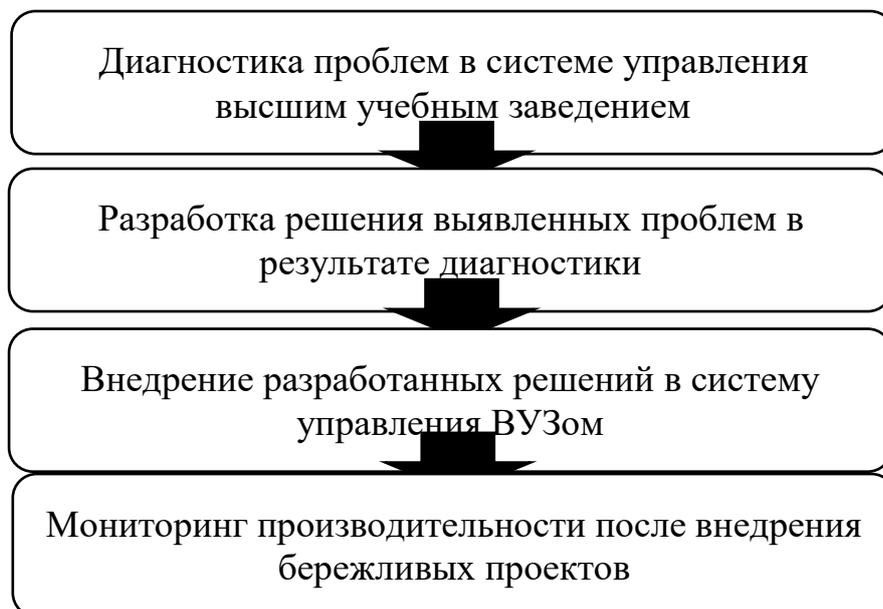


Рисунок 2. Алгоритм внедрения инструмента бережливого управления в систему государственного управления общим образованием в РФ

На следующем этапе вырабатываются мероприятия, целью которых является решение выявленных на предыдущем этапе проблем. При этом создается несколько вариантов решения одной проблемы, из которых выбирается наиболее оптимальный.

Далее разработанные решения внедряются в систему управления учебным заведением. Осуществляется четкий контроль за внедрением мероприятий, с целью соответствия принятому плану.

На заключительном этапе проводится оценка от предложенных мероприятий. Однако работа на этом не заканчивается. Производится повторная оценка эффективности управления системой учебного заведения и далее повторяется каждый из этапов, представленных на рисунке 2. Соответственно формируется непрерывная система повышения эффективности управления высшим учебным заведением.

Необходимо заключить, что в настоящий момент времени система управления общим образованием в Российской Федерации находится в достаточно сложном состоянии. Недостаточная проработанность государственных реформ системы общего образования страны, которые реализовывались в начале 21 века, привели к снижению качества предоставляемых государственных услуг. Пандемия вызванная Covid – 19, привела к необходимости внедрения дистанционных методов обучения, которые не идеальны и еще будут значительно совершенствоваться. Обострение геополитической ситуации в 2022 году, привело к разрыву многих

связей отечественных ВУЗов с европейскими, что также отрицательно сказывается на качестве работы системы общего образования в нашей стране.

В данных условиях необходимо внедрять актуальные и эффективные методы государственного управления общим образованием, которые позволят повысить качество управления образовательными учреждениями. Так без эффективной системы государственного управления, в условиях экономической нестабильности система общего образования может деградировать. Целесообразным является активизация инновационной деятельности и применение наиболее актуальных практик в системе государственного управления системой общего образования. Однако для этого необходимо развивать кадровый потенциал учебных заведений, повышать уровень материально-технического обеспечения. Одним из инструментов, который позволяет решить обозначенную проблему, является технология бережливого управления на основе системного подхода.

Список литературы:

1. Федеральный закон № 273 «Об образовании в Российской Федерации» от 29 декабря 2012 г. URL: <http://www.consultant.ru/>

2. Постановление Правительства РФ от 28.07.2018 № 884 (ред. от 28.12.2020) «Об утверждении Положения о Министерстве просвещения Российской Федерации и признании утратившими силу некоторых актов Правительства Российской Федерации». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_303875.

3. Государственная программа Российской Федерации «Развитие образования» утверждена постановлением Правительства Российской Федерации от 26 декабря 2017 г. № 1642. URL: <http://www.consultant.ru/>

4. Алексеева Е.С., Вольфсон Э.Н. Государственное управление в сфере образования: проблемы и перспективы // Шестой сборник научных статей. Кемерово. - 2020. - С. 69-72.

5. Бреусова А.Г. Оценка эффективности государственных программ. Вестник Омского университета. Серия «Экономика». - 2019. - №2. - с. 128-136.

6. Пенюгалова А. В. Формирование и распределение расходов социально-культурной сферы местных бюджетов: современная практика и пути оптимизации / А. В. Пенюгалова, И. И. Новикова // Региональная экономика: теория и практика. – 2009. – № 12. – С. 10-15.

УДК 658:339.137.22:004(470)

Мамедова Д.С., обучающаяся 3 курса, Шацкая Э.Ш., к.э.н., доцент
Mamedova D.S.; 3rd year student, Shatskaya E.Sh., Ph.D. Associate Professor

ГБОУВО РК «Крымский инженерно-педагогический университет имени Февзи Якубова»
SBEIHE RC «Crimean engineering and pedagogical university the name of Fevzi Yakubov»

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ЭЛЕКТРОННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В КРЫМУ

COMPETITIVENESS OF ELECTRONIC ENTERPRISES IN CRIMEA

Аннотация: Конкуренентоспособность электронных предприятий в Крыму является актуальной проблемой в современной экономике. Электронные предприятия играют ключевую роль в развитии информационных технологий, цифровизации экономики и обеспечении конкурентоспособности страны в мировом рынке.

Ключевые слова: конкурентоспособность, электронные предприятия, экономика, цифровизация, рынок, информационные технологии, интернет.

Abstract: The competitiveness of electronic enterprises in Crimea is an urgent problem in the modern economy. Electronic enterprises play a key role in the development of information technologies, digitalization of the economy and ensuring the country's competitiveness in the global market.

Keywords: competitiveness, electronic enterprises, economy, digitalization, market, information technology, Internet.

Развитие конкуренции важный и необходимый шаг к формированию здоровой экономики региона, а также к снижению цен и повышению качества продукции и услуг за счет состязательности участников рынка.

Реализация мер развития конкуренции на территории Республики Крым осуществляется в соответствии с положениями Стандарта развития конкуренции в субъектах Российской Федерации (далее Стандарт), утвержденного распоряжением Правительства Российской Федерации от 17 апреля 2019 года № 768-р.

Внедрение Стандарта на территории Республики Крым позволило:

1. обеспечить реализацию системного и единообразного подхода к деятельности по развитию конкуренции на всей территории Российской Федерации с учетом специфики функционирования региональной экономики и рынков;

2. сформировать прозрачную систему работы региональных органов государственной власти в части реализации результативных и эффективных мер по развитию конкуренции в интересах конечного потребителя товаров и услуг, субъектов предпринимательской деятельности, граждан Российской Федерации и общества в целом;

3. создать стимулы и условия для развития и защиты субъектов малого и среднего предпринимательства, устранения административных барьеров;

4. определить потенциал развития экономики региона, включая научно-технический и человеческий потенциал[1].

Здоровая конкуренция – это мощная движущая сила развития бизнеса, и как следствие – экономики региона в целом. С момента вступления Республики Крым в состав Российской Федерации в республике создаются благоприятные условия для развития бизнес-среды.

Министерством экономического развития Республики Крым в 2022 году проведен анализ ситуации на 34-х товарных рынках для содействия развитию конкуренции. Рассмотрим один из важнейших рынков, без которого, в современном мире, не возможно поддерживать связь с внешним миром:

Рынок услуг связи, в том числе услуг по предоставлению широкополосного доступа к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (рисунок 1.).

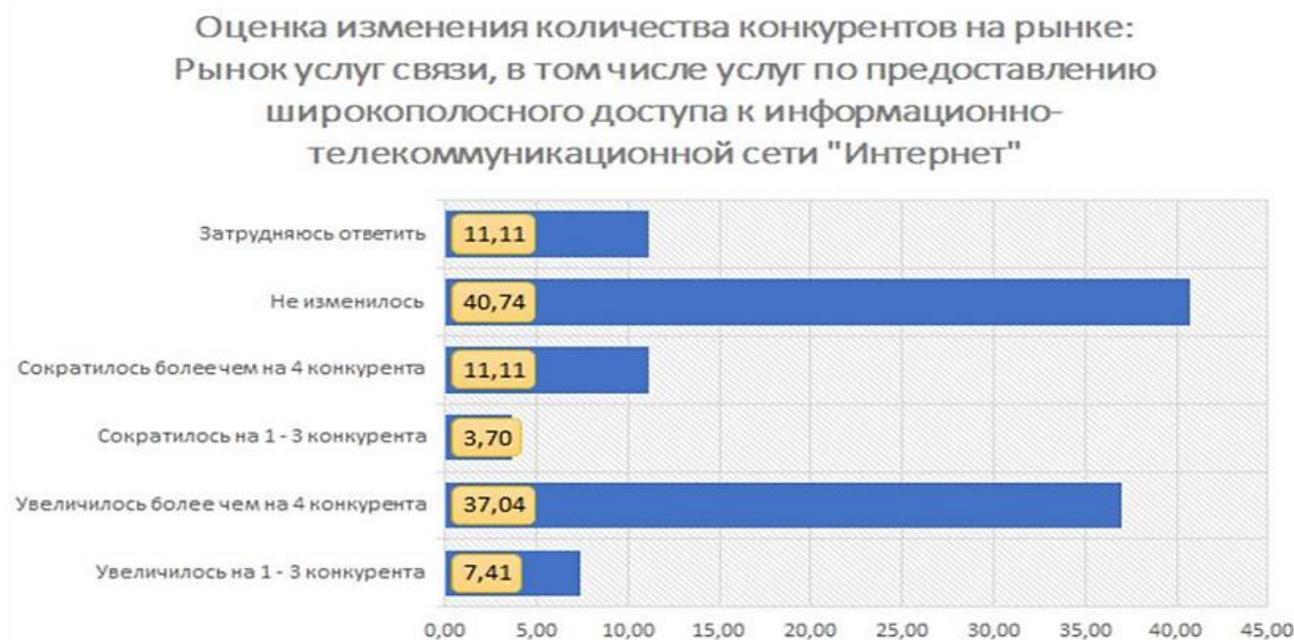


Рисунок 1. «Оценка изменения количества конкурентов на рынке».

На рынке оказания услуг связи, в том числе услуг по предоставлению широкополосного доступа к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» 81,38% респондентов удовлетворены возможностью выбора, и только 9,86% полностью не удовлетворены. При оценке качестве представления услуг на рынке преобладают положительные оценки – 61,38%. В оценке уровня цен большинство потребителей негативно оценивают ценообразование на данном рынке – 63,69% (рисунок 2).

На рынке оказания услуг связи, в том числе услуг по предоставлению широкополосного доступа к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» наблюдается динамика роста цен, отмечаемая подавляющим большинством респондентов – 98,15%.

Динамика роста цен на интернет в Крыму на 2022 год может быть вызвана несколькими факторами. Возможно, это связано с увеличением спроса на интернет-услуги из-за роста онлайн-образования, удаленной работы и развлекательных цифровых платформ из-за пандемии COVID-19.

Оценка удовлетворенности характеристиками товаров и услуг: Рынок услуг связи, в том числе услуг по предоставлению широкополосного доступа к информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

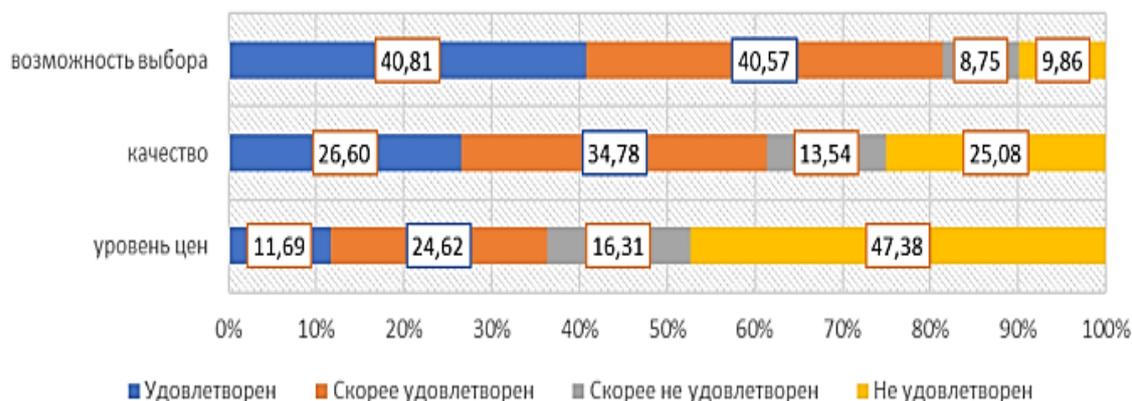


Рисунок 2. «Оценка удовлетворенности характеристиками товаров и услуг».

Также провайдеры интернет-услуг повысили цены из-за инфляции и увеличения затрат на оборудование и техническую поддержку. Кроме того, политические и экономические изменения в регионе также влияют на цены на интернет и на услуги связи[3].

Сведения о реализации системных мероприятий по развитию конкуренции в Крыму:

1. В сфере обеспечения прозрачности и доступности закупок товаров, работ, услуг, проводимых с использованием конкурентных способов определения поставщиков (подрядчиков, исполнителей) в Республике Крым на постоянной основе проводятся различные мероприятия для заказчиков республики по вопросам осуществления закупок.

С целью содействия развитию конкуренции в 2022 году Государственным комитетом конкурентной политики Республики Крым для заказчиков Республики Крым проведено 13 (тринадцать) обучающих мероприятий (семинары, конференции, совещания), целью которых являлось, в том числе, обсуждение вопросов, касающихся увеличения доли участия субъектов малого и среднего предпринимательства в государственных и муниципальных закупках

2. В сфере стимулирования новых предпринимательских инициатив за счет проведения образовательных мероприятий.

Крымский государственный фонд поддержки предпринимательства (далее – Фонд), является единым органом управления организациями инфраструктуры поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства Республики Крым, который занимается сопровождением предпринимателей до конечного получения результата – предоставляет консультирование, организует обучение субъектов

МСП, оказывает помощь в составлении бизнес-планов, разработке маркетинговых стратегий, выходу на маркет-плейсы и т.д.

В последние два года Фонд проводил обучение молодых людей по основам предпринимательской деятельности «Бизнес-старт», социальные предприятия прошли акселерационную программу «Отраслевая школа 134 социального предпринимательства», также проведен студенческий акселератор «Про бизнес».

Молодые люди и социальные предприятия после обучения при содействии Фонда смогли подать документы в Министерство экономического развития Республики Крым для получения гранта на создание собственного бизнеса. Фонд оказывал консультационные услуги в подготовке бизнес-планов и пакета документов для получения грантов социальными предпринимателями и молодыми бизнесменами. В 2022 году гранты получили 52 начинающих предпринимателя и 51 социальное предприятие.

3. В сфере мероприятий, направленных на повышение в Республике Крым цифровой грамотности населения, государственных гражданских служащих и работников бюджетной сферы.

В соответствии со статистической информацией, представленной ситуационным центром государственной информационной системы «Портал 142 государственных и муниципальных услуг Республики Крым» за 4 квартал 2022 года показатель «доля приоритетных государственных услуг и сервисов, оказываемых органами государственной власти Республики Крым и органами местного самоуправления муниципальных образований в Республике Крым, государственными и муниципальными организациями Республики Крым, соответствующих целевой модели цифровой трансформации» составил 97%.

Показатель: «Проведение технологических конкурсов, соревнований, олимпиад в сфере информационных технологий». В соответствии с распоряжением Совета министров республики Крым от 15.09.2022 № 1375-р «О проведении открытого республиканского конкурса компьютерных проектов «КИТ-2022» награждение победителей указанного конкурса состоялось 27 декабря 2022 года [4].

В Крыму электронные предприятия занимают важное место в экономике, поскольку они способствуют развитию инноваций, повышению производительности труда и улучшению качества продукции. Однако, конкуренция на рынке электронных товаров и услуг постоянно возрастает, что требует от предприятий постоянного совершенствования своих процессов и продуктов.

Одной из основных проблем, с которыми сталкиваются электронные предприятия Крыму, является недостаточное инвестирование в научно-техническое развитие и инновации. Это приводит к тому, что предприятия не могут опережать конкурентов по технологическим достижениям и новым продуктам, что снижает их конкурентоспособность.

Другой проблемой является недостаток квалифицированных специалистов в области информационных технологий. Недостаток кадров с высоким уровнем профессиональной подготовки может стать серьезным препятствием для развития электронных предприятий и ухудшить их конкурентоспособность[5].

Для повышения конкурентоспособности электронных предприятий в Крыму необходимо проводить системную работу по стимулированию инвестиций в научно-техническое развитие, обеспечению доступа к новым технологиям и повышению квалификации специалистов.

Также важно развивать механизмы государственной поддержки для электронных предприятий, что позволит им успешно конкурировать на рынке и укреплять свои позиции как на внутреннем, так и на мировом уровне.

Список литературы:

1. Стандарт развития конкуренции – [Электронный ресурс] URL: <https://minek.rk.gov.ru/ru/structure/967> (Дата входа 13.11.2023);
2. Инвестиционный портал республики Крым – [Электронный ресурс] URL: <https://invest-in-crimea.ru/content/gospodderzhka-standart-razvitiya-konkurencii> (Дата входа 13.11.2023);
3. Министерство экономического развития – [Электронный ресурс] URL: plan.fas.gov.ru (Дата входа 13.11.2023);
4. Национальный план развития конкуренции – [Электронный ресурс] URL: <https://minek.rk.gov.ru/structure/396519e0-5fab-4e87-878e-61db0d4cc0e6> (Дата входа 13.11.2023);
5. РИА НОВОСТИ КРЫМ – [Электронный ресурс] URL: <https://crimea.ria.ru/20230527/v-krymu-predpriyatiya-aktivno-perekhodyat-na-otchestvennyu-soft-1128990066.html> (Дата входа 13.11.2023).

УДК 338.12

Маткаримов С.С., обучающийся 2 курса
Matkarimov S.S., 2nd year student

ГБОУВО РК «Крымский инженерно-педагогический университет имени Февзи Якубова»
SBEIHE RC «Crimean engineering and pedagogical university the name of Fevzi Yakubov

МЕТОДЫ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ WAYS TO INCREASE COMPETITIVENESS OF AN ENTERPRISE

Аннотация: Современная экономика определяет специфические требования к повышению уровня конкурентоспособности организаций: необходимо оперативно реагировать на изменения экономической ситуации, чтобы поддерживать стабильное финансовое состояние и постоянно совершенствовать организацию деятельности в соответствии с изменениями рыночной конъюнктуры. В то же время возрастает многоаспектная значимость показателей конкурентоспособности компаний. Поиск путей повышения конкурентоспособности организации, за счет постоянного притока новых

продавцов на рынок, роста поставок и дифференциации товаров и услуг, внедрения новых технологий и т.д. - одна из главных задач любого предприятия, требующая постоянного решения. Это процесс, требующий, с одной стороны, вдумчивого аналитического подхода, а с другой - умения быстро реагировать на необходимость оперативного внедрения чего-то нового.

Ключевые слова: рыночная экономика, конкурентоспособность, предпринимательство, ценовая конкурентоспособность, неценовая конкурентоспособность, международные рынки

Annotation: The modern economy sets specific requirements for the competitiveness of organizations. To maintain a stable financial position, it is necessary to react quickly to changing economic conditions and constantly improve the organization of activities in response to changing market conditions. At the same time, the multifaceted importance of indicators of a company's competitiveness is growing. The search for methods to improve the competitiveness of the organization through the entry of new sellers into the market, increasing the supply and differentiation of products and services, and the introduction of new technologies. This is one of the main challenges for companies in constant need of solutions. This process requires, on the one hand, a rigorous analytical approach and, on the other hand, the ability to react quickly to the need to implement new things quickly.

Keywords: market economy, competitiveness, internationalization, enterprise, price competitiveness, non-price competitiveness, international markets

Конкурентоспособностью предприятия можно назвать ее способность выделяться на фоне конкурентов, других компаний или продуктом, привлекать большую часть клиентов за счет качества, сервиса или новшеств. Аспект является крайне важным для любого участника рынка, но и крайне сложным, ведь решение проблемы повышения конкурентоспособности вызывает значительные трудности у компаний. Эта заминка может быть следствием отсутствия четкой стратегии, некорректных экономических целей и критериев для предприятия или, банально, отсутствия должного сервиса. Непонимание целей, сложность ориентации в современных условиях приводят к тому, что решение проблемы повышения конкурентоспособности отодвигается на второй план, неизбежно уступая место решению текущих вопросов.

При правильной стратегии, качественном продукте и сервисе у бизнеса будет преимущество, которое, в свою очередь, поможет завоевать и удержать место на рынке. [6] Конкурентоспособность позволяет завоевать рынок, а следовательно, реализовать свою продукцию с повышенной стоимостью. Успешное предприятие может включить свои преимущества, например качество продукции, дополнительные вспомогательные услуги в магазинах, включить в стоимость цену бренда. Зарекомендовавшая себя марка повышает статус покупателя, а значит и может служить поводом повышения стоимости продукции. К тому же, конкурентоспособность - постоянная прибыль и укрепление позиций на рынке, что позволяет направлять дополнительные расходы на увеличение эффективности предприятия, повышения сервиса, работа над повышением квалификации сотрудников, обучение персонала и

внедрение инноваций на всех возможных этапах работы организации. И самое главное, прибыль позволяет и дальше работать над качеством товара, развитием концепции и внедрения новых идей в продукт. Также стоит отметить, что конкурентоспособный участник рынка чувствует себя уверенней во всех возможных переговорах, сделках, будь то работа с банками или поиск новых поставщиков.

Важно отметить, что для достижения устойчивой конкурентоспособности предприятия важно использовать не один преимущественный детерминант, а работать в приоритете на несколько ключевых факторов. С одной стороны такой подход позволит нивелировать определенные недостатки в работе предприятия, а с другой - снизить зависимость факторов конкурентоспособности от внешних угроз, рыночных колебаний. Кроме этого, повышение конкурентоспособности предприятия не может быть достигнуто в краткосрочной перспективе, ведь это кропотливый труд, который даст свои плоды только по истечению определенного времени. Рост эффективности производства - основа повышения прибыльности предприятия в конкурентной среде - должен стать приоритетной целью внутрикорпоративного управления. В долгосрочной перспективе основным фактором производительности являются инновационные изменения в технологии и организации производства, ведущие к снижению издержек.

Как одно из направлений для повышения конкурентоспособности можно выделить самый актуальный, но сложный в исполнении фактор, работу над улучшением качества выпускаемого продукта. Развитие продукта, учет недостатков товара и постоянная работа над их устранением, оптимизация и диверсификация ресурсов, которые будут использованы в производстве. В свою очередь это ускорит процесс освоения нового рынка, увеличит объемы реализации продукта, позволит работать над экспортом товара, одним словом, поможет компании процветать и формировать свою уже достаточно крупную клиентскую базу. За счет завоеванного имиджа у покупателей, укрепления имиджа хорошего бренда, предприятие получит возможность выхода на внешний рынок, что будет основой для максимизации прибыли. [1]

Еще одним ключевым фактором является рост эффективности производства, который важно отметить, как приоритетную цель внутриорганизационного управления. В долгосрочной перспективе снизить издержки в технологических и организационных процессах можно за счет инноваций, над которыми так важно работать предприятию. В добавок, важно проводить различие между потенциалом предприятия и фактической эффективностью производства. В то время как потенциальная эффективность зависит от внешних условий хоз. деятельности, от общего уровня инновационного развития экономической системы, реальная производительность определяется уровнем управления и организации производственных процессов, налаживания связи между подсистемами организации. Улучшить этот показатель можно не только снижением издержек производства за счет технических и организационных инноваций, но и

правильным менеджментом со стороны лидеров подразделений, а также правильной коммуникации между высшим руководством и производством.

Уменьшение расходов можно отнести к более традиционному и наиболее исследованному методу повышения преимуществ. Крайне трудным данный способ считается, так как победителем в такой ситуации будет выходить только то предприятие, которое благодаря огромному комплексу мер сможет достичь наименьших затрат, чем их соперники. Сложность этого метода, к тому же, заключается в том, что поддерживать такое преимущество в нынешних реалиях достаточно проблематично, ведь это требует четкой работы сотрудников по совершенствованию производимого товара, технических аспектов работы, логистики, от закупочной до логистики на стадии реализации, правильного управления персоналом и организационной культуры. Помимо этого, необходимым для данного подхода будет постоянный анализ затрат на всех стадиях производства, проектирования, ценообразования, анализ расходов предприятий-соперников и их новейших технологий конкурентов.

Стоит отметить еще один эффективный инструмент повышения конкурентоспособности - бенчмаркинг. Изучение всех процессов, происходящих на рынке, от предлагаемых товаров и услуг, актуальных методов работы до покупательского спроса и подходов в работе. Систематический подход, направленный на непрерывный поиск и изучение конкурентов, их опыт, их продукцию, а также игроков смежных отраслей на рынке, сравнение желаемых результатов, изменений в сфере бизнеса, разных внешних факторов с разработанной в ходе вышеупомянутого анализа эталонной моделью. Бенчмаркинг помогает преодолеть застой компании в процессах развития различных аспектов работы, ведь работает над анализом и прогнозом эффективности стратегии. К тому же, помогает сравнить способы организации бизнеса, актуальность выбранного подхода, выявить слабые и сильные стороны и предсказать последствия внедрения определенной стратегии.

В современном мире, в условиях совершенной конкуренции конкурентоспособность предприятия - один из главных критериев эффективности работы предприятия, оценки эффективности системы управления, оценки выбранной стратегии в работе организации. Повышение конкурентоспособности представляет из себя сложный многофакторный процесс, работу стратегического отдела компании, подлежащему правильному управлению, которое, в свою очередь, ориентировано на принципы системности, комплексной оценки и функциональной направленности управления методами повышения конкурентоспособности и др.

Подводя итог, можно сказать, что повышение конкурентоспособности - верный шаг на пути развития компании в сфере его деятельности, достижению успеха на своем рынке. Крайне важный аспект, на который все больше компаний начинают уделять время, бюджет и персонал, ведь в долгосрочной перспективе при непрерывном и поступательном совершенствовании всех аспектов работы данная работа окупится сполна и позволит компании занять твердые и сильные позиции на рынке.

Список литературы:

1. Криворотов В. В., Калина А. В., Матвеева Т. В., Байраншин А. Ю. Повышение конкурентоспособности современных российских территориально-производственных комплексов. Екатеринбург: УрФУ, 2013.
2. Савич Е.О. Пути повышения конкурентоспособности предприятия / Е.О. Савич // Концепт. – 2016 – Т. 11 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://e-koncept.ru/2016/86477.htm>
3. Саяпина О.Н. Современные направления повышения конкурентоспособности организаций / О.Н. Саяпина // Символ науки. 2017. Т. 1. No 2.
4. Юрьева, Л. В. Основы стратегического конкурентного анализа / Л. В. Юрьева. - Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2014.
5. Boschee. J., (2006), Migrating from Innovation to Entrepreneurship: How Nonprofits are Moving toward Sustainability and Self-Sufficiency. Minneapolis: Encore Press
6. Kendrick J. W. Improving company productivity; Handb. with case studies/ Kendrick J.W. in collab. with the Amer. productivity center. – Baltimore; London: Johns Hopkins univ. press, 1984.
7. Latham, S. (2009). Contrasting strategic response to economic recession in start-up versus established software firms. Journal of Small Business Management, 47(2), 180–201.

УДК 336.67

Матковская И. А., обучающаяся 4 курса, Колесникова Е. В., к.э.н., доцент
Matkovskaya I. A., 4th year student Kolesnikova E. V., Ph.D. Associate Professor

Институт экономики и управления ФГАОУ ВО
«КФУ им. В.И. Вернадского»
Institute of Economics and Management of
FGAOU VO «CFU named after V.I. Vernadsky»

ВЛИЯНИЕ АУДИТОРСКОГО ЗАКЛЮЧЕНИЯ НА РЕПУТАЦИЮ ПРЕДПРИЯТИЯ THE IMPACT OF THE AUDITOR'S REPORT ON THE REPUTATION OF THE COMPANY

Аннотация. В данной статье рассматривается тот факт, как может немодифицированное или модифицированное аудиторское заключение повлиять на репутацию предприятия перед различными контрагентами и на его работу в целом. Данное влияние обосновано тем, что, являясь итоговым документом аудиторской проверки, аудиторское заключение предоставляет собой информацию о достоверности и надежности бухгалтерской (финансовой) отчетности аудируемого лица и повышает доверие пользователей к

содержащимся в отчетности показателям. Сегодня без него не обходятся заключения крупных контрактов и соглашений с партнёрами и кредиторами.

Ключевые слова. аудит, аудиторское заключение, мнение, репутация, конкурентоспособность, бухгалтерская (финансовая отчетность), контрагенты.

Annotation. This article examines the fact how an unmodified or modified auditor's report can affect the reputation of an enterprise in front of various counterparties and its work as a whole. This influence is justified by the fact that, being the final document of the audit, the auditor's report provides information about the reliability and reliability of the accounting (financial) statements of the audited entity and increases users' confidence in the indicators contained in the report. Today, it is necessary to conclude large contracts and agreements with partners and creditors.

Keywords: audit, audit opinion, opinion, reputation, competitiveness, accounting (financial statements), counterparties.

Аудит финансово-хозяйственной деятельности организации заключается в проведении комплексной проверки на предмет её точности, достоверности и соответствия законодательству. Помимо этого, он выполняет целый ряд других немаловажных функций, включая оценку эффективности деятельности экономического субъекта, определение его положения, возможных рисков и перспектив развития.

Публичные акционерные общества должны проходить обязательный аудит вне зависимости от размера выручки и величины активов (ст. 67.1 ГК) [3]. Что касается ООО, то в общем порядке аудит отчетности необходимо проводить в двух случаях (ст. 5 закона от 30 декабря 2008 № 307-ФЗ «Об аудиторской деятельности») [1]:

а) доход, полученный от осуществления предпринимательской деятельности за год, непосредственно предшествовавший отчетному году, составляет более 800 миллионов рублей (строка 010 + строка 020 листа 02 Декларации по налогу на прибыль);

б) сумма активов бухгалтерского баланса по состоянию на конец года, непосредственно предшествовавшего отчетному году, составляет более 400 миллионов рублей (строка 1600 Бухгалтерского Баланса).

Перечень организаций, подлежащих обязательному аудиту, достаточно объемный и включает в себя различные отрасли бизнеса:

1) организации, ценные бумаги которых допущены к организованным торгам;

2) организации, бухгалтерская (финансовая) отчетность которых включается в проспект ценных бумаг;

3) управляющие компании инвестиционных фондов;

4) государственные корпорации;

5) головные организации банковских холдингов;

6) клиринговые организации;

7) кредитные организации;

8) общества взаимного страхования;

9) бюро кредитных историй;

- 10) страховые организации;
- 11) головные кредитные организации банковских групп;
- 12) публично-правовые компании;
- 13) организации, в уставных капиталах которых доля государственности не менее 25% ;
- 14) управляющие компании паевых инвестиционных фондов;
- 15) негосударственные пенсионные фонды и др.

Заключительный этап аудита – это анализ полученных результатов и составление аудиторского заключения. От того, каким будет заключение аудитора, может зависеть дальнейшая судьба компании. И хотя форма документа, который составляется по итогам проверки, стандартная, аудиторы могут отразить все нюансы, которые не позволяют оценить финансовую (бухгалтерскую) деятельность аудируемого лица «безоговорочно положительно».

Аудиторское заключение – это официальный документ, предназначенный для пользователей бухгалтерской (финансовой) отчетности аудируемых лиц, содержащий выраженное в установленной форме мнение аудиторской организации о достоверности бухгалтерской (финансовой) отчетности аудируемого лица [1].

Аудиторское заключение должно быть составлено в соответствии с требованиями Закона РФ «Об аудиторской деятельности» от 30 декабря 2008 г. № 307-ФЗ [1] и МСА 700 (пересмотренный) «Формирование мнения и составление заключения о финансовой отчетности» [2].

Аудиторское заключение является важным инструментом для любой организации. Оно представляет собой независимое и беспристрастное мнение аудиторов о финансовой отчетности и внутреннем контроле компании. Аудиторское заключение выполняет несколько важных ролей, помогая обеспечить аудиторскую надежность и доверие стейкхолдеров:

1) Подтверждает достоверность и точность финансовой отчетности. Аудитор анализирует финансовые данные предприятия, проверяет их на соответствие законодательству и стандартам бухгалтерского учета. Если финансовая отчетность соответствует требованиям, аудиторы выносят положительное заключение, что в свою очередь является подтверждением надежности данных.

2) Помогает выявить и предотвратить финансовое мошенничество и злоупотребление. Аудиторы проводят анализ внутреннего контроля компании, выявляют потенциальные проблемы и рекомендуют меры для их устранения. Это позволяет предотвратить возможные финансовые риски и снизить вероятность возникновения мошенничества.

3) Способствует повышению доверия к компании со стороны инвесторов, кредиторов и партнеров. Благодаря независимому мнению аудиторов, заинтересованные стороны могут быть уверены в надежности и достоверности финансовой отчетности. Это помогает привлечь новых инвесторов и ресурсы для развития бизнеса, а также строить долгосрочные партнерские отношения.

Согласно МСА 705 (пересмотренный) «Модифицированное мнение в аудиторском заключении» аудиторское заключение с точки зрения оценки достоверности бухгалтерской финансовой отчетности может быть немодифицированное и модифицированное.

Если по результатам проведенного аудита аудиторская организация приходит к выводу, что бухгалтерская отчетность экономического субъекта с учетом всех существенных обстоятельств достоверно отражает его финансовое положение, а совершенные им финансовые и хозяйственные операции соответствуют нормативным актам, действующим в Российской Федерации, выражается немодифицированное мнение.

Аудиторское заключение влияет не только на репутацию и доверие к компании, но и на ее бизнес-решения. Аудиторское заключение с немодифицированным мнением, помимо всего прочего, является дополнительной гарантией того, что у фирмы правильно рассчитаны все налоги. Кроме того, в хозяйственной деятельности подобное аудиторское заключение позволяет получить организации некоторые «преференции» по сравнению с другими. Например, возникает меньше проблем и вопросов при получении кредита в банке, появляется реальная возможность получения отсрочки различного вида платежей.

Аудиторское заключение является важным инструментом для принятия решений акционерами и инвесторами. Оно помогает им оценить достоверность и надежность финансовой отчетности компании, что влияет на принятие решения о покупке или продаже акций, инвестировании средств или участии в проектах компании.

Аудиторское заключение также важно для кредиторов, таких как банки и другие финансовые учреждения. Оно помогает им оценить финансовую устойчивость и платежеспособность компании перед выдачей кредита или предоставлением финансовой поддержки. Кредиторы могут использовать аудиторское заключение для принятия решения о предоставлении кредита, определении процентной ставки и условий кредитования.

Аудиторское заключение также имеет значение для государственных органов, таких как налоговые службы и регулирующие органы. Оно помогает им оценить соответствие компании законодательству и правилам бухгалтерского учета, а также выявить возможные нарушения и мошеннические действия. Государственные органы могут использовать аудиторское заключение для принятия решений о налогообложении, контроле и наказании за нарушения.

В иных случаях, а также если в аудиторское заключение включаются некоторые пояснения, аудиторская организация формирует модифицированное мнение [4].

Существуют следующие модификации аудиторского заключения: мнение с оговоркой, отрицательное мнение, отказ от выражения мнения.

Мнение с оговоркой выражается в тех случаях, когда аудитор, получив достаточные надлежащие аудиторские доказательства, приходит к выводу, что искажения в отдельности или в совокупности являются существенными для бухгалтерской (финансовой) отчетности, но не всеобъемлющими, или аудитор

не может получить достаточные надлежащие аудиторские доказательства для обоснования своего мнения, но приходит к выводу о том, что возможное влияние на бухгалтерскую (финансовую) отчетность невыявленных искажений может быть существенным, но не всеобъемлющим.

Аудитор выражает отрицательное мнение в тех случаях, когда, получив достаточные надлежащие аудиторские доказательства, он приходит к выводу о том, что искажения в отдельности или в совокупности являются существенными и всеобъемлющими для бухгалтерской (финансовой) отчетности.

Аудитор отказывается выразить мнение в том случае, когда он не может получить достаточные надлежащие аудиторские доказательства для обоснования своего мнения и приходит к выводу о том, что возможное влияние на бухгалтерскую (финансовую) отчетность невыявленных искажений может быть одновременно существенным и всеобъемлющим.

Данные Минфина России о классификации выданных аудиторских заключений по видам в Российской Федерации представлены в таблицы 1.

Таблица 1. Распределение выданных аудиторских заключений по видам в РФ за 2015-2020 гг.

Виды аудиторских заключений	Доля в общем количестве выданных аудиторских заключений, %					
	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Аудиторские заключения – всего	100	100	100	100	100	100
в том числе: немодифицированное мнение	77,3	76,7	78,9	80,8	82,4	82,8
- мнение с оговоркой	21,4	22,1	19,8	18,0	16,5	16,2
- отрицательное мнение	0,9	0,7	0,8	0,8	0,7	0,6
- отказ от выражения мнения	0,4	0,5	0,5	0,4	0,4	0,4

На официальном сайте Министерства финансов Российской Федерации цифровой материал в разрезе распределения выданных аудиторских заключений в 2021-2022 годах не представлен, в связи с чем анализ проводился за период до 2020 года.

Из данных таблицы 1 видно, что за период с 2015 по 2020 г. в структуре выданных аудиторских заключений произошли изменения – удельный вес немодифицированных аудиторских заключений продолжает расти и снижается удельный вес модифицированных заключений с оговоркой, что является положительным фактором. Удельный вес аудиторских заключений с отказом от выражения мнения по причине неполучения в ходе аудита надлежащих аудиторских доказательств и отрицательных аудиторских заключений за анализируемый период, практически, остается неизменным.

Модифицированное аудиторское заключение — это документальное подтверждение недобросовестности штатных сотрудников. Довольно

распространенной является ситуация, когда руководители проявляют чрезмерное доверие к своим сотрудникам, особенно главному бухгалтеру. Однако, во-первых, не стоит забыть про человеческий фактор, во-вторых, не исключено, что ценности сотрудника могли измениться и он мог прибегнуть к мошенничеству. Кроме того, не всегда заявленная и реальная квалификация бухгалтера могут соответствовать друг другу.

Возможность взыскать ущерб, причиненный недоброкачественной работой того же главного бухгалтера, весьма условная. Ответственность штатного сотрудника ограничена процентом от его заработка, а при увольнении остается лишь возможность инициировать судебное разбирательство в рамках ГК, а сколько оно продлится и сколько в итоге получит предприятие — не прогнозируемо.

Практика показывает, что нередко и сами бухгалтеры прибегают к инициативному аудиту, что позволяет не просто поддержать свою репутацию и удержать доверие руководства, но и получить не менее ценные блага:

а) избежать штрафов и доначислений;

б) организация становится «невидимой» для ИФНС с точки зрения критериев для выездных проверок и т. п.

Также инициативный аудит помогает сформировать прочный фундамент, на основе которого можно выстроить учет, гарантирующий финансовую безопасность фирмы и ее неизменную привлекательность для партнеров, инвесторов и кредиторов.

Таким образом, аудиторское заключение играет важнейшую роль в обеспечении прозрачности и надежности финансовой отчетности компании. Оно помогает предотвратить финансовые риски, выявить потенциальные проблемы и повысить доверие со стороны заинтересованных сторон. Поэтому, несмотря на дополнительные расходы и затраты времени, аудиторское заключение является ценным инструментом для успешного ведения бизнеса.

Список литературы

1. Федеральный закон "Об аудиторской деятельности" от 30.12.2008 N 307-ФЗ (последняя редакция) / КонсультантПлюс: сайт – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_83311/

2. "Международный стандарт аудита 700 (пересмотренный) "Формирование мнения и составление заключения о финансовой отчетности" (введен в действие на территории Российской Федерации Приказом Минфина России от 09.11.2021 N 172н) / КонсультантПлюс: сайт – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_405102/

3. Гражданский кодекс Российской Федерации (ГК РФ) / КонсультантПлюс: сайт – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/

4. Лукина, Е. В. Аудит: теория и практика / Е. В. Лукина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Санкт-Петербург : Лань, 2023. — 208 с. — ISBN 978-5-507-46843-0. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/351995>

5. Основные показатели рынка аудиторских услуг в Российской Федерации / Минфин России: сайт – URL: https://minfin.gov.ru/ru/performance/audit/audit_stat/mainindex

УДК 351/354

Маякова А.В., к.ф.н., доцент, Зимина Е.А., обучающаяся 3 курса
Mayakova A.V., Ph.D., Associate Professor, Zimina E.A., 3rd year student

Юго-Западный государственный университет, Курск, Россия
Southwest State University, Kursk, Russia

**МУНИЦИПАЛЬНЫЙ АСПЕКТ СОЦИАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ
КАК РЕГУЛИРУЮЩИЙ ФАКТОР УЛУЧШЕНИЯ СОЦИАЛЬНОГО
КАЧЕСТВА ЖИЗНИ**

**THE MUNICIPAL ASPECT OF SOCIAL MANAGEMENT AS A REGULATORY
FACTOR FOR IMPROVING THE SOCIAL QUALITY OF LIFE**

Аннотация: Статья посвящена изучению муниципального уровня социального управления и обоснованию социальных проблем и путей их решения. В работе проанализированы теоретические аспекты понятия «социальное управление», рассмотрены основные социальные проблемы и пути их решения. Публикация подготовлена при поддержке Гранта Президента Российской Федерации для государственной поддержки молодых российских ученых № МК-261.2022.2 «Социальное управление качеством в эпоху цифровых трансформаций»

Ключевые слова: социальное управление, социальное качество жизни, власть, муниципальное управление, социальные проблемы.

Annotation: The article is devoted to the study of the municipal level of social management and the justification of social problems and ways to solve them. The paper analyzes the theoretical aspects of the concept of "social management", considers the main social problems and ways to solve them. The publication was prepared with the support of the Grant of the President of the Russian Federation for state support of young Russian scientists No. МК-261.2022.2 "Social quality management in the era of digital transformations"

Keywords: social management, social quality of life, government, municipal administration, social problems.

Социальное управление – это управление в сфере жизнедеятельности человека и общества, управление общественными отношениями и общественными процессами, управление человеческим поведением.

В качестве характеристики значения социального управления можно использовать не только главный его признак – "властность управления", но и "целенаправленное воздействие на поведение людей". Это позволит

подчеркнуть, что социальное управление не является односторонним процессом, а предполагает взаимодействие субъекта и объекта управления [1].

Социальное управление представляет собой особый вид общественных отношений между субъектом и объектом управления, характеризующихся организующим влиянием субъекта управления на поведение граждан.

Рассмотрим более подробно характерные черты социального управления.

Целенаправленность: социальное управление всегда направлено на достижение определенных целей, таких как повышение социального качества жизни населения [2], обеспечение социальной справедливости, создание условий для развития общества.

Системность: социальное управление осуществляется в рамках сложной системы социальных отношений, которые взаимосвязаны и взаимозависимы.

Динамичность: социальное управление постоянно развивается и адаптируется к изменениям в обществе, вызванным экономическими, политическими, социальными и другими факторами.

Виды социального управления:

1) государственное управление; 2) муниципальное управление (в области местного самоуправления); 3) коммерческое управление; 4) общественное управление.

Под социальным управлением понимается особая его разновидность, выражающаяся в воздействии на граждан, социальные группы или общество для организации и корректирования их деятельности в целях улучшения социального качества жизни в целом [3].

Социальное управление характеризуется следующими признаками:

1) Происходит в таких местах, где люди работают вместе для достижения общей цели

2) Обеспечивается упорядоченное воздействие на индивидов, осуществляющих совместную деятельность;

3) Направлено на достижение конкретных управленческих целей;

4) Наличие управленческого объекта и субъекта;

5) Наделение субъекта управления определенной властью;

6) Подвластность объекта управления, поведение которого меняется под воздействием субъекта управления;

7) Реализация посредством определенного механизма.

В системе социального управления можно выделить ряд присущих только ему особенностей, которые можно рассмотреть на рисунке 1:

Социальное муниципальное управление нацелено на реализацию разнообразных функций, но основной среди них является социальная. Социальное муниципальное управление ориентировано на достижение цели, которая предполагает обеспечение последовательного повышения уровня и качества жизни граждан муниципального образования, уравнивания социального неравенства, доступности муниципальных услуг в сфере социального обслуживания, образования, здравоохранения и других социальных параметров [4].

Особенности системы социального управления	обязательность возникновения данного вида управления там, где имеет место совместное осуществление деятельности;
	необходимость управления для обеспечения нормального осуществления совместной деятельности;
	главное назначение управление в упорядочивании деятельности;
	наличие цели, средств и результата управления.

Рисунок 1. Особенности системы социального управления

Социальное муниципальное управление играет важную роль в обеспечении благополучия населения посредством улучшения и укрепления социального качества жизни: способствует формированию условий для всестороннего развития личности, созданию комфортной и безопасной среды проживания.

Социальное муниципальное управление характеризуется и административным фактором и представляет собой деятельность органов муниципальной власти – субъектов управления по управлению развитием муниципального образования в социальной сфере, которая ориентирована на создание условий для обеспечения культурных и материальных потребностей населения и корректировку социальной дифференциации. Муниципальное управление является обязательным компонентом системы социального управления в целом, процесс разработки и реализации которого основан на совокупности методологических принципов, которые лежат в его основе и характерны для любого вида управления научного характера [5].

Для достижения своих целей социальное муниципальное управление использует различные инструменты, на характеристики которых мы остановимся более подробно.

Обеспечение социальной поддержки населения. Данный инструмент включает в себя предоставление социальных пособий и льгот, помощь в трудоустройстве, развитие социального предпринимательства и другие меры.

Развитие системы образования и здравоохранения. Инструмент направлен на повышение уровня образованности и здоровья населения, создание условий для полноценной жизни.

Обеспечение безопасности и комфортного проживания населения, что включает в себя охрану общественного порядка, развитие инфраструктуры, благоустройство территорий и другие меры [6].

Социальные проблемы муниципального образования можно разделить на три вида: проблемы социальной справедливости, рациональной организации экономической жизни и социально-экологические проблемы.

Проблемы социальной справедливости возникают из-за неравного доступа жителей города к жизненным благам. Это приводит к социальной сегрегации, которая проявляется в территориальном разделении населения по уровню дохода, социальному статусу, этнической принадлежности и другим признакам.

Проблемы рациональной организации экономической жизни связаны с обеспечением эффективного взаимодействия различных городских структур и процессов. К ним относятся проблемы размещения производства, транспорта, жилья, занятости и миграции.

Социально-экологические проблемы связаны с воздействием городской деятельности на окружающую среду. К ним относятся загрязнение воздуха, воды и почвы, шумовое загрязнение, деградация природных ландшафтов.

Помимо этих трех видов проблем, в городах существуют и другие социальные проблемы, связанные с социокультурной сферой. К ним относятся социокультурная гетерогенность, динамика и маргинальность. Социокультурная гетерогенность проявляется в разнообразии социальных групп, культур и субкультур, проживающих в городе. Это разнообразие может приводить к конфликтным ситуациям и социальной напряженности. Динамика городской жизни проявляется в постоянном изменении численности населения, структуры занятости, культурных и социальных ценностей. Это изменение может затруднять адаптацию людей к новым условиям жизни. Маргинальность - это состояние людей, которые находятся на границе различных социальных групп и культур. Маргинальные группы часто оказываются в трудном положении и сталкиваются с проблемами социальной адаптации.

Социальные проблемы города можно также разделить на две подгруппы: проблемы, связанные с пространством города и его управлением, и проблемы, связанные с взаимодействием в городской среде и поведением населения. Проблемы, связанные с пространством города и его управлением, включают вопросы планирования и развития городской территории, обеспечения безопасности и комфорта жителей, организации общественного пространства. Проблемы, связанные с взаимодействием в городской среде и поведением населения, включают вопросы межэтнических и межкультурных отношений, преступности, социального сиротства и других форм социального неблагополучия.

Каждая из вышеперечисленных проблем имеет свои особенности и требует индивидуального подхода к ее решению.

Причины социальных проблем могут быть разнообразными, на которые оказывают влияние социальные, экономические, политические, культурные и иные факторы. Например, причиной бедности может быть низкая заработная плата, недостаток рабочих мест или недоступность качественного образования. Причиной коррупции может быть неэффективность системы государственного и муниципального управления или трансформация принципов этики и морали в

обществе. Для решения социальных проблем необходимо выявить их причины и разработать меры по их устранению.

Для решения социальных проблем можно использовать следующие научно-обоснованные методы:

— метод принуждения: применение законодательных и экономических мер, направленных на устранение социальных проблем;

— метод убеждения: распространение информации и пропаганды, направленных на изменение сознания людей;

— метод социального партнерства: сотрудничество органов власти, бизнеса и общественности для решения социальных проблем.

Решение социальных проблем требует комплексного подхода, включающего в себя разработку и реализацию программ и проектов, направленных на повышение уровня социальной защищенности населения, принятие нормативно-правовых актов, отвечающих современным реалиям, создание благоприятных условий для предпринимательства и общественную мобилизацию, что в итоге позволит сформировать четкие принципы обеспечения надлежащего социального качества жизни гражданского общества [7].

Таким образом, анализируя вышеизложенное, можно прийти к выводу, что управление повышением социального качества жизни является эффективным инструментом для адаптации к меняющимся условиям окружающей среды, научно-технического прогресса и общества. Вышеописанная информация позволяет раскрыть особенности функционирования такой сложной экономической категории, как «качество жизни». Управление на основе описанных процессов, разбитых на процедуры и согласованных между собой, является гарантией эффективной работы по повышению качества жизни населения и улучшению взаимодействия человека и общества.

Список литературы:

1. Социальные проблемы: разнообразие и влияние на общество: статья // СПС: Автомеханика38 URL: <https://автомеханика38.рф/> (Дата обращения 08.10.2023) Текст: электронный.

2. Маякова, А. В. Социальное качество жизни - уникальный концепт постнеклассической науки / А. В. Маякова // Качество и жизнь. – 2022. – № 4(36). – С. 11-15.

3. Социальные проблемы на особом контроле Курских властей: Статья // СПС: Курскком URL: <https://kursk.com/socialnye-problemy-na-osobom-kontrole-u-kurskih-vlastej/> (Дата обращения: 10.10.2023) Текст: электронный

4. Муниципальное управление в системе социального управления: статья // СПС: Справочник.ру URL: https://spravochnick.ru/gosudarstvennoe_i_municipalnoe_upravlenie/municipalnoe_upravlenie_v_sisteme_socialnogo_upravleniya/ (Дата обращения 10.10.2023) Текст: электронный.

5. Муниципальное управление как вид социального: статья // СПС: Янеуч URL:https://www.yaneuch.ru/cat_68/municipalnoe-upravlenie-kak-vid-socialnogo/140683.1874216.page3.html (Дата обращения 08.10.2023) Текст: электронный

6. Место муниципального управления в системе социального управления: статья Павлов Н.В. Чуриков Н.А. // СПС: Сенерджижурнал URL: <http://synergy-journal.ru/archive/article3484> (Дата обращения: 10.10.2023) Текст: электронный

7. Социальные проблемы города: статья / К.П. Никитин // СПС: Яндекс.ру URL: <https://clck.yandex.ru/> (Дата обращения 09.10.2023). Текст: электронный.

УДК 351

Минина В.Б., обучающаяся 2 курса

Minina V.B. 2nd year student

Научный руководитель: Дышловая А.А., к.п.н., доцент
Scientific supervisor: Dyshlovaya A.A., Ph.D. Associate Professor

Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского
V.I. Vernadsky Crimean Federal University

**ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО И
МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ В СФЕРЕ ОБРАЗОВАНИЯ
LEGAL BASIS OF STATE AND MUNICIPAL GOVERNMENT IN THE FIELD
OF EDUCATION**

Аннотация: Современная система образования является ключевым элементом социокультурного развития общества. Она оказывает влияние на формирование человеческого капитала, интеллектуального потенциала нации, и, следовательно, на её конкурентоспособность в мировом масштабе. В России, как и во многих других странах, сфера образования регулируется обширным набором законодательных актов и нормативов. Сфера образования занимает одно из важнейших мест среди национальных приоритетов в нашей стране. Важно, чтобы отечественные образовательные институты продолжали развиваться и совершенствоваться, и для этого государство должно гарантировать защиту и целостность их компонентов от различных угроз и современных вызовов. Для достижения этой цели необходима тщательно разработанная нормативно-правовая база.

Ключевые слова: образовательная среда, государственное и муниципальное управление, правовое регулирование, государство, управление, нормативно-правовые акты.

Annotation: The modern education system is a key element of the sociocultural development of society. It influences the formation of human capital, the intellectual potential of the nation, and, consequently, its competitiveness on a global scale. In

Russia, as in many other countries, the education sector is regulated by an extensive set of laws and regulations. The sphere of education occupies one of the most important places among national priorities in our country. It is important that domestic educational institutions continue to develop and improve, and for this the state must guarantee the protection and integrity of their components from various threats and modern challenges. A carefully designed regulatory framework is required to achieve this goal.

Key words: educational environment, state and municipal administration, legal regulation, state, management, regulations.

Сфера образования охватывает много аспектов, включая управление, которое направлено на регулирование взаимодействия в этой сфере. Государственное и муниципальное управление в образовании включает в себя нормативные правовые акты, которые формируют основы и структуру общественных отношений в этой области. Система правового регулирования сферы образования представляет собой совокупность нормативных актов, законов и правил, которые определяют права, обязанности и ответственность всех участников образовательного процесса, включая учащихся, учителей, администрацию учебных заведений и государство. Ее роль заключается в обеспечении законности, качества и равноправия в образовательной системе, а также в гарантировании доступа к образованию и защите прав детей и граждан в образовательном процессе. Эта система устанавливает стандарты образования, урегулирование финансовых вопросов, регулирует учебные планы и программы, и в целом обеспечивает стабильность и порядок в сфере образования.

Необходимо выделить различные виды нормативных актов на федеральном и региональном уровнях, учитывая их территориальную юрисдикцию и юридическую значимость. Примеры таких документов включают в себя:

1. Конституцию Российской Федерации (например, статьи 43, 72, 114, 130) [1];

2. Федеральный закон от 29 декабря 2012 года №273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации (в частности статьи 8,9, 26, 28) [2];

3. Федеральный закон от 6 октября 2003 года №131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации (например, статьи 14-16.1) [3];

4. Приказ Минпросвещения России от 2 сентября 2020 года №458 «Об утверждении Порядка приема на обучение по образовательным программам начального общего, основного общего и среднего образования» [4];

5. Постановление Правительства РФ от 28.10.2013 №966 "О лицензировании образовательной деятельности" [5];

6. Приказ Минобрнауки России от 01.07.2013 №499 "Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам" [6].

Более того, на уровне регионов могут возникать дополнительные нормы и правила, а также приниматься распоряжения и решения, которые регулируют конкретные аспекты в системе образования.

Важно отметить, что в сфере юриспруденции, управляющей образованием, имеется много разнообразных нормативных актов, затрагивающих разные аспекты этой деятельности. Следует подчеркнуть, что они включают как специализированные правовые документы, прямо связанные с образованием, так и "неспециализированные" акты, регулирующие другие социальные сферы, но оказывающие воздействие на различные стороны образования [7].

Эти акты можно классифицировать по следующим категориям:

1. Организация образования: законы о языках народов Российской Федерации и национально-культурной автономии оказывают влияние на многообразие языков и культур в образовании. Например, Закон Российской Федерации от 25 октября 1991 г. №1807-1 «О языках народов Российской Федерации», Федеральный закон от 17 июня 1996 г. № 74-ФЗ «О национально-культурной автономии» [8];

2. Специальные виды образования: военное образование регулируется федеральным законом о воинской обязанности и военной службе, а образование для осужденных - Уголовно-исполнительным кодексом Российской Федерации. Например, особенности военного образования регулируются Федеральным законом от 28 марта 1998 г. №53-ФЗ «О воинской обязанности и военной службе» [9];

3. Трудовые и социальные отношения в сфере образования: Трудовой кодекс, приказы министерства социального развития, опеки и попечительства;

4. Экономические и финансовые аспекты в сфере образования: Гражданский кодекс, Бюджетный кодекс. Например, Федеральный закон от 12 января 1996 г. №7-ФЗ «О некоммерческих организациях» [10];

Таким образом, современное законодательство охватывает широкий спектр аспектов государственного и муниципального управления в сфере образования, что делает его обширным и многоуровневым.

Образование представляет собой целенаправленный процесс воспитания и обучения, который имеет социальное значение и осуществляется в интересах человека, семьи, общества и государства. Оно включает в себя накопление знаний, навыков, ценностных установок для интеллектуального, духовно-нравственного, творческого и профессионального развития [11].

На сферу образования, управляющее воздействие оказывают следующие органы:

1. Правительство Российской Федерации, которое руководит разработкой и внедрением государственной политики в образовании, определяет основные направления развития образования, а также поддерживает систему бесплатного образования.

2. Министерство просвещения Российской Федерации, которое ответственно за общее образование, среднее профессиональное образование,

дополнительное профессиональное образование, профессиональное обучение, воспитание и социальную поддержку обучающихся.

3. Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, которое управляет высшим образованием, научной и инновационной деятельностью, развитием научных центров и молодежной политикой.

4. Федеральная служба по надзору в сфере образования и науки, отвечающая за контроль качества образования, лицензирование и аккредитацию образовательных организаций.

5. Федеральное агентство по делам молодежи, занимающееся государственной молодежной политикой, профессиональной ориентацией молодежи и другими мероприятиями для молодежи.

В Российской Федерации обеспечивается доступность и бесплатность образования согласно федеральным стандартам на разных уровнях образования, включая дошкольное, начальное, основное, среднее общее, и среднее профессиональное образование. Высшее образование также предоставляется бесплатно на конкурсной основе, если гражданин получает его впервые. Это право на образование реализуется через создание социально-экономических условий и государственную регламентацию образовательной деятельности, включая лицензирование, аккредитацию, и контроль в области образования. Эти меры помогают унифицировать и обеспечивать качество образовательных программ [12].

Согласно статье 93 Федерального закона "Об образовании в Российской Федерации", определяются важные меры контроля и надзора в сфере образования. Это включает федеральный государственный контроль качества образования, который оценивает соответствие образовательных программ требованиям федеральных образовательных стандартов и проводит проверки для выявления и устранения нарушений. Эти функции осуществляются как на федеральном уровне, так и на уровне субъектов Российской Федерации, что обеспечивает эффективный надзор за системой образования.

Правовые основы государственного и муниципального управления в сфере образования, несомненно, играют ключевую роль в формировании стабильной, качественной и доступной системы образования для каждого гражданина. Они устанавливают фундаментальные принципы, ценности и нормы, регулирующие образовательные процессы на различных уровнях управления.

Конституционные положения и законодательство о сфере образования закрепляют права и обязанности всех участников образовательного процесса, обеспечивая равные возможности для получения образования, защиту интересов студентов и создание условий для развития профессиональных навыков педагогического персонала. Государственные и муниципальные органы управления образованием несут ответственность за разработку и реализацию образовательной политики, обеспечивая финансовую поддержку и контроль за качеством образования.

Система стандартизации и аккредитации способствует поддержанию высоких стандартов образовательного качества и обеспечивает адекватную оценку и усовершенствование образовательных программ и учебных заведений.

Однако важно отметить, что правовые основы могут эволюционировать и совершенствоваться в соответствии с изменяющимися потребностями общества и сферы образования. Эффективное и справедливое государственное и муниципальное управление в области образования является неотъемлемой частью развития образования как ключевого фактора социального и экономического прогресса [13].

Список литературы:

1. Конституция Российской Федерации: [принята всенародным голосованием 12 декабря 1993 г. с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01 июля 2020 г.] // Официальный интернет-портал правовой информации. – URL: <http://www.pravo.gov.ru> (дата обращения: 01.11.2023).

2. Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012 №273-ФЗ (последняя редакция) // СПС Консультант Плюс: сайт. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_140174/ (дата обращения: 01.11.2023).

3. Федеральный закон от 06.10.2003 №131-ФЗ (ред. от 04.08.2023) "Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации" (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.10.2023) // СПС Консультант Плюс: сайт. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_44571/ (дата обращения: 01.11.2023).

4. Приказ Министерства просвещения РФ от 2 сентября 2020 г. № 458 «Об утверждении Порядка приема на обучение по образовательным программам начального общего, основного общего и среднего общего образования» (с изм. и доп. вступ. в силу с 30.08.2023) // ГАРАНТ: сайт. – URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/74526876/> (дата обращения: 01.11.2023).

5. Постановление Правительства РФ от 28.10.2013 №966 (ред. от 21.02.2020) "О лицензировании образовательной деятельности" (вместе с "Положением о лицензировании образовательной деятельности") // СПС Консультант Плюс: сайт. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_153731/ (дата обращения: 01.11.2023).

6. Приказ Министерства образования и науки РФ от 1 июля 2013 г. №499 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам» (с изм. и доп.) // ГАРАНТ: сайт. – URL: <https://base.garant.ru/70440506/> (дата обращения: 01.11.2023).

7. Государственное управление образованием России [Текст]: монография / С. Ю. Дубровина; Современная гуманитарная акад. - Москва: Изд-во СГУ, 2012. - 161 с.; 21 см.; ISBN 978-5-8323-0867-8.

8. Закон РФ "О языках народов Российской Федерации" от 25.10.1991 №1807-1 (последняя редакция) // СПС Консультант Плюс: сайт. – URL:

https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_15524/ (дата обращения: 01.11.2023).

9. Федеральный закон "О воинской обязанности и военной службе" от 28.03.1998 №53-ФЗ (последняя редакция) // СПС Консультант Плюс: сайт. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_18260/ (дата обращения: 01.11.2023).

10. Федеральный закон "О некоммерческих организациях" от 12.01.1996 №7-ФЗ (последняя редакция) // СПС Консультант Плюс: сайт. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_8824/ (дата обращения: 01.11.2023).

11. Открытое образование. Цивилизационные подходы и перспективы: Монография / Г.А. Краснова. - Москва: Изд-во Рос. ун-та дружбы народов, 2002. - 250, [2] с.: табл.; 20 см.; ISBN 5-209-01438-х.

12. Образовательное право, как отрасль российского права / В.М. Сырых; М-во образования Рос. Федерации. Упр. правового обеспечения [и др.]. - Москва: Исслед. центр проблем качества подгот. специалистов, 2000. - 135 с.; 20 см.

13. Система муниципального управления: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности "Государственное и муниципальное управление" / [Зотов В. Б. и др.]; под ред. В. Б. Зотова. - 3-е изд., доп. и перераб. - Москва [и др.]: Питер, 2007. - 555 с.: ил., табл.; 24 см. - (Серия "Учебник для вузов").; ISBN 978-5-91180-368-1.

УДК 351

Минок Д.С., обучающаяся 4 курса
Minok D.S., 4th year student

ФГБОУ ВО «Юго-Западный государственный университет»
Southwestern State University

**ИСПОЛЬЗОВАНИЕ НЕЙРОННЫХ СЕТЕЙ ДЛЯ РЕШЕНИЯ
ГОСУДАРСТВЕННЫХ ЗАДАЧ**
USING NEURAL NETWORKS TO SOLVE GOVERNMENT TASKS

Аннотация: Данная статья посвящена изучению роли и потенциала использования нейросетей для решения государственных задач. Кроме того, представлены возможные способы применения нейронных сетей в различных сферах государственного управления, а также рассмотрены уже существующие примеры использования нейронных сетей в решении государственных задач.

Ключевые слова: нейронные сети, нейросеть, государственные задачи, государственное управление, госорганы, искусственный интеллект.

Abstract: This article is devoted to the study of the role and potential of using neural networks to solve government problems. In addition, possible ways of using neural networks in various spheres of public administration are presented, and

existing examples of the use of neural networks in solving government tasks are also considered.

Keywords: neural networks, neural network, government tasks, public administration, government agencies, artificial intelligence.

Нейронные сети (НС) – это компьютерные модели, которые имитируют работу человеческого мозга и используются для решения сложных задач в разных областях. Они были разработаны на основе исследований мозга и его нейронной активности. Нейронные сети состоят из многочисленных алгоритмических элементов, называемых нейронами, которые взаимодействуют между собой для обработки информации.

Нейронные сети нашли применение во многих областях, включая медицину, финансы, естественные науки, транспорт, маркетинг и другие. Основные примеры применения включают:

- Машинное обучение. Нейросети используются для решения различных задач машинного обучения, таких как классификация, распознавание образов, прогнозирование и рекомендации. НС могут быть использованы для решения задач, которые невозможно решить с помощью классических алгоритмов машинного обучения. Они также могут быть использованы для построения более сложных моделей, которые могут применяться для решения более сложных задач.

- Обработка естественного языка. В области NLP нейронные сети позволяют анализировать и понимать текст, выполнять перевод, анализ сентимента и многое другое.

- Автоматизация процессов принятия решений. Нейросети являются мощным инструментом для автоматизации процессов принятия решений. Они могут быть использованы для анализа больших объемов данных и поиска закономерностей в них. Таким образом, НС могут помочь в решении сложных задач, которые требуют большого количества времени и усилий для их решения.

- Компьютерное зрение. В области компьютерного зрения нейронные сети применяются для распознавания объектов, сегментации изображений и даже для автоматического управления автомобилями.

- Медицинская диагностика. НС используются в медицинской диагностике для анализа медицинских изображений, предсказания заболеваний и сегментации органов на изображениях. Это помогает врачам быстрее и точнее поставлять диагнозы и тд.

Нейросети имеют много преимуществ по сравнению с другими алгоритмами. Они могут адаптироваться к изменениям и принимать решения на основе предоставленных данных. Также они могут извлекать больше информации из данных, чем обычные алгоритмы. Это позволяет им решать сложные задачи, которые не могут быть решены при помощи обычных алгоритмов. Преимущества использования нейросетей для решения сложных задач включают в себя следующее:

- Высокая точность. Нейросети способны анализировать большое количество данных и принимать решения с высокой точностью.
- Высокая скорость. Кроме высокой точности, они выполняют все поставленные задачи достаточно быстро.
- Адаптивность. НС адаптируются к изменениям в данных и принимают решения на основе полученных результатов.
- Универсальность. Нейронные сети могут быть использованы для решения различных задач, включая классификацию, распознавание образов, прогнозирование и другие [1].

Нейронные сети включают несколько слоев, которые обрабатывают информацию последовательно. Первый слой называется входным слоем, он получает информацию из внешних источников. Следующие слои называются скрытыми слоями и выполняют промежуточные вычисления. Последний слой называется выходным слоем, он выдает результат обработки информации [2].

Нейросети играют важную роль в решении государственных задач благодаря своей способности анализировать большие объемы данных, выявлять сложные закономерности и прогнозировать результаты. В контексте государственного управления НС могут использоваться для оптимизации процессов принятия решений, обработки информации, анализа бюрократических процедур, а также для обеспечения безопасности и контроля, и именно поэтому органы власти в России все чаще обращают внимание на искусственный интеллект. Обработка документов с использованием новых технологий, обращений, а также чат-ботов очень востребованы в наше время. На данный момент выделяют следующие возможные способы применения нейросетей в государственном секторе:

- Анализ входящей корреспонденции с помощью современных систем. Нейросети в государственном управлении могут использоваться различными способами. Можно выделить две группы, которые являются основными. Первый вариант – это анализ документов, где будет распознавать, а также извлекать все нужные поля. Второй вариант подразумевает под собой работу с текстом в свободной форме. Можно принимать сообщения с помощью искусственного интеллекта, а также классифицировать их, определять, что в дальнейшем предпринять. Самый очевидный и востребованный из этих вариантов применения НС в госсекторе — работа с входящей корреспонденцией. Документы, поступающие из различных источников, и письма требуют много трудозатрат — корреспонденцию необходимо сканировать и заносить в информационную систему, заполнить карточки. Соответственно, время обработки одного входящего письма или документа в органах власти с использованием ИИ сокращается в 2 раза. В пересчете на десятки, а то и сотни тысяч входящих писем в год это огромная экономия времени и ФОТ [3].

- Нейросети и обращения граждан. Запросы от населения могут поступать из различных источников и содержать информацию, которую часто приходится вручную заносить в информационные системы госорганов. Как минимум человеку приходится классифицировать само обращение — определять его вид (например, жалоба, заявка или пожелание к работе) или вопрос, которого оно касается. Эту рутину НС уже может брать на себя. Основываясь на исторических данных и

технологиях машинного обучения, нейронная сеть сама определяет вид обращения и вопрос, экономя время госслужащих. Более того, нейросеть умеет формировать проекты резолюции. Это удобно для помощника руководителя и делопроизводителя, им остаётся только проверить корректность автоматически заполненных данных. Известно, что в 35% случаев регистрация и классификация обращений может проходить совсем без привлечения человека. При этом экономия времени в среднем сводится к 187 рабочим часам в год, что равносильно целому месяцу работы одного сотрудника [4].

– Системы поддержки принятия решений и безопасность. Для госорганов самые востребованные внедрения ИС — это СППР (системы поддержки принятия решений) в ситуационных комнатах, в виде цифрового ИИ-мониторинга 24/7, когда умное решение самостоятельно детектирует лица, траектории передвижений граждан, цифровые следы транзакций, управляет потоками (транспортные, пациентов, граждан, получающих госуслуги) и т.д. Основной вопрос в этой области госсектора — уровень глубины принятия решения самой нейросети и соответствующее расширение или сужение законодательных полномочий людей и машин. В целом, если оценивать ситуацию детально, то становится понятно, что буквально в каждом направлении госсектора есть трудоемкие задачи, которые можно автоматизировать. В их числе обеспечение безопасности. Видеокамеры с технологиями AI можно использовать для моментального распознавания номеров автомобилей, лиц и поведения людей, состояния их здоровья. Подобные видеокамеры обойдутся куда дешевле, чем найм отдельного сотрудника [5]. Также ИС может использоваться для разделения угроз по различным отраслям, обработки больших данных и выявления паттернов актуальных угроз со стороны прогосударственных хакерских группировок и прогнозирования влияния их воздействия на экономическую экосистему страны [6].

– Поиск и прогнозирование развития катастроф. МЧС планируют использовать технологии искусственного интеллекта для анализа изображений различных катастроф, снятых спутниками. Нейросети будут искать на снимках пожары, подтопления, наводнения, разрушения, ДТП и прочие опасные ситуации и моделировать (в случае пожаров и наводнений) вероятные зоны распространения ЧП. Это позволит главам муниципалитетов и представителям РСЧС быстро принимать безотлагательные меры для минимизации последствий надвигающейся угрозы: в том числе своевременно эвакуировать население, если это необходимо, запрашивать дополнительную помощь и т.д [7].

– Составление «фоторобота» по ДНК. В МВД рассматривается возможность использования программного обеспечения, основанного на технологии ИС, которое позволит вычислять серийных преступников (то есть автоматически выявлять признаки взаимосвязанных преступлений), а также определять внешние анатомические признаки преступников (цвет глаз и волос, форму лица и головы) и составлять «фоторобот» по полученному с мест преступлений ДНК нарушителя, например следам крови. Технология уже отработана, для полноценного запуска системы не хватает пока базы геномных данных для анализа [8].

Государственные организации и правительства всего мира признают потенциал нейросетей и активно проводят исследования и реализуют проекты, направленные на использование этой технологии в различных областях своей

деятельности. От улучшения качества и эффективности государственных программ и услуг до оптимизации управления городской инфраструктурой - нейросети открывают новые возможности для совершенствования государственного сектора.

Так, например, в Китае реализован проект "Распознавание лиц для обеспечения безопасности на общественных мероприятиях". Он представляет собой систему распознавания лиц, основанную на нейросетях, которая применяется для обеспечения безопасности и предотвращения преступлений на общественных мероприятиях. Основная идея проекта заключается в использовании нейронных сетей для анализа изображений лиц людей, снятых с помощью видеокамер или фотографий, и их сравнения с базой данных известных преступников или подозреваемых лиц. При совпадении лица с записями в базе данных система может автоматически оповестить соответствующие службы безопасности или операторов мероприятия, чтобы принять необходимые меры.

Эта система широко применяется на общественных мероприятиях, таких как спортивные соревнования, концерты или массовые мероприятия, где большое количество людей собирается в одном месте. Она позволяет обеспечить безопасность и предотвратить возможные инциденты, такие как террористические акты, массовые потасовки или преступления. Системы распознавания лиц на основе нейросетей обладают высокой точностью и могут обрабатывать большие объемы данных в реальном времени. Они также могут распознавать лица в условиях изменения внешности, например, с применением масок или сменой причёски.

Стоит отметить, что это не единственный успешно реализованный проект в Китае с использованием ИИ в государственном секторе. Ими также было проведено исследование по контролю загрязнения воздуха с помощью «расширенной системы индикаторов AQI». Идея заключалась в оценке качества воздуха городов Китая, для дальнейшего моделирования политики контроля загрязнения воздуха, проводимой правительством страны, с помощью нейронных сетей.

Исследование "Анализ текстовых данных в правоохранительных органах с использованием нейросетей" проводилось командой исследователей из университета Стэнфорд с целью разработки нейросетевой модели для анализа больших объемов текстовых данных и улучшения эффективности правоохранительных органов в выявлении и раскрытии преступлений.

В данном исследовании используются методы глубокого обучения и нейронных сетей для обработки и анализа текстовой информации. Программа обучается на больших наборах текстовых данных, включающих отчеты о преступлениях, свидетельские показания, сообщения социальных сетей и другую доступную информацию. Основной задачей данного исследования является автоматизация процесса анализа текстовых данных и выявление связей между различными событиями и лицами, которые могут быть вовлечены в преступную деятельность.

Нейросетевая модель позволяет обрабатывать и классифицировать тексты, выделять ключевые слова, определять связи и паттерны, которые могут помочь в поиске основных факторов, приводящих к совершению преступлений.

В Бразилии же было проведено прогнозирование затрат на проекты общественных строительных работ с использованием многослойных искусственных нейронных сетей Perceptron. Это исследование направлено на представление вычислительной модели, основанной на искусственном интеллекте, в частности, на искусственных нейронных сетях, способных прогнозировать стоимость выполнения строительных проектов для бразильских образовательных общественных зданий. В результате, было принято решение использовать искусственный интеллект в качестве вспомогательного механизма для планирования строительных проектов, особенно в государственном секторе.

В некоторых полицейских участках США и Европы применяются отдельные элементы прогнозирования преступности на основе нейросетей.

Интеллектуальные системы позволяют правоохранителям работать на упреждение. НС анализирует массивы информации о криминогенной обстановке в отдельных районах и делает выводы о повышении криминальной активности на конкретной территории или о наличии связей между конкретными лицами и преступными организациями. Полицейские, получив такую информацию, больше уделяют внимания патрулированию именно тех зон, на которые указала нейросеть [9].

Таким образом, можно сделать вывод, что нейронные сети имеют большой потенциал и перспективы применения в государственном секторе, они предоставляют уникальные возможности для обработки и анализа больших объемов данных, обеспечения безопасности и контроля, а также улучшения систем управления государственными процессами. Все большее количество стран проводят исследования и реализуют проекты с использованием нейронных сетей. В будущем они могут привести к более инновационным и эффективным решениям, улучшению качества услуг и повышению уровня благополучия граждан.

Список литературы

1. Анатольев, В. А., Человечкова, А. В. Недостатки и преимущества нейронных сетей // Наука 21 века: технологии, управление, безопасность. — Курган: Курганский государственный университет, 2022. — С. 12-15.

2. Ксенофонов Вадим Валерьевич НЕЙРОННЫЕ СЕТИ // Проблемы науки. 2020. №11 (59). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/neyronnye-seti-1> (дата обращения: 13.11.2023).

3. Шевлякова, В.С. Применение интеллектуальных систем в социально-экономических сферах общества. анализ основных проблем / В.С. Шевлякова // Актуальные проблемы развития хозяйствующих субъектов, территорий и систем регионального и муниципального управления. Материалы 17-й Международной научно-практической конференции. Под редакцией Ю.С. Положенцевой. Курск, — 2022. — С. 317-322.

4. Беляева, О.В. Управление внедрением инновационных цифровых технологий регионов / О.В. Беляева, А.С. Обухова, И.Г. Ершова // Вестник Академии знаний. — 2021. — № 47 (6). — С. 45-49.

5. Ксенофонтов Вадим Валерьевич НЕЙРОННЫЕ СЕТИ // Проблемы науки. 2020. №11 (59). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/neyronnyye-seti-1> (дата обращения: 13.11.2023).

6. Косоруков Артем Андреевич Технологии искусственного интеллекта в современном государственном управлении // Социодинамика. 2019. №5. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tehnologii-iskusstvennogo-intellekta-v-sovremennom-gosudarstvennom-upravlenii> (дата обращения: 13.11.2023).

7. Виноградов Олег Владимирович, Морозова Оксана Александровна Аспекты применения нейронных сетей для прогнозирования чрезвычайных ситуаций // Технологии гражданской безопасности. 2021. №1 (67). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/aspekty-primeneniya-neyronnyh-setey-dlya-prognozirovaniya-chrezvychaynyh-situatsiy> (дата обращения: 13.11.2023).

8. Владимир Юрьевич Дроздов Использование искусственного интеллекта для предупреждения преступности // Закон и право. 2021. №9. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ispolzovanie-iskusstvennogo-intellekta-dlya-preduprezhdeniya-prestupnosti> (дата обращения: 13.11.2023).

9. Кетия Тимур Анзорович Нейросетевые технологии в деятельности правоохранительных органов России и зарубежных стран // Евразийская адвокатура. 2022. №4 (59). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/neyrosetevye-tehnologii-v-deyatelnosti-pravoohranitelnyh-organov-rossii-i-zarubezhnyh-stran> (дата обращения: 13.11.2023).

УДК 336.63: 331.2: 330.59: 332.122

Митрошин И.В., к.э.н., ведущий аудитор ООО «Интернешнл Бизнес Консалтинг Групп», г. Москва, Россия
Mitroshin I.V., candidate of economics, Leading Auditor of International Business Consulting Group LLC, Moscow, Russia

**ФАКТОРЫ УРОВНЯ ЖИЗНИ И ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО
ПОТЕНЦИАЛА В РЕГИОНАХ ЦЕНТРАЛЬНОГО
ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА КАК РЕЗУЛЬТАТ СОЦИАЛЬНО-
ЭКОНОМИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ РЕГИОНА**

**FACTORS OF LIVING STANDARDS AND HUMAN POTENTIAL IN THE
REGIONS OF THE CENTRAL FEDERAL DISTRICT AS A RESULT OF SOCIO-
ECONOMIC MANAGEMENT OF THE REGION**

Аннотация: В работе произведен краткий сравнительный анализ отдельных показателей уровня жизни населения и человеческого потенциала во всех регионах Центрального Федерального Округа в 2000 году и в 2021 году. Произведено ранжирование этих показателей от лучшего к худшему по каждому региону, рассчитаны средние показатели, которые тоже были ранжированы. Произведено сравнение 2000 и 2021 гг. На основании полученных данных сделаны выводы о росте уровня жизни во всех

рассматриваемых регионах в течение 2000-2021 гг. Определено значительное отставание показателей качества жизни в других регионах от показателей Москвы. Сделан вывод, что разумное социально-экономического управление региона может существенно повысить уровень жизни его жителей.

Ключевые слова: уровень жизни населения, человеческий потенциал, регионы Центрального Федерального Округа.

Abstract: The paper provides a brief comparative analysis of individual indicators of the standard of living of the population and human potential in all regions of the Central Federal District in 2000 and in 2021. These indicators were ranked from best to worst for each region, the average indicators were calculated, which were also ranked. A comparison was made between 2000 and 2021. Based on the data obtained, conclusions are drawn about the growth of living standards in all the regions under consideration during 2000-2021. A significant lag in the indicators of quality of life in other regions from the indicators of Moscow has been determined. It is concluded that reasonable socio-economic management of the region can significantly improve the standard of living of its residents.

Keywords: standard of living of the population, human potential, regions of the Central Federal District.

Постановка проблемы. Уровень жизни человека, а также тенденции его изменения в определенном периоде наиболее четко отражают состояние экономического развития региона и степень социально-экономического управления со стороны региональных и местных властей. Центральный Федеральный Округ является крупнейшим в России по численности населения. Кроме того, именно здесь наблюдается самое большое социальное неравенство в региональном аспекте. Качество жизни населения и степень человеческого потенциала в столице гораздо выше, чем в прилегающих регионах.

Анализ регионов по отдельным показателям уровня жизни выявляет социально-экономические проблемы региона и может подсказать пути решения этих проблем. Регионы ЦФО развиваются не одинаково, поэтому одним из способов анализа может быть сравнение их показателей в определенные периоды времени. Степень изменения этих индикаторов в 2021 году по сравнению с 2021 годом отражает уровень развития региона, а также способность региональной администрации управлять экономическим развитием. Безусловно, что, кроме субъективных факторов, могут быть и объективные - географическое положение, климат, закрытие или остановка отдельных предприятий под влиянием санкций и т.д.

Методы и источники данных. К поставленной в настоящей работе проблеме обращаются и другие авторы. Исследователи С.И. Абрамян и А.А. Федотов [1] рассматривают человеческий потенциал и его взаимодействие, и взаимосвязь с показателями уровня жизни граждан. К последним они относят: среднедушевые доходы населения, уровень безработицы, коэффициент Джини и т.д. К показателям человеческого капитала авторы относят естественный прирост населения, ожидаемую продолжительность жизни, уровень преступности и т.д. В своей работе исследователи Е.М. Карпенко и Ю.Ю.

Рассеко [2] определяют методологию понятия «темп жизни». В эру научно-технического прогресса этот фактор воздействует на качество жизни человека и ее стиль. В исследовании темп жизни представлен в виде трех потоков: физического, информационного и финансового. Авторский коллектив [4] в своем исследовании рассматривает среднедушевые доходы и их соотношение к прожиточному минимуму в качестве важного показателя уровня жизни. В работе Д.В. Разыграева [5] анализируется человеческий капитал, на развитие которого влияют: образование, здравоохранение, рынок труда, городская инфраструктура. Их развитие зависит от социально-экономической политики федеральных, региональных и местных властей. Кроме того автор определяет понятие «человеческие активы», к которым относит знания, опыт (навыки), профессиональные качества. В исследовании С.В. Кожемяко и Э.С. Алпатовой [3] раскрываются проблемы и перспективы развития рынка труда, которые зависят от степени управления государством социально-экономической ситуации в регионе и в стране.

В настоящей работе использованы материалы государственной статистики России [6; 7], применены методы анализа, сравнения, табличный метод.

Результаты. Существует ряд показателей для определения уровня жизни населения и уровня развития человеческого потенциала. К индикаторам уровня жизни можно отнести среднемесячную заработную плату, среднедушевые доходы населения, валовый региональный продукт на душу населения, соотношение заработной платы или среднедушевых доходов с прожиточным минимумом или минимальной потребительской корзиной. К факторам человеческого потенциала относятся уровень преступности, уровень образования, качество медицинского обслуживания, степень развития городской или региональной инфраструктуры. К показателю, определяющему качество жизни человека, но не выраженному в денежных единицах, можно отнести уровень безработицы.

Сравнение отдельных показателей уровня жизни населения, качества жизни граждан и показателей человеческого потенциала в 2000 и 2021 гг. в регионах Центрального Федерального Округа отражает основные тенденции изменения социально-экономической среды. В качестве репрезентативных показателей нами выбраны: реальная среднемесячная заработная плата (в ценах 2021 года), реальные среднедушевые доходы в месяц (в ценах 2021 года), уровень безработицы (по методике Всемирной Организации Труда), численность студентов, обучающихся по программам высшего профессионального образования (бакалавриат, магистратура, специалитет) в процентах от общей численности населения во всех регионах ЦФО в 2021 и 2000 гг. (табл.1).

Проведенный анализ показал определенный рост реальной среднемесячной заработной платы и реальных среднедушевых доходов во всех анализируемых регионах за двадцать один год. В городе Москве, например, рост составил 5,5 раза, в Тамбовской области – 4,4 раза, в Тверской области, соответственно, - 4,1 раза. Причем Москва являлась лидером по данным

показателям, как в 2000 году, так и в 2021 году. Средняя зарплата в Москве в 2021 году превышала аналогичный показатель в Ивановской области (самый низкий показатель в ЦФО) в 3,5 раза. Среднедушевые месячные доходы в Москве в 2021 году превышали аналогичный показатель во Владимирской области (самый низкий показатель в ЦФО) в 3,1 раза.

Таблица 1. Отдельные показатели уровня жизни и человеческого потенциала в 2000 г. и в 2021 г. в регионах ЦФО

Регион	Среднемесячная заработная плата (в ценах 2021 года), руб.		Среднедушевые доходы в месяц (в ценах 2021 года), руб.		Уровень безработицы, %		Численность студентов, обучающихся по программам высшего профессионального образования в % к общему населению региона	
	2000 год	2021 год	2000 год	2021 год	2000 год	2021 год	2000 год	2021 год
Белгородская область	10 606	41 775	9 605	35 612	5,8	3,7	3,0	3,0
Брянская область	8 947	35 582	9 676	31 608	13,1	3,2	1,9	1,9
Владимирская область	10 861	39 550	8 835	28 523	12,2	3,2	1,8	1,9
Воронежская область	8 883	40 830	9 599	35 198	10,0	3,9	3,2	3,7
Ивановская область	8 782	32 403	7 697	28 680	10,1	3,6	3,4	2,4
Калужская область	12 513	48 837	9 856	35 076	8,2	3,6	1,5	1,9
Костромская область	10 086	35 967	9 622	28 560	8,6	3,9	2,2	1,5
Курская область	10 968	40 292	11 054	32 715	10,4	3,5	2,5	3,3
Липецкая область	12 045	40 188	11 348	35 231	8,5	3,9	1,7	1,7
Московская область	15 566	64 041	12 512	53 989	7,4	3,2	2,0	1,0
Орловская область	9 470	35 754	8 730	29 846	8,5	4,3	3,7	3,7
Рязанская область	10 290	40 631	8 901	30 496	9,5	2,9	2,1	2,7
Смоленская область	11 544	36 529	11 987	30 731	12,2	4,6	1,7	2,4
Тамбовская область	7 798	34 438	9 850	30 241	8,2	3,6	2,1	2,8
Тверская область	9 867	40 286	7859	30675	9,4	4,0	1,8	1,8
Тульская область	11 894	44 726	10 680	32 252	9,7	3,8	1,4	2,3
Ярославская область	14 103	41 209	13 350	33 131	7,3	5,4	2,3	2,5
Город Москва	20 415	112 768	50 562	88 860	3,8	2,3	8,8	6,0

Аналогичная ситуация складывается с уровнем безработицы, которая в течение 2000-2021 гг. снизилась во всех рассматриваемых регионах. При этом Москва также оставалась лидером как в 2000 году, так в 2021 году, где была зафиксирована самая низкая безработица. С показателем численности

студентов высших учебных профессиональных заведения ситуация неоднозначная. В некоторых регионах этот индикатор вырос, в некоторых – снизился, в некоторых – остался неизменным в течение анализируемого периода. В любом случае лидером по соотношению численности студентов ВУЗов к общей численности населения всегда оставалась столица.

Для более полного понимания состояния уровня жизни населения и степени человеческого потенциала нами проведено ранжирование каждого показателя по порядковому месту (от лучшего к худшему) по каждому из четырех показателей как в 2000 году, так и в 2021 году (табл. 2). Из полученных данных были выведены средние значения, которые были ранжированы в том же порядке. В конце рассчитано изменение ранга в 2021 году по сравнению с 2000 годом.

Таблица 2. Суммирование показателей уровня жизни и человеческого потенциала в 2000 г. и в 2021 г. в регионах ЦФО

Регион	Рейтинг по среднемесячной зарплате		Рейтинг по среднедушевым доходам		Рейтинг по уровню безработицы		Рейтинг по численности студентов ВУЗов		Среднее значение		Рейтинг средних значений (общий рейтинг)		Изменение общего рейтинга за двадцать один год
	2000 год	2021 год	2000 год	2021 год	2000 год	2021 год	2000 год	2021 год	2000 год	2021 год	2000 год	2021 год	
Белгородская область	10	5	12	3	2	10	5	5	7,25	5,75	4	2	2
Брянская область	15	16	10	10	18	3	12	12	13,75	10,25	18	10	8
Владимирская область	9	12	15	18	16	3	13	12	13,25	11,25	16	13	3
Воронежская область	16	7	13	5	13	12	4	2	11,5	6,5	14	5	9
Ивановская область	17	18	18	16	14	7	3	9	13	12,5	15	15	0
Калужская область	4	3	8	6	5	7	17	12	8,5	7	6	6	0
Костромская область	12	14	11	17	9	12	8	17	10	15	9	18	-9
Курская область	8	9	6	8	15	6	6	4	8,75	6,75	7	4	3
Липецкая область	5	11	5	4	7	12	15	16	8	10,75	5	11	-6
Московская область	2	2	3	2	4	3	11	18	5	6,25	3	3	0
Орловская область	14	15	16	15	7	16	2	2	9,75	12	8	14	-6
Рязанская область	11	8	14	13	10	2	9	7	11	7,5	13	7	6
Смоленская область	7	13	4	11	16	17	15	9	10,5	12,5	11	16	-5
Тамбовская область	18	17	9	14	5	7	9	6	10,25	11	10	12	-2
Тверская область	13	10	17	12	11	15	13	15	13,5	13	17	17	0
Тульская область	6	4	7	9	12	11	18	11	10,75	8,75	12	8	4
Ярославская область	3	6	2	7	3	18	7	8	3,75	9,75	2	9	-7
Город Москва	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0

Полученные результаты показали, что Москва сохранила лидерство по всем рассматриваемым показателем в течение двадцати одного года. Также сохранили свои места в ранжировании Ивановская, Калужская, Московская, Тверская области. В данных регионах сложно определить уровень организации социально-экономического управления региона, так как по сути значительных изменений по отношению к соседним регионам не произошло. Ивановская область как занимала одно из последних мест, так там и осталась. Помимо субъективных причин низкий уровень жизни можно пояснить удаленностью этого региона от основных транспортных магистралей.

Значительно повысились места в ранжировании в Воронежской области (9 пунктов), Брянской области (8 пунктов), Рязанской области (6 пунктов). Это отражает определенную работу региональных властей в области развития экономического потенциала региона и повышения уровня жизни населения. Заметно снизились места в ранжировании в Костромской области (9 пунктов), Ярославской области (7 пунктов), Липецкой области (6 пунктов), Орловской области (6 пунктов), Смоленской области (5 пунктов). На наш взгляд, региональные власти этих областей уделяют не достаточно внимания развитию своих регионов. Отмечается также факт, что Белгородская область в 2021 году вышла на второе место по рейтингу анализируемых показателей, обогнав Московскую область.

Выводы. Сравнительный суммированный рейтинговый анализ отдельных показателей уровня жизни населения и человеческого потенциала отражает степень экономического развития региона и способность региональных властей осуществлять социально-экономическое управление. Понятно, что Москва, являясь столицей и крупным мегаполисом, находится в более привилегированном положении, чем соседние регионы. Однако в менее густонаселенных и индустриально развитых областях всегда существует потенциал развития, которые региональные власти могут использовать при разумном и планомерном управлении. В целом за 2000-2021 гг. анализ показал рост уровня жизни населения во всех регионах ЦФО.

Список литературы

1. Абрамян С.И., Федотов А.А. Человеческий потенциал и уровень жизни населения: функциональные взаимосвязи // Экономика и бизнес: теория и практика. 2022. № 12-1 (94). С. 11-14.

2. Карпенко Е.М., Рассеко Ю.Ю. Качество жизни, уровень жизни и темп жизни: теоретические и методические аспекты // Труд. Профсоюзы. Общество. 2022. № 4 (78). С. 6-12.

3. Кожемяко С.В., Алпатова Э.С. Современные проблемы и перспективы развития рынка труда // Московский экономический журнал. - 2023. № 3. С. 512-527. URL: <https://qje.su/ekonomicheskaya-teoriya/moskovskijekonomicheskij-zhurnal-3-2023-45/>

4. Пастухова Е.Я., Бельчик Т.А., Кочнева О.П. Доходы, бедность и потребительские расходы населения регионов: долгосрочные тренды и факторы влияния // Вопросы управления. 2023. № 3 (82). С. 5-18.

5. Разыграев Д.В. Экономические особенности развития человеческого капитала // Вестник евразийской науки. 2023. Т. 15. № S1.

6. Регионы России. Основные характеристики субъектов Российской Федерации. 2018: Стат. сб. / Росстат. – М., 2018. – с.15-162.

7. Регионы России. Основные характеристики субъектов Российской Федерации. 2021: Стат. сб. / Росстат. – М., 2021. – с. 15-163.

УДК 657.01

Михайлова В.А., обучающаяся 3 курса

Mikhailova V.A., 3rd year student

ФГБУ ВО «Поволжский государственный технологический университет»

Volga State Technological University

Научный руководитель: Леухина Т.Л., к.э.н., доцент

Scientific supervisor: Leukhina T.L., Ph.D. Associate Professor

ОСОБЕННОСТИ УЧЕТА ГОТОВОЙ ПРОДУКЦИИ FEATURES OF ACCOUNTING OF FINISHED PRODUCTS

Аннотация: В статье рассмотрена теория учета выпуска и продажи готовой продукции, а также проведен анализ имеющихся результатов на основе научных статей по учету выпуска и продажи готовой продукции. Подведены итоги и сделаны выводы согласно анализу статей и опираясь на нормативно-правовые акты, связанные с учетом выпуска и продажи готовой продукции.

Ключевые слова: анализ, учет, выпуск, готовая продукция, продажа.

Abstract: The article considers the theory of accounting for the release and sale of finished products, and also analyzes the available results based on scientific articles on accounting for the release and sale of finished products. The results are summed up and conclusions are drawn according to the analysis of articles and based on regulatory legal acts related to the production and sale of finished products.

Keywords: analysis, accounting, output, finished products, sale.

На сегодняшний день основным атрибутом предпринимательской деятельности является выпуск и реализация готовой продукции (работ, услуг). Это основной источник дохода для организации и завершающий этап кругооборота хозяйственных средств предприятия. Финансовый результат от продажи готовых изделий определяет финансовый результат всей деятельности предприятия. Рост объема производства и реализации продукции, а также повышение качества, влияют на издержки, прибыль и рентабельность. Цель предприятия - производить и продавать максимальное количество продукции высокого качества при минимальных затратах. Учет выпуска и продажи

готовой продукции помогает выявить наиболее эффективные пути увеличения объема выпуска и улучшения качества продукции, а также определить внутренние резервы роста объема производства. Бухгалтерский учет и анализ продукции является актуальным для всех предприятий.

Готовая продукция является конечным результатом производственного цикла и предназначена для продажи. Это продукты и полуфабрикаты, произведенные на предприятии, полностью укомплектованные, доставленные на склад компании в соответствии с утвержденной процедурой приемки и готовые к продаже. Продукт считается готовым, если он прошел все стадии технологической обработки, был протестирован, оснащен, соответствует установленным стандартам и требованиям, доставлен на склад готовой продукции и задокументирован соответствующими первичными обосновывающими документами. Если хотя бы одно из вышеуказанных условий не выполняется для такого продукта, затраты признаются в бухгалтерском учете неполными.

Согласно ФСБУ 5/19 «Запасы» [6], готовая продукция и товары являются частью запасов организации. Основные цели учета готовой продукции определены в Методических указаниях, утвержденных Минфином России. Бухгалтерский учет готовой продукции должен выполнять следующие функции: формирование данных для расчета фактической себестоимости продукции, контроль над правильным и своевременным оформлением документов по поступлению и отпуску продукции, контроль над своевременностью расчетов с покупателями и заказчиками, контроль выполнения расходов, связанных с отгрузкой и реализацией продукции, и контроль за сохранностью продукции на всех этапах ее движения и хранения.

Для начала рассмотрим статью О.И. Шестакова «Актуальные вопросы учета реализации готовой продукции» [7]. В данной статье подробно обсуждаются основные концепции, типы и особенности реализации учета готовой продукции в агропромышленном комплексе. Как известно, готовая продукция является частью производственных запасов, предназначенная для продажи. Это конечный результат производственного цикла, который приводит к созданию активов, завершенных обработкой (сборкой), технические и качественные свойства которых соответствуют условиям контракта или требованиям других документов в случаях, предусмотренных законодательством.

Передача продукции в собственный розничный магазин может осуществляться с использованием автомобилей компании или нанятых работников. В нашем магазине, помимо всех наименований продукции компании, также могут быть реализованы дополнительные сопутствующие товары. Оформление документации при реализации готовой продукции на сельскохозяйственных предприятиях включает в себя заполнение товарной накладной по образцу № ТОРГ-12. Этот документ составляется в двух экземплярах. «В синтетическом учете продажи готовой продукции сельского хозяйства используется счет 90. Регистр синтетического учета для счета 90 -

оборотная ведомость. Аналитический учет для счета 90 осуществляется по видам продаваемой продукции».

Если готовую продукцию учитывают без использования счета 40, то на счете 43 отдельно отражают нормативную стоимость готовой продукции и по субсчету - разницу между фактической стоимостью готовой продукции и учетной стоимостью. Такие различия учитываются по однотипным группам готовой продукции. Если фактическая стоимость выше учетной, то разница учитывается по дебету субсчета «Разница между фактической и учетной стоимостью готовой продукции» и кредиту счетов для учета затрат. В случае если фактическая стоимость ниже учетной, для разницы выполняется запись сторно. Для обобщения сведений о продукции, уже отправленной с предприятия, используется счет 45. Использование данного счета необязательно, однако оно удобно, если в процессе реализации продукции есть временная разница между отправкой продукции и оплатой за нее.

В статье О.П. Полонской «Способы оценки готовой продукции» [8], нас погружают в нюансы учета готовой продукции и тонкости методов её оценки, рассматривая широкий и сложный термин «готовая продукция». В соответствии с новым ФСБУ 5/2019 «Запасы», готовая продукция - это часть запасов, представляющая собой конечный результат производственного процесса, активный компонент, обработанный до состояния готовности (собранный), чьи технические и качественные показатели соответствуют условиям договора либо требованиям других документов и предназначены для продажи в рамках обычной деятельности компании.

Также в статье исследуются различные способы учета производства, поступления и реализации готовой продукции в данной статье. Мы отмечаем, что в течение отчетного года оценка готовой продукции предприятия может происходить по нормативной стоимости, и только в конце года она приводится к фактической стоимости, а также учитывается непосредственно по фактической или справедливой стоимости. Справедливая стоимость, ранее представленная только в международных стандартах, теперь законодательно закреплена и в российской системе учета. В качестве иллюстрации рассматривают пример учета готовой продукции по планируемой и фактической цене.

Последней проанализированной статьёй стала статья С.А. Черняковской «Анализ выручки на предприятии» [9]. В данной статье авторы рассматривают анализ выручки. Во время производства продукции и выполнения работ создается новая стоимость, которая определяется размером выручки от реализации. Выручка от реализации служит основным источником для возмещения затрат на производство продукции, создания фондов денежных средств. Своевременное получение выручки обеспечивает непрерывность движения средств и стабильность процесса работы предприятия. Не вовремя полученная выручка может вызвать перебои в работе, снижение прибыли и нарушение договорных обязательств. Использование выручки отображает начальный этап процесса распределения. Из полученной выручки предприятие компенсирует материальные затраты на сырье, материалы, топливо и

электроэнергию, а также на услуги, полученные от других предприятий. Дальнейшее распределение выручки включает формирование амортизационных отчислений, которые служат источниками воспроизводства основных средств и нематериальных активов.

Все вышеперечисленные статьи были написаны на основании ФСБУ 5/19. Но до него существовал ПБУ 5/01. Чем же отличаются эти документы? Об этом подробно написано в статье В.А. Верникова «Основные отличия учета запасов ПБУ 5/01 и ФСБУ 5/2019» [10].

Обычно тщательный и систематизированный учет материально-производственных запасов ведет к прибыли и правильному управленческому учету на предприятии или в организации.

Материально-производственные запасы на предприятиях и в организациях, как правило, имеют широкий ассортимент.

В торговых организациях это включает товары для продажи, а на производственных предприятиях — сырье, материалы и готовую продукцию.

Материально-производственные запасы используются предприятием или организацией для производства товаров, выполнения работ и предоставления услуг.

В ФСБУ 5/2019 содержатся основные положения по учету материально-производственных запасов, методы их учета и оценки на начальный и конечный периоды. Каждая компания самостоятельно выбирает методы учета и отражает их в учетной политике.

Благодаря введению ФСБУ 5/2019 удалось приблизить российское законодательство к международным стандартам учета материально-производственных запасов. Были внесены новые понятия, такие как чистая и справедливая стоимость продажи, которых ранее не было в отечественном учете. Также уточнены некоторые спорные аспекты по учету себестоимости запасов и методы определения запасов в отчетности организации.

В основном, введение ФСБУ 5/2019 требует изучения правил учета "малоценных основных средств" и специализированных инструментов, приобретенных до 2021 года. В остальном правила ФСБУ не претерпели значительных изменений по сравнению с ПБУ 5/01.

Нормативное регулирование учета выпуска и продажи готовой продукции осуществляется на основе ряда законодательных актов и нормативно-правовых документов, которые определяют правила и порядок учета данных операций.

Организационно-методологические основы учета готовой продукции и ее реализации на территории Российской Федерации регламентируются такими основополагающими документами, как Федеральным законом «О бухгалтерском учете» [4], ФСБУ 5/19 «Запасы» и ПБУ 9/99 «Доходы организации» [5], Налоговым кодексом РФ [3] и Гражданским Кодексом РФ [1,2]. Гражданский кодекс РФ в части второй определяет общие положения о купле-продаже. Так, дано понятие договора купли-продажи, определено, что понимать под сроком исполнения обязанности передать товар, оговорены обязанности и ответственность продавца в части исполнения им своих обязательств, последствия в случае невыполнения обязательств и даны другие основные понятия.

Налоговый кодекс РФ в части первой дает определение такому понятию, как «реализация товаров, работ, услуг», под которым понимается соответственно передача на возмездной основе права собственности на товары, результатов выполненных работ одним лицом другому лицу, возмездное оказание услуг одним лицом другому лицу. Также в Налоговом кодексе Российской Федерации оговорены принципы определения цены товаров, работ или услуг для целей налогообложения. Основным документом, который регулирует организацию бухгалтерского учета в России, является Федеральный закон «О бухгалтерском учете». Он дает определения основным понятиям, которые используются в бухгалтерском учете, определяет сферу действия данного закона, основные требования к организации бухгалтерского учета на предприятиях.

Таким образом, анализ имеющихся результатов учета выпуска и продажи готовой продукции является важным инструментом для эффективного управления предприятием. Он позволяет выявить тенденции, определить эффективность процессов, улучшить конкурентоспособность и принять управленческие решения, направленные на повышение прибыли и удовлетворение потребностей клиентов.

Список источников:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 N 51-ФЗ (ред. от 03.08.2021) / Собрание законодательства РФ, 05.12.1994, N 32, ст. 3301
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 N 14-ФЗ (ред. от 29.07.2021) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.09.2018) / Собрание законодательства РФ, 29.01.1996, N 5, ст. 410
3. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) от 31.07.1998 N 146-ФЗ (ред. от 27.11.2018) // Собрание законодательства РФ, N 31, 03.08.1998, ст. 3824.
4. О бухгалтерском учёте: федеральный закон от 06 ноября 2011 г. № 402-ФЗ [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.consultant.ru>
5. Положения по бухгалтерскому учету «Доходы организации» (ПБУ 9/99): приказ Минфина России от 06 мая 1999 г. № 33н [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.consultant.ru>
6. Приказ Минфина России от 15.11.2019 N 180н "Об утверждении Федерального стандарта бухгалтерского учета ФСБУ 5/2019 "Запасы" [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.consultant.ru>
7. Шестакова, О. И. Актуальные вопросы учета реализации готовой продукции / О. И. Шестакова. — Текст: непосредственный // Молодой ученый. — 2020. — № 23 (313). — С. 457-459. — URL: <https://moluch.ru/archive/313/71271/> (дата обращения: 13.11.2023)
8. Полонская, О.П Способы оценки готовой продукции / О.П. Полонская, В.Ю. Брык, А.М. Зеленская — Текст: непосредственный // Международный журнал — 2022. — №39 (1) — С. 446-451. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sposoby-otsenki-gotovoy-produktsii/viewer> (дата обращения: 13.11.2023)
9. Черняковская, С.А. Анализ выручки предприятия / С.А. Черняковская, С. Назарова, Д. Симонова — Текст: непосредственный // Международный журнал —

2022. — №27 (1) — С. 316-319. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-vyruchki-na-predpriyatii/viewer> (дата обращения: 13.11.2023)

10. Верников, В.А., Основные отличия учета запасов по ПБУ 5/01 и ФСБУ 5/2019/ В.А. Верников, И.Е. Коноваленко — Текст: непосредственный // Научный вестник: Финансы, банки, инвестиции — № 1— 2022. — С. 73-81. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnyye-otlichiya-ucheta-zapasov-po-pbu-5-01-i-fsbu-5-2019> (дата обращения: 13.11.2023)

УДК 330

Мурадасилов М.А., обучающийся 3 курса

Muradasilov M. A., 3rd year student

ГБОУВО РК «Крымский инженерно-педагогический университет имени Февзи Якубова»

SBEIHE RC «Crimean engineering and pedagogical university the name of Fevzi Yakubov»

**ГЕНЕРАТИВНЫЙ ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ И
МАШИННОЕ ОБУЧЕНИЕ В ЛОГИСТИЧЕСКОЙ СФЕРЕ**
GENERATIVE ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND MACHINE LEARNING IN
LOGISTICS

Аннотация. В данной статье рассмотрены основные тренды внедрения ИИ в логистическую сферу. Выделена актуальность темы исследования, дана трактовка понятий «Генеративный искусственный интеллект», «машинное обучение», «ИИ», отражена роль искусственного интеллекта в транспортной сфере.

Ключевые слова: искусственный интеллект, логистика, транспортировка

Annotation. This article discusses the main trends in the introduction of AI in the logistics sector. The relevance of the research topic is highlighted, the interpretation of the concepts "Generative artificial intelligence", "machine learning", "AI" is given, the role of artificial intelligence in the transport sector is reflected.

Keywords: artificial intelligence, logistics, transportation

Актуальность данной темы обусловлена быстрым развитием цифровых технологий и их влиянием на бизнес-процессы. В современном мире компании сталкиваются с необходимостью адаптироваться к изменениям, связанным с цифровизацией, и улучшением логистических цепочек в режиме реального времени.

Исследование цифровых трендов в управлении человеческими ресурсами поможет компаниям понять, какие инструменты и методы могут быть использованы для улучшения работы с персоналом, повышения его продуктивности, удовлетворенности и мотивации. Это позволит компаниям

оставаться конкурентоспособными на рынке труда и привлекать и удерживать талантливых сотрудников.

Изучение цифровых трендов таких как ИИ в управлении логистическими цепями имеет большое значение для бизнеса в условиях быстро меняющейся цифровой среды.

Цель данной работы: изучить влияние ИИ на логистическую сферу.

Генеративный искусственный интеллект (ГИИ) и машинное обучение (МО) — это два тесно связанных направления в области искусственного интеллекта. ГИИ относится к способности компьютерных систем создавать новые данные, изображения, тексты или звуки, которые могут быть использованы в различных областях, таких как искусство, дизайн, музыка и т.д. МО, с другой стороны, относится к способности компьютерных систем извлекать паттерны из данных и использовать их для принятия решений или выполнения определенных задач.[1]

ГИИ и МО часто используются вместе для создания инновационных решений в различных областях, таких как генетика, медицина, финансы, автомобильная промышленность и многие другие. Например, ГИИ может использоваться для создания новых дизайнов или музыкальных композиций, а МО может быть использовано для анализа больших объемов данных и выявления паттернов или тенденций.

Область ГИИ и МО продолжает развиваться, и с каждым годом появляются новые методы и технологии, позволяющие создавать более сложные и инновационные решения. Искусственный интеллект (ИИ) — это область компьютерной науки, которая занимается созданием систем, способных выполнять задачи, требующие интеллектуальных способностей человека. Развитие искусственного интеллекта прошло через несколько этапов.

Первый этап - В 1943 году американские ученые Уоррен Мак-Коллок и Уолтер Гарри Питтс стали первыми, кто начал говорить о нейронных сетях. Они были основоположниками кибернетики и бионики. Через год Джон фон Нейман, ученый из Принстона, предложил архитектуру, которая стала основой для всех современных компьютеров. А через 7 лет Алан Тьюринг разработал известный тест с ширмой.[2]

Суть теста Тьюринга заключалась в определении, является ли за ширмой человеком или компьютером. Если человек не мог идентифицировать компьютер, то тест считался пройденным, что означало наличие сильного искусственного интеллекта. Символьный ИИ, в основе которого лежит символическое представление знаний и использование логических методов для решения задач. На этом этапе разрабатывались экспертные системы, представляющие знания экспертов в определенной области и использующие их для принятия решений.

Второй этап - В 80-е годы произошел значительный прогресс в области искусственного интеллекта. В первую очередь, были разработаны более сложные роботы, способные выполнять простые задачи в повседневной жизни и вести базовые разговоры. Кроме того, в конце 80-х годов было создано программное решение под названием Deep Thought, которое смогло победить гроссмейстера Бенга Ларсена в шахматах. Это событие стало важным вехой в развитии

искусственного интеллекта. Статистический ИИ, который использует методы машинного обучения для извлечения закономерностей из больших объемов данных. Это позволяет системам ИИ обучаться на основе опыта и самостоятельно улучшать свои способности.

Третий этап - нейронные сети и глубокое обучение. На этом этапе развиваются модели, имитирующие работу человеческого мозга и способные обрабатывать сложные данные, такие как изображения, речь или текст.

С начала 2000-х годов активно идут работы по разработке и внедрению искусственного интеллекта в домашнюю сферу, такую как технология "умный дом", а также в компьютерные игры. Несмотря на то, что есть критика относительно того, что это просто выполнение predefined алгоритмов, разработчики уверены, что со временем эти проблемы будут решены и машины смогут самостоятельно обучаться.

Современное развитие искусственного интеллекта включает в себя комбинацию всех этих подходов, а также использование больших объемов данных и вычислительной мощности для создания более эффективных и умных систем.[3]

В последние годы активно проводятся работы по внедрению искусственного интеллекта в различные сферы, такие как городские службы и сервисы. Например, системы видеонаблюдения используют технологию распознавания лиц, а роботы-ассистенты могут вызывать врачей. Также смартфоны, которые все чаще используются людьми, поддерживают приложения с встроенным искусственным интеллектом. Все это свидетельствует о том, что использование ИИ становится все более распространенным и востребованным.

Генеративный искусственный интеллект (ГИИ) играет важную роль в логистике, помогая оптимизировать процессы управления запасами, маршрутизацию грузов, прогнозирование спроса и управление складскими запасами.

Одним из примеров использования ГИИ в логистике является прогнозирование спроса на товары. Алгоритмы машинного обучения могут анализировать большие объемы данных о продажах, клиентских предпочтениях и внешних факторах, чтобы предсказать будущий спрос на товары. Это позволяет компаниям оптимизировать свои запасы и избежать излишков или дефицитов.

ГИИ также используется для оптимизации маршрутов доставки. Алгоритмы машинного обучения могут анализировать данные о трафике, погодных условиях, расстояниях и других факторах, чтобы предложить оптимальные маршруты для доставки грузов. Это позволяет компаниям сократить время и затраты на доставку, а также уменьшить воздействие на окружающую среду.

Машинное обучение в свою очередь позволяет логистическим компаниям улучшить точность прогнозирования спроса, оптимизировать маршруты доставки, улучшить управление запасами и снизить издержки. Например, алгоритмы кластеризации могут помочь в определении оптимальных складских местоположений, а алгоритмы классификации могут помочь в принятии решений о том, какие товары следует держать на складе.

Область ГИИ и МО продолжает развиваться, и с каждым годом появляются новые методы и технологии, позволяющие создавать более сложные и инновационные решения. В будущем ожидается, что ГИИ и МО будут играть все

более важную роль во всех отраслях экономики и науки, открывая новые возможности для улучшения жизни людей.

Примеры логистических систем основанных на искусственном интеллекте:

1. Автоматизированная система управления запасами, использующая искусственный интеллект для прогнозирования спроса и оптимизации запасов. WMS — Warehouse Management System (Система управления складом) данный тип систем используется на складах больших маркетплейсов таких как OZONE, AMAZON и так далее.

2. Система маршрутизации грузов, которая использует алгоритмы машинного обучения для оптимизации маршрутов и уменьшения времени доставки. В последние годы использование искусственного интеллекта (ИИ) стало широко распространенным и востребованным в различных отраслях, включая логистику и управление цепочками поставок. Использование ИИ позволяет повысить эффективность и точность работы, снизить затраты и улучшить удовлетворенность клиентов.

Крупные логистические компании, такие как DHL и FedEx, также используют искусственный интеллект, чтобы анализировать данные о грузах, транспорте, маршрутах и условиях доставки для оптимизации маршрутов для транспортных средств. Это позволяет сократить время доставки грузов и уменьшить издержки на транспортировку.

3. Централизованная система отслеживания и мониторинга грузов, которая использует алгоритмы машинного обучения для предсказания возможных задержек и проблем в доставке.

4. Система прогнозирования спроса и планирования производства, основанная на анализе данных и использовании искусственного интеллекта для оптимизации производственных процессов.

5. Автоматизированная система управления складом, которая использует искусственный интеллект для оптимизации размещения товаров, управления инвентарем и улучшения процессов отбора и упаковки.[4]

В современном мире логистика становится ключевым элементом успешного функционирования любого предприятия. Обеспечение эффективного перемещения товаров от поставщика до конечного потребителя становится все более сложной и важной задачей с каждым годом. Внедрение облачных технологий позволяет сделать логистические процессы более автоматизированными, оптимизированными и прозрачными. Одним из основных инструментов в этой области является сервис FunctionGraph, предлагаемый одной из ведущих IT-компаний.

Программа, использующая FunctionGraph, может автоматически отслеживать местоположение грузов с помощью данных, полученных от GPS или других источников информации. Она может также анализировать информацию о времени доставки, состоянии груза и других параметрах, чтобы предоставить логистическим компаниям полную и точную информацию о каждом грузе на каждом этапе его пути.

Оптимизация маршрутов

Еще одной важной задачей в логистике является оптимизация маршрутов доставки. С помощью FunctionGraph можно создать программу, которая будет

анализировать данные о расстоянии, времени и условиях дороги, чтобы определить наиболее эффективные маршруты для каждой доставки. Это позволяет сократить время и расходы на доставку, а также уменьшить влияние на окружающую среду.

Управление запасами

FunctionGraph также может быть использован для управления запасами в логистической цепочке. Программа может анализировать данные о продажах, прогнозировать спрос и автоматически заказывать необходимые товары у поставщиков. Это позволяет предотвратить недостаток товаров или их избыток, что приводит к снижению затрат и повышению уровня обслуживания клиентов.

В целом, использование FunctionGraph в логистике позволяет сделать процессы более эффективными, автоматизированными и прозрачными. Это позволяет снизить расходы, повысить уровень обслуживания клиентов и обеспечить успешное функционирование логистической цепочки.[5]

Преимущества применения искусственного интеллекта в логистике:

1. Автоматизация процессов: ИИ позволяет автоматизировать множество задач в логистике, что ускоряет процессы и снижает риски ошибок, связанных с человеческим фактором.

2. Оптимизация ресурсов: ИИ может анализировать огромные объемы данных и оптимизировать распределение ресурсов, таких как транспортные средства, склады и рабочая сила. Это позволяет снизить затраты и повысить эффективность работы.

3. Улучшение прогнозирования: ИИ может анализировать данные о продажах, спросе и других факторах, чтобы предсказывать будущие потребности и принимать соответствующие меры заранее. Это позволяет избежать недостатка или избытка товаров, улучшить уровень обслуживания клиентов и снизить затраты на хранение запасов.

4. Улучшение управления цепочкой поставок: ИИ позволяет отслеживать и анализировать данные о каждом этапе цепочки поставок, от поставщиков до конечных потребителей. Это помогает улучшить координацию и связность между различными участниками цепочки и снижает риски простоев и задержек.

Недостатки применения искусственного интеллекта в логистике:

1. Высокие затраты на внедрение: Разработка и внедрение систем искусственного интеллекта требует значительных инвестиций, как финансовых, так и временных. Это может быть преградой для небольших компаний с ограниченными ресурсами.

2. Ограниченная надежность: ИИ может быть подвержен ошибкам и неточностям, особенно если используется недостаточно точная или неполная информация. Это может привести к неправильным решениям и негативным последствиям для логистической цепочки.

3. Необходимость обучения и обновления: ИИ требует постоянного обучения и обновления, чтобы оставаться актуальным и эффективным. Это может потребовать дополнительных ресурсов и экспертизы.

4. Потенциальные угрозы безопасности: Внедрение искусственного интеллекта в логистике может повысить риски кибератак и утечек данных.

Необходимо принимать меры для обеспечения безопасности систем и защиты конфиденциальной информации.

В целом, применение искусственного интеллекта в логистике имеет множество преимуществ, но также сопряжено с определенными рисками и ограничениями. Внедрение ИИ должно быть осуществлено с учетом конкретных потребностей и возможностей каждой компании.

Кроме того, использование искусственного интеллекта в логистике может также помочь в повышении уровня сервиса для клиентов, сокращении времени доставки и повышении точности прогнозирования спроса. Это может привести к улучшению удовлетворенности клиентов и увеличению конкурентоспособности компании.[6]

Однако, необходимо учитывать и некоторые недостатки применения искусственного интеллекта в логистике. Например, высокие затраты на внедрение и обслуживание систем искусственного интеллекта могут быть ограничивающим фактором для некоторых компаний. Кроме того, необходимость постоянного обучения и обновления систем также требует дополнительных ресурсов и экспертизы.

Также следует учитывать потенциальные угрозы безопасности, связанные с использованием искусственного интеллекта в логистике. Возможность кибератак и утечек данных может стать серьезной проблемой, поэтому необходимо принимать соответствующие меры для обеспечения безопасности систем и защиты конфиденциальной информации.

В целом, применение искусственного интеллекта в логистике имеет множество преимуществ, которые могут значительно улучшить эффективность и результативность работы компаний. Однако, необходимо тщательно анализировать и оценивать риски и ограничения, связанные с использованием этих технологий, чтобы обеспечить успешную реализацию искусственного интеллекта в логистических операциях.

Список литературы:

1. Арифджанова Н. З. Инновационные концепции развития логистических услуг по перевозке и складированию грузов //Научный журнал «А Posteriori». – 2015. – С. 23.

2. Nazarova V. Influence of integrated communications on increasing the attractiveness of transport services in Uzbekistan //International Finance and Accounting. – 2018. – Т. 2018. – №. 5. – С. 25.

3. Карпова Ю. А., Соколов Н. Н. Цифровые технологии по оценке персонала в управлении и образовании: настоящее состояние и перспективы // Редакционная коллегия. – 2019. – С. 104.

4. Дерябина Л. В., Скитецкая В. В. Складская логистика: способы управления и оптимизации //Вопросы устойчивого развития общества Учредители: ООО" Институт развития образования и консалтинга". – №. 4. – С. 365-371.

5. Исхакова А. Ф. Применение искусственного интеллекта //Вестник современных исследований. – 2018. – №. 9.3. – С. 261-262.

Б. Глинин Д. Ю., Черницкая А. Ю., Перпери А. М. Искусственный интеллект в формировании умных городов. – 2020.

УДК 338

Муратов М.М., обучающийся 4 курса
Muratov M.M., 4th year student

Научный руководитель: Адельсеитова Э.Б., к.э.н., доцент
Scientific supervisor: Adelseitova E.B., Ph.D. Associate Professor

ГБОУВО РК «Крымский инженерно-педагогический университет имени Февзи Якубова»
SBEIHE RC «Crimean engineering and pedagogical university the name of Fevzi Yakubov»

**ЦИФРОВИЗАЦИЯ И АВТОМАТИЗАЦИЯ В ОПЕРАЦИОННОМ
МЕНЕДЖМЕНТЕ**
DIGITALIZATION AND AUTOMATION IN THE OPERATIONAL
MANAGEMENT

Аннотация. Цифровизация и автоматизация в операционном менеджменте представляют собой современные стратегические инструменты, способные радикально изменить способы управления бизнес-процессами. Они позволяют улучшить операционную эффективность, снизить издержки и повысить конкурентоспособность компании. Эта тема обзореваает ключевые аспекты цифровой трансформации и ее воздействие на современную предпринимательскую деятельность.

Ключевые слова: операционный менеджмент, система управления процессами, цифровизация, автоматизация, эффективное управление.

Annotation. Digitalization and automation in operational management are modern strategic tools that can radically change the way business processes are managed. They make it possible to improve operational efficiency, reduce costs and increase the competitiveness of the company. This topic reviews the key aspects of digital transformation and its impact on modern entrepreneurship.

Keywords: operational management, process management system, digitalization, automation, effective management.

Современный бизнес оказывается в мире, который стремительно эволюционирует под воздействием технологических изменений. Цифровизация и автоматизация стали двумя ключевыми факторами этой трансформации. Цифровизация предполагает переход от аналоговых процессов к цифровым, где данные и информация становятся основополагающими. Автоматизация

предполагает использование технических систем и устройств для выполнения задач без прямого участия человека.

Первое, что делает цифровизация, - это предоставляет возможность оперативно собирать, анализировать и передавать данные. Это позволяет более точно оценивать текущее положение дел, принимать обоснованные решения и предсказывать потребности и риски. Например, с использованием IoT-сенсоров и Big Data анализа, компании могут следить за состоянием оборудования и качеством продукции в реальном времени.

Второе, автоматизация предоставляет более эффективные методы выполнения задач. В производстве, автоматизированные роботы и машины могут работать намного быстрее и точнее, чем человек, что приводит к повышению производительности и сокращению затрат. В управлении запасами, автоматизированные системы могут оптимизировать уровни запасов, уменьшая издержки и предотвращая потери.

Цифровизация и автоматизация становятся обязательными для бизнеса в современном мире. Времена, когда они могли рассматриваться как преимущество, давно прошли. Сейчас это условие выживания и конкурентоспособности.

Цифровые технологии, такие как Internet of Things (IoT), Big Data и искусственный интеллект (ИИ), играют ключевую роль в современном мире, воздействуя на бизнес, науку, здравоохранение, транспорт и многие другие области. Вот обзор каждой из этих технологий и их важность:

1) Internet of Things (IoT)

IoT представляет собой сеть физических устройств, подключенных к интернету и обменивающихся данными между собой. Эти устройства могут включать в себя сенсоры, умные домашние устройства, промышленное оборудование, автомобили и даже одежду. Они собирают данные о состоянии окружающей среды, производственных процессах и даже нашем здоровье. Важные аспекты IoT включают в себя:

- Мониторинг и управление: IoT позволяет в реальном времени мониторить и управлять устройствами и процессами, что полезно для предотвращения отказов и оптимизации ресурсов.

- Связь между устройствами: Устройства могут взаимодействовать друг с другом, обмениваясь данными, что приводит к более умному и адаптивному окружению.

- Анализ больших данных: IoT генерирует огромные объемы данных, требующие анализа. Эти данные могут использоваться для выявления тенденций и принятия бизнес-решений.

2) Big Data

Big Data описывает массовые объемы данных, которые невозможно обработать с использованием традиционных методов. Эти данные могут быть структурированными, полуструктурированными и неструктурированными. Ключевые аспекты Big Data включают в себя:

- Хранение и обработка: Технологии Big Data, такие как Hadoop и Spark, позволяют хранить и обрабатывать большие объемы данных на распределенных кластерах.

- Анализ данных: Big Data позволяет выявлять скрытые тенденции, делать прогнозы и принимать решения на основе данных.

- Применение в бизнесе: Анализ Big Data может помочь оптимизировать бизнес-процессы, улучшить маркетинговые стратегии и увеличить конкурентоспособность.

3) Искусственный интеллект (ИИ)

Искусственный интеллект описывает способность машин и компьютерных систем выполнять задачи, которые ранее требовали человеческого интеллекта. Ключевые аспекты ИИ включают в себя:

- Машинное обучение: ИИ использует алгоритмы машинного обучения для анализа данных и принятия автоматических решений.

- Распознавание образов и речи: ИИ может распознавать и интерпретировать изображения, текст и речь, что полезно в областях, таких как медицина, автоматизация и многие другие.

- Автоматизация задач: ИИ может автоматизировать повседневные задачи, что повышает производительность и снижает издержки.

Цифровые технологии, такие как IoT, Big Data и ИИ, работают совместно и играют важную роль в улучшении бизнес-процессов, научных исследований, здравоохранения, транспорта и других сферах. Их внедрение требует высокой экспертизы и инвестиций, но оно может значительно улучшить конкурентоспособность и качество жизни.

Автоматизация в операционном менеджменте представляет собой важную стратегическую и технологическую практику, направленную на улучшение и оптимизацию бизнес-процессов и операционной деятельности в организации. Она охватывает различные аспекты управления и выполнения операций, включая производство, снабжение, логистику, управление запасами, финансовые операции, обслуживание клиентов и другие операционные функции. Важными аспектами автоматизации в операционном менеджменте являются:

- Автоматическое выполнение задач: Автоматизация позволяет системам, программам и механическому оборудованию выполнять задачи без человеческого вмешательства. Это включает в себя процессы, которые ранее требовали участия сотрудников, такие как сборка продукции, обработка заказов, мониторинг условий в реальном времени и многое другое.

- Использование специализированного программного обеспечения и оборудования: Автоматизация включает в себя применение высокотехнологичных решений, включая роботов, сенсоры, системы управления, машины с числовым программным управлением и другие технологии. Это обеспечивает автоматическое выполнение задач и сбор данных для анализа.

- Интеграция и взаимодействие: Автоматизированные системы обычно интегрируются с другими бизнес-процессами и информационными системами

внутри организации. Это позволяет обмену данными и информацией, что в свою очередь улучшает координацию и эффективность процессов.

Интеграция цифровизации и автоматизации представляет собой стратегический подход, который объединяет использование цифровых технологий с автоматизацией бизнес-процессов для достижения максимальной эффективности и конкурентоспособности в организации.

Цифровизация включает в себя использование цифровых технологий, таких как IoT (Интернет вещей), Big Data (анализ больших данных), искусственный интеллект и многие другие, для сбора, анализа и визуализации данных. Она позволяет организациям получать более точное и актуальное представление о своей деятельности, клиентах и рынке.

Автоматизация, с другой стороны, означает использование различных технологий и систем для автоматического выполнения задач и управления бизнес-процессами. Она устраняет необходимость вручную выполнять повторяющиеся операции и задачи.

Интеграция этих двух концепций позволяет организациям достичь следующих преимуществ:

- Улучшенная эффективность: С помощью цифровизации и автоматизации можно оптимизировать бизнес-процессы, сократить временные задержки и снизить издержки.

- Повышенная точность: Цифровые технологии и системы автоматизации помогают уменьшить вероятность человеческих ошибок, что особенно важно в задачах, требующих высокой точности.

- Быстрая реакция на изменения: Интегрированные системы могут быстро адаптироваться к изменяющимся условиям рынка и потребности клиентов.

- Увеличенная прозрачность: Цифровизация обеспечивает сбор и анализ данных в реальном времени, а автоматизация обеспечивает их точное использование и передачу.

- Оптимизация ресурсов: Интегрированные системы могут оптимизировать использование ресурсов, включая человеческие, финансовые и физические ресурсы.

Примеры интеграции цифровизации и автоматизации включают использование IoT-сенсоров для мониторинга состояния оборудования и использование аналитики Big Data для принятия автоматических решений о регулировке производственных процессов. Это позволяет компаниям улучшить эффективность, снизить затраты и быстрее реагировать на изменения в бизнес-среде.

Основные вызовы при внедрении цифровых и автоматизированных систем:

- 1) Культурные изменения: Внедрение цифровых и автоматизированных систем часто требует изменения корпоративной культуры и убеждений сотрудников. Некоторые сотрудники могут сопротивляться автоматизации, опасаясь потери рабочих мест.

2) Кибербезопасность: С увеличением числа подключенных устройств и цифровых данных возрастает риск кибератак и утечек информации. Обеспечение безопасности цифровых систем становится приоритетом.

3) Интеграция существующих систем: Интеграция новых цифровых и автоматизированных систем с существующими инфраструктурами может быть сложной задачей, требующей затрат и времени.

4) Управление данными: Обработка и анализ огромных объемов данных, собираемых цифровыми системами, может вызвать трудности в управлении и обеспечении качественных данных для принятия решений.

5) Обучение и переподготовка персонала: С внедрением новых технологий требуется обучение сотрудников, чтобы они могли эффективно использовать цифровые и автоматизированные системы.

Будущее развития цифровизации и автоматизации в операционном менеджменте:

1) Рост роли искусственного интеллекта: Искусственный интеллект будет продолжать развиваться и играть ключевую роль в операционном менеджменте. Аналитика данных и машинное обучение будут использоваться для прогнозирования и оптимизации бизнес-процессов.

2) Больше использование IoT: Интернет вещей будет широко применяться для мониторинга и управления устройствами и процессами в реальном времени. Это позволит более точно реагировать на изменения и улучшить производительность.

3) Развитие автономных систем: Автономные роботы и транспортные средства станут более распространенными, особенно в сферах логистики и производства. Они будут способствовать снижению затрат на рабочую силу и улучшению эффективности.

4) Увеличение внимания к кибербезопасности: В связи с ростом угроз кибербезопасности, компании будут уделять большее внимание защите своих цифровых систем и данных.

5) Переход к цифровой экономике: Ожидается, что многие отрасли перейдут к цифровой экономике, где данные и информационные технологии будут играть решающую роль в создании ценности и конкурентных преимуществ.

Цифровизация и автоматизация будут продолжать трансформировать операционный менеджмент, предоставляя новые возможности и вызывая вызовы, которые организации должны будут преодолеть, чтобы оставаться конкурентоспособными.

Список литературы:

1. Бельчик, Т. А. Методы исследований в менеджменте : учебное пособие / Т. А. Бельчик. — Кемерово : КемГУ, 2014. — 308 с.

2. Гуськов, Ю. В. Основы менеджмента : учебник / Ю. В. Гуськов. — Москва : ИНФРА-М, 2019. — 263 с.

3. Егоршин, А. П. Эффективный менеджмент организации : учебное пособие / А.П. Егоршин. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 388 с.

4. Мардас, А. Н. Теория менеджмента : учебник для вузов / А. Н. Мардас, О. А. Гуляева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 307 с.

5. Суминова Т. Н. Арт-менеджмент. Теория и практика. Учебник. — М.: Академический проект: Трикста. 2020. 656 с.

6. Чертыковцев, В. К. Производственный и операционный менеджмент : учебное пособие для вузов / В. К. Чертыковцев. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 75 с.

УДК 338

Мурахас Ф.А., обучающаяся 3 курса, Адельсеитова Э.Б., к.э.н., доцент
Murahas F. A., 3rd year student, Adelseitova E.V., Ph.D. Associate Professor

ГБОУВО РК «Крымский инженерно-педагогический университет имени Февзи Якубова»
SBEIHE RC «Crimean engineering and pedagogical university the name of Fevzi Yakubov

ЦИФРОВЫЕ ТРЕНДЫ В УПРАВЛЕНИИ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ

DIGITAL TRENDS IN HUMAN RESOURCE MANAGEMENT

Аннотация. В данной статье рассмотрены основные тренды цифровизации в управлении человеческими ресурсами. Выделена актуальность темы исследования, дана трактовка понятий «цифровизация», «цифровые тренды», «управление человеческими ресурсами», отражена роль цифровых трендов.

Ключевые слова: цифровизация, цифровые тренды, управление человеческими ресурсами

Annotation. This article discusses the main trends of digitalization in human resource management. The relevance of the research topic is highlighted, the interpretation of the concepts of "digitalization", "digital trends", "human resource management" is given, the role of digital trends is reflected.

Keywords: digitalization, digital trends, human resource management

Актуальность данной темы обусловлена быстрым развитием цифровых технологий и их влиянием на бизнес-процессы. В современном мире компании сталкиваются с необходимостью адаптироваться к изменениям, связанным с цифровизацией, и управление человеческими ресурсами не является исключением.

Цифровые технологии предоставляют новые возможности для улучшения процессов управления персоналом, оптимизации работы HR-отделов и развития сотрудников.

Исследование цифровых трендов в управлении человеческими ресурсами поможет компаниям понять, какие инструменты и методы могут быть использованы для улучшения работы с персоналом, повышения его продуктивности, удовлетворенности и мотивации. Это позволит компаниям оставаться конкурентоспособными на рынке труда и привлекать и удерживать талантливых сотрудников.

Изучение цифровых трендов в управлении человеческими ресурсами имеет большое значение для бизнеса в условиях быстро меняющейся цифровой среды.

Цель данной работы: изучить основные цифровые тренды в рамках управления человеческими ресурсами.

На сегодняшний момент сотрудники представляют собой весьма ценный ресурс для любой организации. Человеческий капитал играет ключевую роль в производственном процессе и сопоставим по важности с финансовыми активами и информацией (знаниями). Именно этот ресурс обеспечивает перспективное развитие организации в современных условиях.

Каждый ресурс, будь то человеческий или финансовый, обладает своими особенностями. Рассмотрим особенности человеческих ресурсов:

Во-первых, активность: человек всегда обладает собственными желаниями, и любая попытка воздействия на него через управление воспринимается им через призму личных потребностей. Персонал способен отражать направленные на него воздействия, что может не соответствовать ожиданиям руководства.

Во-вторых, участие всех уровней управления: в управлении персоналом принимают участие все руководители и специалисты кадровых структур. Это может привести к определенным противоречиям между потребностями производства, требованиями руководителей и рекомендациями специалистов.

Одной из ключевых ролей персонала является формирование и определение социальной структуры организации, где важными являются вопросы взаимодействия между индивидами и социальными группами, а также субъективных и духовных основ деятельности.

В настоящее время персонал рассматривается не как издержка, а как важнейший ресурс организации, который определяет ее успех и требует профессионального управления, создания специальных условий для его развития.

Управление человеческими ресурсами представляет собой особый стратегический подход к управлению одним из ценных ресурсов организации: работниками, которые вносят свой вклад в решение задач организации. [4]

В современном мире цифровые технологии играют все более значительную роль в управлении человеческими ресурсами. Они не только упрощают рутинные задачи, но и позволяют компаниям принимать обоснованные решения на основе анализа данных о персонале. Кроме того, цифровые инструменты оказывают влияние на развитие навыков и компетенций сотрудников.

Цель данного исследования - проанализировать текущие цифровые тренды в управлении человеческими ресурсами и выявить их влияние на процессы управления персоналом и развития сотрудников.

В будущем, цифровые технологии значительно изменят способы управления персоналом и развития сотрудников в ближайшем будущем. Исследование позволит лучше понять эти изменения и предложить рекомендации компаниям по оптимизации процессов управления персоналом с использованием цифровых инструментов.[2]

Результаты данного исследования помогут компаниям лучше адаптироваться к цифровым трендам в управлении человеческими ресурсами и повысить эффективность своих HR-процессов.

Цифровые тренды в управлении человеческими ресурсами являются ключевыми аспектами современного бизнеса. С развитием технологий и цифровизации процессов все больше компаний обращают внимание на использование цифровых инструментов для управления персоналом. Исследование на данную тему может включать в себя следующие аспекты:

–Анализ цифровых платформ для управления человеческими ресурсами. Какие существуют платформы и какие функции они предоставляют для управления персоналом.

–Влияние цифровых технологий на процессы найма и подбора персонала. Какие новые инструменты и методики используются для привлечения и отбора кандидатов.

–Автоматизация и оптимизация процессов управления персоналом. Какие задачи и процессы можно автоматизировать с помощью цифровых инструментов, таких как HR-системы, онлайн-обучение и др..

–Анализ данных и прогнозирование в области управления человеческими ресурсами. Какие данные можно собирать и анализировать с использованием цифровых технологий для принятия более обоснованных решений в области управления персоналом.[1]

–Влияние цифровых трендов на развитие навыков и компетенций сотрудников. Какие новые требования предъявляются к сотрудникам в связи с цифровыми технологиями, и какие методы обучения и развития используются для соответствия этим требованиям.

Исследование по данной теме позволяет выявить основные тренды и инновации в области управления человеческими ресурсами, а также определить практические рекомендации для компаний, стремящихся эффективно использовать цифровые технологии в управлении персоналом.

Благодаря цифровым платформам для управления человеческими ресурсами, компании могут эффективно отслеживать рабочее время, управлять бенефитами и выплатами, проводить онлайн-обучение и оценивать производительность сотрудников. Это позволяет сократить временные затраты на административные задачи и сосредоточиться на стратегически важных аспектах управления персоналом.

Кроме того, цифровые технологии позволяют компаниям проводить более точный анализ данных о сотрудниках и предсказывать потенциальные

проблемы или возможности для развития персонала. Это помогает компаниям принимать более обоснованные решения в области управления персоналом и развития сотрудников.[3]

Влияние цифровых трендов на развитие навыков и компетенций сотрудников также значительно. С развитием цифровых технологий появляются новые требования к навыкам и компетенциям сотрудников. Поэтому компании активно используют онлайн-обучение, мобильные приложения для самостоятельного обучения и другие цифровые инструменты для обучения и развития своих сотрудников.

Эти инструменты могут включать в себя онлайн-платформы для обучения, электронные курсы, вебинары, мобильные приложения для обучения и другие технологии, которые делают обучение более доступным, удобным и эффективным. Такие инструменты позволяют сотрудникам учиться в удобное для них время, из любой точки мира, и выбирать подходящие им форматы обучения. [6]

Кроме того, цифровые инструменты для обучения часто предоставляют возможности для персонализации обучения и отслеживания прогресса сотрудников, что помогает им развиваться более эффективно.

Также в настоящее время набирают популярность и цифровые технологии для управления человеческими ресурсами.

Среди основных цифровых технологий в управлении человеческими ресурсами можно выделить следующие:

1. Цифровые платформы для управления персоналом, которые включают в себя функции по учету рабочего времени, планированию графиков работы, отслеживанию производительности сотрудников и автоматизации процессов HR.

2. Облачные технологии для хранения и обработки данных о персонале, что позволяет улучшить доступность информации и обеспечить безопасность хранения конфиденциальных данных.

3. Аналитика данных о персонале, которая позволяет компаниям анализировать производительность сотрудников, выявлять тенденции и прогнозировать потребности в персонале.

4. Инструменты для обучения и развития сотрудников, включающие в себя онлайн-курсы, вебинары, электронные библиотеки и другие формы обучения, доступные в любое время и из любой точки мира.

5. Интеграция с социальными сетями и профессиональными платформами для поиска и привлечения талантливых кандидатов, а также для создания сообщества сотрудников и улучшения коммуникации внутри компании.

Изучение и применение этих цифровых технологий позволяют компаниям оптимизировать процессы управления персоналом, повысить эффективность работы HR-отделов и создать благоприятные условия для развития сотрудников.

Цифровые тренды в управлении человеческими ресурсами играют все более значительную роль в современных организациях. Инструменты для

обучения, такие как онлайн-платформы, электронные курсы и мобильные приложения, становятся все более популярными благодаря своей доступности, удобству и эффективности. Они позволяют сотрудникам учиться в удобное для них время, из любой точки мира, и выбирать подходящие им форматы обучения.[5]

Кроме того, цифровые инструменты для обучения предоставляют возможности для персонализации обучения и отслеживания прогресса сотрудников. Это помогает им развиваться более эффективно и повышает общую производительность организации.

Таким образом, использование цифровых инструментов в управлении человеческими ресурсами является важным трендом, который помогает организациям привлекать, развивать и удерживать талантливых сотрудников. В будущем можно ожидать дальнейшего расширения и совершенствования этих технологий в HR-сфере.

Список литературы:

1. Иванова Т. Ю. «Современные проблемы управления новой экономики: цифровизация, пандемия, шоки : монография / Ульяновск : УлГУ, 2021. — 329 с.

2. Минина В. Н. «Человек труда в цифровой экономике: новые реалии и социальные вызовы : монография / Санкт-Петербург : СПбГУ, 2021. — 284 с.

3. Ермакова Ж. А., Шестакова Е. В., Кондусова В. Б., Никулина Ю. Н. «Модернизация системы управления персоналом и развитие экономики региона : монография /. — Москва : Креативная экономика, 2019. — 366 с.

4. Михайловская, С. А. Управление человеческими ресурсами : учебное пособие / С. А. Михайловская. — Чита : ЗабГУ, 2022. — 152 с

Интернет-ресурсы:

5. Абазиева К.Г. «Архаические черты новых трендов управления человеческими ресурсами в условиях цифровизации российской экономики» / К. Г. Абазиева, С. В. Бурмистров, С. И. Самыгин // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки. — 2021. — № 2. — С. 77-82. — ISSN 2079-1690. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/journal/issue/314668> (дата обращения: 16.11.2023). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

6. Слинько А. А., Slinko A. A., Куликов М. М., Kulikov M. M. «Цифровизация системы управления персоналом» // Вестник Южно-Российского государственного технического университета (Новочеркасского политехнического института). Серия: Социально-экономические науки. — 2022. — № 5. — С. 198-206. — ISSN 2075-2067. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/journal/issue/339137> (дата обращения: 16.11.2023). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Мусяченко Б. И., обучающаяся 3 курса
Musiyachenko. B. I., 3rd year student

ГБОУВО РК «Крымский инженерно-педагогический университет имени Февзи Якубова»
SBEIHE RC «Crimean engineering and pedagogical university the name of Fevzi Yakubov»

**СИСТЕМА ОЦЕНКИ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ НА
СОВРЕМЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ**
PERSONNEL MANAGEMENT EVALUATION SYSTEM AT MODERN
ENTERPRISES

Аннотация. В данной статье рассмотрена система оценки управления персоналом на современных предприятиях. Выделена актуальность темы исследования, дана трактовка понятий «концепция системы управления персоналом», «система оценки управления персоналом», отражена роль системы оценки управления персоналом на современных предприятиях и принципы ее построения. Кроме того, в статье описываются современные тенденции в развитии системы оценки управления персоналом.

Ключевые слова: система оценки управления персоналом, управление персоналом, персонал.

Annotation. In this article, the system of personnel management assessment at modern enterprises is considered. The relevance of the research topic is highlighted, the interpretation of the concepts of "personnel management system concept", "personnel management evaluation system" is given, the role of the personnel management evaluation system in modern enterprises and the principles of its construction are reflected. In addition, the article describes current trends in the development of the personnel management evaluation system.

Keywords: personnel management evaluation system, personnel management, personnel.

Актуальность данной темы обусловлена тем, что после научно-технической революции человек стал главной движущей силой производства, следовательно, самым главным ресурсом для организации.

В рамках этого подхода персонал рассматривается в качестве капитала организации, который нужно эффективно использовать, а также поддерживать в правильном состоянии. Менеджеру необходимо правильно научиться организовать работу своих подчиненных и поддерживать её высокий уровень.

Главный стратегический курс управления персоналом – высокий уровень образования и квалификации сотрудников, непрерывное повышение профессиональных навыков.

Цель данной работы: изучить систему оценки управления персоналом в организации.

Концепция системы управления персоналом – это система теоретико-методологических взглядов на управление персоналом в организации, включающее представление роли и места человека в организации, требованиях к работникам и разработку технологии управления персоналом. [2]

Существуют три основных подхода к управлению персоналом: экономико-технологический, организационно-административный и гуманистический. Концепция управления персоналом Леонида Ивановича Евенко выделяет четыре концепции, которые развивались в определенные периоды. В современной теории управления персоналом приоритетными ценностями являются эффективность работы персонала, его инициатива, развитие творческого потенциала и чувство ответственности. Целевые концепции включают материальные цели и цели обеспечения успеха, которые направлены на увеличение производства продукции и создание фирменного стиля управления. В связи с этим необходимо переориентировать руководителей и работников на новые ценности, такие как работник как главный актив организации и интересы потребителя за пределами организации. Современные концепции управления персоналом основаны на принципах административного управления и растущей роли личности работника в формировании мотивационных установок и направлении их в соответствии с задачами организации.

Можно разделить все цели, определенные в функционально-целевой модели системы управления организацией, на несколько видов: научно-технические, производственные, экономические, коммерческие и социальные. В условиях перехода на рыночные отношения, особенно в экономике нашей страны, экономическая цель, связанная с получением прибыли от реализации продукции или услуг, имеет большее значение. Каждая цель имеет свой набор функций, которые должны быть выполнены для достижения этой цели. Например, научно-техническая цель связана с обеспечением научно-технического уровня продукции и услуг, а также разработок в этой области, основанных на новых технологиях. Производственная цель связана с выпуском продукции и оказанием услуг заданного уровня качества в соответствии с планом производства. Коммерческая цель связана с реализацией продукции и услуг в заданные сроки. Социальная цель связана с организацией кадров, их эффективным использованием, профессиональным и социальным развитием. Она может рассматриваться как с позиции администрации, так и с позиции работника, поступающего в организацию.

Система управления персоналом выполняет несколько важных функций, таких как кадровое планирование, подбор квалифицированных сотрудников, их обучение, мотивация и регулирование кадровых процессов. Эти задачи необходимо решать с учетом принципов экономической целесообразности, приоритета производственной деятельности и иерархии. Только так можно достичь успеха в управлении персоналом и повысить производительность труда на предприятии.

Система управления персоналом организации и её подразделений представляет собой комплексное решение задач, связанных с управлением персоналом. Она включает в себя не только общее и линейное управление, но и ряд специализированных функциональных подсистем, которые выполняют определённые однородные функции.

Подсистема общего и линейного руководства отвечает за управление организацией в целом, а также за отдельные функциональные и производственные подразделения. Руководство этой подсистемы осуществляется руководителем организации, его заместителями, руководителями функциональных и производственных подразделений, их заместителями, а также мастерами и бригадирами.

Подсистема планирования и маркетинга персонала включает в себя разработку кадровой стратегии и политики, анализ кадрового потенциала и рынка труда, организацию кадрового планирования, прогнозирование потребности в персонале, рекламу вакансий и установление связей с внешними источниками, которые обеспечивают организацию необходимым персоналом.

Подсистема найма и учета персонала занимается организацией процесса найма персонала, проведением собеседований, оценкой кандидатов, отбором и приемом новых сотрудников, ведением учета приема, перемещений, поощрений и увольнений персонала, управлением занятостью и управлением делопроизводством в рамках системы управления персоналом.

Подсистема трудовых отношений также может проводить работу по созданию благоприятной корпоративной культуры и формированию командного духа в коллективе, разрабатывать и внедрять системы мотивации персонала, заниматься проблемами здоровья и безопасности на рабочем месте, а также разрешать конфликты и споры между сотрудниками и с руководством. В целом, подсистема трудовых отношений направлена на создание благоприятной рабочей атмосферы, которая способствует повышению производительности труда и эффективности работы организации.

Некоторые из функций, которые выполняет подсистема условий труда:

1. Соблюдение требований психофизиологии труда: создание условий, которые позволяют работникам выполнять свои обязанности без ущерба для здоровья, включая организацию правильной освещенности, температуры, влажности и т.д.

2. Эргономика труда: организация рабочего места таким образом, чтобы работник мог максимально эффективно выполнять свою работу без переутомления и травм.

3. Требования технической эстетики: создание условий, которые позволяют работникам работать в приятной среде, включая организацию правильного дизайна рабочих мест, применение красивых и функциональных материалов и т.д.

4. Охрана труда и окружающей среды: создание условий, которые обеспечивают безопасность и здоровье работников, включая проведение инструктажей по охране труда, обучение работников правилам безопасности, предотвращение производственных аварий и т.д.

5. Военизированная охрана организации и отдельных должностных лиц: создание условий, которые обеспечивают безопасность организации и ее сотрудников в случае угрозы со стороны внешних или внутренних угроз, включая проведение мероприятий по обеспечению безопасности организации и ее персонала, разработку планов эвакуации и т.д.

Подсистема развития персонала занимается всеми аспектами связанными с профессиональным развитием и обучением сотрудников, включая:

—оценку и развитие профессиональных навыков и компетенций работников;

—проведение тренингов, курсов, семинаров и других форм обучения;

—адаптацию новых сотрудников и введение их в должность;

—оценку кандидатов на вакансии;

—реализацию программ карьерного и профессионального развития;

—организацию системы кадрового резерва и т.д.

Подсистема мотивации отвечает за то, чтобы стимулировать работников к трудовой деятельности, включая установление стандартов и тарифов оплаты труда, создание системы оплаты, участия в прибыли и капитале, и разработку форм материального поощрения. Также подсистема отвечает за разработку нормативно-методической базы для эффективного управления персоналом.

Подсистема правового обеспечения занимается решением правовых вопросов, связанных с управлением персоналом, согласованием документов, касающихся распределения ресурсов, и других юридических вопросов, связанных с хозяйственной деятельностью. Кроме того, она предоставляет консультации по юридическим вопросам.

Подсистема информационного обеспечения осуществляет следующие функции: учет и статистика персонала, обеспечение информационными и техническими средствами, предоставление научно-технической информации для персонала, управление работой органов массовой информации и организация патентно-лицензионной деятельности.

Методы построения системы управления персоналом – выработанный наукой и практикой инструментарий изучения состояния действующей системы управления персоналом, проектирования, обоснования и реализации новой системы. [1]

Системный подход используется для решения проблем совершенствования системы управления персоналом, а системный анализ является методическим инструментом этого подхода. При использовании системного подхода исследователь ориентируется на изучение системы управления персоналом в целом, включая ее цели, функции, организационную структуру, кадры, технические средства управления, информацию, методы управления, технологии управления и управленческие решения. Также важно выявить типы связей между компонентами системы и ее внешней средой, которая может включать другие подсистемы внутри организации и внешние организации, такие как поставщики и потребители, вышестоящие организации и т.д.

Метод декомпозиции позволяет разбить сложные явления на более простые составляющие. Чем проще эти составляющие, тем более глубоко можно понять и определить суть явления. Например, для системы управления персоналом можно выделить подсистемы, функции, процедуры и операции. После разбиения необходимо объединить все составляющие обратно в единое целое, то есть провести синтез. Для этого используется метод декомпозиционного моделирования, где модели могут быть логическими, графическими или цифровыми.

Метод сравнений позволяет оценить существующую систему управления персоналом, сравнив ее с подобными системами других организаций, нормативными требованиями или состоянием в прошлом.

С другой стороны, метод аналогий является наиболее развитым в области совершенствования управления персоналом. Он заключается в использовании организационных форм, которые доказали свою эффективность в системах управления персоналом с аналогичными экономико-организационными характеристиками. Суть метода аналогий состоит в создании типовых решений (например, типовых структур управления персоналом) и определении условий их применения.

Метод коллективного блокнота (банка идей) позволяет каждому эксперту высказать свои идеи по совершенствованию системы управления персоналом независимо, а затем провести их коллективную оценку на совещании, с целью нахождения наиболее эффективных путей улучшения системы.

Метод, основанный на творческих совещаниях, предполагает обсуждение направлений развития системы управления персоналом группой специалистов и руководителей. Этот метод является эффективным благодаря тому, что идеи, высказанные одним участником, могут вдохновить других на новые идеи, которые, в свою очередь, могут привести к еще большему потоку идей. Цель использования метода творческих совещаний заключается в том, чтобы выявить максимальное количество вариантов совершенствования системы управления персоналом.

Метод контрольных вопросов представляет собой способ стимулирования креативного поиска лучшего решения задачи улучшения системы управления персоналом при помощи заранее подготовленного набора вопросов, которые направлены на провокацию новых идей и анализ существующих.

Принципы управления — это правила, нормы и положения, которые регулируют все процессы в организации. Воздействие на персонал осуществляется путём регламентирования, нормирования, инструктирования. Но нужно учитывать, что в компании нередко появляются и неформальные принципы, которые продвигаются как сотрудниками-лидерами, несогласными с действующей системой, так и руководителями, которые практикуют жёсткий стиль управления.

Принципы управления персоналом в организации могут быть:

- обязательными — это желательные нормы, которые регулируют нормативные акты;
- согласительными — утверждаются в ходе переговоров, но не фиксируются документально, поэтому их каждый воспринимает по-своему;

- рекомендательными — передаются в устной форме, нередко негативно влияют на процессы. [3]

Основные принципы построения СУП:

— Функции управления персоналом должны быть ориентированы на цели производства.

— Управление персоналом должно быть первоочередным элементом управления в компании.

— Необходимо достигать оптимального соотношения между функциями управления персоналом и инфраструктурой, обеспечивающей их работу.

— Руководство должно иметь оптимальное соотношение управленческих ориентаций.

— Система управления должна учитывать потенциальные имитации.

— Управление персоналом должно быть экономически эффективным.

— Система должна быть прогрессивной и ориентированной на будущее.

— Управление персоналом должно быть комплексным и охватывать все аспекты его работы.

— Система должна быть оперативной и способной быстро реагировать на изменения.

— Управление персоналом должно быть оптимальным и соответствовать специфике компании.

— Система должна быть простой и понятной для всех работников.

— Решения, принимаемые в системе управления, должны быть научно обоснованными.

— Система должна быть иерархической, чтобы каждый работник знал свое место и задачи.

— Система должна обеспечивать автономность и возможность принимать решения на местах.

— Различные функции системы должны быть согласованы между собой.

— Система управления должна быть устойчивой и не подверженной внешним воздействиям.

— Система должна учитывать многоаспектность работы персонала.

— Решения и принципы системы должны быть прозрачными и понятными для всех работников.

— Система управления персоналом должна обеспечивать комфортные условия для работы сотрудников.

Оценка эффективности управления персоналом - это процесс, который регулярно проводится с целью определения издержек и преимуществ при работе с персоналом, сравнения результатов с другими компаниями и собственными результатами в прошлом.

Оценка качества работы работников позволяет оценить их индивидуальную производительность, а также работу всей команды в целом. Она основана на таких критериях, как объем выполненной работы, уровень сложности задач, функциональных и организационных обязанностей, а также на результатах работы.

Управленческая оценка результативности необходима для выявления нескольких важных моментов в работе компании. В число таких моментов входят оценка эффективности системы управления и распределения обязанностей среди сотрудников, эффективность выполнения задач и проектов, личный вклад каждого сотрудника в развитие бизнеса, соответствие выплаты заработной платы объему работы, эффективные методы мотивации персонала и перспективность служащих для интересов компании в целом, включая необходимость обучения и повышения квалификации.

Главными показателями эффективности работы любой организации являются количественные и качественные показатели труда сотрудников. Результативность же включает в себя такие показатели, как количество отработанного времени, выполненный объем работы, уровень обслуживания клиентов, произведенная продукция или обработанная информация в зависимости от отрасли деятельности компании (например, туризм, менеджмент, продажи и т. д.).

Подводя итоги, можно сказать, что организационная структура системы управления персоналом может быть представлена в виде организационной схемы, которая показывает взаимосвязи между подразделениями, ролями и функциями персонала, а также связи с другими подразделениями организации. Она может включать в себя следующие подразделения: отдел управления персоналом, отдел развития персонала, отдел кадрового администрирования, отдел оплаты труда, отдел социальной защиты персонала и др.

В зависимости от размера и структуры организации, система управления персоналом может быть централизованной или децентрализованной. В централизованной системе управления персоналом, решения принимаются на более высоких уровнях управления и затем передаются вниз по иерархии. В децентрализованной системе управления персоналом, решения принимаются на более низких уровнях управления, ближе к месту выполнения работы.

Организационное проектирование системы управления персоналом включает в себя определение не только структуры, но и ролей и функций персонала, необходимого для реализации целей и задач организации. Кроме того, проектирование системы управления персоналом включает в себя разработку процедур найма и обучения персонала, оценки и управления производительностью, мотивации и вознаграждения персонала, а также разработку системы управления знаниями и управления изменениями.

Список литературы:

1. Асташкин, Р. С. Управление человеческими ресурсами : методические указания / Р. С. Асташкин. — Самара : СамГАУ, 2020. — 11 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/143453> (дата обращения: 15.11.23.). — Режим доступа: для авториз. пользователей.]

2. Фюттик, И. Г. Управление персоналом : учебное пособие / И. Г. Фюттик. — Новосибирск : СГУВТ, 2022. — 130 с. — ISBN 978-5-8119-0909-4. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL:

<https://e.lanbook.com/book/293378> (дата обращения: 15.11.23.). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

3. Принципы управления персоналом и организацией: пособие для HR-а [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.hr-director.ru/article/67133-printsipy-upravleniya-organizatsiey-18-m5>. – Дата доступа: 15.11.23.

УДК 338

Мустафаев Р.Ш., магистрант 2 курса, Сохтаев М.К., к.с-х.н., профессор
Mustafaev R.Sh., 2nd year Master's student, Sokhtaev M.K., Candidate of
Agricultural Sciences, Professor

ГБОУВО РК «Крымский инженерно-педагогический университет имени Февзи
Якубова»
SBEIHE RC «Crimean engineering and pedagogical university the name of Fevzi
Yakubov

**УСЛОВИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО
ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ**
CONDITIONS FOR IMPROVING THE PRODUCTION POTENTIAL OF THE
ENTERPRISE

Аннотация. В статье рассматриваются условия совершенствования производственного потенциала предприятия. Отражены условия, позволяющие постоянно совершенствовать производственный потенциал предприятия, что отразило важность достижения краткосрочных и долгосрочных стратегических целей. Представлен перечень долгосрочных задач, которые должны решаться в стратегии развития предприятия в соответствии с изменениями, происходящими в проблемной среде. На основе исследования сформированы соответствующие выводы.

Ключевые слова: производственный потенциал, развитие, эффективность, стратегические цели, экономическое развитие.

Annotation. The article discusses the conditions for improving the production potential of the enterprise. The conditions allowing to constantly improve the production potential of the enterprise are reflected, which reflected the importance of achieving short-term and long-term strategic goals. The list of long-term tasks that should be solved in the development strategy of the enterprise in accordance with the changes taking place in the problematic environment is presented. On the basis of the study, the relevant conclusions were formed.

Keywords: production potential, development, efficiency, strategic goals, economic development.

Современные динамично меняющиеся рыночные условия настойчиво требуют совершенствовать инструменты и технологии управления

предприятиями и компаниями с целью повышения эффективности их хозяйственной деятельности и максимизации прибыли. Руководители строительных компаний в условиях жесткой конкуренции ищут пути, ведущие к стабильному и устойчивому положению вверенных им предприятий с прицелом на достижение ими лидирующих позиций. В этой связи требуются такие методики, которые помогли бы руководителю предприятия систематизировать и / или упростить существующие сложные структуры управления и взаимодействия и с новых позиций осознать процессы, происходящие на его предприятии. Очевидно, что тот, кто первым начинает использовать новинки научных разработок и соответствующих технологий, имеет больше шансов на успех и лидерство на рынке строительства. Это, со своей стороны, ставит перед бизнесом, в качестве приоритетной, задачу по постоянному совершенствованию существующих и созданию новых технологий управления [3].

К условиям или способностям, позволяющим постоянно совершенствовать производственный потенциал фирмы, то есть расширять ее предельные возможности и тем самым устранять вероятность возникновения различных внутренних и внешних дисбалансов между ресурсными составляющими и средой, можно отнести:

- способность обеспечить внутреннюю гибкость предприятия за счет оснащения производственного процесса адаптивными средствами технологического оснащения и другого оборудования;
- способность обеспечить внутреннюю гибкость организационной системы за счет использования в производстве плодотворной технологии;
- способность обеспечить внутреннюю гибкость системы за счет формирования адекватного кадрового потенциала;
- способность осуществлять изменения архитектурно-планировочных решений, адекватных изменениям целей предприятия;
- способность обеспечить уровень конкурентоспособности товаров и услуг, требуемый для захвата лидерства в обслуживаемых и перспективных сегментах рынка;
- способность обеспечить выпуск товаров и услуг в объемах, соответствующих потенциальному спросу на них в соответствующих сегментах рынка с учетом конкурентного статуса фирмы и планируемой доли захвата рынка;
- способность обеспечить высокую эффективность функционирования фирмы за счет наиболее рационального использования инвестиционных возможностей фирмы;
- способность обеспечить эффективную разработку и реализацию стратегической программы технического и социального развития фирмы.

Из вышеизложенного следует что, для эффективного достижения краткосрочных и долгосрочных стратегических целей предприятия как совокупности взаимоувязанных стратегических ресурсов необходим анализ и оценка этих ресурсов, управление их качеством [1]. Представленный подход может быть использован при принятии управленческих решений по поводу трех основных для любого предприятия групп факторов: квалифицированного и

заинтересованного персонала, эффективного использования материальной базы, четкой системы управления фирмой, сочетающей стратегический и тактический аспекты.

Хозяйственная и инвестиционная деятельность промышленных предприятий России в настоящий момент протекает в условиях действия целого ряда неблагоприятных факторов, 80-90 % которых имеют информационную природу. В связи с этим, наиболее эффективным способом управления инвестиционной деятельностью является внедрение мер по снижению отрицательного воздействия рисков на деятельность предприятия, через внедрение современной системы финансового планирования. Если внешние риски (политические, экономические, правового регулирования и т.д.) могут поддаваться лишь прогнозированию, то борьба с внутренними рисками может быть весьма успешной с помощью системы бюджетного планирования деятельности предприятия. При этом недопущение ущерба основной деятельности предприятия можно рассматривать как источник дополнительных доходов [4].

Стратегия экономического и социального развития является основным конструктивным элементом долгосрочного планирования деятельности современного строительного предприятия. Причем методология планирования должна коренным образом отличаться от принципов директивного планирования. Стратегическое или перспективное планирование предприятия должно исходить из возможностей только фактического состояния, т.е. из того, что имеется у предприятия в текущий момент времени и состояния, в которое предприятие стремится перейти в будущем. Связано это с тем, что в современных условиях развития российского рынка происходят коренные преобразования, и сопровождающие их события вряд ли будут носить устойчиво повторяющийся характер в будущем.

В этом случае в основном содержании стратегии развития предприятия должны решаться следующие важнейшие задачи долгосрочного характера в соответствии с изменениями, происходящими в проблемной среде [3]:

- прогнозирование и стабилизация экономического состояния строительного предприятия в соответствии с характером решаемых социально-экономических проблем;
- корректировка главных целей и задач эффективного социально-экономического развития строительного предприятия в соответствии с изменениями, происходящими в проблемной среде, назначение приоритетности задач, определяющей последовательность их решения и взаимосвязи между собой;
- привлечение для решения возникающих проблем последних достижений НТП, позволяющих провести эффективную реконструкцию производства с учётом как ближайших, так и стратегических перспектив развития потребительского спроса, а также достичь требуемого уровня экономической эффективности строительного производства;
- определение, а по мере необходимости и корректировка темпов и основных пропорций развития строительного предприятия исходя из

требований сбалансированности вводимых в производство трудовых и материальных ресурсов в перспективе, а также для обеспечения всесторонней интенсификация производства;

- развитие и укрепление связей с научно-исследовательскими организациями, занимающимися социальными исследованиями и изменением спроса на производимую товарную строительную продукцию с целью перехода на инновационный путь развития;

- развитие производительных сил предприятия, освоение новых видов товарной продукции, передовых технологий с целью повышения устойчивости инновационного пути развития;

- обоснование и корректировка перечня существующих и новых программ развития, и определение исходных показателей по реализации в соответствии с условиями проблемной среды и перспективами ее развития;

- планирование масштабов развития строительного производства и совершенствование процессов взаимодействия предприятия с проблемной средой и ее субъектами (заказчиками, субподрядчиками, поставщиками и финансовыми структурами);

- определение множества допустимых вариантов основных направлений социально-экономического развития и условий их применения в окружающей среде по мере их возникновения;

- разработка долгосрочных мероприятий связанных с повышением материального и культурного уровня жизни работников строительного предприятия.

При этом адаптивная стратегия должна быть гибкой и достаточной, а также предусматривать необходимые резервы и возможности перераспределения ресурсов в случае отклонений фактических объемов производства от намеченного уровня удовлетворения потребительского спроса [2].

Список литературы:

1. Хархаров А.М. Методология адаптивного управления строительным предприятием: автореф. дисс. ... д-ра э.н. - Махачкала, 2021. - 57 с.

2. Копылов А.В. Формирование и оценка стратегических ресурсов предприятий: дисс. ... канд. экон. наук: 08.00.05. - Волгоград, 2023. - 131 с.

3. Лютова, И. И. К вопросу об оценке экономического потенциала промышленного предприятия / И. И. Лютова // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 5: Экономика. — 2022. — № 3 (127). — С. 279–285. — URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-ob-otsenke-ekonomicheskogo-potentsiala-promyshlennogo-predpriyatiya> (дата обращения: 13.11.2023).

4. Тюфтин, Т. А. Производственный потенциал как фактор повышения результативности деятельности промышленного предприятия / Т. А. Тюфтин. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2019. — № 2 (240). — С. 287-291. — URL: <https://moluch.ru/archive/240/55418/> (дата обращения: 13.11.2023).

Мустафаева С.Р., к.э.н., доцент
Mustafaeva S.R., Ph.D. Associate Professor

ГБОУВО РК «Крымский инженерно-педагогический университет имени Февзи Якубова»
SBEIHE RC «Crimean engineering and pedagogical university the name of Fevzi Yakubov

**ПРАКТИКА ШКОЛЬНОГО ИНИЦИАТИВНОГО БЮДЖЕТИРОВАНИЯ
В СИСТЕМЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО И МУНИЦИПАЛЬНОГО
УПРАВЛЕНИЯ РЕСПУБЛИКИ КРЫМ**
**THE PRACTICE OF SCHOOL INITIATIVE BUDGETING IN THE SYSTEM
OF STATE AND MUNICIPAL ADMINISTRATION OF THE REPUBLIC OF
CRIMEA**

Аннотация. В статье раскрыта роль практики школьного инициативного бюджетирования в системе государственного и муниципального управления Республики Крым. Представлен механизм организации практики его реализации в регионе. Проведен анализ вовлеченности образовательных организаций с детализацией по муниципальным районам, приведена типология, а также стоимостная оценка проектов-победителей. Выявлен положительный совокупный эффект, содержащий в своем составе социальную, экономическую и политическую компоненту.

Ключевые слова: школьное инициативное бюджетирование, партисипаторное бюджетирование, проекты, школьное сообщество, Республика Крым.

Annotation. The article reveals the role of the practice of school initiative budgeting in the system of state and municipal administration of the Republic of Crimea. The mechanism of organizing the practice of its implementation in the region is presented. The analysis of the involvement of educational organizations with details by municipal districts is carried out, the typology is given, as well as the cost assessment of the winning projects. A positive cumulative effect has been identified, which contains a social, economic and political component.

Keywords: school initiative budgeting, participatory budgeting, projects, school community, Republic of Crimea.

Система государственного и муниципального управления, как и любая система, стремящаяся к развитию, характеризуется совершенствованием существующих и внедрением инновационных элементов в собственную структуру. Одним из таких элементов, на сегодняшний день, выступает практика вовлечения граждан в принятие общественно значимых решений посредством участия их в реализации проектов инициативного бюджетирования. Данный механизм базируется на партисипативной модели

публичного управления базирующейся, в первую очередь, на реализации принципов «прозрачности» деятельности государственных структур, открытости информации о бюджетном процессе и результатах государственной деятельности для населения.

Структурным компонентом практики инициативного бюджетирования является практика школьного инициативного бюджетирования, направленная на приобщение жителей, начиная со школьной скамьи, к участию в общественных делах на местном уровне. В связи с этим, представляет особый интерес изучение результатов внедрения инструмента школьного инициативного бюджетирования в практику общеобразовательных организаций Республики Крым.

Проблема школьного инициативного бюджетирования освещается в трудах многих отечественных и зарубежных ученых, так над формированием концептуальных основ, методологической базой и практическими направлениями реализации школьного инициативного бюджетирования в Российской Федерации работают такие ученые как: В.В. Вагин [1;2;3], Н.А. Шаповалова [2], Н.М. Филиппова, М.В. Кураколов, Б.В. Куприянов [3]. Направления развития инициативного бюджетирования в Республике Крым курируются И.В. Кивико [4], а также раскрыты в трудах К.М. Османова, А.Т. Керимова [5].

Партисипаторное (инициативное) бюджетирование является одним из самых распространенных демократических нововведений в процессах государственной политики последних десятилетий. Учитывая его педагогическую роль в воспитании более активных граждан и более совещательной культуры, его также можно считать образовательной инновацией в области воспитания гражданственности.

Основной целью школьного инициативного бюджетирования является вовлечение школьного сообщества: администрации, педагогов, родителей, школьников – в принятие бюджетных решений, позволяющих изменить к лучшему внутри- и пришкольную территории и инфраструктуру.

Задачи школьного инициативного бюджетирования:

- создание условий для участия школьников во внутришкольных процессах;
- обучение школьников различным аспектам функциональной грамотности;
- перезагрузка деятельности управляющих советов школ и вовлечение членов управляющих советов в более активное принятие бюджетных решений и обеспечение осуществления инициативного бюджетирования [3].

Концепция школьного инициативного бюджетирования в Российской Федерации продолжает свое развитие на объединении зарубежного и отечественного опыта в данном направлении. Начало реализации данной практики приходится на 2017 год (Сахалинская область), с 2019 года постепенно появляются «школьные» программы регионального и муниципального уровня. Старт школьного инициативного бюджетирования в Республике Крым пришелся на 2023 год. Подход был реализован на уровне всех муниципальных районов региона. Несмотря на то, что используемые практики школьного инициативного бюджетирования опираются на привычные

для традиционных форм процедуры и методологию, они фактически являются новым подходом не только в масштабах России, но и в контексте мирового опыта [1;2;3;4].

Механизм организации крымской практики инициативного бюджетирования основывается на том, что на конкурсный отбор от одной школы может быть представлен только один проект, набравший большее количество голосов на общешкольном голосовании. Размер субсидии из регионального бюджета на поддержку одного проекта не может превышать 350 тыс. рублей, при условии софинансирования (не менее 5%) со стороны бюджета муниципального района. Документы и заявки для участия в конкурсном отборе направляются в Министерство финансов Республики Крым в электронном виде посредством Системы электронного документооборота «Диалог». Оценка поданных на конкурс проектов проводится комиссией в соответствии с критериями и балльной шкалой оценки [6].

В 2023 году в Республике Крым практика школьного инициативного бюджетирования распространилась на все 14 муниципальных района (рисунок 1).

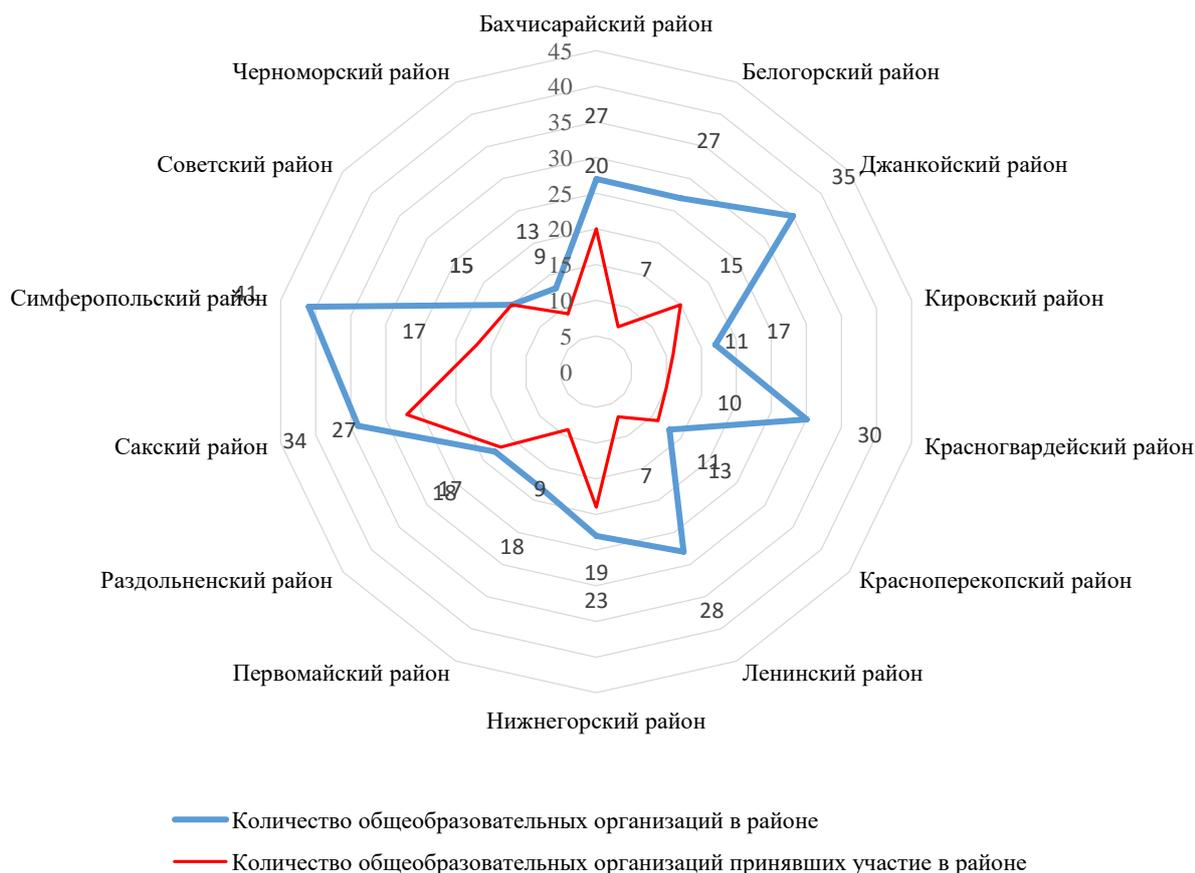


Рисунок 1. Количество муниципальных общеобразовательных организаций, принявших участие в конкурсном отборе проектов инициативного бюджетирования 2023 года по муниципальным районам Республики Крым.

Общее количество поданных на конкурс проектов составило – 204, 197 проектов были допущены к конкурсу, из которых все 197 проектов стали победителями [7].

Общая доля образовательных организаций, принявших участие в практике инициативного бюджетирования составила 57 %. Абсолютная вовлеченность муниципальных общеобразовательных организаций наблюдалась только в Советском районе, где все 15 общеобразовательных организаций приняли активное участие. Доля участия от 65% до 94% наблюдалась в Бахчисарайском, Кировском, Красноперекоском, Раздольненском, Нижнегорском, Сакском, Черноморском и Симферопольском районах.

Типология проектов, а также перечень документов для участия в конкурсном отборе закреплены в приказе Министерства финансов Республики Крым №47 от 21.03.2023 г. В соответствии с данным документом к конкурсному отбору допускаются проекты, направленные на развитие инфраструктуры общеобразовательной организации по следующим направлениям:

- библиотеки; театры; музеи;
- зоны отдыха; столовые (за исключением пищеблоков);
- балетные, художественные и музыкальные классы;
- радио- и киностудии; редакции периодических изданий общеобразовательной организации;
- организация хранения личных вещей;
- другие проекты по улучшению территории и инфраструктуры общеобразовательной организации.

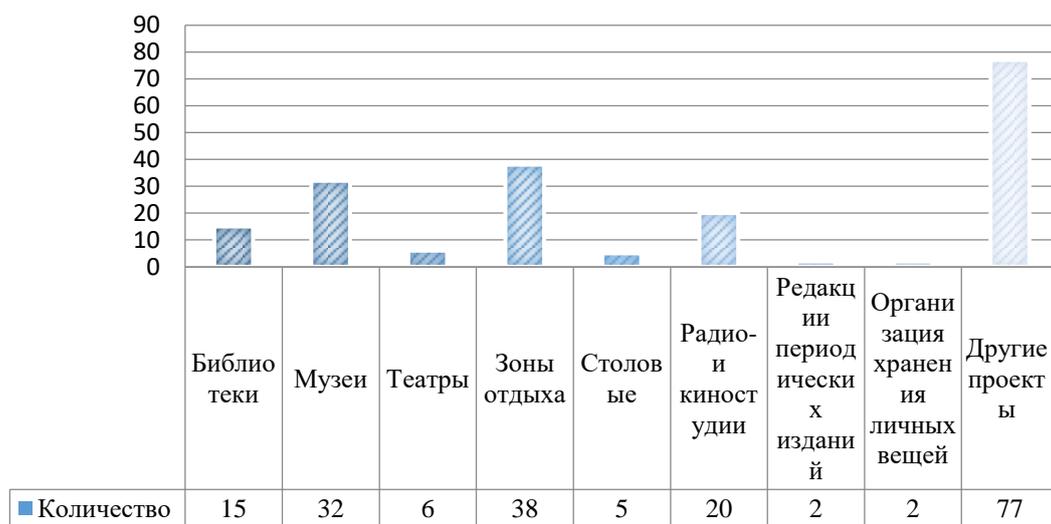


Рисунок 2. Структура проектов-победителей конкурсного отбора школьного инициативного бюджетирования Республики Крым в 2023 году по типологии, ед.

Результаты конкурсного отбора проектов, основанных на инициативах обучающихся в муниципальных общеобразовательных организациях

Республики Крым (рис. 2.), свидетельствуют о том, что наибольшая часть проектов была направлена на создание зон отдыха (38 проектов), создание музеев (32 проекта), а также радио- и киностудий (20 проектов). К типологии «другие проекты по улучшению территории и инфраструктуры общеобразовательной организации» были отнесены 69 проектов различной направленности.

Стоимость проектов 2023 года варьировалась в пределах от 40950 рублей (Сакский район, МБОУ "Наташинская СШ") до 569500 рублей (Белогорский район, МБОУ "Школа - лицей № 2"), средняя стоимость представленных проектов по всем районам Республики Крым составила 336 623, 69 рублей.

Подводя итоги отметим, что результатом внедрения первой масштабной практики школьного инициативного бюджетирования на территории Республики Крым явился положительный совокупный эффект, содержащий в своем составе социальную, экономическую и политическую компоненту. Так, посредством участия в конкурсном отборе, школьное сообщество вовлекается в управление образовательной организацией, что побуждает его к поиску возможностей улучшения инфраструктуры собственной образовательной организации приобщает к прозрачной демократии с раннего возраста, формирует навыки совместного составления бюджета и принятия управленческих решений, что в целом ориентирует на повышение удовлетворенности результатами своей общественной деятельности. Обучающиеся постепенно приобретают и повышают свою гражданскую и финансовую грамотность, а педагогический коллектив получил возможность реального воплощения в жизнь результатов такой образовательной технологии, как проектная деятельность, реализуемой в образовательном процессе современной школы.

Кроме того, реализуемая практика привела к укреплению социальной сплоченности и взаимного доверия в школьных сообществах, одновременно развивая доверие, формируя и укрепляя актив школы который теперь не просто разделяет миссию и ценности своей школы, но и принимает активное участие в их реализации.

Список литературы:

1. Вагин В.В., Шаповалова Н.А. Состояние инициативного бюджетирования в Российской Федерации: новые тренды и возможности развития/В.В. Вагин, Н.А. Шаповалова // Научно-исследовательский финансовый институт. Финансовый журнал. – 2018. –№ 1 (41). – С.110–122.

2. Вагин В.В., Филиппова Н.В., Кураколов М.В., Куприянов Б.В. Школьное инициативное бюджетирование в общеобразовательных организациях Российской Федерации: учебно-методическое пособие / В.В. Вагин, Н.М. Филиппова, М.В. Кураколов, Б.В. Куприянов — М. : Издательство ООО «Сам Полиграфист», 2021. —52 с.

3. Концепция школьного инициативного бюджетирования (ШКИБ) [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.nifi.ru/images/ConceptShkIB.pdf>

4. Кивико И.В. В 2023 году в Крыму запускается школьное инициативное бюджетирование // И. В. Кивико / Правительство Республики Крым. Официальный портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа : https://rk.gov.ru/article/show/2022_12_26_10_07_v_2023_godu_v_krymu_zapuskaietsia_shkolnoe_initsiativnoe_biudzhetrovanie_irina_kiviko

5. Османов К. М., Керимов А. Т., Мустафаева С. Р. Крымские тренды в сфере инициативного бюджетирования // К.М. Османов, А.Т. Керимов, С.Р. Мустафаева / Ученые записки крымского инженерно-педагогического университета. –2023 г. – № 1 (79).– С. 146-150.

6. О внесении изменений в постановление Совета министров Республики Крым от 16 октября 2020 года № 658 : Постановление Совета министров Республики Крым от 10.03.2023 г. № 196 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://rk.gov.ru/document/show/39320>.

Конкурс проектов ШКИБ в Республике Крым 2023 в цифрах [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://budget.rk.ifinmon.ru/krym-kak-my-hotim/novosti/608-v-2023-godu-v-respublike-krym-vpervye-proshel-konkurs-proektov-shkolnogo-initsiativnogo-byudzhetrovaniya>

УДК 336

Новиков А.Г., экономист

Novikov A.G., economist

ООО «Соколстрой»,

г.Москва, Россия

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МЕХАНИЗМА КОНЦЕССИЙ PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF THE CONCESSION MECHANISM

Аннотация: в настоящее время наиболее привлекательным и перспективным механизмом реализации общественных функций государства является государственно-частное партнерство. Стимулирование роста производственных мощностей предприятий общественного сектора экономики возможно реализовать при поддержке государства, применяющего инструменты государственно-частного партнерства, где сами органы власти выступают «донорами» и «спонсорами» инвестиционной деятельности организаций. При этом частные инвесторы и коммерческие организации, обладающие доступом к свободному капиталу, активно привлекаются к партнерству и обеспечивают финансирование реализации проектов ГЧП.

Ключевые слова: государственно-частное партнерство, инвестиции, инвестор, инструмент, капитал, концессии, проект.

Annotation: currently, the most attractive and promising mechanism for the implementation of public functions of the state is public-private partnership. Stimulating the growth of production capacities of enterprises in the public sector of the economy can be implemented with the support of the state, using public-private

partnership tools, where the authorities themselves act as "donors" and "sponsors" of the investment activities of organizations. At the same time, private investors and commercial organizations with access to free capital are actively involved in partnership and provide financing for the implementation of PPP projects.

Keywords: public-private partnership, investment, investor, instrument, capital, concessions, project.

Сегодня ГЧП является актуальным и перспективным направлением развития экономики России. Государство и частный сектор продолжают взаимодействовать и создавать партнерские отношения для реализации новых проектов, стимулируя инвестиции, развитие инфраструктуры и обеспечение качественных услуг для граждан.

Особого внимания в отношении инфраструктурных проектов, реализуемых в России на основе концессионных соглашений, заслуживают вопросы обеспечения их соответствия современным стандартам качества. Невысокий уровень подготовки проектов приводит к тому, что четыре из пяти планируемых инициатив не доходят до практической реализации, и только половина реализуемых проектов достигает поставленных целей и социально-экономических эффектов [3].

Реализация проектов по преодолению дефицита пропускной способности транспортной системы ограничивается санкционными ограничениями и бюджетными возможностями публично-правовых образований. Основной проблемой реализации концессионных проектов остается отсутствие единых подходов и методического инструментария оценки эффективности инфраструктурных проектов на предпроектной стадии заключения концессионного соглашения. Подготовка и принятие взвешенных и продуманных управленческих решений с учетом стоимости всего жизненного цикла проекта позволит уже на стадии согласования концессионных соглашений определить потенциальные выгоды и затраты от реализации проекта. В этой связи особую значимость приобретает формирование прозрачной модели управления инфраструктурными концессионными проектами, которая позволит распределить риски и ответственность между участниками концессии [3].

Глобальной целью реализации проектов ГЧП является достижение социально-экономических эффектов в процессе взаимодействия государства и бизнеса. При этом каждая сторона преследует свои интересы: государство решает поставленные перед ним задачи по обеспечению общественного развития и выполнению социальных гарантий, а бизнес преследует цель по максимизации своей прибыли от реализации проекта с учетом вложенных инвестиций и принятых рисков [2].

В последнее время появилась тенденция заключения концессионных соглашений по модели «квази-ГЧП», когда концессионером является дочернее общество региональной корпорации развития, а концедентом – субъект Российской Федерации. Реализация концессии по такой модели фактически исключает привлечение частного капитала.

Концессионные проекты становятся все более распространенным и эффективным инструментом развития экономики и общества. Концессионная система управления представляет собой сложный механизм, который позволяет государству и частному сектору сотрудничать в реализации инфраструктурных проектов и предоставлении публичных услуг. Эффективное управление концессионными проектами требует тщательного планирования и организации. Разработка и внедрение системы управления концессионными проектами имеет решающее значение для обеспечения успешного завершения проектов, достижения целей и максимизации социально-экономических выгод [4].

В контексте государственно-частного партнерства распределение рисков между государством и частным инвестором может столкнуться с определенными сложностями. Оптимальное распределение рисков зависит от различных факторов, таких как особенности отрасли, в которой реализуется проект ГЧП, тип заключенного соглашения, финансовые параметры и так далее. В таких ситуациях часто применяется правило, согласно которому каждый риск возлагается на ту сторону, которая может наиболее эффективно им управлять.

Государственно-частное партнерство в процессе реализации проектов по созданию инфраструктуры задействует ресурсы обоих партнеров для более эффективного и качественного выполнения необходимых работ. Наиболее распространенной на сегодняшний день формой ГЧП являются концессионные соглашения, затрагивающие взаимодействие государства и бизнеса в различных сферах экономики [5].

Концессионные проекты по своей природе предполагают длительный период реализации. Средний срок действия таких соглашений составляет от 14 до 16 лет. Направленность на долгосрочное сотрудничество и выполнение стратегических целей способствует возможности реализовывать полный инвестиционный цикл: проектирование, строительство, эксплуатация, завершение. Этим концессионные соглашения значительно выигрывают у договоров аренды, в которых в большинстве случаев частная сторона только эксплуатирует объект и не заинтересована в инвестировании в него.

Эффективность деятельности концессионера тесно связана с наличием хорошо организованного контроля за его деятельностью со стороны государства. Для региональных образований в границах России концессионные соглашения активно рассматриваются как альтернативная форма поддержки инвестиционной деятельности. Концессионные проекты приобретают особую значимость за счет создания возможности для государств реализовывать проекты, которые не осуществились бы без привлечения внебюджетного финансирования ввиду ограниченности бюджетов.

На подготовительном этапе особого внимания требует детальная проработка целесообразности каждого концессионного проекта. Предлагается проводить следующий перечень обязательных действий:

- поиск потенциальных рисков проекта и мер по их снижению;
- адекватное распределение найденных рисков между концедентом и концессионером;

- проверка отсутствия противоречий между условиями концессионного соглашения и положениями законодательства о концессионных соглашениях;
- экономический расчет социальных и бюджетных эффектов от реализации проекта;
- проработка технической составляющей реализации проекта;
- анализ соответствия показателей финансовой эффективности проекта интересам концессионера в случае разработки концессионного проекта публичной стороной.

Оценка финансовой эффективности реализации концессионного проекта направлена на подтверждение прибыльности проекта и проверку применимости концессионного соглашения в качестве наилучшей альтернативы для реализации проекта.

При проведении оценки анализируются стандартные показатели оценки инвестиционного проекта: чистая приведенная стоимость проекта, (NPV); внутренняя норма доходности, (IRR); индекс рентабельности, (PI); срок окупаемости проекта, (PP). Особенности оценки проекта в рамках концессионного соглашения заключаются в оценке не только экономической эффективности и прибыльности, но и социальных эффектов: новые рабочие места, экологическая обстановка, изменение качества предоставляемых услуг, благоустроенность территории и т.д.

Рынок концессионных проектов набирает обороты и с каждым годом демонстрирует положительную динамику как по количеству заключенных соглашений, так и по объему инвестиций в проекты. Особенности анализа и оценки концессионных соглашений зависят от сферы, в которой планируется реализовать проект, однако общим для всех соглашений и наиболее важным является распределение рисков между концедентом и концессионером. Необходимо также правильно оценить финансовые показатели проекта, в том числе планируемый размер выручки на этапе эксплуатации. Немаловажным при этом является анализ социальных эффектов проекта, а именно пользы создаваемого/реконструируемого объекта соглашения для людей и общества в целом.

Анализ и оценка концессионных соглашений в социальной сфере требуют учета специфики и рисков, связанных с потребностью в услугах на этапе эксплуатации. При разработке таких соглашений необходимо обеспечить возврат инвестиций концессионера, установить экономически обоснованный уровень возврата вложенного капитала и обеспечить рентабельность операционной деятельности. Важным аспектом является обеспечение качества предоставляемых услуг. Необходимо определить стандарты качества, контрольные механизмы и меры по улучшению качества услуг [6].

Практикующие специалисты выделяют следующие основные недостатки концессионных проектов:

- дороговизна и длительность подготовительных процедур;
- сложность прогнозирования долгосрочных концессионных проектов;
- трудности с оценкой и распределением рисков концессионного проекта [3];

- сложности при передаче объекта в пользование концессионера [5];
- необходимость долгого поиска концессионера для концессионных проектов, не обладающих повышенным уровнем финансовой привлекательности, и др. [4].

Данные сложности говорят о непригодности концессионных соглашений, а о необходимости их учета в процессе структурирования и реализации проектов, используемых с применением концессионной модели. Кроме того, данные сложности подтверждают, что преобразование общественно-важной инфраструктуры с учетом длительности прогнозного периода не является легкой задачей.

При реализации концессионных проектов необходимо учесть множество задач и создать соответствующую инфраструктуру. Успешное применение концессионного механизма требует решения следующих задач [1]:

создание законодательной базы: важно разработать и утвердить достаточное количество законов и нормативных актов, регулирующих сферу концессии. Это поможет обеспечить правовую основу и ясность в процессе применения концессионных механизмов;

формирование институциональной среды: необходимо создать институты и организации, которые будут отвечать за реализацию концессионных проектов, а именно:

- соответствующие органы власти, финансовые и экономические институты, независимые организации, управляющие компании, другие надлежащие участники процесса. Такая инфраструктура поможет обеспечить эффективное управление и контроль за концессионными проектами;

- создание системы управления: важно разработать эффективную институционально-организационную систему процесса управления ГЧП и концессиями. Это позволит координировать действия всех участников проекта и обеспечить его успешную реализацию;

- образование и информирование общественности: необходимо создать разветвленную понятийную базу о концессионном механизме, опыте его применения за рубежом и положительных эффектах.

В процессе реализации концессионных проектов возникает необходимость управления рисками. Особого внимания заслуживает оценка возможных рисков на предпроектной стадии и на этапе подписания концессионного соглашения. Для этого можно применять различные методы и инструменты, включая страхование и финансирование. Это поможет максимально нивелировать возможные финансовые и операционные риски и обеспечить успешную реализацию принимаемых проектов.

В целом разработка и применение соответствующих инструментов и подходов, а также учет особых условий и вызовов помогут обеспечить успешное применение концессионного механизма и достижение поставленных целей в сфере инфраструктурных проектов.

Список литературы

1. Российская Федерация. Законы. О концессионных соглашениях : федеральный закон от 21 июля 2005 года № 115-ФЗ [принят Государственной

Думой 6 июля 2005 года]. – Справочно-правовая система «КонсультантПлюс»: Законодательство. Версия Проф. – Текст : электронный. – URL: <https://www.consultant.ru/> (дата обращения: 22.10.2023)

2. Варнавский, В.Г. Использование механизмов доверительного управления и концессий для повышения эффективности управления государственной и муниципальной собственностью / В.Г. Варнавский // Имущественные отношения в Российской Федерации. – 2012. – № 5(128). – С. 19–29.

3. Игошин, С.С. Развитие концессионной модели управления инфраструктурными проектами: специальность 5.2.6 «Менеджмент»: диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Игошин Сергей Сергеевич; Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации. – Москва, 2023. – 139 с.

4. Игошин, С.С. Концессионная модель управления инфраструктурными проектами: преимущества, ограничения, перспективы развития / С.С. Игошин // Вестник Тверского государственного университета. Серия: Экономика и управление. – 2023. – № 1 (61). – С. 193–202.

5. Новикова В.И., Соболевская Т.Г. Механизм функционирования домостроительных комбинатов на базе холдингов : учебное пособие / Новикова В.И., Соболевская Т.Г. –М.: ООО «Директ-Медиа», 2022 – 92с.

6. Новикова В.И. Рынок ЕАЭС в условиях протекционизма: проблемы и перспективы // Глобальные проблемы модернизации национальной экономики. Материалы X Международной научно-практической конференции. Отв. редактор А.А. Бурмистрова [и др.]. Тамбов, 2021. С. 450-457.

УДК 336.741.236.5

Новикова В.И., преподаватель

Novikova V.I., teacher

РЭУ им. Г.В. Плеханова

Plekhanov Russian University of Economics

SAVINGS THROUGH CRYPTOCURRENCIES

Аннотация: money is an essential part of human society being a specific product of maximum liquidity, which is the universal equivalent of the value of other goods and services. The development of money is closely linked with the development of all human civilization. Products, weapons, coins of various types from bone to gold, paper banknotes and stocks are only a small part of what has been used as money.

Ключевые слова: bank, blockchain, security, protection, cryptocurrency, technology

With the development of information technology and communication networks, the world has entered the era of electronic money. Plastic payment cards

are gradually replacing coins and banknotes, and there are many payment systems on the Internet that have been originally created only for electronic payments, such as PayPal or Google Wallet. Recently, many central banks have started to issue digital currencies that are fiat money but in a digital form.

Digitalization is a comprehensive area today that is constantly evolving, with the aim of streamlining business processes to promote both individuals and companies. In line with today's ongoing development of digitalization, the growth of FinTech has had a major impact in the banking sector. This is because FinTech has contributed to the possibility of establishing innovative financial services, as banks have previously lacked this capability. FinTech companies are covered by higher innovation capacity and banks are thus today facing challenges, to create value for their customers. While FinTech development promotes opportunities for banks, cyber risks and threats also occur because of the rapid changes [1].

Blockchain technology offers a secure and trustworthy framework for transferring data in different types of transactions such as financial transactions and contracts. Cryptography plays a critical role in ensuring the genuineness and accuracy of the data being transferred.

Technology Blockchain is attracting interest from many industries and has spread to security, real estate, computer games, law, insurance, energy, and finance. Almost every industry is trying to use blockchain to improve their business.

Nearly every sector is currently researching the benefits of blockchain technology. The research on the uses of blockchain is being looked into by several academics and organizations. Such as banks, software developers and governments to improve organizations and performance. Because of its promising ability Blockchain has gained wide recognition in recent times. Organizations are trying to utilize this technology in order to meet their challenges. This innovation has the potential to be highly disruptive in many areas of society [1].

Nowadays, fast cryptocurrency market development attracts many participants from around the world due to high volatility and lower transaction costs in comparison to the traditional financial market. There are not only professional traders but also individual investors who prefer long-term investments expecting further development and the growth of the leading cryptocurrencies and the entire market.

The total development costs for the most capable frontier AI models today runs into the tens of millions of pounds with costs expected to soon reach into the hundreds of millions or even billions of pounds. While the best performing models are developed by a small number of well-resourced organisations, a larger number of smaller entities build products on top of these frontier models for specific markets.

Money is anything that is customarily accepted by parties engaged in a transaction of a financial arrangement. The definition of money that is generally accepted requires money to fulfill its main functions that are a store of value, a medium of exchange and a unit of account [1].

At each stage in civilization development, money has evolved becoming more functional, adjusting to growing needs and solving miscellaneous tasks more effectively. Money has become the main tool in such important processes as trade, savings, lending, investment, regulation, etc. The currencies issued by states have

also become a key mechanism of control and management both within countries and internationally.

The concept of a decentralized payment network proposed by Satoshi Nakamoto is different from the old solutions, so that its improvement will take some time. Freedom of movement, communication, etc., which recently seemed utopian, today have become a reality, directly or indirectly improving the lives of everyone. The main value of cryptocurrency is that they provide a higher degree of freedom of personal finances. The widespread of this technology will lead to a series of significant changes in many areas [2].

Recently emerged innovative technologies have allowed creating alternative money, cryptocurrency, which can become a global independent tool. Because of their decentralized nature, cryptocurrencies do not need any permission and can work everywhere, but the question of their large-scale use is more a social issue than a technical one. People need to learn about the alternatives that appear and not be afraid to use them. Awareness of alternatives is the first step towards its spreading, and broad discussions facilitate this [3].

Bitcoin can be described as an electronic payment system that uses its own currency with a limited emission and operates through its protected decentralized network. The Bitcoin network automatically verifies transactions, while security and reliability are ensured by the use of cryptography and modern information technology.

Before the advent of Bitcoin, a performance of all payment systems was based on the force of the central trusted authority (bank, payment service, etc.), opening an account for clients and certifying all their operations. Thus, in the banking system, transactions are executed when they are confirmed, secured and executed by banks. At the same time, users are completely dependent on both the banks themselves and all the higher organizations. Money in the banking system can be tracked, blocked, withdrawn, eroded by inflation, etc.

The situation is different with Bitcoin. Its technology allows refusing transaction assurances by intermediaries, all transfers are checked and authenticated by the Bitcoin network itself, which functions in a distributed way. The Bitcoin system does not belong to anyone, its users are equal, and the program code is open and publicly accessible, which guarantees independence, fairness, and security.

In Bitcoin blockchain, there is a data structure in which each non-leaf node is a hash of its previous nodes that is called the Merkle tree. Each transaction at the bottom level has a node containing its hash value. Blocks are grouped in pairs and hashes are stored a level up the tree [3].

When making transactions, an addressee receives the hashed message and decrypts it with the usage of the algorithm and receiving the hash. The message is only confirmed in case that hash is the same as the original one and can not be dehashed after being received and confirmed. This process guarantees the addressee to receive the necessary message.

In order to confirm transactions and reach a consensus, Bitcoin blockchain applies proof-of-work (PoW) algorithm that is used in mining. The idea behind this method is that blockchain network nodes perform complex calculations that are

checked by other nodes. The first node that has accomplished calculations, get a reward from the network. All nodes compete among themselves to receive the reward first increasing the capacity of computing resources. The main drawback of PoW is high energy costs as a huge number of nodes make computations, but the only one node receives the reward [4].

Another the widely used consensus in blockchain networks is Proof-of-Stake (PoS). This algorithm means that blocks are confirmed according to the stake of the users who randomly choose a node that has a greater amount of resources, such as coins, and according to the age of the coins. Validators are determined not by their computational power, but a cryptocurrency investment. For the creation of the block itself, the node does not receive a reward that is paid for the transaction.

The main advantages are significantly lower costs for electricity consumption in comparison to the Proof-of-Work consensus, promotion of honesty, and a decrease in validators' fraudulent behavior. The disadvantages are the possible concentration of funds and network centralization due to the fact that those participants who hold more tokens have more favorable conditions.

Bitcoin is the first digital currency that is created to be transferred to the other party without any intermediaries who could approve or deny a transaction over the Internet. The digital asset does not have to be moved through one or several banks via debits and credits of the third party. It is possible to not simply transfer cryptocurrency, but make payments with it. Thus, there is an opportunity to use it as a medium of exchange.

A mass of cryptocurrencies, and primarily Bitcoin, perform effectively as a speculative investment. Having started with zero, many cryptocurrencies have increased significantly over the years. Each Bitcoin is worth a few thousands of dollars today in comparison to a price of zero in 2008 when it has been created. Other prominent cryptocurrencies have appreciated in value as well.

However it is not that attractive to store value of assets transferring all the savings into cryptocurrency due to its instability and high price volatility comparing to fiat-based currencies. For a good investment, it is crucial to buy the currency at the right time, but as a credible store of value, it is still controversial. The volatility index is illustrated in the Figure 3 with a historical overview.

In the coming years, there can be an increase in investments in digital tokens and a rise of institutional investors in this market. As a result, cryptocurrency expects long-term and steady demand and a further appreciation respectively. One more advantage of investing in cryptocurrency is that it is possible to start to invest with small amounts of money and in case of proper storage no one can take it away.

The cryptocurrency market seems spontaneous and unanticipated; nevertheless, any of its fluctuations can be explained by different factors. Cryptocurrency analysts study the nature of cryptocurrencies and predict the behavior of trends. Two powerful instruments that are useful in the conventional stock market are fundamental and technical analysis [2].

There are new cryptocurrency based financial instruments that have been developed and influenced the market. The biggest increase that has occurred on the market is 219% change of Bitcoin price from \$6,286 to \$20,089 is reached in 35 days

as can be seen in the Figure below. The reason was the news about the possible launch of bitcoin futures by Chicago Commodity and Options Exchanges. It was launched in December when almost simultaneously Bitcoin reached its historical peak. After that, the price started to decline and in 5 days it decreased by 35% to \$12,831. As soon as information flow declined, the cryptocurrency and the market fell as well [4].

Ethereum is the second largest cryptocurrency according to the market capitalization data. It is a relatively new cryptocurrency launched in 2015. There is a huge gap in capitalizations of Ethereum and Bitcoin, whose indicator is about 5 times bigger. Ethereum is built on a different technology rather than Bitcoin. While Bitcoin has been developed as a currency that can be used as regular money, Ethereum is also a platform and programming language that can be applied to construct and launch unstoppable applications and run smart contracts. Ethereum has succeeded as an asset and became the largest altcoin on the cryptocurrency market.

As the market is still young, there is no common approach or a strategy of cryptocurrency analysis that would work effectively in all of the cases and be relevant in different market conditions. Any news or unsuccessful partnership of a project can completely change the situation making it complicated to predict the future. Therefore, investors should continuously revise and analyze market information in a comprehensive manner [5].

Any distinctive characteristics of a coin can help investors determine the real value of the particular cryptocurrency. There are such indicators as the market capitalization, reliability of the technology and its potential to solve existing problems, qualification of a team, economic features, the maximum volume of supply, the issue parameters, the speed of block generation, average commissions, mining opportunities, trading volume, and price volatility.

Cryptocurrencies have the potential to develop and serve the basic functions of money such as a unit of account, a medium of exchange, and a store of value. As of today, they can probably become a more effective tool as a medium of exchange and attract businesses to implement this innovative technology in their daily activities. However, as an investment instrument, it has to improve and mature becoming more predictable and stable.

Список литературы

1. Новикова В.И., Соболевская Т.Г. Бухгалтерский учет финансовых активов в кредитных организациях: учебное пособие / Новикова В.И., Соболевская Т.Г. -М.: ООО «Директ-Медиа», 2023 – 116с.

2. Новикова В.И. Специализация кредитных организаций и концентрация банковского капитала // Вестник Московского гуманитарно-экономического института. 2021. № 1. С. 240-252.

3. David LEE Kuo Chuen, Li Guo and Yu Wang (2018). Cryptocurrency: A New Investment Opportunity? The Journal of Alternative Investments Winter 2018, 20 (3) 16-40. [online] Available at: <https://doi.org/10.3905/jai.2018.20.3.016>

4. Lielacher, A. Bitcoin ETFs: What They Are and How to Invest - Bitcoin Market Journal. [online] Bitcoin Market Journal. Available at: <https://www.bitcoinmarketjournal.com/bitcoin-etf>

5. Maxim, J. (2019). Commonwealth Bank of Australia To Launch Ripple Payments Soon. [online] Bitcoin Magazine. Available at: <https://bitcoinmagazine.com/articles/commonwealth-bank-australia-launch-ripple-payments-soon-1432850165>

УДК 338

Новикова С.А., обучающаяся 3 курса

Novikova S.A., 3rd year student

ГБОУВО РК «Крымский инженерно-педагогический университет имени Февзи Якубова»

SBEIHE RC «Crimean engineering and pedagogical university the name of Fevzi Yakubov

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВИЗАЦИИ МЕНЕДЖМЕНТА

PROBLEMS AND PROSPECTS OF DIGITALIZATION OF MANAGEMENT

Аннотация. В данной статье рассмотрены проблемы и перспективы развития цифровизации менеджмента на современных предприятиях. Выделена актуальность темы исследования, дана трактовка понятий «цифровизация менеджмента», отражена роль цифровизации менеджмента на современных предприятиях и принципы ее построения. Кроме того, в статье описываются современные тенденции в развитии цифровизации менеджмента.

Ключевые слова: проблемы и перспективы развития цифровизации менеджмента, цифровизация менеджмента, цифровизация.

Annotation. This article discusses the problems and prospects for the development of digitalization of management in modern enterprises. The relevance of the research topic is highlighted, the interpretation of the concepts of "management digitalization" is given, the role of management digitalization in modern enterprises and the principles of its construction are reflected. In addition, the article describes current trends in the development of management digitalization.

Keywords: problems and prospects of digitalization of management, digitalization of management, digitalization.

Актуальность данной темы обусловлена тем, что цифровая экономика задает вектор, по которому будут развиваться социально-экономические системы микро-, мезо-, макроуровней на долгосрочную перспективу, что вызывает необходимость исследования и всестороннего анализа процессов цифровой трансформации. Бывшая прежде приоритетом для отдельных

инновационных компаний, сегодня цифровая трансформация стала массовым явлением, а соответствующие проекты - жизненно важными для успеха не только отдельных компаний, но также регионов и стран.

В современных условиях с ускорением научно-технического прогресса, а также массового внедрения цифровых технологий управления, человечество становится свидетелем кардинальных изменений во всех сферах деятельности, а именно быстро развиваются новые модели общественных отношений, системы ценностей, формы и инструменты управления, институты, организации в целом и прочее. Наступило начало, так называемой, четвертой промышленной революции.

Значимую роль, при этом, играют процессы внедрения цифровых технологий, которые являются драйвером изменений и приводят к ускорению бизнес-процессов организации. В то же время отечественные организации сталкиваются с проблемами быстрой адаптации к постоянно меняющейся внешней среде, перестраивания деятельности, нацеленной на непрерывное развитие, совершенствования процессов управления и многого другого. Поэтому особую актуальность приобретает развитие системы управления, которая будет учитывать постоянное изменение бизнес-моделей и факторов конкурентного преимущества организации, включая изменения в корпоративной культуре и прочее.

Цель данной работы: изучить цифровизацию менеджмента в современных компаниях

Цифровизация менеджмента — это процесс внедрения современных цифровых технологий и инструментов в управленческую деятельность организации с целью повышения эффективности, улучшения процессов принятия решений и обеспечения конкурентоспособности на рынке.

Современные технологии, такие как искусственный интеллект, аналитика данных, облачные сервисы, интернет вещей и многие другие, предоставляют менеджерам новые возможности для управления бизнесом. Цифровизация менеджмента позволяет автоматизировать рутинные задачи, улучшить доступ к информации, оптимизировать процессы и увеличить скорость принятия решений.

Одним из ключевых аспектов цифровизации менеджмента является использование аналитики данных для принятия решений. Сбор и анализ больших данных позволяют менеджерам получить более точное представление о состоянии бизнеса, выявить тенденции и прогнозировать будущие события. Это помогает принимать обоснованные решения на основе фактов и данных, а не на основе интуиции.

Еще одним важным аспектом цифровизации менеджмента является улучшение коммуникации и сотрудничества. Цифровые платформы для коммуникации, такие как корпоративные социальные сети, чаты, видеоконференции и облачные хранилища, позволяют менеджерам эффективно общаться с сотрудниками, делиться информацией и координировать работу.

В целом, цифровизация менеджмента изменяет способы работы менеджеров, предоставляя им новые возможности для улучшения процессов

управления бизнесом. Однако успешная цифровизация требует не только внедрения новых технологий, но и изменения культуры организации и обучения персонала. Только при условии комплексного подхода цифровизация менеджмента может привести к реальным результатам и улучшению конкурентоспособности компании.

Цифровизация позволяет собирать большие, даже огромные объемы данных, так называемые Большие данные, генерируемые либо людьми, подключенными к Интернету, либо подключенными устройствами, например, интеллектуальными счетчиками и датчиками, используя Интернет вещей. Отправной точкой для цифровизации является разработка цифровой стратегии. Она включает в себя цифровую трансформацию основного бизнеса и развитие новых цифровых сегментов бизнеса. Драйверами цифровизации часто выступают ИТ-отделы, но специализированные отделы и руководство также должны поддерживать цифровую стратегию.

С развитием цифровизации набирает популярность новая профессия цифрового менеджера, который берет на себя важную функцию продвижения цифровизации факторов, процессов и продуктов, а также способствует цифровой трансформации всей промышленной цепочки и всей цепочки создания стоимости от входа до выхода, чтобы предприятия могли стать более эффективными и достичь роста бизнеса и доходов .

Определение цифрового менеджера: человек, который использует цифровую интеллектуальную мобильную офисную платформу для построения структуры персонала, поддержания рабочего процесса, совместной работы, анализа решений на основе больших данных и онлайн-связи между восходящим и нисходящим потоками для реализации онлайн и цифрового управления бизнесом предприятия или организации.

Деятельность современной организации в современных условиях хозяйствования трудно представить без широкого использования цифровых технологий. Они играют ключевую роль и являются неотъемлемой частью деятельности практически любой организации. Несмотря на активное внедрение цифровизации в различные сферы деятельности общества, экономики, и, в частности, отдельных хозяйствующих субъектов вопросы влияния этих процессов на менеджмент организации изучены крайне мало.

Современные компании сталкиваются с постоянными изменениями в бизнес-среде, вызванными быстрым развитием технологий и изменениями в потребительском поведении. В этом контексте цифровизация менеджмента играет ключевую роль в обеспечении конкурентоспособности и успешного развития компаний.

Цифровизация менеджмента представляет собой процесс интеграции цифровых технологий в управленческие практики компаний. Это включает в себя использование различных программных и аппаратных средств для автоматизации бизнес-процессов, улучшения коммуникации и управления информацией, а также повышения эффективности принятия управленческих решений.[1]

Одним из основных преимуществ цифровизации менеджмента является улучшение операционной эффективности компании. Автоматизация бизнес-процессов позволяет сократить время на выполнение задач, снизить вероятность ошибок и увеличить производительность персонала. Это особенно важно в условиях быстрого изменения рыночной среды, когда компании должны быть гибкими и оперативно реагировать на новые требования рынка.

Кроме того, цифровизация менеджмента способствует улучшению коммуникации и сотрудничества внутри компании. Современные технологии позволяют быстро обмениваться информацией, проводить виртуальные встречи и координацию работы различных подразделений. Это помогает улучшить координацию деятельности компании и повысить ее адаптивность к изменениям.

Наконец, цифровизация менеджмента способствует улучшению принятия управленческих решений. Современные аналитические инструменты позволяют обрабатывать большие объемы данных и выявлять скрытые закономерности, что помогает менеджменту принимать более обоснованные и информированные решения.

Таким образом, цифровизация менеджмента играет ключевую роль в обеспечении конкурентоспособности и успешного развития современных компаний. Она способствует улучшению операционной эффективности, коммуникации и принятия управленческих решений, что делает ее неотъемлемой частью стратегии развития любой компании.

Несмотря на все преимущества цифровизации менеджмента, существуют определенные проблемы и вызовы, с которыми сталкиваются компании при ее внедрении.

Одной из основных проблем является отсутствие квалифицированных специалистов. В условиях быстрого развития цифровых технологий и появления новых инструментов управления, компаниям сложно найти специалистов, обладающих необходимыми знаниями и навыками для работы с ними. Это создает проблему в обучении персонала и ограничивает возможности компаний в использовании цифровых инструментов.

Другой проблемой является высокая стоимость внедрения цифровых технологий. Многие компании сталкиваются с проблемой нехватки финансирования для приобретения и внедрения новых программ и систем управления. Это может замедлить процесс цифровизации менеджмента или даже привести к отказу от этой инициативы.

Также следует отметить проблему безопасности данных. Переход к цифровым технологиям предполагает хранение и обработку большого объема информации, что может повлечь за собой риски утечки конфиденциальных данных и нарушения правил обработки персональной информации. Это требует от компаний дополнительных усилий по обеспечению безопасности данных и соблюдению соответствующих законодательных требований.

Цифровизация менеджмента представляет собой важный этап в развитии современного бизнеса, однако ее внедрение сопряжено с определенными проблемами. Решение этих проблем требует от компаний дополнительных

усилий и ресурсов, однако успешное внедрение цифровых технологий может значительно улучшить эффективность управления и конкурентоспособность компании.[2]

Одной из основных перспектив цифровизации менеджмента является повышение эффективности управления. С помощью цифровых инструментов менеджеры могут получать более точную и своевременную информацию о состоянии бизнеса, анализировать данные и принимать обоснованные решения. Это позволяет улучшить планирование, контроль и принятие решений, что в свою очередь способствует повышению производительности и конкурентоспособности компании.

Другой важной перспективой цифровизации менеджмента является улучшение коммуникации и сотрудничества внутри компании. Цифровые инструменты позволяют создавать эффективные системы обмена информацией, совместной работы и коммуникации между сотрудниками. Это способствует повышению эффективности работы коллектива, улучшению взаимодействия между подразделениями и ускорению процессов принятия решений.

Также цифровизация менеджмента открывает новые возможности для развития бизнеса. С появлением новых технологий, таких как big data, машинное обучение, искусственный интеллект и интернет вещей, компании получают доступ к большему объему данных и новым способам их анализа. Это позволяет выявлять новые тренды, прогнозировать изменения на рынке, оптимизировать процессы и создавать инновационные продукты и услуги.[3]

В целом, цифровизация менеджмента представляет собой огромный потенциал для развития компаний. Однако для успешной реализации этого потенциала необходимо учитывать не только технические аспекты, но и изменения в культуре организации, обучение сотрудников и разработку новых стратегий управления.

Цифровизация менеджмента посредством социальных, мобильных, аналитических и облачных технологий позволяет сократить объем бумажных носителей информации и документирования, повысить реактивность процедур и операций по операционному менеджменту, уменьшить трудоемкость операций, сделать весь управленческий контур более мобильным и оптимизированным. Благодаря этому возможно не только улучшить вовлеченность и удержание работников, но также достигнуть заметного улучшения показателей работы предприятия путем постоянной трансформации.

В современном мире ежедневно растет конкуренция среди компаний и увеличивающиеся требования к качеству продукции. Основопологающей целью цифровизации является помощь руководителю и подразделениям компании в вопросе увеличения эффективности и конкурентоспособности по каждому операционному действию.

Здесь стоит отметить, что ведущим технологиям в компании отведена центральная роль в процессе преобразования, но не стоит считать посредственными бизнес-процессы, модели развития, корпоративную культуру и этику, а также готовность к грядущим изменениям.

В условиях современной цифровизации применяются следующие инструменты, которые повышают эффективность бизнес-процессов:

- Аутсорсинг
- Бенчмаркетинг
- Миссии и видение
- Управление знаниями
- Интеграция цепочки поставок
- Венчурное финансирование
- Процессно – ориентированное управление
- Мерчендайзинг
- Инжиниринг
- Реинжиниринг
- Измерение уровня удовлетворённости клиента
- Сегментация клиентов
- Прочие инструменты: корпоративная культура, реструктуризация, стратегические альянсы и многие другие.[4]

В современных реалиях именно такие инструменты помогают топ-менеджерам компании повысить эффективность бизнес-процессов, улучшить деятельность компании на рынке в условиях цифровизации с помощью применения различного рода технологий.

Цифровые технологии также предоставляют обширные возможности для обучения и развития персонала. Электронные образовательные ресурсы и онлайн-платформы позволяют проводить дистанционные курсы, вебинары и тренинги, а также использовать специализированные программы для оценки и развития навыков сотрудников. Это обеспечивает постоянное обучение и развитие персонала, способствует повышению их профессиональных компетенций.

В области управления производительностью цифровые технологии позволяют эффективно оптимизировать производительность персонала. С использованием специализированных программ и инструментов возможно установление целей, оценка результатов, регулярные оценки производительности, анализ данных и выявление проблемных областей. Это способствует оптимизации бизнес-процессов, повышению эффективности и стимулированию мотивации сотрудников.

Также цифровые технологии могут быть эффективно применены для управления трудовыми отношениями. С использованием специализированных программ и платформ можно автоматизировать процессы, связанные с трудовыми договорами, оплатой труда, учетом отпусков и отгулов, а также вести кадровый учет. Это сокращает временные и ресурсные затраты на административные процедуры и обеспечивает точность и достоверность данных.[5]

Исходя из вышесказанного отметим, что цифровая трансформация, несомненно, выводит организацию на новый уровень развития, при этом затрагивает интересы всего персонала предприятия. Поэтому необходимо

постоянно находится с персоналом в контакте, своевременно проводить обучения по нововведениям, а также не забывать мотивировать сотрудников, чтобы на выходе получать качественный продукт.

В заключение, можно отметить, что цифровизация менеджмента является неотъемлемой частью современного бизнеса. Она открывает новые возможности для улучшения эффективности управления, оптимизации бизнес-процессов и повышения конкурентоспособности компаний.

Однако, в процессе внедрения цифровых технологий возникают и ряд проблем, таких как нехватка квалифицированных специалистов, высокие затраты на внедрение и поддержку IT-инфраструктуры, а также угрозы кибербезопасности.

Для успешного развития цифровизации менеджмента необходимо активное внедрение инновационных технологий, постоянное обучение персонала, разработка эффективных стратегий цифровой трансформации и укрепление кибербезопасности.

В целом, перспективы развития цифровизации менеджмента очень обширны. Она позволяет компаниям стать более гибкими, адаптивными и конкурентоспособными на рынке. Важно только правильно оценить возможности, выбрать оптимальные инструменты и правильно построить стратегию внедрения цифровых технологий.

Список литературы:

1. Антонов В.Г., Самосудов М.В. Проблемы и перспективы развития цифрового менеджмента // E-Management. – 2018. – № 2. – с. 38-48. – doi: 10.26425/2658-3445-2018-2-38-48.

2. Шева Г., Хюзиг С., Гумерова Г.И., Шаймиева Э.Ш. Менеджмент организаций цифровой экономики. / учебное пособие. - Москва: КНОРУС, 2021. – 302 с.

3. Зябриков В. В. Цифровизация менеджмента: перспективы и скрытые угрозы для культурного развития нации // Экономика и право в контексте современного культурного развития. – 2018. – С. 499-500.

4. Фоменко Н.М., Щербов В.О., Щербова М.К. ТЕНДЕНЦИИ И ОСНОВНЫЕ ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ УПРАВЛЕНИЯ В ЭПОХУ ЦИФРОВИЗАЦИИ // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2023. – № 7-2. – С. 225-231; URL: <https://vaael.ru/ru/article/view?id=2924> (дата обращения: 14.11.2023)

5. Летуновская, Ю. А. Совершенствование управления бизнес-процессами в организации в условиях роста цифровизации / Ю. А. Летуновская, К. И. Романова. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2022. — № 49 (444). — С. 19-23. — URL: <https://moluch.ru/archive/444/97412/> (дата обращения: 14.11.2023).

Орзимов И.С., курсант, Быкова К.В., к.э.н.
Orzimov I.S., cadet, Bykova K.V., Candidate of Economics

Краснодарский университет МВД России
Krasnodar University of the Ministry of Internal Affairs of Russia

**УПРАВЛЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫМИ
ПРОЦЕССАМИ ВНУТРИ ПРЕДПРИЯТИЯ И МЕТОДЫ ИХ
ОПТИМИЗАЦИИ**

**MANAGEMENT OF INFORMATION AND COMMUNICATION PROCESSES
WITHIN THE ENTERPRISE AND METHODS OF THEIR OPTIMIZATION**

Аннотация. В научной работе исследуются ключевые аспекты управления информационно-коммуникационными процессами внутри предприятия. Рассматриваются основные факторы оказывающие влияние на коммуникационные процессы предприятия. Выделены основные средства и методы передачи информации в организации. Был проведен анализ влияния количества звеньев коммуникационной системы на степень искажения информации. Было предложено несколько вариантов снижения количества искажений и уменьшения их воздействия на данные.

Ключевые слова: коммуникация, коммуникационные процессы, система коммуникаций, информация.

Annotation. The scientific work examines the key aspects of information and communication processes management within the enterprise. The main factors influencing the communication processes of the enterprise are considered. The main means and methods of transmitting information in the organization are highlighted. The analysis of the influence of the number of links of the communication system on the degree of distortion of information was carried out. Several options have been proposed to reduce the number of distortions and reduce their impact on the data.

Keywords: communication, communication processes, communication system, information.

В современных организациях, управление представляет собой сложный процесс, включающий выбор и реализацию определенных управленческих решений для достижения целей организации и ее развития. Большинство компаний вынуждены искать пути выживания в условиях нестабильности экономики и непредсказуемости дальнейшего вектора развития рынка. В условиях данной неопределенности будет разумно, если организация направит все свои усилия на стабилизацию состояния своей внутренней среды. Ведь корабль не тонет, когда он в воде. Он тонет, когда вода в нем. В частности, предприятиям стоит обратить внимание на то, как внутри них протекают информационно-коммуникационные процессы.

XXI век по праву называют веком информации. С каждым годом ее влияние на общество растет. С начала XX-го века информация начала приобретать все большую значимость и с 1950-х годов ее стали выделять как отдельный фактор производства.[4] В организации информация и информационные процессы имеют такую же важную роль, как и производственная деятельность. Эффективность деятельности организации напрямую зависит от полноты и скорости передачи сведений по коммуникационным каналам. Процесс передачи информации от одного человека к другому по разным каналам связи посредством общей системы знаков называется коммуникацией. На предприятии коммуникации в первую очередь призваны обеспечить своевременную доставку полной и достоверной информации до адресата, для обеспечения выполнения им своих производственных функций. В масштабах всего предприятия коммуникации играют важную роль в сохранении внутреннего единства и поддержании конкурентоспособности организации. Также от особенностей коммуникационных процессов, протекающих внутри фирмы, зависит характер корпоративной культуры. Таким образом, информационно-коммуникационные процессы играют существенную роль на предприятии и оказывают большое влияние на эффективность его деятельности.

Любой организации присущи особенности, отличающие ее от других фирм: организационная структура, корпоративная культура, специфика деятельности, стиль руководства и др. Все эти факторы должны быть учтены руководителем при выборе форм коммуникаций, которые будут применяться на предприятии, ибо от этого будет зависеть эффективность системы коммуникаций. В наиболее общем виде систему коммуникаций организации можно определить как единый комплекс каналов и приемов обмена информацией, объединяющий всех участников фирмы и направленный на установление и поддержание коммуникационных взаимоотношений между ними.

Для продуктивного функционирования, система коммуникаций, как и любая другая система, требует грамотного управления. Под управлением системой коммуникаций понимается совокупность непрерывных управленческих воздействий на внутренние и внешние процессы информационного обмена, обеспечивающих удовлетворение коммуникационных потребностей и реализацию стратегических и тактических целей организации.[1] Управление коммуникационными процессами включает в себя выбор методов, способов и средств передачи информации и форм ее представления.

Выделяют три группы внутрикорпоративных коммуникативных средств:

К первой группе относятся печатные средства, включающие сплошные или выборочные рассылки писем сотрудникам. Многие предприятия издают ежемесячные информационные бюллетени, содержащие сведения необходимые для всех работников. Также к печатным средствам относятся внутренние стандарты предприятия, должностные инструкции, определяющие алгоритм построения отношений с коллегами и руководством. Для активации механизма

обратной связи руководитель может провести анкетирование. Журналы, газеты, планы-графики запланированных мероприятий, брошюры — это далеко не полный список печатных средств передачи информации.

Ко второй группе относятся электронные средства. В компании может существовать единая информационная среда, в которой быстро и без потери качества будет происходить обмен информацией. Также могут использоваться электронная почта, голосовые чаты и мониторы с объявлениями. Фирма может проводить видеоконференции и прибегать к услугам электронных бюллетеней. Однако, все это должно сопровождаться надежностью приборов и технических средств, при помощи которых будут осуществляться коммуникационные связи.

К третьей группе средств относятся средства личной коммуникации. Чаще всего в организации проводятся групповые встречи с сотрудниками, инициируемые руководителем для решения приоритетных задач. Руководство также может проводить непродолжительные встречи с одним или несколькими подчиненными для обсуждения текущих задач, новых целей и т. д.

Организация может использовать все вышеперечисленные средства при применении одного из следующих методов управления коммуникациями:

- метод процедуры обжалования, с помощью которого работники могут обратиться с жалобой к вышестоящему руководителю в обход своего непосредственного начальника. Данная процедура позволяет подчиненным избежать произвола и несправедливости со стороны своего непосредственного руководителя. Также этот метод предоставляет работникам возможность косвенно участвовать в осуществлении контроля деятельности своего непосредственного начальства, используя рычаги воздействия на него со стороны высшего руководства;

- метод открытых дверей, смысл которого заключается в том, что сотрудники имеют открытый доступ к руководителю для доведения до него своих идей и соображений;

- метод опроса сотрудника, увольняющегося из организации. Высокая текучесть кадров является одной из причин снижения эффективности деятельности предприятия, так как в случае ухода работника, на поиск нового сотрудника организации потребуется время, в течение которого обязанности ушедшего лица будут распределены между его коллегами. Следует также учитывать время на адаптацию нового сотрудника к работе и его вхождения в коллектив. Нагрузка на остальных сотрудников в течение всего периода замены старого работника будет выше оптимальной. Соответственно их эффективность будет падать. Метод опроса увольняющихся сотрудников позволит организации снизить текучесть персонала, путем выяснения причин ухода работников и разработки оптимальных решений по ликвидации этих причин;

- партисипативные методы подразумевают принятие решений с участием работников. Этот метод основан на создании своего рода партнерских отношений между руководством и подчиненными. Во многих исследованиях отмечается, что при использовании организацией данного метода, в ней наблюдается рост производительности труда. Персонал участвующий в принятии управленческих

решений более предан своей организации, ибо чувствует себя частью предприятия и играет в нем важную роль.[2]

В основном, все упомянутые методы применяются при вертикальных коммуникациях, для оптимизации процесса обмена информацией между руководством и подчиненными.

По большому счету, эффективность информационно-коммуникационных процессов в организации зависит от выбора руководителем оптимального сочетания средств, методов и каналов передачи информации. Но есть факторы, которые независимо от воли руководства будут негативно или позитивно влиять на коммуникационную систему. Зачастую, движение информации от отправителя к конечному получателю на предприятии происходит через посредников. То есть для того, чтобы распоряжения руководителя дошли до последней инстанции в иерархии подчиненности, им нужно пройти через другие звенья коммуникационной системы. В процессе данного движения информация будет неизбежно подвергаться изменениям, соответственно, дойдет до подчиненных не в первоначальном виде. Данное явление подчиняется «закону искажения информации». Закон искажения информации — это один из законов психологии управления и управленческой деятельности, который подразумевает высокую вероятность изменения смысла управленческой информации (распоряжения, приказы, директивы) в процессе ее передачи и движения сверху вниз. Степень искажения информации зависит от числа каналов и звеньев передачи, через которые проходит информация — чем больше людей будет получать информацию и передавать ее другим, тем сильнее она будет отличаться от исходного варианта.

Искаженная информация так же, как и испорченное сырье, может привести к получению на выходе производственного цикла продукта плохого качества. Любая информация имеет три условия, соблюдение которых обеспечит эффективность коммуникаций:

1) Полнота — информация об объекте или явлении должна быть исчерпывающей, достаточной.

2) Достоверность — информация должна соответствовать реальной действительности.

3) Своевременность — информация должна быть актуальной, способной удовлетворить текущие потребности организации.

Руководителю, при принятии управленческих решений необходимо, чтобы информация соответствовала всем трем условиям. Это имеет большое значение, потому что управленческие решения затрагивают всю организацию. Поэтому решения, принятые на основе искаженных, неполных или устаревших сведений, могут привести к нарушению гармоничного функционирования предприятия. Это может выразиться в увеличении издержек, возникновении конфликтов между функциональными подразделениями, повышении текучести кадров, что в дальнейшем может привести к потере организацией конкурентоспособности и рентабельности.

Основной целью управления информационно-коммуникационными процессами в организации является снижение количества искажений информации и частоты помех, возникающих в коммуникационных каналах. Современные предприятия вынуждены прибегать ко всевозможным ухищрениям для снижения

воздействия звеньев коммуникационной системы на сохранность информации. В большинстве организаций руководитель не имеет возможности доводить свои решения до подчиненных не прибегая к помощи посредников. Решением в таких ситуациях может послужить один из следующих вариантов:

Во-первых, руководитель может максимально уменьшить число посредников. Закон искажения информации прямо пропорционально связывал степень измененности информации с количеством звеньев коммуникационной системы. Будет логичным вывод о том, что уменьшение данного количества приведет к повышению степени сохранности сведений. Сокращать число посредников можно до тех пор, пока это не приведет к увеличению издержек.

Во-вторых, руководитель может уменьшить воздействие посредников на информацию. При получении данных человек выделяет из них самую важную, по его мнению, часть, добавляет от себя немного и передает полученный результат дальше по цепочке. В коммуникационной системе человек — носитель субъективизма, оказывающий деформирующее воздействие на информацию. Для уменьшения данного воздействия руководитель может, внедрить в организацию ERP-систему, основополагающий принцип действия которой — централизованный сбор информации.[5] ERP помогает не только снизить влияние человеческого фактора на данные, но и оптимизировать всю информационно-коммуникационную систему предприятия. Система объединяет все значимые сведения в единое безопасное хранилище. Любой пользователь, при необходимости, может получить полные, точные и актуальные данные за считанные минуты. Система минимизирует вероятность ошибок из-за человеческого фактора и способна собирать информацию в реальном времени. К тому же, использование общей базы помогает структурировать данные предприятия. Это устраняет недопонимание между подразделениями, предотвращает дублирование и неверную трактовку данных. То есть ERP обеспечивает эффективную информационную интеграцию людей, процессов и технологий в масштабе предприятия.

Немаловажным в системе коммуникаций является механизм обратной связи. Это мощный инструмент, с помощью которого осуществляется информационный обмен между руководителем и подчиненным. Он позволяет руководителю получать актуальную информацию о последствиях управленческих решений, и в дальнейшем корректировать работу отдельных сотрудников и целых подразделений.[3]

Таким образом, можно сделать вывод, что информационно-коммуникационные процессы, протекающие внутри предприятия, играют важную роль в обеспечении его деятельности. Почти в каждой организации при передаче информации по информационным каналам возникают помехи, искажающие данные и препятствующие их правильному восприятию людьми. Это вынуждает предприятия искать способы уменьшения их количества и принимать меры по снижению их воздействия. От того, насколько эффективно организация борется с данными явлениями, будет зависеть стабильность и результативность ее деятельности.

Список литературы:

1. Харламова И. Ю. Управление коммуникационными процессами организации[Электронный ресурс]:// Молодой ученый. - 2017. - № 1 (135). - URL: <https://moluch.ru/archive/135/37916/> - (Дата обращения: 10.11.2023).

2. Марабаева Л.В., Т.Е. Кузнецова Формы и методы управления коммуникациями на предприятии[Электронный ресурс]:// Вестник Российского Университета Кооперации. - 2017. - № 3(29) - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/formy-i-metody-upravleniya-kommunikatsiyami-na-predpriyatii> - (Дата обращения: 10.11.2023).

3. Помфёва М.В. Оптимизация управления коммуникационными процессами предприятия Словакия, 2010. - 370 с.

4. Артамонов А.В. Информация как фактор производства и развития в современной экономике Вестник ТГУ, выпуск 4 (84), 2010 С. 10-13.

5. Агафонова В.В. Состояние и перспективы информационно-коммуникационных технологий в экономике и управлении компаниями Вестник Самарского университета. Экономика и управление. Т. 12, № 3. 2021. С. 102–108

УДК 331.108.2(470+430)

Орлова В.В., обучающаяся 4 курса

Orlova V. V., 4th year student

Научный руководитель: Марянина Л.А., старший преподаватель

Scientific supervisor: Marianina L.A., senior lecturer

Волгоградский институт управления – РАНХиГС

Volgograd Institute of Management – RANEPА

ТЕНДЕНЦИИ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В РОССИИ И ГЕРМАНИИ: ИЗМЕНЕНИЯ К ПОДХОДУ В РАБОТЕ С ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ

**HR MANAGEMENT TRENDS IN RUSSIA AND GERMANY: CHANGES TO
THE APPROACH TO WORKING WITH HUMAN RESOURCES**

Аннотация. В статье определено, что управления человеческими ресурсами в немецкой компании базируется на бизнес-знании, в то время как российских компаниях акцентируется качество привлечения и найма сотрудников с опорой на групповые методы организации труда, создание рабочей обстановки, делегирование компетенций и ответственности, сотрудничество на разных уровнях для выявления талантов каждого сотрудника.

Ключевые слова. Человеческие ресурсы, персонал, компании, особенности, влияние, цели, бизнес-знания, найм.

Annotation. The article determines that human resource management in a

German company is based on business knowledge, while Russian companies emphasize the quality of attracting and hiring employees based on group methods of labor organization, creating a working environment, delegating competencies and responsibilities, cooperation at different levels to identify the talents of each employee.

Keywords. Human resources, personnel, companies, features, influence, goals, business knowledge, hiring.

Введение. Стремительное развитие рыночной экономики за последние несколько десятилетий, интеграция современных технологий и рост конкуренции способствовали повышению актуальности проблемы управления человеческими ресурсами. Основной причиной является то, что конкурентоспособность и возможность развития любой компании обеспечиваются путем найма высококвалифицированных сотрудников. Однако после найма работа с коллективом не прекращается.

Во всем мире персонал является основным капиталом компании, так как именно этот ресурс определяет возможность достижения стратегических целей компании. От характера полезности и качества работы персонала зависят возможности российских и немецких компаний, поэтому в работе с персоналом применяется интегрированный подход.

Целью статьи является рассмотрение тенденций управления персоналом в России и Германии в свете изменений к подходу в работе с человеческими ресурсами.

Основные положения. Существенные социально-экономические изменения, произошедшие в современном обществе, обусловлены стремительным переходом к цифровому обществу. В связи с этим перед научным сообществом возникло несколько актуальных вопросов. Одним из таких вопросов является определение специфики и вектора развития социально-экономических отношений, сопряженных с трудовой деятельностью. Речь идет о человеческом капитале.

Сегодня человеческий капитал рассматривается в качестве основного показателя социально-экономического развития общества и государства. Среди исторически сложившихся показателей экономического роста следует перечислить: приобщение материальные ресурсы, увеличение производительности трудовой деятельности, научно-технический прогресс. С некоторых пор человеческий капитал рассматривается в одном ряду с перечисленными факторами.

Современные концепции управления человеческими ресурсами ориентированы на изучение проблемы использования человеческих ресурсов организации в контексте эффективности и экономической целесообразности капиталовложений в указанные ресурсы. В последние годы в рамках указанного подхода активно обсуждается вопрос и о лояльности персонала по отношению к организации через формирование такого качества ресурсов, которое соответствует заявленной стратегии развития. А это, в свою очередь, потребовало разработки и применения современных HR-технологий,

способных обеспечить конкурентоспособность практически любой организации.

Особое значение использование указанных технологий может приобрести в системе сравнения тенденций управления персоналом таких стран, как Россия и Германия, что обусловлено новым подходом к процессам принятия кадровых решений, планированию человеческих ресурсов, их оценке и контролю за эффективностью и полезностью каждого специалиста.

Объединение всех условий формирования человеческого капитала происходит с непосредственной взаимосвязью мотивации и стимулирования, без которых невозможно произвести учет человеческих потребностей, осознание которых проявляет мотивы и стимулы к совершенствованию способностей личности.

Немецкий подход к управлению персоналом базируется на концепции Луиса Брандейса, предполагающей постоянное изменение мотивации специалиста и удовлетворенности трудом для достижения повышения производственной, творческой отдачи, активности в достижении конечного результата. Российский подход к управлению персоналом основан на реализации принципов и критериев его подбора, найма и расстановки, выработке правил приёма и увольнения, решении вопросов обучения и повышения квалификации [1, с.17].

Оба подхода предполагают проведение комплекса управленческих мероприятий, обеспечивающих соответствие количественных и качественных характеристик в работе с персоналом и выборе направленности трудового поведения.

Ключевой тенденцией немецких компаний выступает реализация задачи использования специалистов посредством обеспечения значимости каждого и определении коэффициента полезности для повышения эффективности в достижении результата. В российских компаниях значимым является деятельность и вклад в общий успех, степень удовлетворённости трудом и самим процессом, текучесть кадров, потери рабочего времени. Все направлено на проявление профессионализма в групповой идентификации и проявлении готовности к решению задач в реализации стратегии компании [4, с.12].

Для российских компаний важны определение потребности в количестве и качестве сотрудников, времени их использования посредством выбора способов рекрутирования и привлечения персонала. То есть важно знать, где найти работников и как привлечь их на стадии определения месторасположения, так как цена рабочей силы в регионах различается.

Обеспечение спроса на рабочие места со стороны специалистов и менеджеров ориентировано на привлечение работников со стороны и побуждение лучших работников к росту и занятию важных рабочих мест. При решении текущих задач подбор персонала обуславливается стоимостью рабочей силы и на основе постоянно обновляющихся требований к специализации. Планирование карьеры обеспечивает карьерный рост согласно ожиданиям и интересам компании, позволяя полнее использовать потенциал каждого работника. Мотивация персонала побуждает к инициативному труду,

реализации целей, координируя действия в цепи взаимодействий.

Организация условий для реализации потенциала каждого специалиста выстраивается на возможности проявить себя в трудовой деятельности согласно индивидуальным и профессиональным качествам. Оптимальность действий персонала достигается общими согласованиями и особой динамикой работы. Это позволяет поддерживать оптимальный трудовой ритм, экономить средства, повышать удовлетворённость трудом, проявляя свой потенциал.

Основной характеристикой рассмотренных подходов является переориентация на поиск, хранение и учет информации. Впоследствии данная информация доступна для штатных специалистов в необходимом объеме и качестве.

Кроме того, как в немецких, так и в отечественных компаниях руководство заинтересовано в проведении оценочных мероприятий, позволяющих определить промежуточные и конечные результаты деятельности. Результаты аттестации используются для формирования стратегии взаимодействия с персоналом. Организация эффективного контроля позволяет обеспечить дисциплину на рабочем месте. Помимо дисциплинированности и соблюдения внутреннего устава компании, важной чертой для сотрудников является высокий уровень мотивации. При всем при этом сотрудники не должны чувствовать внешнего давления со стороны руководства, так как чувство социальной и корпоративной дистанции является губительным для новаторских идей сотрудников [6].

В Германии, как и в России, принято обеспечивать безопасные условия труда, а также осуществлять постоянный контроль за ситуацией внутри коллектива. Для повышения комфорта собственных сотрудников компании предоставляют планы страхования. Нередко в штат компании принимается психолог и юрист, что необходимо для обеспечения оптимального психологического климата внутри коллектива путем своевременного разрешения конфликтных ситуаций [1, с.67].

Использование трудового законодательства и организационных норм для двух подходов позволяет налаживать партнёрские отношения и сотрудничество со сторонними компаниями. Поддержание репутации предполагает создание такой организационной культуры, обеспечивающей соблюдение этики ценностей компании, что позволяет заботиться об укреплении сотрудничества между бизнес-партнерами.

В российских компаниях управление персоналом реализуется через руководителей, службы персонала, советы коллективов, а в немецких – через DRH, производственные советы и общие собрания. Общим выступает фактор, что государство и органы, принимающие законы, регулируют сферу трудовых отношений в рамках трудового и социального права.

В российских и немецких компаниях методы стимулирования направлены на удовлетворение потребностей и ожиданий сотрудников, их информирование и построение организационного поведения и воздействия на систему ценностей.

Основным изменением в российских компаниях является проведение

кадровой политики, определяющей установки на подбор и найм персонала на перспективу через формирование резерва кадров на замещение вакантных мест и определение требований на соответствие вакантной и занимаемой должности, соответствие знаний работников их квалификации, расстановки персонала для его движения согласно оценке потенциала сотрудника [3, с. 55].

Основным изменением в немецких компаниях стало разнообразие подходов к управлению персоналом, что обусловлено институциональными и организационными контекстами профессионального знания и идеологии управленческой дисциплины. Кадровая работа в любой компании находится в приоритете руководителей, а роль специалистов определяется уровнем их ответственности при выполнении функций реализации стратегии и идей по отстаиванию интересов.

Поэтому ведется отслеживание этапов деловой карьеры в течение 20 лет с поиском возможности продвижения талантов. Резервирование кадров на номенклатурные должности происходит на основе конкурсной системы подготовки, и поэтому, чем выше занимаемая должность, тем больше требования.

Новые подходы в управление персоналом в российских компаниях перенаправили работу отдела кадров, отдела организации труда, отдела охраны труда и техники безопасности за счет изучения рынка трудовых ресурсов, расширения круга функций сотрудников для стимулирования труда, продвижения талантов и предотвращения конфликтов.

В российских организациях линейные руководители занимаются подбором специалистов, а в немецких – структурные подразделения. В обеих компаниях основное решение принимает директор, но в работе с персоналом участвуют все подразделения кадров. В российских - одно подразделение выполняет функции нескольких подсистем, в немецких - функции подсистемы выполняет конкретное структурное подразделение.

Поэтому интегрирование управления персоналом синтезируется в общую стратегию. Это также отличает управление человеческими ресурсами от управления кадрами. Управленческие решения в российских и немецких компаниях учитывают возможности влияния на людей и продвижение или не продвижение их идей и карьеры, в целом [2, с.11].

Управление человеческими ресурсами используется в российских и немецких компаниях. Отличие немецких компаний проявляется на уровне высокой эффективности, близости к рынку и степени удовлетворения потребностей потребителей.

Поэтому в российских компаниях преобладает качественная система мотивации, а в немецких - карьерные перспективы вне текучести кадров на фоне большей удовлетворённости трудом и финансовой и премиальной заинтересованности.

В немецких компаниях управление персоналом является частью компетенции президента или первого заместителя. Администрация и линейные менеджеры касаются вопросов управления персоналом при решении целевых задач. Усилия руководителей в единстве со службой персонала сосредотачиваются

на привлечении, отборе, продвижении, стимулировании, рациональном использовании и сохранении сотрудников согласно ее потребностям и стратегических целям.

Немецкий подход к управлению человеческими ресурсами увязывает вознаграждение, оценку, развитие и отбор, подразумевая горизонтальное выравнивание. Недостатком этой модели является то, что она игнорирует ситуационные факторы, такие как интересы заинтересованных сторон и понятие выбора стратегии на фоне изменения качества и эффективности рынка ресурсов и роста самой компании.

Управления человеческими ресурсами в немецкой компании базируется на бизнес-знании:

- кредитоспособность персонала - достижение результата, эффективность взаимоотношений, личные и профессиональные коммуникации;
- стратегическая решения - культура управления, быстрые изменения, стратегическое принятие решений, маркетинг-отношения;
- служба отдела кадров - персонал, его развитие;
- организационная структура, управление и его направления [5].

В отечественных компаниях акцент внимания перенесен на обеспечение высокого качества процесса привлечения и найма работников. Процессы организации трудовой деятельности, формирования микроклимата в коллективе, делегирования должностных полномочий реализуются, по большей части, при помощи групповых методов. Сегодня управленцы и руководители заинтересованы в поиске наиболее талантливых и перспективных специалистов.

Среди основных задач кадровой работы с сотрудниками можно выделить: переход специалистов на руководящие должности, модернизация модели взаимодействия руководства с подчиненными, обеспечение высокого качества трудовой деятельности, формирование здоровой микросреды, привлечение специалистов всех уровней к разработке новых решений по развитию бизнеса, содействие в поиске нового места работы в случае увольнения, развитие корпоративной культуры, повышение интереса штатных специалистов к процессу обучения и повышения квалификации.

Человеческий капитал необходимо рассматривать в качестве основополагающего производственного фактора, благодаря которому достигается развитие рыночной экономики.

Обобщая сказанное выше, определим содержательный аспект процесса управления кадровыми ресурсами в немецких компаниях: управленческая деятельность осуществляется от лица высшего руководства; линейное руководство привлекается к процессу реализации единой политики в области управления человеческими ресурсами; линейные руководители и менеджеры ведут совместную работу; к разработке стратегии управления привлекается высшее руководство.

Содержание управления персоналом в российских компаниях составляют выделение персонала в общей системе руководства и стратегического планирования, стратегическое направление кадровой работы в общей структуре управления. Эти методы и принципы позволяют добиваться не только поставленных целей, но и находить свое место на конкурентном рынке за счет

улучшения эффективности труда и социальной эффективности функционирования коллектива. Правильный выбор вариантов построения системы управления персоналом обеспечивает направленность действия механизма в условиях верного выбора технологий и методов работы.

Вывод. Человеческий капитал необходимо рассматривать в качестве основного производственного фактора, существование которого определяет последующий курс развития рыночной экономики. Сравнения тенденций управления персоналом таких стран, как Россия и Германия позволил заключить, что подходы в системе управления человеческим капиталом данных стран значительно разнятся.

Список литературы:

1. Барабаш И.П. Кадровое обеспечение предпринимательства управленческим персоналом: дис. на соискание учен. степ. - М.: АСТ, 2016. - 78 с.
2. Бухалков М.И. Управление персоналом. Основные положения. - М.: ИНФРА, 2018. - 87 с.
3. Григорин А.Г. Формирование современного механизма управления персоналом: дис. на соискание учен. степ. канд. - М.: 2016. - 109 с.
4. Громова О.Н. Формирование стратегии управления персоналом организации: дис. на соискание учен. степ. - М.: 2016. - 98 с.
5. Functions. Practices of Human Resource Management. [Электронный ресурс] URL: <https://smallbusiness.chron.com/functions-practices-human-resource-management-59787.html> (дата обращения 07.11.23.).
6. Красноженова Г.Ф., Симонин П.В. Управление трудовыми ресурсами. - М.: ИНФРА, 2018. - 65 с.

УДК: 330.1

Печникова Е.М., обучающаяся 3 курса, Леухина Т.Л., к.э.н., старший преп.
Pechnikova E.M., 3rd year student, Leukhina T.L., Candidate of Economics, senior lecturer.

ФГБОУ ВО «Поволжский государственный технологический университет»
Volga State Technological University

УЧЁТ КАПИТАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ ACCOUNTING OF THE COMPANY'S CAPITAL

Аннотация: в рамках данного исследования автором проведён анализ особенностей учёта капитала. Дано определение этого понятия. Материал даёт характеристику и экономическую сущность собственного капитала предприятия. Приведены примеры основных бухгалтерских проводок. Рассмотрены существующие проблемы в данной сфере. Произведена их группировка по классификационным признакам. Выявлены пути совершенствования учёта капитала, а также описано его нормативное

регулирование. В работе проведён анализ трудов современных учёных. Сделаны выводы по этой работе.

Ключевые слова: капитал, предприятие, экономика, проблемы, учёт, эффективность.

Abstract: within the framework of this research, the author analyzed the peculiarities of capital accounting. The definition of this concept is given. The material gives the characteristic and economic essence of equity capital of the enterprise. Examples of basic accounting entries are given. The existing problems in this area are considered. Their grouping by classification signs is made. The ways of improving capital accounting are revealed, and also its normative regulation is described. The work analyzes the works of modern scientists. Conclusions on this work are made.

Keywords: capital, enterprise, economy, problems, accounting, efficiency.

Капитал – это источник денежных средств предприятия, который представляет собой имущество. Без этого неотъемлемого элемента компания не сможет существовать и выполнять свои функции. По значению этого показателя в бухгалтерской отчётности можно узнать большое количество информации о предприятии. Например, о его размере, эффективности развития, платёжеспособности, а в совокупности с другими показателями и о финансовом состоянии.

Актуальность вопроса состоит в том, что важной проблемой для любого предприятия является достаточность капитала для выполнения своих обязанностей и функций, устойчивого развития, обеспечения финансовой стабильности и безопасности, поэтому нужно серьёзно подойти к рассмотрению и исследованию ведения бухгалтерского учёта капитала, а также усовершенствованию его методики.

Цель исследования – выявить особенности и проблемы порядка учёта капитала на предприятии.

Объект исследования – капитал предприятия.

Предмет исследования – проблемы учёта, способы их решения, которые отражены в статьях современных учёных на данную тему.

В работе использован такой метод исследования, как анализ.

В экономике, на сегодняшний день, капитал организации рассматривается как значимая экономическая категория и является одним из относительно новых объектов бухгалтерского учёта. Вопросы, касающиеся выявления проблем и особенностей отражения капитала в отчётности, представлены в следующих научных статьях:

В статье «Особенности учёта и отражения в отчётности капитала организации» Т.Е. Хорольской, Е.В. Калашниковой и О.В. Ильиной [5] описывается важность финансовой отчётности.

Авторы указывают, что понимается под понятием капитал в бухгалтерском учёте. Особое внимание уделено тому, что баланс является основным финансовым отчётом, потому что на его данные опираются (его пользователи) субъекты экономических отношений при принятии значимых

решений. Их правильность зависит от степени реальности информации о финансовом положении и итогов деятельности. Отмечается, что капитал организации включает в себя две группы составляющих: - капитал, полученный от учредителей. - резервы, созданные в процессе деятельности организации. Для наглядности в работе рассказывается об уравнении двойственности Шера, которое означает, что «величина собственного капитала предприятия равна разности между имуществом и его кредиторской задолженностью». Авторы обращают внимание на то, что в России пользуются горизонтальной формой бухгалтерского баланса, тогда как в мировой практике используются две.

Т.Е. Хорольская и Е.В. Калашникова приводят интересное сравнение баланса с фотографией, потому что он отражает деятельность предприятия в определённое время. Это не даёт целостного представления о работе организации. Авторы приходят к выводу, что для полного понимания необходимо использовать Отчет об изменениях капитала для описания динамики собственных средств. Действительно, ведь бухгалтерский баланс представляет информацию об изменении структуры капитала.

Достоинством работы Т.Е. Хорольской и её соавторов является то, что она раскрывает функционирование экономического субъекта как динамический процесс, который не может в полной мере быть описан статической формой, какой, по сути, является баланс. Целесообразно было бы привести примеры наиболее часто встречающихся проблем отражения в отчётности капитала организации.

В статье «Бухгалтерский учёт и анализ капитала организации: цели и задачи управления» А.И. Осиповой и А.В. Дубовик [4] рассматриваются виды капитала, его структура, источники формирования и основы бухгалтерского учета собственного капитала организации. Выделяются три основных подхода к формированию трактовки капитала. Дается его классификация по целому ряду признаков. В краткой и удобной для понимания форме, в виде блок-схемы, детально описаны структуры источников формирования капитала предприятия. Авторы делают акцент на том, что он является неотъемлемой частью бухгалтерского учёта.

А.И. Осипова и А.В. Дубовик сравнивают бухгалтерский учёт капитала с «зеркалом», так как в нём видна вся необходимая информация, связанная с движением и изменением капитала в процессе хозяйственной деятельности. Также он обеспечивает пользователей актуальными данными, на основе которых принимаются важные управленческие решения. В работе показаны этапы анализа эффективности использования собственного капитала. Авторы подчёркивают, что капитал – это богатство, которое предназначено для его же собственного увеличения и одновременно является фактором производства. Также они утверждают, что капитал является довольно значимым индикатором эффективности ведения финансово-хозяйственной деятельности.

Авторы делают вывод о том, что предприятия, использующие только собственный капитал, максимально устойчивы в настоящее время. Однако без привлечения заёмных средств ограничиваются темпы развития.

Основная ценность работы состоит в том, что указывается связь бухгалтерского учёта капитала с принятыми управленческими решениями. Подробно описаны все виды и классификации.

В работе Е. Н. Алихановой «Пути повышения эффективности организации учета собственного капитала на предприятии» [3] рассмотрены пути модернизации организации учёта. Особый акцент делается на том, что капитал – это показатель, описывающий финансовую стабильность. В работе проводится анализ нормативных документов по бухгалтерскому учету, а также приведены основные характеристики капитала и задачи его учёта. Автор отмечает, что в формировании учёта собственного капитала на предприятии есть недостатки – это неидеальный аналитический учёт, нехватка методических указаний, отсутствие стандарта для учёта и многие другие.

В ходе работы выяснилось, что выбор оптимальной структуры собственного капитала является очень тяжёлым вопросом, встречающимся при принятии финансовых решений. Автор указывает, что для устранения этой проблемы необходимо правильно использовать два вида учёта – бухгалтерский и управленческий.

Е.Н. Алиханова приходит к выводу о том, что постоянные преобразования особенностей учета уставного капитала разнообразных форм собственности и полностью не проработанное законодательство приводят к трудностям.

Заслуга автора состоит в том, что в работе выявлены и конкретно перечислены недочёты учёта собственного капитала. Статья достаточно полно отразила основные проблемы, которые могут встретиться.

Все эти исследования позволяют глубже понять сущность понятия капитал и какие существуют проблемы его учёта. Каждый учёный даёт своё определение этой категории, но основной смысл сохраняется – это имущество и источник финансирования деятельности, необходимый для получения дохода. Практически в каждом из исследуемых научных трудов, была отмечена важность капитала для предприятия, так как он является неотъемлемой частью бухгалтерского учета и дает нам полную картину о масштабах организации, ее успешности, перспективах развития. В процессе осуществления финансово-хозяйственной деятельности организации именно он отражает интересы собственников, сотрудников и государства.

Абсолютно все предприятия имеют определённый размер капитала, который включает в себя совокупность различных средств, требующихся для ведения хозяйственной деятельности экономического субъекта. Именно он отражает интересы владельцев, работников и государства. От количества капитала зависит жизнеспособность хозяйствующего субъекта во время всего его существования. Учёные многих стран занимались вопросом определения сущности капитала. Работали над этим они достаточно долгое время, на протяжении не одного века, поэтому на сегодняшний день основные аспекты изучены очень тщательно. Можно прийти к выводу, что проблемы, связанные с оборотом, формированием и воспроизводством капитала рассмотрены очень глубоко. Несмотря на это, вопросы в области эффективного управления

капиталом предприятия исследованы не целиком. Эффективность использования собственного капитала позволяет нам – произвести оценку финансового положения предприятия, определить доступные источники финансирования и узнать о положении организации на рынке капиталов.

В состав собственного капитала входят уставный капитал, добавочный капитал, резервный капитал и нераспределенная прибыль. Эта информация указана в положении по ведению бухгалтерского учета и отчетности Российской Федерации. Большое количество данных о капитале содержится в бухгалтерском балансе бухгалтерской отчетности в разделе три «Капитал и резервы». Чтобы осуществлять учёт положения и перемещения собственного капитала применяют пассивные счета: 80 «Уставный капитал», 82 «Резервный капитал», 83 «Добавочный капитал», а также 84 «Нераспределенная прибыль».

В период формирования хозяйствующего субъекта складывается уставный капитал предприятия, который представляет из себя его исходный капитал. Формирование уставного капитала отражается проводкой дебет 75 кредит 80. Уменьшение уставного капитал по требованию закона – дебет 80 кредит 84.

Резервный капитал предприятия складывается с помощью проведения отчислений из нераспределенной прибыли. Формирование данного капитал может носить обязательный и добровольный характер, кроме акционерных обществ. У них размер резервного фонда определён в соответствующем федеральном законе. К основным проводкам по учёту резервного капитала относятся:

- 1.Отчисления в резервный капитал - дебет 84 кредит 82.
- 2.Использование резервного капитала – дебет 82 кредит 84.
- 3.Погашен непокрытый убыток собственного капитала – дебет 82 кредит 84.

Добавочный капитал организации складывается в следствии выполнения дооценки стоимости внеоборотных активов, возникновения эмиссионного дохода при продаже акций по цене, превышающей номинальную стоимость, курсовых разниц, появляющихся при расчетах с учредителями по вкладам в уставный капитал. Увеличение балансовой стоимости основных средств производственного назначения отражается проводкой – дебет 01 кредит 83.

Нераспределенная прибыль как составная часть собственного капитала аккумулирует финансовые результаты предприятия за настоящий и прошедший периоды.

Немаловажно изучить нормативное регулирование капитала, поскольку работа предприятия должна реализовываться в согласовании с законодательством государства. Главным нормативно-правовым актом по регулированию работы акционерных обществ, а кроме того порядка формирования и применения их капитала является Федеральный закон от 26.12.1995 № 208-ФЗ «Об акционерных обществах» [1]. Аналогичное положения касающиеся обществ с ограниченной ответственностью регулируются Федеральным законом от 08.02.1998 № 14-ФЗ «Об обществах с ограниченной ответственностью» [2].

Существуют серьёзные трудности, которые воздействуют на количество собственного капитала компании и его эффективного использования. Эти проблемы следует разбить на три типа: создания и учёта капитала, анализа эффективности его использования, а также недостаток хорошей учётно-аналитической системы.

Одной из проблем является нехватка в отношении некоторых объектов учёта нормативно-правовых актов. Появляются сложности в связи с появлением криптовалюты. Например, в 2019 году в уставный капитал компании ООО «Артель» включили Bitcoin. По причине отсутствия регламентации учёта это привело к появлению большого количества проблем. На сегодняшний день проявляется недостаток общих условий к уровню раскрытия данных в отчётности. Появляются сложности с путями расходования нераспределённой прибыли на предприятии. В целях ликвидации этой проблемы бухгалтеру необходимо самому изучить аналитику данного счёта.

Из-за отсутствия в Российской Федерации единого определения понятия собственный капитал и необходимых стандартов учёта, предприятиям следует самим отражать в учётной политике детали учёта в соответствии с действующим законодательством. Нужно внедрить ведение аналитического учёта по каждому учредителю, чтобы проводить проверку вычислений.

Необходимо постоянно проводить инвентаризацию в целях осуществления контроля состояния капитала. Можно периодически осуществлять полноценный анализ собственного капитала, что поможет предприятию быстрее реагировать на отрицательные факторы, которые приводят к негативным изменениям состояния капитала. Этот метод позволит улучшить эффективность его использования.

Лица, занимающиеся управлением предприятия, должны чётко знать, с помощью каких источников средств оно будет осуществлять свои функции, а также куда оно будет вкладывать капитал. Главному бухгалтеру необходимо постоянно проверять объявления со стороны государства по регулированию соответствующего вида учёта и владеть знаниями по финансовому анализу и менеджменту. Те организации, которые используют исключительно собственный капитал, имеют самую максимальную устойчивость в настоящей обстановке, а с другой стороны, не привлекая заемные средства, ограничивают темпы развития в долгосрочной перспективе.

Таким образом, чтобы управление собственным капиталом сделать наиболее эффективным, следует придерживаться законодательных документов, понимать характерные черты определённых разновидностей деятельности экономических субъектов. Необходимо уделять внимание методике ведения бухгалтерского учёта капитала предприятия, поскольку данная область достаточно часто подвергается преобразованиям.

Список литературы

1. Федеральный закон от 26.12.1995 N 208-ФЗ (ред. от 04.08.2023) "Об акционерных обществах".

2. Федеральный закон от 08.02.1998 N 14-ФЗ (ред. от 13.06.2023) "Об обществах с ограниченной ответственностью".

3. Алиханова, Е.Н. «Пути повышения эффективности организации учета собственного капитала на предприятии» / Е. Н. Алиханова // Вестник науки и образования. -2020. - № 4(6). –С. 11-13 [электронный ресурс]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/puti-povysheniya-effektivnosti-organizatsii-ucheta-sobstvennogo-kapitala-na-predpriyatii> (дата обращения: 08.11.2023).

4. Осипова, А.И. «Бухгалтерский учёт и анализ капитала организации: цели и задачи управления» / А.И. Осипова, А.В. Дубовик // Управленческий учёт. -2022. - №7-3. –С. 568-574 [электронный ресурс]. – URL: <https://uprav-uchet.ru/index.php/journal/article/view/2324> (дата обращения: 08.11.2023).

5. Хорольская, Т.Е. «Особенности учёта и отражения в отчётности капитала организации» / Т.Е. Хорольская, Е.В. Калашникова, О. В. Ильина // Естественно-гуманитарные исследования. -2020. - № 30(4). –С. 252-256 [электронный ресурс]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-ucheta-i-otrazheniya-v-otchetnosti-kapitala-organizatsii> (дата обращения: 08.11.2023).

УДК 657.1

Пищеркова Д.А., обучающаяся 3 курса
Pishcherkova D.A., 3rd year student

Научный руководитель: Каджаметова Т.Н., д.э.н., профессор
Scientific adviser: Kadzhametova T.N., doctor of economy sciences professor

ГБОУВО РК «Крымский инженерно-педагогический университет имени Февзи Якубова»
SBEIHE RC «Crimean engineering and pedagogical university the name of Fevzi Yakubov

**ВЛИЯНИЕ РОБОТИЗИРОВАННОЙ АВТОМАТИЗАЦИИ НА
БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ**
THE IMPACT OF ROBOTIC AUTOMATION ON ACCOUNTING

Аннотация: потенциал автоматизации бухгалтерских процессов с помощью роботизированной автоматизации высок, и, по прогнозам, роботы заменят бухгалтеров в значительной части их задач. Обязанности будущих бухгалтеров будут выходить за рамки ведения бухгалтерского учета и финансовой отчетности, а также бизнес-консультирования и руководства трансформацией роботизированной автоматизации. Это изменение влечет за собой необходимость совершенствования их "мягких" навыков, а также навыков работы с технологиями и данными. Это требует дополнительных исследований по эффективному методу интеграции этих навыков в модель бухгалтерского образования.

Ключевые слова: автоматизация, роботизированная автоматизация, аутсорсинг, компании, бухгалтерские процессы.

Abstract: the potential of automation of accounting processes with the help of robotic automation is high, and, according to forecasts, robots will replace accountants in a significant part of their tasks. The responsibilities of future accountants will go beyond accounting and financial reporting, as well as business consulting and guiding the transformation of robotic automation. This change entails the need to improve their "soft" skills, as well as skills of working with technology and data. This requires additional research on an effective method of integrating these skills into the accounting education model.

Keywords: automation, robotic automation, outsourcing, companies, accounting processes.

Бухгалтерские и финансовые процессы являются одними из наиболее вероятных, которые будут поддерживаться или перениматься программными роботами. Регистрация бухгалтерских операций требует высокой точности, последовательности, и многие из них связаны с ручной обработкой повторяющихся транзакций. Сотрудник обычно собирает информацию из многочисленных и фрагментированных систем, а затем обрабатывает данные (проверяет, отправляет на утверждение), прежде чем окончательно сохранить их в системе бухгалтерского учета. Ручной сбор данных и управление ими отнимают много времени и подвержены ошибкам. Время может быть сэкономлено, и коэффициент ошибок снижается, когда роботы берут на себя выполнение этих задач.

Бухгалтерские процессы используют предписанные правила и процедуры, что делает их относительно простыми для автоматизации. В то же время автоматизация обеспечивает отслеживание проверок, согласований и управление документооборотом. Журналы аудита автоматизированных процессов могут содержать гораздо более высокий уровень детализации, чем при ручной обработке. Положения и стандарты бухгалтерского учета подвержены частым изменениям. Роботы могут быть быстро переобучены в соответствии с обновленным законом о введении роботизированной автоматизации. Еще одна причина рассмотреть роботизированную автоматизацию заключается в том, что устаревшие системы могут быть лишены решений, позволяющих осуществлять традиционную автоматизацию [1]. Одновременное использование современного и устаревшего программного обеспечения и повторяемость ручных задач делают многие финансовые и бухгалтерские процессы подходящими кандидатами для передачи программным роботам.

Многие бухгалтерские процессы передаются или были переданы на аутсорсинг центрам совместного обслуживания. Основной мотивацией для переноса операций за пределы компании является снижение затрат за счет их проведения в странах с более низкими зарплатами. Однако преимущества аутсорсинга, по-видимому, уже осознаны большинством компаний. Преимущество в затратах на рабочую силу снижается и больше не является

основной причиной привлечения аутсорсинга. Традиционный аутсорсинг требует большего надзора, чем контроль процессов, переданных роботам на аутсорсинг.

Другой причиной перехода от обработки транзакций к автоматическим процессорам может быть сохранение большего контроля над данными. Сотрудники, похоже, более открыты для идеи введения роботизированной автоматизации, чем для традиционного аутсорсинга. Опрос более 500 руководителей, проведенный в 2018 году, показал, что в настоящее время аутсорсинг больше связан с прорывными технологиями (робототехника, искусственный интеллект, облачные вычисления), чем с трудовым традиционным аутсорсингом [2].

Автоматизация задач в настоящее время является следующей альтернативой для повышения производительности и получения конкурентных преимуществ. Однако бизнес-сектор общих услуг также все чаще применяет роботов, поэтому это не обязательно приводит к возвращению рабочих мест из офшора.

Процессы и задачи бухгалтерского учета, которые могут выиграть от автоматизации с точки зрения производительности и точности, включают:

- закрытие на конец периода - главная бухгалтерская книга, закрытие субсчетов, проверка записей в журнале, сверка счетов с низким уровнем риска, консолидация;
- отчетность – ежемесячное, ежеквартальное закрытие, внутренний отчет о результатах деятельности и управленческий отчет, внешняя нормативная отчетность;
- дебиторская и кредиторская задолженность – ведение (обновление, проверка) данных о клиентах/поставщиках, создание/обработка/доставка счетов-фактур, автоматизация утверждений, проверка и разноска платежей, инкассации, выставление счетов, сопоставление счетов-фактур с заказами на продажу и покупку;
- управление денежными средствами, ведение главной бухгалтерской книги, внутрифирменные операции, учет товарно-материальных запасов, командировочные и расходы - запросы на возмещение, аудит и оформление документов - бухгалтерские отчеты, расчет заработной платы, учет основных средств, налоговый учет.

Процессы, наиболее часто выбираемые для роботизированной автоматизации, включают действия «от покупки к оплате», «от записи к отчету» и внутреннюю отчетность о результатах деятельности включая роботизированную автоматизацию, поскольку они основаны на рутине и не требуют суждений или принятия сложных решений. Некоторые предсказывают, что до 40% текущего учета транзакций могут быть переданы роботам. Ожидается, что роботы заменят людей в ручном ведении бухгалтерии и будут помогать им в сложных, многогранных процессах (таких как закрытие финансовых операций) [3].

В таблице 1 представлены отдельные примеры роботизированной автоматизации бухгалтерских процессов из различных отраслей

промышленности. Они касаются главным образом учета транзакций (обработка счетов-фактур, платежи), где результаты автоматизации оказались особенно замечательными. Время обработки было существенно сокращено (в некоторых случаях на 90%), а точность повышена. Затем сотрудники могли быть переведены на другие задачи, или не было необходимости нанимать временную рабочую силу. Следует отметить относительно короткие сроки внедрения.

Таблица 1. Примеры внедрения автоматизации для бухгалтерских задач

Название компании	Описание	Внедрение результатов
Профессиональные сервисные компании	Ручная обработка счетов-фактур отнимала много времени и была подвержена ошибкам. Различные форматы счетов-фактур с частыми обновлениями шаблонов требовали поддержки роботов, основанных на правилах, с помощью когнитивной обработки документов	Автоматически обрабатывается 80% счетов-фактур Время обработки счетов-фактур сокращено с более чем 3 минут до 5 секунд
Хьюлетт-Паккард	Автоматизированы подпроцессы налогового учета и отчетности	Сокращение затрат на налоговые процедуры на 85% - ежегодная экономия в размере 100 000 долларов США
Компания по производству продуктов питания и напитков	Обработка счетов-фактур в рамках процесса "Закупка к оплате кредиторской задолженности" была автоматизирована. Другие автоматизированные процессы включали внутреннюю финансовую отчетность, службу поддержки и управление заказами	25 штатных сотрудников, сосредоточенных на более важных задачах, на 100% сокращают количество ошибок

Программные роботы входят в систему со своими собственными учетными данными, находят новые счета-фактуры, сопоставляют их с заказами, запрашивают и ожидают одобрения, выполняют ввод данных бухгалтерии и других внутренних систем и, наконец, производят оплату вместе с объявлением о переводе средств. Процесс повторяется до тех пор, пока остаются незавершенные счета [4]. Ранее выполнявшиеся вручную операции автоматизированы и практически не требуют вмешательства человека. Извлечение, оценка стоимости и ввод данных о транзакциях из многочисленных систем и в них осуществляются быстрее и эффективнее точнее, чем ручные операции. Один бухгалтер может управлять несколькими роботами и вмешивается только в случае возникновения исключений. Они касаются, например, данных, не соответствующих принятому формату, проблем с сетью или сбоев в работе других систем.

Существует несколько причин рассмотреть возможность автоматизации процессов закрытия счетов в конце периода и, в частности, составления отчетности. Действующие нормативные требования к отчетности становятся все более требовательной частью работы современного бухгалтерского отдела.

Заккрытие бухгалтерии, консолидация результатов группы и публикация отчетов в сжатые сроки требуют надлежащей координации и, таким образом, свидетельствуют не только о компетентной финансовой команде, но и о компании с хорошим корпоративным управлением. Процесс закрытия на конец периода оказывает непосредственное влияние на результаты отчетности, поскольку использование отчета-полнота является производной от точности, завершенности и своевременности информации.

Девяносто семь процентов опрошенных финансовых директоров признали наличие некоторого уровня неопределенности в отношении элементов и результатов процесса отчетности. В основном к ним относятся сомнения по поводу обновления раскрытия информации в соответствии с последними изменениями в отчетности, точности и целостности данных и невозможности постоянно отслеживать процесс.

В крупных корпорациях мероприятия по закрытию в конце месяца включают координацию сбора и проверки огромных объемов данных от нескольких организаций, что может привести к дополнительным задержкам или рискам. Многие из этих задач по-прежнему выполняются вручную и часто связаны с использованием «теневых систем», то есть файлов рабочего стола отдельного сотрудника, которые не являются частью корпоративных систем. Шестидесят девять процентов старших финансовых специалистов признались, что при подготовке финансовых отчетов они полагаются на электронные таблицы. Треть респондентов сообщили о проблемах со слиянием, привязкой или обновлением данных из разных источников, требующих ручной передачи данных, а 60% считают, что они тратят слишком много времени на очистку данных. Более половины респондентов признались, что при подготовке финансового отчета каждый раз, когда происходят изменения, впоследствии требуется большая проверка вручную [6].

Ход процессов закрытия и отчетности обычно измеряется контрольными списками, которые включают задачи, а также статусы их завершения и утверждения. Однако достоверность списков полностью зависит от человеческого фактора. Необходимость использования множества источников информации и программ (в том числе устаревших), повторяемость задач и приоритет точности, последовательности и своевременности делают процессы закрытия отчетных периодов хорошими кандидатами для автоматизации. Внедрение роботизированной автоматизации задач на конец периода в повседневную деятельность облегчает непрерывный подход к ведению учета, который более равномерно распределяет рабочую нагрузку в течение месяца и обеспечивает преимущество одновременная отчетность и анализ.

Таким образом, компании все еще находятся в процессе изучения и понимания преимуществ роботизированной автоматизации и других технологий автоматизации. Глобальный опрос более 700 бизнес-лидеров показал, что автоматизация процессов еще не достигла зрелости. Только незначительное число компаний-респондентов признались в масштабном внедрении автоматизации в нескольких вариантах использования. Большинство из них находятся на первой стадии или автоматизировали лишь небольшую часть своих процессов и функций.

Однако уровень поглощения быстро растет, и 72% опрошенных организаций рассматривают возможность или уже находятся в процессе процесс внедрения роботизированной автоматизации. Ожидается, что к 2025 году рынок роботизированной автоматизации вырастет примерно на 29% годового прироста. Более 60% компаний в различных отраслях промышленности, которые уже внедрили роботизированную автоматизацию, выбрали автоматизацию на основе правил, которая в настоящее время является доминирующим решением. Интеллектуальная, когнитивная автоматизация все еще находится на ранней стадии разработки и внедрения, и только 18% опрошенных организаций внедрили ее [5]. Однако автоматизация, основанная на правилах вероятно, будет лишь промежуточной частью до того, как искусственный интеллект принесет преимущество оптимизации процессов благодаря возможностям самообучения.

Список литературы

1. Едавалли В., Помогают ли роботы будущей рабочей силе или вредят ей?/ В. Едавалли // «СРА Журнал». – 2018. – №88(3). – С.16-17.
2. Коэн М., Розарио А., Чжан С., Исследование использования роботизированной автоматизации процессов в процедурах субстантивного аудита/ М. Коэн, А. Розарио, С. Чжан // «СРА Журнал». – 2019. – №89(7). – С.49-53.
3. Кокина Дж., Дэвенпорт Т., Появление искусственного интеллекта: как меняется автоматизация Аудита / Дж. Кокина, Т. Дэвенпорт // «Журнал новых технологий в бухгалтерском учете». – 2017. – №14(1). – С.115-122. – URL: <https://doi.org/10.2308/jeta-51730> (дата обращения 11.11.2023).
4. Молл Дж., Йгитбасиоглу О., Роль интернет-технологий в формировании работы бухгалтеров: новые направления исследований в области бухгалтерского учета/ Дж. Молл, О. Йгитбасиоглу // «Журнал Британского бухгалтерского учета». – 2019. – №51(6). – URL: <https://doi.org/10.1016/j.bar.2019.04.002> (дата обращения 11.11.2023).
5. Моффитт К.С., Розарио А. М., Васархели М.А., Автоматизация роботизированных процессов для аудита/ К.С. Моффитт, А.М. Розарио, М.А. Васархели // «Журнал новых технологий в бухгалтерском учете», – 2018. – №15(1). – С.1-10. – URL: <https://doi.org/10.2308/jeta-10589> (дата обращения 11.11.2023).
6. Чжан С., Дай Дж., Васархели М.А., Влияние прорывных технологий на бухгалтерское и аудиторское образование: как должна адаптироваться профессия?/ С. Чжан, Дж. Дай, М.А. Васархели // – «СРА Журнал». – 2018– №88 (9), – С.20-26.

УДК 657.1

Пищеркова Д.А., обучающаяся 3 курса
Pishcherkova D.A., 3rd year student

Научный руководитель: Богданова Ж.А., к.э.н., доцент
Scientific adviser: Bogdanova Zh.A., Ph.D. Associate Professor

ГБОУВО РК «Крымский инженерно-педагогический университет имени Февзи Якубова»

SBEIHE RC «Crimean engineering and pedagogical university the name of Fevzi Yakubov»

ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ КОМПЬЮТЕРИЗИРОВАННЫХ СИСТЕМ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА НА ПРЕДПРИЯТИИ **FEATURES OF THE USE OF COMPUTERIZED ACCOUNTING SYSTEMS IN THE ENTERPRISE**

Аннотация: Многие организации приняли компьютеризированные системы бухгалтерского учета, чтобы расширить свою корпоративную деятельность. В последние годы предприятия сферы услуг, особенно банковская отрасль, пережили значительное развитие в результате использования компьютеризированных систем бухгалтерского учета. В отличие от офисных работников, использующих ручные процедуры, исследование показало, что компьютеризированная система бухгалтерского учета (КСБУ) не будет неправильно выставлять счета-фактуры, следовательно, исключая ошибки. Бизнес-организации становятся все более конкурентоспособными на рынке в результате внедрения КСБУ.

Ключевые слова: Компьютеризированная система бухгалтерского учета, финансовые показатели, цифровая грамотность, системный контроль

Abstract: Many organizations have adopted computerized accounting systems to expand their corporate activities. In recent years, service sector enterprises, especially the banking industry, have experienced significant development as a result of the use of computerized accounting systems. Unlike office workers who use manual procedures, the study showed that a computerized accounting system (CSBMS) will not incorrectly issue invoices, therefore excluding errors. Business organizations are becoming more and more competitive in the market as a result of the introduction of CSR.

Keywords: Computerized accounting system, financial indicators, digital literacy, system control

Многие организации широко используют компьютеризированные системы бухгалтерского учета для организации операций своего бизнеса. Сферы услуг пережили огромный рост в результате использования компьютеризированных систем бухгалтерского учета в недавнем прошлом; примером может служить банковская отрасль. Использование и доступность Интернета стали дополнительным преимуществом для пользователей компьютеризированных систем бухгалтерского учета, поскольку создается виртуальная среда, в которой бухгалтерские операции могут проводиться удаленно или даже глобально.

Ручной учет был наиболее распространенным методом бухгалтерского учета в недавнем прошлом. И для этой цели организациям приходилось нанимать бухгалтеров, занятых либо полный рабочий день, либо неполный

рабочий день. В основном это включало ручную регистрацию транзакций, создание главной книги и бухгалтерских книг, подготовку финансовых отчетов, и все это на бумаге [1].

Современные технологии, которые мы используем сегодня, привели к использованию компьютеров при выполнении различных задач. Технология предполагает применение научных знаний при сборе, регистрации и обработке информации информация в бизнесе, а затем доводится до сведения предполагаемых пользователей с помощью электронных средств массовой информации. Для этой цели в основном используется компьютер для обработки транзакций и управления бизнес-данными. Компьютер играет важную роль в продвижении различных организаций.

В современной сфере бухгалтерского учета одним из основных факторов, подталкивающих к необходимости внедрения КСБУ, является большой объем данных и транзакций в большинстве организаций и учреждений. Данные необходимо хранить и управлять ими организованным образом для повышения эффективности операций, а также в справочных целях. Управление данными является важнейшей функцией в любом учреждении. Это включает в себя сбор информации, ее анализ, хранение и организацию таким образом, чтобы при необходимости к ней могли легко получить доступ нужные люди.

Эффективное управление данными также может внести позитивный вклад в принятие оперативных решений и стратегическое планирование исполнительными должностными лицами и другими руководителями высшего звена. Поскольку управление данными является важнейшей функцией, требуется высокий уровень точности, что приводит к необходимости использования компьютерных систем, помогающих точно хранить большие объемы данных, а также обеспечивающих доступ к ним при необходимости.

Современные технологии сегодня позволяют компьютерам постоянно повышать скорость обработки данных и увеличивать объем памяти. Этот аспект помогает улучшить функцию управления данными, которая в долгосрочной перспективе может повлиять на результаты деятельности учреждения или любой другой фирмы [2].

Компьютеризированные системы бухгалтерского учета (КСБУ) - это многопользовательские системы. Эти системы используют базы данных, в которых хранятся консолидированные наборы данных из систем учреждения. После настройки баз данных всегда необходимо осуществлять мониторинг производительности, а также обеспечивать безопасность, чтобы они были доступны не кому-либо, а предполагаемым пользователям. Извлечение информации из баз данных это всегда делается удобными для пользователя программистами, а также добавляется новая информация. Это является неотъемлемой частью, повышающей эффективность управления бухгалтерскими данными в учреждениях.

Специалисты по безопасности настраивают и используют антишпионские программы, брандмауэры, системы обнаружения вторжений, шифрования, списки контроля доступа, сетевые сканеры и инструменты тестирования на проникновение в рамках.

Стратегия защиты ИТ-безопасности- это особые обязанности, основанные на ожиданиях пользователей и знаниях о системе. Контроль данных в области бухгалтерского учета в основном включает процедуры и методологию, применяемые фирмой или организацией для повышения достоверности и точности финансовой информации, которую они подготавливают и предоставляют. Эти методы контроля должны обязательно соответствовать законам и нормативным актам, но разрабатываться таким образом, чтобы способствовать бесперебойной работе организации.

У каждой организации или учреждения всегда разные операции и задачи, поэтому применяются разные методы контроля бухгалтерского учета. В сфере бухгалтерского контроля в основном охватываются три области, а именно: оперативный контроль, превентивный контроль и корректирующий контроль.

Внимание общественности было привлечено к серьезным проблемам мошенничества. Компании, оказавшиеся в центре внимания из-за корпоративных скандалов, возможно, сделали это потому, что пренебрегли эффективными процедурами управления рисками мошенничества. Аудитор может классифицировать, сортировать, обобщать, объединять и сопоставлять данные, используя СААТТs, а также фильтровать, определять и составлять уравнения, а также выявлять пробелы, проводить статистические исследования, искать записи одноранговых пользователей. «Детективный контроль» - это вид внутреннего контроля, который предназначен для выявления проблем внутри учреждения после их возникновения. Они выявляют любые существующие в настоящее время практики, которые не соответствуют политике и процедурам организации. Примером такого типа контроля является попытка обнаружить любые ошибки, допущенные сотрудниками в системе, или ошибку в бухгалтерском учете практика. Это также может включать внутренние аудиты, которые могут проводиться другими сотрудниками организации [5].

Простыми словами, это означает средства контроля, которые вводятся в действие для предотвращения потери или ошибки. Они внедряются организациями для предотвращения любых возможных неправильных действий. В случае, когда была понесена серьезная потеря, этот тип контроля обычно используется для снижения вероятности возникновения каких-либо потерь. Они также могут включать в себя введение политик и процедур, которым должны следовать все сотрудники. Практическим примером, где эта идея может быть использована, является разделение обязанностей, где у разных сотрудников разные задачи, которые не пересекаются в областях отчетности или аудита.

Корректирующие средства контроля помогают свести к минимуму воздействие угроз, выявить корень проблем и устранить ошибки, возникающие в результате неполадок. Оперативный контроль выявляет проблемы, в то время как корректирующий контроль изменяет систему обработки, чтобы уменьшить вероятность возникновения проблем в будущем. Корректирующий контроль в основном предназначен для исправления ошибок или любых выявленных нарушений. Они реализованы для устранения любой проблемы, которая могла быть обнаружена с помощью специальных средств контроля. Это может

включать рекомендации по любой проблеме, которая была обнаружена в бухгалтерских книгах организации после проведения аудита.

В недавнем прошлом роль бухгалтеров в бизнесе претерпела изменения. Это связано с растущим переходом от использования ручных систем бухгалтерского учета к использованию компьютеризированных систем бухгалтерского учета. Широкое использование компьютеров в деловых операциях привело к изменению навыков, необходимых для выполнения бухгалтерских обязанностей.

Считается, что ИТ-компетенции имеют решающее значение для выполнения цифровыми бухгалтерами своих задач. Сегодня важно определить роли современного бухгалтера. Это включает в себя определение ролей углубленно, в зависимости от потребностей и деятельности фирмы или учреждения. Определение роли цифрового бухгалтера в любой организации имеет решающее значение, поскольку оно устанавливает рамки, в рамках которых должен работать цифровой бухгалтер в организации, то есть объем работы, и это в конечном итоге повлияет на ИТ-инструменты и то, что предполагается использовать [3].

Фундаментальное понимание того, как работают компьютеры, имеет решающее значение для современного бухгалтера в том, что касается цифровой грамотности. Это помогает в сборе информации актуальная информация, подготовка письменных документов, а также решение вопросов, возникающих изо дня в день при использовании различных форм технологий. Существует ряд программ, с которыми современный бухгалтер должен быть хорошо знаком. Первый пример — это использование программного обеспечения для работы с электронными таблицами, такого как Microsoft Excel. Это важно тем, что оно способно использовать сложные формулы и значительно упрощает составление электронных таблиц.

Другим примером является бухгалтерское программное обеспечение, такое как «1С:Бухгалтерия 8» и «Битрикс 24». Бухгалтерский персонал с помощью этого программного обеспечения можно печатать чеки, выставлять счета клиенту или вводить в систему счета-фактуры, полученные от поставщиков. Они также могут содержать в себе модули для мониторинга и составления заработной платы, управления основными средствами и товарно-материальными запасами. Они также обеспечивают простоту составления и доступность финансовой отчетности. Сотрудники цифрового бухгалтерского учета должны обладать необходимыми знаниями и опытом для использования этих программных приложений. Использование цифрового кредита, которое предполагает использование мобильных телефонных устройств и других онлайн-платформ для обеспечения безопасности, было наблюдается устойчивая тенденция к росту в России с 2017 года. Это свидетельствует о повышении цифровой грамотности [4].

Базовые знания общепринятых принципов бухгалтерского учета (GAAP) также являются фундаментальным требованием к любому бухгалтерскому персоналу. Это связано с тем, что законодательство в области бухгалтерского учета требует, чтобы учреждения и организации предоставляли финансовые отчеты, соответствующие стандартам GAAP.

Еще одним фактором, который следует учитывать в отношении цифровой грамотности в КСБУ, является гибкость, адаптируемость или готовность бухгалтерского персонала к изменениям в технологии. Это означает идти в ногу с развивающимися технологиями в области бухгалтерского учета. Это связано с тем, что модель бухгалтерского учета, применяемая сегодня, скорее всего, будет отличаться от бизнес-моделей, которые будут использоваться в следующем десятилетии или через пять лет. Поэтому необходимо уделять время инвестированию и мониторингу соответствующих технологических достижений на пути цифрового бухгалтера.

Таким образом, можно сказать, что КСБУ помогли ослабить некоторые проблемы внутреннего контроля, возникшие в результате использования ручных методов учета. В результате внедрения КСБУ коммерческие организации становятся все более конкурентоспособными на рынке. Что касается финансовых показателей, то существует необходимость в использовании усовершенствованной системы бухгалтерского учета в связи с расширением деятельности в коммерческом секторе. Внедрение КСБУ ускоряется благодаря цифровой грамотности. КСБУ повышает операционную эффективность, что повышает финансовые показатели.

Список литературы:

1. Ваньони Д.Дж., Камау К.Г., Сасака П.С., Влияние заемных средств и квалификации директора на финансовые показатели SACCO/ Д. Дж. Ваньони, К.Г. Камау., П.С. Сасака, // «Международный научный журнал: фундаментальные и прикладные исследования» – 2019. – №48(4). – С.108-124. – URL: <https://core.ac.uk/outputs/249336790> (дата обращения 11.11.2023).

2. Китанди К.К., Денежно-кредитная политика и финансовые показатели коммерческих банков/ К.К. Китанди // «Международный журнал бизнеса и менеджмента» – 2022. – №10(6). – С.40-46. – URL: <https://doi.org/10.24940/theijbm/2022/v10/i6/BM2206-007> (дата обращения 11.11.2023).

3. Овино Э., Внутренние финансовые потоки в России до и во время Covid-19. Инициативы в области развития / Э. Овино // – 2021. – URL: <https://devinit.org/resources/domestic-financial-flows-kenya-covid-19/> (дата обращения 11.11.2023).

4. О'Нил А., Баланс бюджета в период с 2017 по 2027 год по отношению к ВВП / А. О'Нил // – 2022. – URL: <https://www.statista.com/statistics/451121/kenya-budget-balance-in-relation-to-gdp/> (дата обращения 11.11.2023).

5. Шове Л., Ферри М., Налогообложение, инфраструктура и результаты деятельности фирм в развивающихся странах / Л. Шове, М. Ферри // «Общественный выбор».– 2021. – №187(3). – С.455-480. – URL: <https://doi.org/10.1007/s11127-020-00788-4> (дата обращения 11.11.2023).

Поскребышева А. И., обучающаяся 4 курса, Мустафаева С.Р., к.э.н., доцент
Poskrebysheva A. I., 4th year student, Mustafaeva S.R., PhD, Associate Professor

ГБОУВО РК «Крымский инженерно-педагогический университет имени Февзи Якубова»
SBEIHE RC «Crimean engineering and pedagogical university the name of Fevzi Yakubov

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ В ОРГАНИЗАЦИЯХ ТУРИСТИЧЕСКОЙ СФЕРЫ IMPROVING CORPORATE CULTURE IN TOURISM ORGANIZATIONS

Аннотация: В современных реалиях улучшение корпоративной культуры в организациях туристической сферы играет важную роль в улучшении уровня обслуживания клиентов и укреплении позиций компании на рынке. Корпоративная культура охватывает ценности, нормы и принципы, которые приняты внутри организации, а также способы коммуникации и взаимодействия между сотрудниками и руководством.

Ключевые слова: Корпоративная культура, коммуникации, совершенствование корпоративной культуры, способы совершенствования корпоративной культуры.

Annotation: In modern realities, the improvement of corporate culture in tourism organizations plays an important role in improving the level of customer service and strengthening the company's position in the market. Corporate culture encompasses values, norms and principles that are accepted within the organization, as well as ways of communication and interaction between employees and management.

Keywords: Corporate culture, communications, improvement of corporate culture, ways to improve corporate culture.

Корпоративная культура является новой областью исследований в рамках управленческих наук и выделилась из области организационного поведения. Она изучает общие подходы, принципы, законы и закономерности, связанные со следующими аспектами: личность в организации, групповое поведение в организации, поведение руководителя в организации, адаптация организации к внутренней и внешней среде, а также повышение организационной эффективности.

Термин "корпоративная культура" используется в организационно-правовых дисциплинах и может иметь различные толкования: "организационная культура", "фирменная культура", "культура предпринимательства" или "культура организации". В современном понимании, корпоративная культура определяется как привычка, традиция мышления и способ действия, которые разделяют работники предприятия и должны быть приняты новыми сотрудниками, чтобы они стали частью коллектива.

Корпоративная культура представляет собой уникальный внутренний код предприятия, в состав которого входит:

- понятие о предназначении (миссия) предприятия, его роль в обществе, основные цели и задачи деятельности;
- ценностные указания (определение допустимого и недопустимого), которые позволяют оценить действия работников;
- поведенческие модели (вариации реагирования) во всевозможных условиях (стандартные и нет ситуации);
- стиль руководства предприятием (делегировать полномочия, принимать решения, обратная связь и т.д.);
- система коммуникаций (взаимодействие структурных подразделений, формальное общение "начальник-подчиненный" и "подчиненный-начальник", внутренний информационный обмен и внешний);
- этика делового общения внутри коллективного и внешнего (с клиентами, государственными органами, учреждениями, СМИ, общественностью);
- пути решения конфликтных ситуаций (внешних и внутренних);
- традиции предприятия (корпоративные праздники, выезды на природу);
- символы предприятия (логотип, слоган, стиль одежды и т.п.). [1]

Совершенствование корпоративной культуры в организациях туристической сферы играет важную роль в повышении качества обслуживания клиентов и укреплении позиций компании на рынке. Корпоративная культура охватывает ценности, нормы и принципы, которые приняты внутри организации, а также способы коммуникации и взаимодействия между сотрудниками и руководством.[2]

Корпоративная культура выполняет ряд функций:

1. Познавательная функция: система ценностей и целей, установленная компанией, помогает новому сотруднику быстрее присоединиться к команде.

2. Регламентирующая функция: корпоративная культура устанавливает стандарты поведения для коллектива, рассматривая их как индикаторы нормального поведения.

3. Функция общественной памяти: ценности сохраняются и осуществляются в действиях персонала, обеспечивая сохранение исторической памяти коллектива.

4. Функция формирования смысла: в случае конфликта персональных и корпоративных ценностей, сотрудник принимает систему ценностей компании в качестве руководства для своей жизни.

5. Коммуникативная функция: различные компоненты корпоративной культуры, такие как общие цели, нормы поведения и восприятия, способствуют взаимодействию и формированию чувства принадлежности к коллективу предприятия.

6. Мотивационная функция: корпоративная культура стимулирует развитие и раскрытие потенциала сотрудников, если они принимают ценности и принципы культуры.

7. Защитная функция: путем определения норм поведения корпоративная культура помогает предотвращать нежелательные тенденции и обеспечивать социальную стабильность.

8. Формирование уникального имиджа: система ценностей и целей организации отражается во взаимодействии с клиентами и партнерами, определяя представление о компании

9. Образовательная функция: корпоративная культура предполагает постоянное самосовершенствование и обучение, влияющее на трудовую деятельность сотрудников.

10. Динамичность культуры: в течение времени в корпоративной культуре замещаются ненужные элементы, оставляя только наиболее значимые.

Сотрудник является носителем корпоративной культуры предприятия, отражая систему ценностных ориентиров.

Для принятия управленческих решений руководитель должен иметь представление об особенностях корпоративной культуры компании. Это имеет важное значение, так как от этого зависит, насколько эти решения будут поддержаны сотрудниками. Внутренняя среда является главным фактором, определяющим любые изменения в организации, но также она может являться главным препятствием для инноваций. Например, еще на этапе подбора персонала важно учитывать значения и мотивы поведения кандидата, которые будут проявляться в работе.

Организации туристической сферы могут совершенствовать корпоративную культуру, следуя нескольким основным принципам:

1. Установление ясных ценностей и стандартов. Определение ценностей, которыми руководствуется организация, помогает создать общую миссию, а также поддерживает единство и направленность деятельности команды.

2. Вовлечение сотрудников. Постоянная коммуникация и обратная связь с сотрудниками помогает создавать атмосферу доверия, уважения и сотрудничества. Организация может проводить регулярные собрания, конференции и тренинги, чтобы обеспечить активное участие сотрудников в формировании корпоративной культуры.

3. Поощрение инноваций и творческого мышления. Организации туристической сферы должны создавать условия, которые стимулируют сотрудников к предложению новых идей, развитию и реализации проектов. Это помогает повысить эффективность и конкурентоспособность компании.

4. Создание командного духа и сотрудничества. Организации туристической сферы должны поощрять работу в команде, устанавливать четкую роль каждого участника и поддерживать сотрудничество и взаимодействие между отделами и сотрудниками. Ведь успешная работа команды влияет на общий успех организации.

5. Постоянное обучение и развитие. Организации туристической сферы должны инвестировать в обучение и развитие своих сотрудников. Это помогает повысить их квалификацию, расширить их знания и навыки, а также укрепить их мотивацию и преданность компании. Организации могут предоставлять сотрудникам возможности для профессионального роста, проводить тренинги и семинары, а также поддерживать обмен опытом между сотрудниками.

6. Сознательное лидерство. Руководители в организациях туристической сферы играют важную роль в формировании корпоративной культуры. Они должны быть примером для других сотрудников, следовать ценностям и

стандартам компании, а также способствовать созданию благоприятной рабочей атмосферы.

7. Регулярная оценка и анализ. Организации туристической сферы должны регулярно оценивать эффективность своей корпоративной культуры и анализировать ее влияние на работу и результаты компании. Это поможет выявить сильные и слабые стороны культуры и принять меры для ее совершенствования. [3]

Совершенствование корпоративной культуры в организациях туристической сферы является важным фактором для привлечения и удержания талантов, повышения уровня обслуживания клиентов и создания конкурентного преимущества на рынке. Развитие корпоративной культуры помогает создать сильную и единую команду, готовую эффективно справляться с вызовами и достигать поставленных целей. [4]

В современной России лидирующие предприятия восстанавливают практику заботы о персонале, которая была характерна для советской эпохи.

Сегодня профессионалы в высоком запросе на рынке труда, и компенсационные пакеты стали эффективным инструментом привлечения и удержания ценных сотрудников. Профессионалы стремятся ощущать, что им уделяется должное внимание, и не хотят быть просто звеном в технологической цепи, даже при высокой заработной плате. [5]

Важно принять понимание того, что совершенствование корпоративной культуры является непрерывным процессом. Организации туристической сферы должны постоянно адаптироваться к изменениям внешней среды и стремиться к улучшению внутреннего климата. Ключевыми факторами, которые могут способствовать совершенствованию корпоративной культуры, являются ясное направление и поддержка со стороны руководства, участие всех сотрудников в процессе формирования культуры, а также открытая и эффективная коммуникация внутри компании.

В целом, совершенствование корпоративной культуры в организациях туристической сферы играет важную роль в привлечении и удержании клиентов, повышении качества услуг, развитии командной работы и создании высокопрофессионального и увлеченного коллектива.

Корпоративная культура полезна для организации тем, что способствует укреплению и установлению ценностей компании, усилению коммуникаций и сотрудничества, привлечению и удержанию талантов, квалифицированных специалистов, поддержанию высокого уровня сотрудников в компании, а также помогает установить положительную репутацию в глазах как сотрудников, так и клиентов.

Список литературы:

1. Бикташева Д.Л. Менеджмент в туризме/ Д.Л. Бикташева, Л.П. Гиева, Т.С.Жданова. - М.: «Альфа-М», «Инфра-М». – 2007. - 272 с.

2. Измайлова, Н. Н. Роль организационной культуры в сфере гостеприимства / Н. Н. Измайлова // Отель. – 2012. – №4. – С. 38.

3. Кандария И.А. Формирование корпоративной культуры в организации // УП, №19. 2006.

4. Наумов, В. Н. Организация предпринимательства: учеб. пособие / В. Н. Наумов. – СПб. : Питер, 2017. – 384 с.

5. Шейн, Э. Организационная культура и лидерство: учеб. пособие / Э. Шейн. – М.: Дашков и К, 2012. – 328 с.

УДК 655.413

Рубцова Н.В., д.э.н., профессор
Rubtsova N.V., Doctor of economics, professor

Байкальский государственный университет, Иркутск, Россия
Baikal State University, Irkutsk, Russia

**КОРПОРАТИВНЫЕ МЕДИА КАК ИНСТРУМЕНТ
ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННОГО ПРОЦЕССА НА
ПРЕДПРИЯТИИ**

**CORPORATE MEDIA AS A TOOL FOR THE INFORMATION AND
COMMUNICATION PROCESS IN AN ENTERPRISE**

Аннотация: В статье представлены результаты исследования, цель которого состояла в разработке классификации и типологии корпоративных медиа. Исследовательскими методами определены анализ вторичных источников информации, классификация, типология. В статье выделены общие черты корпоративных медиа, отличающие их от иных СМИ, определены функции корпоративных медиа. Автором разработана классификация корпоративных медиа, послужившая основой для характеристики корпоративных СМИ Байкальского государственного университета. По мнению автора, практическое использование разработанной им классификации позволяет облегчить изучение корпоративных медиа, правильно определить их тип, представить развернутую характеристику. Результаты исследования могут быть полезны прежде всего студентам журналистских факультетов, изучающих вопросы корпоративных медиа, преподавателям, а также практикующим специалистам корпоративных медиацентров и СМИ.

Ключевые слова: медиа, корпоративные медиа, СМИ, предприятия, организации

Abstract: The article presents the results of a study, the purpose of which was to develop a classification and typology of corporate media. Research methods have determined the analysis of secondary sources of information, classification, typology. The article highlights the common features of corporate media that distinguish them from other media, defines the functions of corporate media. The author has developed a classification of corporate media, which served as the basis for the characteristics of the corporate media of Baikal State University. According to the author, the practical use of the classification developed by him makes it possible to facilitate the study of corporate media, correctly determine their type, and present a detailed characteristic.

The results of the study can be useful primarily to students of journalism faculties studying corporate media issues, teachers, as well as practicing specialists of corporate media centers and mass media.

Keywords: media, corporate media, mass media, enterprises, organizations

В современной научной литературе достаточно распространенным является мнение, что корпоративные медиа – это исключительно СМИ корпораций, в которых материалы, отражающие деятельность предприятия, представлены для его работников. В частности, Лозенко М.В., Клемёнова Е.Н. выделяют две ключевые характеристики СМИ, которые могут быть отнесены к корпоративным медиа:

- 1) содержат отраслевую информацию;
- 2) имеют модель бизнес-прессы [1].

В настоящее время корпоративные медиа развиваются достаточно активно. Анализ имеющихся источников информации позволяет сделать вывод о существовании нескольких подходов как определению понятия корпоративных медиа, так и к способам их систематизации. И если по первому вопросу в научном сообществе прослеживается определенный консенсус, то в отношении второго академическая дискуссия все еще является открытой. Общепринятой классификации корпоративных медиа к настоящему времени еще не выработано.

Изучение имеющихся в литературе интерпретаций терминов «корпоративные медиа», «корпоративные издания» и «корпоративные СМИ» и иных родственных понятий, позволяет выделить в них общие черты и на этой основе сформировать наиболее полное представление о рассматриваемом нами феномене.

Цель исследования заключалась в разработке классификации и типологии корпоративных медиа. Методы исследования: анализ научной литературы по проблеме исследования, классификация, типология.

Изучение дефиниций понятия «корпоративные медиа», представленных в работах отечественных и зарубежных исследователей, позволяет выделить в них общие черты. Общим для всех представленных выше определений, по нашему мнению, является:

- во-первых, все авторы признают принадлежность корпоративного медиа к определенной организации (предприятию, компании, корпорации),
- во-вторых, в большинстве определений акцентируется внимание, что информация, распространяемая посредством корпоративного медиа, соответствует интересам этой организации,
- в-третьих, корпоративные медиа ориентированы, прежде всего, на наиболее значимые для данной организации целевые аудитории, к которым могут относиться сотрудники, партнеры, реальные и потенциальные клиенты.

Зачастую содержание корпоративных медиа интерпретируется через выполняемые ими функции. Наиболее полный перечень функций, по нашему мнению, представлен в работе [6]. Он включает в себя репутационную, организационную, коммуникативную, информационную, коммерческую,

познавательную, утилитарную, развлекательную, аналитическую и обучающую функции.

Проведенный анализ научной и учебной литературе позволяет расширить упомянутый ранее перечень функции корпоративных медиа:

- коммуникативная;
- информационная (информационно-познавательная);
- ценностно-регулирующая;
- социально-организационная;
- функция психического регулирования;
- функция форума (канала социального участия) [4];
- идеологическая;
- воспитательная;
- социализации и организации досуга (развлекательная) [5];
- антикризисная [8];
- репутационная;
- коммерческая;
- утилитарная;
- аналитическая [2].

Таким образом, корпоративные СМИ выполняют достаточно широкий перечень функций.

Рассматривая многообразие феномена корпоративных медиа, необходимо отметить, что они имеют множество форм выпуска. Вместе с тем, к настоящему времени вопрос о классификации корпоративных медиа проработан еще не в полной мере и требует дальнейшего рассмотрения [3]. Анализ имеющейся литературы и обобщение наработок ряда исследователей [1, 7, 8], позволяют предложить следующую классификацию корпоративных медиа (таблица 1).

Таблица 1. Классификация корпоративных медиа

Классификационный признак	Виды
По целевой аудитории	Деловые партнеры (b2business), менеджеры (b2management), сотрудники (b2personnel), клиенты (b2customer), общественность (b2public)
По цели (целям) коммуникации	Маркетинговая, PR, формирование корпоративной культуры, коммерческий проект
По типу распространения	Платные (коммерческое распространение, подписка), бесплатные
По виду СМИ	Газета, журнал, радиоканал, телевизионный канал, блог, подкаст, корпоративный сайт, сообщество в социальных сетях и/или мессенджерах
По отраслевой принадлежности предприятия	Промышленность, образование, банковская сфера, консалтинг, сельское хозяйство, торговля, туризм и др.
По типу финансирования	Выпускаемые полностью за счет учредителя, частично самокупаемые, самокупаемые, приносящие прибыль
По периодичности издания	Ежедневные, еженедельные, ежемесячные, ежеквартальные, ежегодные
По неймингу	Содержащие название предприятия, оригинальные названия

По числу представленных интересов (предприятий)	Собственные издания, совместные издания
По используемому контенту	Только собственный контент, собственный и внешний контент

На основе представленной классификации дадим характеристику корпоративных медиа Байкальского государственного университета (г. Иркутск). Байкальский государственный университет осуществляет коммуникации с внутренней и внешней аудиторией, используя разнообразные СМИ и медиа [6], среди которых газета «Байкальский государственный университет», радио «БУМ» (БайкалУниверМедиа), телевизионный канал «БайкалУниверТВ» (вещание осуществляется на платформах RuTube и YouTube), корпоративный сайт (www.bgu.ru), группы и подкаст в социальных сетях (VK, Одноклассники), канал в мессенжере (Telegram). Помимо собственного контента, создаваемого специалистами медиацентра с привлечением студентов журналистской специализации, используется и внешний контент – транслируются новости региональных и местных СМИ, телевизионные программы и передачи российских телевизионных каналов, музыкальные композиции известных исполнителей. Характеристика корпоративных медиа Байкальского государственного университета представлена в таблице 2

Таблица 2. Характеристика корпоративных медиа Байкальского государственного университета

Классификационный признак	Вид(ы)
По целевой аудитории	общественность (b2public)
По цели коммуникации	PR
По типу распространения	бесплатные
По виду СМИ	газета, радиоканал, телевизионный канал, подкаст, корпоративный сайт, сообщество в социальных сетях и мессенджерах
По отраслевой принадлежности предприятия	образование
По типу финансирования	выпускаемые полностью за счет учредителя
По периодичности издания	ежедневные ежемесячные (газета)
По неймингу	содержащие название предприятия
По числу представленных интересов (предприятий)	собственные издания
По используемому контенту	собственный и внешний контент только собственный контент (газета)

В соответствии с табл. 3 можно сделать вывод, что корпоративные медиа Байкальского государственного университета направлены на широкую аудиторию, издаются с целью формирования благоприятного общественного мнения о вузе. Это собственные издания, которые распространяются бесплатно, представлены разнообразными формами и выпускаются за счет университета,

имеют высокую периодичность, используют как собственный, так и внешний контент.

Изучая корпоративные медиа, многие исследователи сталкиваются с проблемой отсутствия их развернутой классификации. В статье предпринята попытка наиболее полно проклассифицировать и представить типологию корпоративных медиа, отражающие их современное состояние и многообразие. Использование представленной классификации позволяет облегчить изучение корпоративных медиа, правильно определить их тип, представить развернутую характеристику. Предметом дальнейших исследований, представляющих также и практическую ценность, является дальнейшее развитие теории корпоративных медиа в аспекте уточнения содержания и классификаций рассматриваемого феномена.

Список литературы:

1. Лозенко М.В., Клемёнова Е.Н. О типологических особенностях корпоративных СМИ / М.В. Лозенко, Е.Н. Клемёнова // Поволжский вестник науки. 2019. № 1(11). С. 55-56.

2. Лебедева Е.О. Корпоративные медиа в системе СМИ / Е.О. Лебедева // Массовая коммуникация в современном мире: вызовы и перспективы. материалы Международной научно-практической конференции студентов, магистрантов и аспирантов ; под ред. Лагутина О.В. Курск: Юго-Западный государственный университет, 2014. С. 80-82.

3. Витковская Н.Г. Понятие корпоративных СМИ и основные подходы к их систематизации / Н.Г. Витковская // Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. 2017. Т. 2, № 3. С. 154-163.

4. Фомичева И.Д. Социология СМИ / И.Д. Фомичева. Москва : Аспект Пресс, 2012. 360 с. URL: <http://www.iprbookshop.ru/8858.html>.

5. Тришина Т.В. Трансформация социальных функций СМИ и задачи современных корпоративных медиа / Т.В. Тришина // Ломоносовские чтения. Материалы ежегодной научной конференции МГУ; Севастополь: Филиал МГУ имени М.В. Ломоносова в г. Севастополе, 2022. С. 62-63.

6. Рубцова Н.В., Астраханцева А.С. Медиасистема университета и оценка эффективности ее функционирования / Н.В. Рубцова, А.С. Астраханцева // Вопросы теории и практики журналистики. 2022. Т. 11, №2. С. 322-341.

7. Агафонов Л.С. Корпоративная пресса: особенности функционирования, типологические характеристики и методика оценки эффективности / Л.С. Агафонов : дис. ...канд. : 10.01.10 : защищена 2008-12-26 : утв. 2009-11-12. Москва : 2008. 187 с. URL: https://viewer.rusneb.ru/ru/000199_000009_003457043?page=1&rotate=0&theme=white.

8. Докина Д.А. Критерии эффективности корпоративных СМИ / Д.А. Докина // Студенческий вестник. 2019. № 22-2 (72). С. 25-26.

Савкова Е.В., Губарева Д. А., обучающиеся 4 курса
Savkova E. V., Gubareva D. A., 4th year students

ФГБОУ ВО «Юго-Западный государственный университет»
Southwest State University

**АТТЕСТАЦИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ И МУНИЦИПАЛЬНЫХ
СЛУЖАЩИХ: ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ ИХ
РАЗРЕШЕНИЯ**

**CERTIFICATION OF STATE AND MUNICIPAL EMPLOYEES: THE MAIN
PROBLEMS AND WAYS TO SOLVE THEM**

Аннотация: Аттестация является важнейшим этапом профессиональной деятельности государственных и муниципальных служащих, от результатов которой может зависеть дальнейшее развитие и карьерный рост самих служащих. Однако данный процесс имеет свои недочеты, что вызывает определенные трудности. В статье рассматриваются основные проблемы аттестации государственных и муниципальных служащих, а также приведены предложения по их разрешению.

Ключевые слова: аттестация, государственные и муниципальные служащие, оценка, проблемы, закон.

Abstract: Certification is the most important stage of the professional activity of state and municipal employees, on the results of which the further development and career growth of the employees themselves may depend. However, this process has its drawbacks, which causes certain difficulties. The article discusses the main problems of certification of state and municipal employees, as well as offers for their resolution.

Keywords: certification, state and municipal employees, assessment, problems, law.

В Российской Федерации признается система государственной и муниципальной службы, которая не может функционировать без соответствующих категорий служащих (государственных и муниципальных), от профессионализма которых зависит эффективность управления и функционирование государственного аппарата и органов местного самоуправления [8].

Институт государственной и муниципальной службы постепенно развивается, что отражается на самих служащих, которые должны соответствовать квалификационным требованиям для выполнения своих непосредственных функций. Поэтому с изменением своих профессиональных компетенций государственные и муниципальные служащие должны постоянно обновлять навыки и знания в сфере своей деятельности [6].

Однако в настоящее время как сама процедура аттестации, так и подготовительный ее этап имеет ряд недостатков, которые можно изобразить на рисунке 1.

Перечисленный перечень не является исчерпывающим и содержит лишь основные проблемы аттестации государственных и муниципальных служащих.



Рисунок 1. Основные проблемы аттестации государственных и муниципальных служащих

Рассмотрим данные положения чуть подробнее:

1. Отсутствие в законодательстве четкого определения понятия «аттестация» [9]. Аттестация государственных и муниципальных служащих проводится в соответствии с определенными нормативными документами. Так, например, данный процесс у муниципальных служащих регулируется Федеральным законом №25 «О муниципальной службе в Российской Федерации» [2]. Аттестация государственных гражданских служащих, которые являются видом государственной службы – Федеральным законом «О государственной гражданской службе Российской Федерации», а также Указом Президента РФ «О проведении аттестации государственных гражданских служащих Российской Федерации» [1], [3]. Аттестация других видов госслужащих также проводится на основе соответствующих законов. Однако, несмотря на такое разнообразие нормативно-правовых актов, ни в одном из них

нет закрепленного понятия «аттестация», и многие исследователи трактуют его по-своему:

Старилов Ю. Н. считает, что аттестация государственных и муниципальных служащих – это деятельность, в процессе которой аттестационная комиссия в рамках установленной научно обоснованной процедуры, в целях выявления степени соответствия служащего занимаемой должности, производит оценку деловых, личных и нравственных качеств служащего, процесса и итогов его служебной деятельности, результатами которой становится оценка и рекомендации аттестационной комиссии по улучшению труда как аттестуемого лица, так и аппарата всего государственного и муниципального органа [10].

Телегин А.С. под аттестацией понимает оценку персонала с целью определения соответствия служащего замещаемой должности на основе анализа его профессиональной служебной деятельности [4].

Таким образом, можно прийти к выводу, что большинство ученых подразумевают под аттестацией проверку соответствия служащего занимаемой должности. Однако другая часть исследователей не разделяет данный подход. Так, например, Смирнова А.В. считает, что установление квалификационного соответствия служащего занимаемой должности устанавливается не в ходе процедуры аттестации, а при приеме его на службу. Если лицо не соответствует квалификационным требованиям для замещения должности на государственной службе, то работодатель отказывает ему в приеме на работу (службу). В свою очередь, если лицо было принято на государственную службу, это значит, что его уровень образования, стаж работы (службы), психологические характеристики, установленные по результатам тестирования, соответствуют занимаемой должности [7].

Таким образом, несовершенство законодательства в данной сфере может привести к открытым спорам и дискуссиям в научной среде, а также к трудностям в определении целей и задач самого процесса аттестации.

2. Формальное отношение к аттестации как со стороны аттестуемых служащих, так и со стороны аттестационной комиссии. Данная проблема является серьезной, так как может привести к снижению эффективности этой процедуры. Причины формализма могут быть разные, но прежде всего – это незаинтересованность руководителей в объективной оценке подчиненных. Если руководство не осознает важность и значимость процедуры аттестации для эффективного исполнения полномочий, то у сотрудников формируется неправильное, негативное отношение к аттестации, они тоже могут относиться к аттестации формально, так как не видят в ней смысла;

3. Отсутствие четких критериев и стандартов оценки государственных и муниципальных служащих, проходящих аттестацию. Данная проблема приводит к искажению доверия к самому процессу аттестации. Без понятных и объективных критериев оценка ответов служащих на открытые вопросы, не связанные с тестовыми, получается субъективной и несправедливой;

4. Трудности при формировании аттестационной комиссии. Аттестационная комиссия формируется из представителей различных

организаций и ведомств, а также из независимых экспертов, являющихся специалистами в соответствующих областях и видах профессиональной служебной деятельности. На практике у независимых экспертов бывает недостаток знаний в той сфере, в которой производится оценка служащих, а другая часть комиссии может иметь предвзятое отношение (или наоборот) к служащим, что может привести к искажению результатов аттестации;

5. Недостаток мотивации у лиц, проходящих аттестацию [5]. В связи с тем, что многие государственные и муниципальные служащие воспринимают процесс аттестации как формальность, то они не замечают прямой связи между ее результатами и своим профессиональным ростом. Так, например, раньше на основе результатов аттестации решался вопрос о присвоении служащему квалификационного разряда – классного чина, однако после принятия нового законодательства данное положение реализуется самостоятельной процедурой – квалификационным экзаменом. Следовательно, можно говорить об усложнении процесса карьерного продвижения служащего;

6. Отсутствие закреплённого перечня вопросов для аттестации государственных и муниципальных служащих, что так же влияет на объективность оценки знаний и навыков служащих. В настоящее время не существует единого подхода к формированию перечня вопросов для аттестации служащих одинакового уровня и должности в разных государственных и муниципальных органах. Каждая организация формирует такой перечень по своему усмотрению, что приводит к удорожанию проведения процесса аттестации, а у самих служащих возникают трудности с качественной подготовкой, поскольку заранее неизвестно, какие именно вопросы будут заданы на аттестации;

7. Отсутствие целенаправленных ресурсов и сервисов для подготовки служащих к аттестации. Данная проблема вытекает из прошлой, так как тесно связана с перечнем вопросов. Хотя на законодательном уровне не закреплён список заданий, которые могут встретиться в аттестации, чаще всего при проведении данного мероприятия все вопросы делят на соответствующие блоки, например, государственный язык, знание конституции, противодействие коррупции, государственная гражданская служба, муниципальная служба и так далее. И по ним осуществляется подготовка к прохождению аттестации. Однако в настоящее время не разработано ни одного специализированного образовательного ресурса в открытом доступе, на котором служащим предоставлялась бы возможность удобно и быстро повторить необходимый материал и проверить свои знания при прохождении определенного тестирования.

Рассмотрев перечень представленных на рисунке 1 основных проблем аттестации государственных и муниципальных служащих можно привести определенные предложения по их устранению (рисунок 2).

Рассмотрим их подробнее:

1. Законодательное закрепление понятия «аттестация» может во многом способствовать решению проблемы отсутствия четкого определения этого термина, которая существует в настоящее время. Это приведёт к устранению

споров относительно данного понятия, позволит установить единые цели, задачи, не противоречащие принятому термину;



Рисунок 2. Перечень мер по разрешению основных проблем аттестации государственных и муниципальных служащих

2. Разработка единых стандартов и критериев оценки служащих, которые должны быть одинаковыми и обязательными для всех видов служащих. Данные критерии должны привести к устранению межличностных конфликтов, недопонимания по поводу принятия того или иного решения. Кроме того, они могут послужить повышению объективной оценке, соответственно, служащие будут знать почему они получили тот или иной результат;

3. Внесение дополнительных положений в отношении аттестационной комиссии. Для независимых экспертов рекомендуется указать перечень компетенций в той сфере, в которой проводится оценка служащих или осуществлять привлечение отдельных лиц, специализирующихся на конкретной сфере деятельности. Тогда также необходимо пересмотреть их вклад в оценку компетенций служащих. Для избежания конфликтов ситуаций или возникновения конфликта интересов государственные и муниципальные служащие могли бы отказываться от кандидатуры того или иного члена комиссии. Однако при этом причина отказа должна быть обоснована;

4. Повышение заинтересованности в результатах аттестации. Данный способ может решить две проблемы, а именно: формальное отношение к аттестации как со стороны аттестуемых служащих, так и со стороны аттестационной комиссии, а также недостаток мотивации у лиц, проходящих аттестацию. Необходимо, чтобы аттестуемые служащие осознавали значимость аттестации и видели возможности для развития, которые она им дает. А для этого необходимо, чтобы руководители сами были заинтересованы в результатах аттестации. Для этого можно было бы разработать дополнительную систему мотивации относительно руководителей и самих служащих. Если говорить о служащих, то можно было бы установить связь с оплатой труда, а также продвижением по службе или внедрить другие методы нематериального стимулирования по результатам аттестации;

5. Законодательное закрепление перечня вопросов аттестации позволит повысить качество и результативность аттестации государственных и муниципальных служащих. Все служащие будут уверены, что при прохождении аттестации им не зададут вопросы, не касающиеся их профессиональной деятельности;

6. Разработка и внедрение образовательных порталов для подготовки государственных и муниципальных служащих к аттестации. Данные ресурсы должны включать в себя теоретический и практический материал по вопросам аттестации. Это позволит государственным и муниципальным служащим осуществиться эффективную подготовку к аттестации, не потратив слишком много времени на поиск соответствующей информации. При использовании таких ресурсов служащие сразу же смогут проверить свои знания с помощью тестирования по соответствующим темам, выявить слабые места в знаниях и проработать свои ошибки.

Таким образом, подводя итоги, можно прийти к выводу, что процедура аттестации является несовершенной и имеет ряд недостатков. Для того, чтобы она была наиболее эффективной, показывала реальные результаты и приносила пользу рекомендуется принимать определенный комплекс мер, направленный на совершенствование данной процедуры.

Список литературы

1. О государственной гражданской службе Российской Федерации: федеральный закон от 27.07.2004 №79-ФЗ (ред. от 24.07.2023) // СПС «КонсультантПлюс». – URL:

https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_48601/ (дата обращения 10.11.2023). – Текст: электронный.

2. О муниципальной службе в Российской Федерации: федеральный закон от 02.03.2007 №25-ФЗ (ред. от 10.07.2023) // СПС «КонсультантПлюс». – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_66530/ (дата обращения 10.11.2023). – Текст: электронный.

3. О проведении аттестации государственных гражданских служащих Российской Федерации: указ Президента РФ от 01.02.2005 №110 (ред. от 29.04.2023) // СПС «КонсультантПлюс». – URL:

https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_51512/ (дата обращения 11.11.2023). – Текст: электронный.

4. Административное право: учебник / под общ. ред. А. С. Телегина. – Пермь: Издательство Пермский государственный национальный исследовательский университет, 2020. – 340 с. – ISBN 978-5-7944-3442-2. – Текст: непосредственный.

5. Беляева, О.В. Человеческий капитал как индикатор инновационной экономики / О.В. Беляева // Инновационные подходы к решению социально-экономических, правовых и педагогических проблем в условиях развития современного общества. Материалы I международной научно-практической конференции. – 2015. – С. 28-31. – Текст: непосредственный.

6. Евдокимов, С.Ю. Критерии и методы аттестации государственных и муниципальных служащих / С.Ю. Евдокимов, В.Ю. Сергеев // Вестник Евразийской науки. – 2018. – № 2. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=35194098> (дата обращения: 12.11.2023). – Текст: электронный.

7. Ефимов, О.Ю. Аттестация государственных и муниципальных служащих: актуальные проблемы и пути их решения / О.Ю. Ефимов // Молодой ученый. – 2022. – № 42 (437). – URL: <https://moluch.ru/archive/437/95506/> (дата обращения: 13.11.2023). – Текст: электронный.

8. Николенко, А.А. Рычаги развития региональной социально-экономической системы / А.А. Николенко, О.В. Беляева, Э.В. Ситникова // Структурные преобразования экономики территорий: в поиске социального и экономического равновесия. Сборник научных статей Международной научно-практической конференции. В 2-х томах. – 2018. – С. 166-168. – Текст: непосредственный.

9. Смирнова, А.В. Актуальные проблемы аттестации государственных гражданских и муниципальных служащих и перспективы их разрешения / А.В. Смирнова // Вестник науки. – 2020. – № 5 (26). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/aktualnye-problemy-attestatsii-grazhdanskih-sluzhaschih-i-perspektivy-ih-razresheniya/viewer> (дата обращения: 12.11.2023). – Текст: электронный.

10. Терновая, В.А. Аттестация государственных и муниципальных служащих / В.А. Терновая // Актуальные вопросы права, экономики и управления. – 2018. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=32590157> (дата обращения: 12.11.2023). – Текст: электронный.

УДК 378, 004.85

**Седых Ю.Н., руководитель группы «Учебный центр», Наташкина Е.А.
младший научный сотрудник ГАУ ТО «ЦИТ»
Sedyh Yu.N., Natashkina E.A.**

Центр информационных технологий, г. Тула

**КОРПОРАТИВНЫЙ ПОРТАЛ КАК ИНСТРУМЕНТ В СФЕРЕ
ДИСТАНЦИОННОГО ОБУЧЕНИЯ РАБОТНИКОВ**
CORPORATE PORTAL AS A TOOL IN THE FIELD OF DISTANCE LEARNING
OF EMPLOYEES

Аннотация: В данной статье рассматривается вопрос применения корпоративного портала в качестве инструмента дистанционного обучения работников государственных учреждений. Внедрение корпоративного портала Правительства Тульской области является системой организации профессионального развития работников органов исполнительной власти, направленных на повышение эффективности системы государственного управления, а также повышения цифровой грамотности в различных сферах деятельности с учетом цифровой трансформации и переходу к цифровой экономике.

Ключевые слова: корпоративный портал, дистанционное обучение, цифровизация, корпоративное обучение, цифровая экономика.

Abstract: This article discusses the issue of using a corporate portal as a distance learning tool for employees of public institutions. The introduction of the corporate portal of the Government of the Tula Region is a system for organizing professional development of employees of executive authorities aimed at improving the efficiency of the public administration system, as well as improving digital literacy in various fields of activity, taking into account digital transformation and the transition to a digital economy.

Keywords: corporate portal, distance learning, digitalization, corporate training, digital economy.

Цифровизация сегодня предоставляет множество возможностей в сфере обучения, подготовки и переподготовки работников учреждений. Удобство цифровых сервисов и платформ позволяет проводить данные процедуры без отрыва от основной деятельности и/или в удобное время. В настоящее время использование корпоративных порталов для обучения работников становится все более популярным и эффективным. Такое направление для обучения уже успешно применяется в нашей стране. На примере Тульской области рассмотрим процесс внедрения и использования корпоративного портала для обучения работников учреждений государственных структур.

Собственная система обучения и развития персонала способствует формированию более объективной оценки персонала, снижая затраты на адаптацию и аттестацию; формирует корпоративную культуру и культуру обучения.

Корпоративное обучение представляет значимый интерес для экономики страны. При помощи инструментов корпоративных институтов и учебных центров могут быть более эффективно обеспечены кадровые потребности отечественной экономики по приоритетным направлениям цифрового и технологического

развития. Работодатели, в свою очередь, смогут получить кадры, обладающие современными компетенциями, позитивными трудовыми установками, опытом практической деятельности.

Цель функционирования корпоративных университетов состоит в развитии у работников, в том числе государственных служащих, определенных профессиональных компетенций, которые направлены на адаптацию к изменениям, выстраиванию эффективного рабочего процесса, привитию инноваций и новшеств в развитие организации, развитию корпоративной культуры и т.д. [1]

Корпоративное обучение имеет много преимуществ, в число которых входит способствование общему интеллектуальному развитию работников организаций, укрепление корпоративных связей и т.д. Еще одним преимуществом является их доступность. Работникам предоставляется возможность обучаться в любое удобное для них время и в любом месте. Это особенно важно для организаций с несколькими филиалами или работниками, которые находятся на удаленных рабочих местах.

В связи с этим основной целью создания корпоративного портала в Тульской области является профессиональное развитие кадров в органах исполнительной власти региона, а также обеспечение непрерывного профессионального роста и повышения цифровой грамотности работников в различных сферах деятельности с учетом цифровой трансформации и переходу к цифровой экономике.

Важным аспектом использования корпоративных порталов для обучения является возможность контроля и оценки результатов обучения. Система позволяет автоматически отслеживать прогресс каждого работника, его успеваемость и активность в процессе обучения. Это позволяет более точно оценивать эффективность обучения и вовремя вносить коррективы в программу обучения.

Корпоративный портал будет являться виртуальной площадкой, где профессиональное развитие осуществляется с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий, реализации электронных курсов.

Разработка программ для корпоративного портала предполагает использование передовых образовательных технологий, в том числе дистанционного обучения. Одной из задач корпоративного портала стало создание уникального портала для дистанционного обучения и развития сотрудников органов исполнительной власти Тульской области, предоставляющего доступ к базе знаний и широкие возможности командного взаимодействия в режиме реального времени.

Отличие обычного обучения от обучения на корпоративных порталах выражается в ряде преимуществ последнего. В первую очередь это – практико-ориентированность и целевая направленность. Если стандартное обучение к этому стремится, то есть делает образовательные программы с учетом условий, приближенных к реальным профессиональным, формируя у обучающихся необходимые компетенции [2], то использование корпоративных порталов позволяет решать именно реальные профессиональные задачи. Работники

осваивают конкретную специфику деятельности самого учреждения, минуя общетеоретические вопросы.

Еще одним преимуществом такого обучения является его непрерывность. Так, меняющаяся ситуация, нововведения – все это можно доносить до работников, используя такой портал.

Также важное преимущество состоит в использовании корпоративных порталов для обучения с возможностью индивидуального подхода к каждому работнику. При этом при таком обучении можно автоматически выявить слабые места обучающегося, на основе которых будет сформирован персонализированный план обучения. Это позволит осуществлять работу над теми аспектами, которые наиболее важны.

Организация обучения на корпоративных порталах, как правило, закреплена за самими организациями. Поэтому цели и задачи обучения напрямую связаны с их деятельностью.

Также стоит отметить экономическую эффективность использования корпоративных порталов для обучения. Они позволяют снизить расходы на проведение обучения, так как не требуют больших затрат на организацию семинаров, привлечение наставников и покупку учебных материалов. Организации и учреждения экономят на времени, так как работникам больше не нужно тратить время на поездки и отсутствие на рабочем месте.

Эффективность организации корпоративного портала повышается, если использовать его шире, чем просто для обучения и развития кадрового состава. Глобальные цели использования корпоративных порталов состоят в обеспечении единого, согласованного, подчиненного стратегическим целям обучения для работников организации, которым оно необходимо в соответствии с этими целями, независимо от структурного подразделения [3].

Корпоративный портал является виртуальной площадкой. Профессиональное развитие сотрудников осуществляется с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий, реализации электронных курсов. Система внутрикорпоративного обучения позволит обеспечить непрерывность профессионального развития государственных гражданских служащих, а также передачу актуальных корпоративных знаний, опыта, культуры.

Программы, которые разрабатываются для корпоративных порталов, задействуют передовые образовательные технологии, например, используется дистанционное обучение и онлайн-платформы. Само функционирование корпоративного университета стало важным событием для государственного сектора. Так, с целью дистанционного обучения и развития сотрудников данного сектора в Тульской области создали такой портал, в котором предоставляется доступ к базе знаний, а также широкие возможности командного взаимодействия в режиме реального времени [4].

Функционирование корпоративного портала сопряжено с решением ряда задач. Они представлены на рисунке 1.

Внутрикорпоративный обучающий портал Правительства Тульской области обладает следующими преимуществами:

- гарантирует доступ к portalу всем работникам органов исполнительной власти с любого устройства, имеющего доступ в интернет;
- позволяет регистрироваться на обучающие программы, актуальные для определенных категорий работников, персонализирует обучение;
- решает задачи непрерывного обучения без отрыва от рабочего процесса, задачи сокращения времени адаптации новых работников.

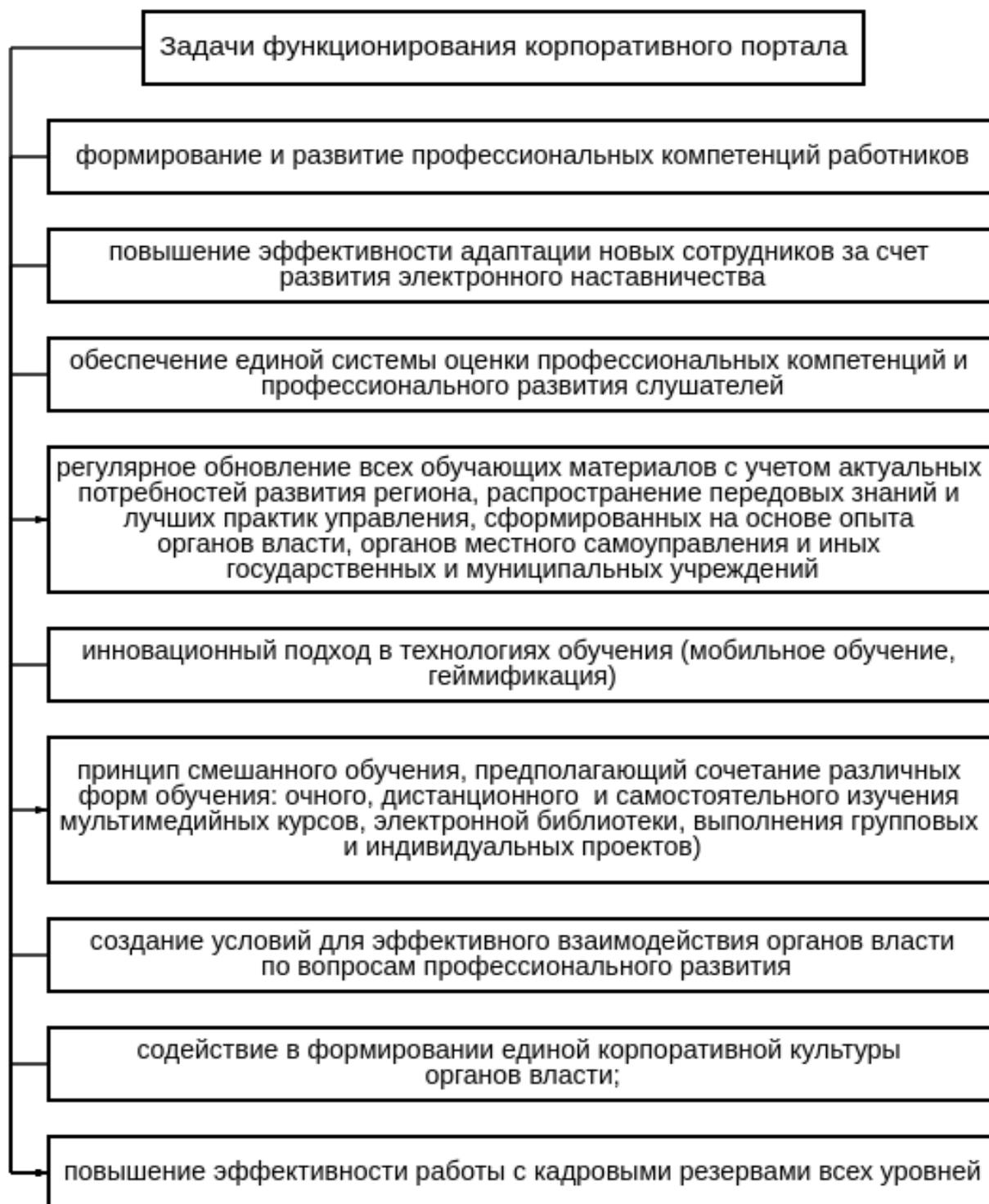


Рисунок 1. Задачи функционирования корпоративного портала

Корпоративный портал не заменяет очные формы обучения.

Корпоративное обучение должно носить непрерывный характер, то есть проводиться на протяжении всей трудовой деятельности сотрудника. Несмотря на тот факт, что обучение является самой затратной статьёй, руководитель должен понимать, что это некая инвестиция в основной капитал. Сотрудники – это главный ресурс компании, который приводит в действие весь механизм. Необходимо постоянно стимулировать работников, чтобы заинтересовать их в непрерывном обучении.

Корпоративное обучение позволяет работникам обучаться именно тому, что необходимо для их развития и работы без прохождения общей теории и практики. Корпоративное обучение представляет значимый интерес для экономики страны. С помощью корпоративных институтов и учебных центров будут полностью обеспечены потребности экономики России в кадрах высокой квалификации по приоритетным направлениям модернизации и технологического развития.

Такой подход к организации внутрикорпоративного обучения позволяет решить задачи повышения мотивации труда, заинтересованности в содержании работы, формирования кадрового резерва и внутриорганизационной культуры органов исполнительной власти.

В заключении можно сказать, что использование корпоративных порталов для обучения работников организаций и государственных учреждений предоставляет множество преимуществ. Они позволяют работникам обучаться в удобное время и месте, имеют широкий функционал, обеспечивают контроль и оценку результатов обучения, индивидуальный подход к сотрудникам и экономическую эффективность. Поэтому все больше компаний выбирают этот метод обучения, чтобы повышать квалификацию своих работников.

Список литературы:

1. Гусарова, О. Н. Корпоративные университеты в системе государственной службы Российской Федерации / О. Н. Гусарова // Аспирант. – 2021. – № 3(60). – С. 100-104.

2. Лунева Ю.Б. Практико-ориентированный подход в профессиональном образовании / Ю.Б. Лунева, О.И. Ваганова, Ж.В. Смирнова // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. – 2018. – № 6(32). – С. 122-126.

3. Гриднева М.А. Корпоративный университет как современный инструмент обучения и развития персонала компании / М.А. Гриднева // Вестник факультета управления СПбГЭУ. – 2017. – № 1-2. – С. 460-463.

4. Седых Ю.Н. Внедрение корпоративного университета как элемента системы непрерывного обучения работников государственных учреждений / Ю.Н. Седых, Е.А. Наташкина // Проблемы гуманитарных наук и образования в современном мире : Сборник научных статей по материалам VIII Всероссийской научно-практической конференции (с международным участием), Сибай, 25 ноября 2022 года. – Сибай: Уфимский университет науки и технологий, 2022. – С. 72-73.

Селямиев Э.Д., магистрант 1 курса, Ильясова М.К., к.э.н., доцент
Selyamiev E.D., 1nd year master's student, Ilyasova M.K., PhD, Associate Professor

ГБОУВО РК «Крымский инженерно-педагогический университет имени Февзи Якубова»
SBEIHE RC «Crimean engineering and pedagogical university the name of Fevzi Yakubov

**ИССЛЕДОВАНИЕ И СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ
МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ**
RESEARCH AND IMPROVEMENT OF THE ORGANIZATION'S MARKETING
ACTIVITIES

Аннотация. Эффективный маркетинг может принести бизнесу целый ряд преимуществ, поэтому он должен начинаться с продуманной маркетинговой стратегии. Хорошая маркетинговая стратегия помогает предприятию определить видение, миссию и бизнес-цели, а также описывает шаги, которые необходимо предпринять для достижения этих целей. В данной статье рассмотрены основные положения по совершенствованию маркетинговой стратегии предприятия, а также определен вектор самостоятельной разработки маркетинговой стратегии.

Ключевые слова: маркетинг, маркетинговая деятельность, конкурентоспособность компании.

Annotation. Effective marketing can bring a number of advantages to a business, so it should start with a well-thought-out marketing strategy. A good marketing strategy helps an enterprise define its vision, mission, and business goals, and describes the steps that need to be taken to achieve these goals. This article discusses the main provisions for improving the marketing strategy of the enterprise, and also defines the vector of independent development of marketing strategy.

Keywords: marketing, marketing activity, competitiveness of the company.

Первое, о чем мы думаем, говоря о маркетинге, — это реклама, но необходимо учитывать, что маркетинг и реклама — не являются синонимами. Размещение нескольких рекламных объявлений не приведет к клиентам и продажам, которые необходимы бизнесу для успеха. Маркетинг — это процесс, а не событие. Он включает в себя планирование маркетинговых целей и реализацию маркетинговых стратегий для их достижения [1].

Маркетинговая стратегия влияет на то, как предприятие ведет весь свой бизнес, поэтому ее следует планировать и разрабатывать. По сути, маркетинговая стратегия — это всеобъемлющий инструмент стратегического планирования, который:

- описывает бизнес — его продукты и услуги;
- объясняет положение и роль продуктов и услуг на рынке;

- профилирует клиентов и конкурентов;
- определяет маркетинговую тактику, которую необходимо использовать;
- позволяет составить маркетинговый план и измерить его эффективность.

Маркетинговая стратегия устанавливает общее направление и цели маркетинга и поэтому отличается от маркетингового плана, в котором излагаются только конкретные действия, которые предприятие предпримет для реализации своей маркетинговой стратегии. Маркетинговая стратегия может быть разработана на следующие несколько лет, в то время как маркетинговый план обычно описывает тактику, которую необходимо реализовать в текущем году.

Хорошо разработанная маркетинговая стратегия поможет реализовать цели бизнеса и создать прочную репутацию для ваших продуктов, а также нацелить эти продукты и услуги на людей, которые, скорее всего, их приобретут. Обычно это включает в себя создание одной или двух мощных идей для повышения осведомленности и увеличения продажи продукции.

Разработка и совершенствование маркетинговой стратегии, включающей компоненты, перечисленные ниже, поможет максимально эффективно использовать маркетинговые инвестиции, сохранить сфокусированность маркетинга, а также измерить и улучшить результаты продаж.

Любая стратегия состоит из трех частей:

- диагноз вашей проблемы;
- руководящая политика для решения проблемы;
- набор целевых действий, необходимых для реализации политики.

Для совершенствования маркетинговой стратегии необходимо выбрать нужную тактику. Граница между стратегией и тактикой не всегда ясна. Например, вы можете рассматривать создание сетей как общую стратегию развития бизнеса или как тактику усиления воздействия стратегии интеллектуального лидерства. Думается, разница заключается в фокусе и намерении. Если, к примеру, сетевое взаимодействие является стратегией развития бизнеса, все ваше внимание должно быть сосредоточено на том, чтобы сделать его более эффективным и действенным — выберите тактику, направленную на то, чтобы сделать работу в сети более мощной. С другой стороны, если сеть — это просто одна из многих тактик, то решение использовать ее будет зависеть от того, поддерживает ли она вашу более широкую стратегию. Тактику и приемы можно проверить и легко изменить. Однако, необходимо помнить, что стратегия — это обдуманый выбор, который нельзя менять также часто как тактику.

Хорошая маркетинговая стратегия не будет меняться каждый год, а будет пересматриваться, когда маркетинговые цели будут достигнуты. Кроме того, может потребоваться изменить свою стратегию, если ваш внешний рынок изменится из-за появления нового конкурента, новой технологии или новых продуктов.

Исследования — важная часть маркетинговой стратегии. Необходимо собрать информацию о вашем рынке, такую как его размер, рост, социальные тенденции и демографические данные (статистика населения: возраст, пол и

тип семьи). Хотя разделении по демографическим данным тоже уже уходит в прошлое. Сейчас люди чаще объединяются по интересам (здесь тут не важен пол и возраст). Поэтому необходимо следить за своим рынком, чтобы быть в курсе изменений с течением времени, чтобы маркетинговая стратегия оставалась актуальной.

Из вышесказанного следует, что потенциальных клиентов необходимо профилировать. Определение профиля поможет выявить потребности, покажет модели, место и способ покупок. Точно так же в рамках маркетинговой стратегии можно составить профиль своих конкурентов, указав их продукты, цепочки поставок, ценообразование и тактику. Это поможет определить конкурентное преимущество — то, что выделяет ваш бизнес, сильные и слабые стороны ваших внутренних процессов.

Далее следует убедиться, что выбранная тактика соответствует целевой аудитории и, собственно, маркетинговой стратегии. Кроме того, нужно будет сбалансировать свой выбор двумя важными способами: во-первых, вам потребуются тактики, которые охватывают каждый этап развития бизнеса. Некоторые методы отлично работают для получения наглядности, но не подходят для долгосрочного планирования. Во-вторых, нужен баланс между цифровыми и традиционными методами. Тот факт, что вы не пользуетесь какой-то социальной сетью, не означает, что часть ваших потенциальных клиентов тоже ее не использует [3].

Принцип Парето основан на правиле 80/20. В бизнесе это означает, что примерно 80 процентов клиентов обеспечивают 20 процентов продаж, а остальные 20 процентов приносят 80 процентов продаж. Следовательно, сосредоточение внимания на самых прибыльных 20 процентах должно максимизировать объем продаж. Большую часть времени необходимо тратить на построение прочных отношений со своими главными клиентами (к примеру, опрашивать их периодические информационные бюллетени, чтобы держать в курсе ваших новинок) [4].

Интересное исследование было проведено в Школе бизнеса Маккомбса при Техасском университете в Остине. Согласно этому исследованию, компаниям, которые хотят процветать в 21 веке, необходимо отказаться от старой маркетинговой стратегии, которая ставит клиента на первое место. Самые успешные маркетологи последних нескольких лет были менее сосредоточены на своих клиентах, и более обеспокоены построением отношений между отраслями и тщательном рассмотрении конечного пользователя своей продукции, даже если это не был их прямой покупатель. Исследователи обнаружили, что портфели компаний, придерживающихся этого нового, широкого подхода, генерируют аномально высокую доходность в размере 8,58 %, что превышает доходность, связанную со стандартными маркетинговыми подходами [5].

До сих пор многие владельцы бизнеса придерживаются консервативного образа мышления, но старые методы, которые раньше показывали максимальные результаты, сегодня могут ухудшить вашу общую маркетинговую стратегию. Поэтому полезно знакомиться с новыми идеями,

чтобы не дать вашей кампании устареть. Некоторые полезные ресурсы, которые стоит изучить, включают HubSpot, Social Media Examiner. Они могут указать вам правильное направление и держать в курсе последних событий в области маркетинга [6].

Как было сказано выше, маркетинговая стратегия не рассчитана на быстрый результат — чтобы увидеть ощутимые результаты, нужно время. Если вы пытаетесь обеспечить присутствие на сайте социальной сети, то поддерживайте постоянный график публикаций, размещайте качественный контент и регулярно взаимодействуйте со своей аудиторией. Если вы пытаетесь составить список подписчиков по электронной почте — рассылайте информационные бюллетени через определенные промежутки времени [7].

Разумеется, владельцы бизнеса ожидают что маркетинговые приемы, которые они выбрали, будут работать безупречно, но это не так. Большая часть успеха — это метод проб и ошибок, но принятие надлежащих мер по исправлению неэффективности должно предотвратить повторение аналогичных промахов. Доставив сообщение нужной аудитории через правильные маркетинговые каналы, вы, безусловно, увидите хорошие результаты.

Список литературы:

1. Андреев, М. В. Совершенствование маркетинговой стратегии на предприятии / М. В. Андреев.— Текст : непосредственный // Молодой ученый.— 2021.— № 20 (362).— С. 285-287.— URL: <https://moluch.ru/archive/362/81068/> (дата обращения: 15.11.2023).

2. Котляревская, И. В. К73 Стратегический маркетинг: учебное пособие. В 2 ч. Ч. 1 / И. В. Котляревская; Мин-во науки и высшего образования РФ — 3-е изд., перераб. и доп.— Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2019.— 138 с.

3. Косарева Ю. В. Маркетинговая стратегия — основа успешного бизнеса [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/marketingovaya-strategiya-osnova-uspeshnogobiznesa>

4. Воронин, Н. В. Специфика выбора стратегии развития предприятия / Н. В. Воронин // Вестник науки и образования.— 2019.— № 12–2 (66).— С. 17–2

5. Ярунина, Т. А. Теоретические основы разработки стратегии развития организации / Т. А. Ярунина // Актуальные исследования.— 2020.— № 2 (5).— С. 55–58

УДК 336.64

Скрашук Н. Д., Аференок В. К., обучающиеся 4 курса
Skrashchuk N. D., Afironak V. K., 4th year students

Белорусский национальный технический университет
Belarusian National Technical University

АЛЬТЕРНАТИВНЫЕ МЕТОДЫ ФИНАНСИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ КОМПАНИЙ НА РАННИХ СТАДИЯХ РАЗВИТИЯ

ALTERNATIVE METHODS OF FINANCING INNOVATIVE ORGANIZATIONS AT EARLY STAGES OF DEVELOPMENT

Аннотация: в статье рассмотрены альтернативные методы финансирования инновационных компаний на ранних стадиях развития в качестве способа решения проблемы доступа к традиционным методам привлечения средств и приведен анализ наиболее распространенных альтернативных методов финансирования, таких как 3F (Friends, Family, Fools), привлечение бизнес-ангелов, краудфандинг, ICO (Initial Coin Offering), INO (Initial NFT Offering), прямые инвестиции и мезонинное финансирование.

Ключевые слова: альтернативные методы финансирования, краудфандинг, ICO, INO, прямые инвестиции.

Annotation: the article considers alternative methods of financing innovative organizations at early stages of development as a solution to the problem of access to the traditional methods of fund raising and analyzes the most common alternative methods of financing, such as 3F (Friends, Family, Fools), business angels, crowdfunding, ICO (Initial Coin Offering), INO (Initial NFT Offering), private equity and mezzanine financing.

Keywords: alternative methods of financing, crowdfunding, ICO, INO, private equity.

Стимулирование инноваций и создание благоприятных условий для предпринимательской деятельности являются ключевыми факторами для повышения экономического потенциала государства. Важную роль в развитии национальной экономики играют инновационные компании, внедряющие новые технологии и улучшающие качество жизни людей. Для разработки и реализации инновационных проектов почти всегда требуются значительные финансовые затраты. Вложения могут потребоваться на различные капитальные расходы, например, здания, оборудование, нематериальные активы, а также на различные исследования, оплату труда, маркетинговую компанию и т.д.

Однако, компаниям, находящимся на ранних стадиях развития, часто не доступны традиционные методы финансирования (банковское кредитование, лизинг, публичные рынки капитала). Помочь зарождающимся инновационным компаниям с получением необходимых денежных средств призваны альтернативные методы финансирования. Альтернативные методы финансирования – методы финансирования активов, характеризующихся низкой ликвидностью, высокими рисками, а также требуемой высокой доходностью на предоставленные инвестиции [1].

Альтернативные методы финансирования позволяют компаниям привлекать средства от инвесторов, несмотря на несоответствие требованиям кредиторов в отношении финансового положения, срока деятельности компании, наличия обеспечения, регулярности погашения обязательств. Часто для митигации портфельных рисков инвесторы одновременно вкладывают денежные средства в

несколько проектов, чтобы реализация отдельных инициатив возместила убытки остальных проектов в портфеле. К наиболее распространенным альтернативным методам финансирования инновационных компаний относятся 3F, привлечение бизнес-ангелов, краудфандинг, ICO, INO, прямые инвестиции, мезонинное финансирование и т.д.

На рисунке 1 показаны основные стадии развития инновационной компаний и особенности их финансирования.

Метод финансирования 3F (friends & family & fools) – подразумевает привлечение средств от близких людей, друзей и рискованных инвесторов. 3F – первоначальный источник финансирования, поскольку родственники и друзья могут быть более готовы поддержать вас финансово, основываясь на личной связи и доверии. Однако, несмотря на преимущества, привлечение средств от 3F имеет свои риски. Вложение средств близких людей может создавать дополнительное давление и ответственность на предпринимателя, а также потенциально повлиять на личные отношения. Важно осуществлять профессиональный подход и четко определить условия инвестиций.

Краудфандинг – метод финансирования, путем привлечения широкого круга вкладчиков на специальных инвестиционных площадках. Краудфандинг может осуществляться как на безвозмездной, так и на возмездной основе. [2]. Данный метод используется в основном на стадиях разработки продукта и его выпуска на рынок. Основными разновидностями краудфандинга являются краудлендинг и краудинвестинг.

Название стадии	Становление			Рост	Зрелось
	1-я стадия (Посевная)	2-я стадия (Стартап)	3-я стадия (Расширение)	4-я стадия (Рост)	5-я стадия (Зрелый рост)
Цель стадии	Разработка и тестирование идеи	Выпуск продукта на рынок	Формирование и укрепление позиции на рынке	Активный рост доли на рынке	Удержание доли на рынке
Доступность финансирования	Низкая		Средняя		Высокая
Потребность в финансировании	Высокая			Средняя	Низкая
Наиболее распространенные методы финансирования на стадии	<ul style="list-style-type: none"> • средства основателя; • 3F; • краудфандинг; • ICO&INO; • бизнес-ангелы; • бюджетное финансирование. 	<ul style="list-style-type: none"> • 3F; • краудфандинг; • ICO&INO; • бизнес-ангелы; • бюджетное финансирование; • венчурные фонды; • мезонинное финансирование. 	<ul style="list-style-type: none"> • венчурные фонды; • факторинг; • прямые инвестиции; • мезонинное финансирование. 	<ul style="list-style-type: none"> • факторинг; • прямые инвестиции; • банковские кредиты; • лизинг; • облигации; • мезонинное финансирование. 	<ul style="list-style-type: none"> • облигации; • публичные рынки капитала.
Риск потери капитала	Высокий		Средний		Низкий

Рисунок 1. Основные стадии развития инновационной компаний и особенности их финансирования

Краудлендинг – форма краудфандинга, предполагающая коллективное предоставление краткосрочных займов для финансирования инновационных проектов с условием выплаты процента. Данный метод заключается в привлечении

средств от множества инвесторов через специальную платформу. Важно сказать, что в большинстве случаев краудлендинговые платформы предоставляют займы по более высокой процентной ставке по сравнению с банковским кредитованием.

Краудинвестинг – форма краудфандинга, предполагающая коллективное инвестирование в инновационный проект от большого количества инвесторов с целью получения доли в акционерном капитале организации.

Привлечение бизнес-ангелов – метод финансирования, подразумевающий вложения в проект денежных средств частных инвесторов [3]. Данный метод подходит для инновационных компаний, находящихся на стадиях становления, когда банки и венчурные фонды могут не быть заинтересованы из-за высокого уровня риска. Бизнес-ангелы, как правило, не только вносят финансовые вложения в проекты, но и предоставляют ценный опыт и знания в области предпринимательства. Они часто выступают в роли наставников и консультантов для предпринимателей, помогая им в формировании стратегии, управлении рисками и расширении связей в индустрии.

ICO (Initial Coin Offering, первичное размещение цифровых токенов) – метод финансирования, позволяющий привлекать денежные средства физических и юридических лиц через выпуск и продажу криптографических активов. Часто данный метод используется инновационными компаниями, находящимися на стадиях становления. Стоит отметить, что покупатели токенов при ICO не получают аналогичных корпоративных прав, которые имеют владельцы акций. Важно отметить, что существуют риски потери ценности токенов проекта в случае его неудачи. Кроме того, ограниченная защищенность прав инвесторов ведет к возрастанию мошенничества.

INO (Initial NFTs Offering, первичное размещение невзаимозаменяемых токенов) – метод финансирования, при котором на NFT-маркетплейсе происходит первичное размещение невзаимозаменяемых токенов NFT. Приобретаемые NFT-токены представляют собой единичные цифровые объекты [4]. Распространено использование данного метода инновационными компаниями, находящимися на стадиях становления.

Прямые инвестиции (Private Equity) – метод финансирования, подразумевающий вложение денежных средств в непубличные компании, обладающие значительным потенциалом роста, в обмен на долю в их капитале. Целями фондов прямых инвестиций обычно являются инновационные компании на стадиях расширения и роста компании. Потенциально высокая доходность инвестирования в данный вид активов достигается в долгосрочной перспективе (5-7 лет) [5].

В зависимости от договоренностей с менеджментом компании и приобретенной доли степень участия фондов в деятельности организации может варьироваться. Мезонинное финансирование – метод финансирования, предполагающий использование гибридных финансовых инструментов, сочетающих долговые и долевые характеристики капитала [5].

В случае использования мезонинного финансирования инвестор предоставляет заемщику средства в форме заемного капитала, одновременно получая опцион на покупку акций заемщика в будущем по заранее оговоренной цене в определенных ситуациях. Для учета рисков банк мог бы потребовать более

высокую процентную ставку, однако данное обстоятельство может привести к увеличению долговой нагрузки на бизнес и росту вероятности банкротства. Распространенной практикой использования метода является финансирование расширения бизнеса, выход на новый рынок, сделки M&A. Мезонинное финансирование дает доступ к крупному заемному капиталу без значительного увеличения долговой нагрузки, так как часть процентных платежей может быть отложена до завершения проекта.

На рисунке 2 представлены достоинства и недостатки альтернативных методов финансирования:

3F (friends & family & fools)	
+	отсутствие необходимости заключения сложных юридических контрактов;
+	отсутствие строгих сроков возврата инвестиций;
+	относительно низкие процентные ставки.
-	ограниченность объема привлеченных средств;
-	давление на предпринимателя из-за риска потери средств близких людей;
-	ухудшение отношений с близкими людьми в случае неудачи проекта.
Краудфандинг	
+	метод, подходящий для высокорисковых инновационных проектов;
+	возможность привлечения инвесторов со всего мира;
+	успешность сбора средств позволит протестировать идею проекта.
-	непредсказуемость результатов проведения сбора средств;
-	отсутствие достижение цели по сбору средств, может отменить сбор;
-	высокий риск мошенничества из-за недостаточного регулирования сферы.
Привлечение бизнес-ангелов	
+	метод, подходящий для высокорисковых инновационных проектов;
+	доступ к большой сети полезных контактов бизнес-ангела;
+	ориентация инвестора на прирост капитала, а не дивиденды от проекта.
-	возможные ограничение от инвестора на операционную свободу проекта;
-	высокие процентные ставки привлечения средств от инвестора;
-	перераспределение влияния акционеров вследствие появления новых.
Первичное размещение цифровых токенов (ICO) и NFT (INO)	
+	метод, подходящий для высокорисковых инновационных проектов;
+	возможность привлечения на цифровых биржах инвесторов со всего мира;
+	гибкие условия выпуска токенов.
-	потеря стоимости токенов в случае неудачи проекта;
-	высокий риск мошенничества из-за недостаточного регулирования сферы;
-	отсутствие высокого уровня прозрачности проекта перед инвесторами.
Прямые инвестиции	
+	доступ к новым для компании контактам инвестора;
+	заинтересованность инвестора в успешном развитии проекта;
+	обычно длительные сроки предоставления.
-	низкая ликвидность доли инвестора в компании в случае неудачи проекта;
-	изменение структуры управления проекта;
-	потеря части доли проекта существующими акционерами при получении
Мезонинное финансирование	
+	гибкость структуры сделки;
+	дороже долговых средств, но дешевле собственных средств;
+	заинтересованность инвестора в успешном развитии проекта.
-	уменьшение доли акционеров в случае использования опциона инвестором;
-	относительная дороговизна оформления сделки;
-	влияние инвесторов на принятие решений в компании.

Рисунок 2. Достоинства и недостатки альтернативных методов финансирования

Таким образом, компаниям на ранних стадиях развития часто не доступны традиционные методы финансирования. Альтернативные методы финансирования могут помочь зарождающимся компаниям получить необходимые средства для реализации инновационных проектов. В зависимости от стадии развития инновационной компании, доступности методов привлечения финансирования, их достоинств и недостатков, особенностей их предоставления, менеджмент компании должен разработать оптимальную стратегию финансирования, позволяющую обеспечить достаточный объем инвестиций, эффективное использование полученных ресурсов и максимизировать потенциально возможную прибыль.

Список литературы:

1. Развитие альтернативных механизмов инвестирования: прямые инвестиции и краудфандинг: доклад / Банк России. Август 2020 // Режим доступа:

http://www.cbr.ru/Content/Document/File/112055/Consultation_Paper_200811.pdf – Дата доступа: 23.10.2023.

2. Скращук, Н. Д. Опыт создания краудфандинговых платформ в Беларуси / Н. Д. Скращук, К. А. Савчук // 78-ая студенческая научно-техническая конференция маркетинга, менеджмента, предпринимательства. – Минск: БНТУ, 2022. – С. 116-118.

3. Купцова, А. И. Финансовое обеспечение стартапов в Республике Беларусь / А. И. Купцова, Н. Ю. Юшкин // – 2020. – С. 73-76.

4. Скращук, Н. Д. Проникновение NFT-технологии в различные сферы жизни общества / Н. Д. Скращук, К. А. Савчук // XIII Международный молодежный форум «Образование. Наука. Производство». – 2021. – С. 3035–3042.

5. Макарецкая, Т. Д. Альтернативные инвестиции и перспективы их развития в Республике Беларусь / Т. Д. Макарецкая // Большая Евразия: развитие, безопасность, сотрудничество. – 2022. – №. 5-1. – С. 874-878.

УДК 005

Солодилова А.С., обучающаяся 3 курса
Solodilova A.S., 3rd year student

Омский государственный университет путей сообщения
Omsk State Transport University

РОЛЬ ИННОВАЦИЙ В СТРАТЕГИЧЕСКОМ МЕНЕДЖМЕНТЕ **THE ROLE OF INNOVATION IN STRATEGIC MANAGEMENT**

Аннотация: Инновации важны для конкурентных преимуществ и эффективности деятельности фирмы. Используя концептуальный подход, были

проанализированы статьи по инновациям и стратегическому менеджменту, чтобы дать представление о месте инноваций в управлении корпоративными стратегиями. На основе обзора были сделаны предложения для будущих исследований, которые могут способствовать развитию теории и предоставить соответствующие материалы для принятия решений тем, кто отвечает за управление инновациями.

Ключевые слова: Стратегические инновации, стратегический менеджмент, радикальные инновации, стратегический менеджмент, инновации бизнес-процессов

Abstract: Innovation is important for the competitive advantages and efficiency of the company. Using a conceptual approach, articles on innovation and strategic management were analyzed to give an idea of the place of innovation in corporate strategy management. Based on the review, suggestions were made for future research that could contribute to the development of theory and provide relevant materials for decision-making to those responsible for innovation management.

Keywords: Strategic innovations, strategic management, radical innovations, strategic management, business process innovations

Инновации предполагают изменения, которые способствуют улучшению качества и количества продукции, а также методов производства. Это влечёт за собой генерацию новых идей или перепроектирование рабочих процессов для достижения оптимального результата. Благодаря инновациям предприятие внедряет новые технологии производства, разрабатывает новые продукты, улучшает характеристики существующих брендов, приближается к новым сегментам рынка и открывает их, исследует новые источники сырья и разрабатывает новые методы управления ресурсами. Инновации динамичны и создают новые вещи из существующих. Это повышает ценность качества предоставления услуг и обеспечивает внутреннюю эффективность при планировании работ и выполнении задач. Инновация - это выгодная реализация креативности.

Фирмы могут стратегически использовать инновации для достижения конкурентных преимуществ, эффективно конкурировать на местном и глобальном рынках, адаптировать свою стратегию к меняющимся требованиям рынка и клиентов, создавать ценность и способствовать росту и добиться превосходной производительности [2]. Таким образом, стратегическое управление инновациями представляет собой важный компонент стратегии фирмы и основной фактор, способствующий конкурентному преимуществу фирмы [4]. Следовательно, стратегическое управление инновациями стало центральной темой в области стратегического менеджмента. Кроме того, стратегический подход к инновациям повышает эффективность работы организации и увеличивает возможности роста.

В литературе по стратегии, предпринимательству и маркетингу термину «инновация» как значимому понятию было дано несколько определений, и это лишь некоторые из них. Проще говоря, инновация – это систематические (постепенные) или радикальные (прорывные) изменения в идеях, которые

приводят к улучшению качества и количества продуктов, услуг, производственных процессов и прибыли фирмы. Другими словами, инновации связаны с новым мышлением и действиями, которые приводят к преобразованию продуктов, процессов и организации в устойчивый путь роста. Инновация как новые способы организации и выполнения работы для поощрения и продвижения конкурентных преимуществ; это может быть либо в форме нового продукта, новой услуги, новой технологии, либо нового процесса или практики [3].

Инновация — это производство или внедрение, ассимиляция и эксплуатация новшества с добавленной стоимостью в экономической и социальной сферах; обновление и расширение продуктов, услуг и рынков; разработка новых методов производства; и создание новых систем управления. Это одновременно и процесс, и результат [7]. Исходя из определений, инновации можно визуализировать как деятельность по созданию или обновлению продукции, процесса, структуры и рынков. Инновации также рассматриваются как процесс, ведущий к изменениям в организации и рыночных предложениях. И они используются как важнейшее оружие устойчивого конкурентного преимущества [9]. Благодаря инновациям фирма имеет возможность отходить от существующих технологий и практик. Инновационность означает твёрдую готовность пробовать новые способы ведения дел и новые методы выполнения задач по-другому. Это стимулирует энтузиазм к принятию и реализации новых идей и методов, а также стремление внедрять прорывные стратегии в бизнесе и управлять ими.

С другой стороны, стратегический менеджмент был определён как искусство и наука формулирования, внедрения и оценки межфункциональных решений, которые позволяют организации достигать своих целей. Это набор управленческих решений и действий, которые определяют долгосрочную эффективность корпорации. Он включает в себя формулирование целей организации, реализацию и контроль межфункциональных решений, направленных на достижение этих целей в нынешних и будущих условиях [1]. Как правило, процесс стратегического управления можно разделить на четыре фазы: сканирование окружающей среды, этап формулирования, внедрение, а также оценка и мониторинг.

Процесс формулирования стратегии должен учитывать меняющуюся бизнес-среду и обеспечивать возможность готовности в случае изменений, в то же время стратегический план позволит организации оценить имеющиеся у неё активы, выделить соответствующий бюджет и предлагает наиболее эффективный план максимизации отдачи от инвестиций.

Преимущества инноваций для фирм можно выделить по следующим трем аспектам:

— Организационные инновации как особая форма инноваций.

Внедрение новой организации труда, которая может непосредственно привести к существенному повышению эффективности работы организации, например, с точки зрения качества, гибкости, производительности, скорости. Например, прямой эффект организационных инноваций можно наблюдать с точки зрения повышения качества предлагаемых услуг и сокращения времени реакции на потребности клиентов. Однако, некоторые исследования предполагают, что

прямое экономическое воздействие организационных инноваций сдерживается инфраструктурными и конкурентными рамками. Например, Урбанцова подчеркнула взаимодополняющий характер инноваций в области продуктов и услуг, информационных технологий и реорганизации рабочих мест [10].

Что касается конкурентной среды фирм, Шмидт и Раммер показали, что рынок, характеризующийся быстро меняющимися технологиями, короткими жизненными циклами продуктов и, в частности, высоким риском того, что их собственные продукты могут быть легко заменены конкурентами, увеличивает вероятность того, что фирма внедряет организационные инновации (и маркетинговые инновации).

— Организационные инновации как фактор, стимулирующий другие виды инноваций.

Растущее число эмпирических исследований подчёркивает взаимосвязь между продуктом, техническим процессом и услугой инновации, с одной стороны, и организационные инновации, с другой стороны [10]. Ибо сотрудничество в области инноваций повышает вероятность успешного внедрения инноваций в продукт, технический процесс или услугу, связанную с продуктом.

— Организационные инновации как предпосылка накопления знаний в фирмах.

Организационные инновации могут позволить фирмам повысить свою способность приобретать, создавать и наилучшим образом использовать компетенции, навыки и знания. По словам Фагербери это измерение тесно связано с организационными и управленческими практиками (например, разработка и управление межорганизационными интерфейсами, программами обучения и квалификации кадров, управление поиском внешних технологий). Например, при внедрении систем управления знаниями, лишь немногие представляют убедительные доказательства взаимосвязи между [7]. Фирмы, проводящие политику управления знаниями, скорее всего, будут больше внедрять инновации интенсивно и с целью повышения производительности. Урбанцова показала, что фирмы, внедряющие управление знаниями, демонстрируют более высокие темпы роста, чем другие.

Хотя учёные предполагают, что разработка и реализация стратегии являются жизненно важными для инновационного потенциала и производительности фирмы, тем не менее, взаимодействие между факторами стратегического управления, такими как развёртывание, коммуникация, структура, контроль и высокопроизводительная рабочая система в инновационном процессе, все ещё остаётся неясным. Подразумевается, что это ограничивает понимание связи между стратегическим управлением и инновациями в контексте эмпиризма. Несмотря на неоднозначные результаты в некоторых случаях, большинство учёных сходятся во мнении, что инновации любого измерения повышают ценность фирмы. Кроме того, имеются убедительные и документально подтверждённые свидетельства того, что инновации и рост фирмы взаимосвязаны. В частности, документально подтверждено, что отдача от инноваций может составлять половину дохода некоторых фирм [6].

Рост продаж может быть фактором множества других переменных, связанных с инновациями, помимо самого инновационного продукта. Пауэлс,

Сильва-Риссо, Сринивасан и Ханссенс использовали модель временных рядов для изучения долгосрочного влияния инноваций и продвижения новых продуктов на финансовые показатели. Данные для исследования были получены из ежедневных отчётов о продажах некоторых фирм-производителей в Калифорнии в период с 1996 по 2001 год. В их выводах было показано, что внедрение новых продуктов оказывает значительное краткосрочное и долгосрочное положительное влияние на выручку и стоимость акций на фондовом рынке.

В исследовании инноваций для оценки экономического эффекта от внедрения новых продуктов на рынок рассматривается степень, в которой инновационный продукт, появляющийся на рынке, способствует повышению эффективности деятельности фирмы. Было обнаружено, что продуктовая инновация увеличивает возможности фирмы по продажам нового продукта и существующих продуктов.

Используя модель обратной связи, Кломп и Ван Левен установили положительную взаимосвязь между инновациями процессов и производительностью, измеряемой как эффективность продаж, объем продаж на одного сотрудника и рост занятости. Использование технологических инноваций по мнению Кломпа и Вана Левена считалось важным аспектом инновационных исследований, учитывая необходимость соотношения эффективности фирм в соответствии с реальными процессами, которые преобразуют инновационные затраты в инновационный результат. В соответствующем исследовании Ли и Калантоне нашёл подтверждение взаимосвязи между преимуществом нового продукта и показателями рынка, используя прибыль на акцию, рентабельность инвестиций, маржу до вычета налогов и долю рынка в качестве коррелятов. Интересно, что эти исследования связывают инновацию как процесс или способность с результатами деятельности фирмы и вообще обходят стороной результаты инноваций [5].

Героски (1999) исследовал влияние основных инноваций и патентов на различные показатели деятельности корпораций такие показатели, как прибыльность бухгалтерского учёта, доходность фондового рынка и корпоративный рост. Наблюдаемое прямое воздействие инноваций на результаты деятельности фирмы относительно невелико, а выгоды от инноваций, скорее всего, косвенные. Однако инновационные фирмы, по-видимому, менее восприимчивы к циклическим отраслевым изменениям и экологическое давление, чем у неинновационных фирм.

Существующие фирмы могут быть вынуждены адаптироваться к изменившейся конкурентной среде и реагировать собственными инновационными бизнес-моделями. Однако изменение фундаментальных компонентов действующего бизнеса сопряжено с риском, поэтому знание того, когда следует внедрять инновационную бизнес-модель, стало критической задачей для менеджеров и, следовательно, требует изучения. Проведённый анализ показывает, что инновации составляют основу успеха стратегического управления фирмой. Таким образом, длительный и устойчивый рост фирм может произойти только в том случае, если фирмы постоянно делают доступными новые продукты или услуги, для чего их инвестиции в НИОКР должны быть увеличены.

С этой точки зрения маркетинговые инновации могут быть очень важны для будущего развития рынков. В связи с этим следует отметить, что должны быть соблюдены следующие требования: прямой контакт фирмы с заказчиком и позиционирование, ориентированное на конкуренцию. Что касается первого условия, то клиенты, конечно же, являются ключевыми элементами при тестировании нового продукта или услуги, поэтому условие удовлетворённости, демонстрируемое в первую очередь, является условием всего стратегического планирования фирмы. Что касается позиционирования и связи с меняющимися рыночными условиями, важно постоянно расширяться, в том смысле, что только фирмы, которые вносят свой вклад конструктивными решениями, могут успешно выйти на другие рынки.

Стратегическое управление инновациями стало центральной темой в области стратегического менеджмента. Изменения в литературе, связанной с инновациями, за последние два десятилетия и разнообразные наблюдения ведущих учёных неизменно указывают на то, что литература по стратегическому управлению инновациями в настоящее время демонстрирует множество несоответствий, конкурирующих теоретических прогнозов и сохраняющихся пробелов в знаниях и что многие вопросы, относящиеся к стратегическому управлению инновациями все ещё мало изучены [8]. Эта ситуация не только препятствует нашему теоретическому пониманию этой темы, но и негативно влияет на практику. Несмотря на возросшие усилия учёных, занимающихся этой темой, литература редко содержит последовательные советы и убедительные решения "наилучшей практики" для менеджеров.

В результате проведённого исследования можно выделить следующие рекомендации:

1. Сделайте инновации центральной темой в программах развития лидерства в организациях.
2. Запишите каждого сотрудника на курсы по бизнес-инновациям.
3. Подготовьте наставников по инновациям, которым поручено поддерживать инновации во всей организации.
4. Отложите капитальные затраты на действительно инновационные проекты
5. Инновации должны быть важным компонентом плана премирования высшего руководства.
6. Создайте совет по инновациям для рассмотрения и ускоренного отслеживания наиболее перспективных идей.
7. Создайте инновационную лабораторию в бизнес-подразделениях компании.

Список литературы:

1. Вамбугу У.С. Влияние практики стратегического управления на организационную эффективность строительных компаний в городском округе Найроби, Кения / У.С. Вамбугу, Э.В. Вайганджо // Международный академический журнал по управлению человеческими ресурсами и бизнесу. – 2015. - 1 (4). - 41-51 с.

2. Гримм К.М. Стратегия как действие: отраслевое соперничество и координация / К.М. Гримм, К.Г. Смит // Цинциннати. – 2017.
3. Десс Г. Стратегический менеджмент: Тексты и примеры / Г. Десс, Г. Т. Лампкин // Международное издание Нью-Йорк. – 2009.
4. Еленков Д.С. Влияние стратегического лидерства и управленческих инноваций: Международное мультикластерное сравнительное исследование / Д.С. Еленков, У. Джадж, П. Райт // Журнал стратегического менеджмента. – 2015. – 26. - 665-682 с.
5. Калантон Р. Дж. Эффективность бизнеса и стратегическая деятельность по разработке новых продуктов: эмпирическое исследование / Р. Дж. Калантон, С.К. Викери, С. Дроге // Журнал управления инновациями продуктов. – 2002. - 12 (5). - 214-223 с.
6. Котлер, П. (2009). Управление маркетингом: Анализ, планирование, внедрение и контроль / П. Котлер // 7-е Энглвудские скалы. - 2009.
7. Кроссан, М. Многомерная структура организационных инноваций: систематический обзор литературы / М. Кроссан, М. Апайдин // Журнал управленческих исследований. – 2010. - 47(6). - 1154- 1191 с.
8. Ли, Дж. Инновации и стратегическая дивергенция: Эмпирическое исследование фармацевтической промышленности США с 1920 по 1960 год / ДЖ. Ли // Наука управления. – 2020.- 49. - 143-159 с.
9. Лин К.Ю. Приводят ли инновации к повышению производительности? Эмпирическое исследование малых и средних предприятий на Тайване / К.Ю. Лин, М.Ю. Чен // Новости исследований в области менеджмента. – 2007. - 30 (2). - 115-132 с.
10. Урбанцова Х. Достижение конкурентных преимуществ за счёт инноваций и знаний / Х. Урбанцова // Журнал конкурентоспособности. – 2013. - № 5 (1). - 82-96 с.

УДК 338

Спрожицкая Е.Н., обучающаяся 4 курса
Sprozhitskaya E.N., 4th year student

Научный руководитель: Лопатина И.Ю., к.э.н., доцент
Scientific supervisor: Lopatina I.Yu., Ph.D. Associate Professor

Краснодарский институт (филиала) РЭУ им.Г.В.Плеханова
Krasnodar Institute (branch) Plekhanov Russian University of Economics

**КОНКУРЕНЦИЯ И ОСНОВНЫЕ ИСТОЧНИКИ
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ**
**COMPETITION AND THE MAIN SOURCES OF COMPETITIVENESS OF THE
ORGANIZATION**

Аннотация. Конкурентоспособная компания обладает способностью и гибкостью адаптироваться к изменяющимся условиям и принимать решения, которые обеспечат ей конкурентное преимущество. Успех или неудача управления предприятием определяется многими факторами, и конкурентоспособность является наиболее важным и существенными элементом. В новых условиях понимание закона формирования и эволюции конкурентоспособности предприятия и содействие устойчивому и здоровому росту предприятий является важной темой, которую необходимо решить в исследованиях направления менеджмента.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность предприятия, конкурентное преимущество, источники конкурентоспособности, рынок.

Annotation: A competitive company has the ability and flexibility to adapt to changing conditions and make decisions that will provide it with a competitive advantage. The success or failure of enterprise management is determined by many factors, and competitiveness is the most important and essential element. In the new conditions, understanding the law of formation and evolution of enterprise competitiveness and promoting sustainable and healthy growth of enterprises is an important topic that needs to be addressed in management research.

Keywords: competition, enterprise competitiveness, competitive advantage, sources of competitiveness, market.

В последние годы показателем для компаний, ищущих собственную бизнес-стратегию, стало конкурентное преимущество, поскольку они искали ответы на вопрос о том, каковы основные источники этого преимущества и как обеспечить его долговечность.

Вызовы и преобразования на макроуровне нашли свое отражение в изменениях в стратегическом функционировании хозяйствующих субъектов. Среда, в которой работают современные предприятия, становится все более сложной и требовательной. Тенденции, происходящие в этой среде, влияют на воспринимаемую ценность предложений, это происходит из-за компаний, конкурирующих друг с другом. Принимая во внимание изменения, происходящие в бизнес-среде, создание долгосрочных отношений с клиентами (деловыми партнерами) является одним из способов получения конкурентного преимущества.

Существующая догма гласит, что конкуренты могут быстро дублировать любую инновацию, а конкурентные преимущества носят – в лучшем случае – временный характер. Менеджеры компаний должны постоянно наблюдать за своими конкурентами и адаптировать их лучшие практики. Они также должны обладать несколькими ключевыми компетенциями (навыками), которые обеспечат доминирование над конкурентами и дадут им преимущество [1, с.57].

Фактор конкурентоспособности можно рассматривать как формирующую реальную проблему и причину за принадлежность к фирме. Эти «основные причины» или «причины для существования» являются аспектами, которые могут помочь улучшить организацию, или, более конкретно, повысить ее эффективность. Можно сказать, что фактор конкурентоспособности

соответствует переменным, в которых организации необходимо хорошо работать, чтобы выжить и выделиться на рынке.

Изучение элементов, которые создают конкурентоспособность, важно для фирм, чтобы найти наилучший способ разработки продуктов и процессов, с использованием лучших практик с точки зрения затрат и качества, чтобы наилучшим образом удовлетворить потребности потребителей. Наблюдение за факторами конкурентоспособности необходимо для того, чтобы фирма улучшала свои показатели и, таким образом, осознавала ее миссию, стратегические цели и видение будущего [1, с.98].

Конкуренция является ключевым вопросом как в экономической теории и теории управления, так и в экономической политике. Без сомнения, отлаженный механизм конкуренции является приоритетом экономического развития страны. Этот механизм обеспечивает надлежащий уровень эффективности во многих сферах экономической жизни.

В классической литературе конкуренция рассматривалась как организующая сила в экономике. Конкуренция рассматривается как процесс, в ходе которого цены достигают своего естественного уровня. Конкуренция – это процесс соперничества между независимыми субъектами, которые связаны с обменом рыночными отношениями. Экономисты-классики видели важную практическую роль свободной конкуренции, которую они рассматривали как противоположность монополии, и они также понимали, что свободная конкуренция возникает не сама по себе, а нуждается в поддержке государства, чтобы функционировать должным образом [2, с.209].

Конкурентоспособность можно построить и измерить, принимая во внимание различные аспекты. Это означает, что для ее достижения компании необходимо разработать стратегию, которая предполагает постоянную оптимизацию различных факторов, таких как:

1. Человеческий капитал. Первым источником создания ценности в компании является человеческий капитал. Другими словами, конкурентоспособная компания — это та, которая способна привлекать лучших специалистов и поддерживать их мотивацию, чтобы они выполняли свои задачи наилучшим из возможных способов.

2. Инновационный потенциал. Способна ли компания предвидеть будущее и предлагать инновационные продукты и услуги, отвечающие потребностям рынка — это центральный фактор, определяющий уровень конкурентоспособности бизнеса.

3. Взаимоотношения с клиентами. Способность привлекать и создавать прочные отношения с клиентами, несомненно, является одним из главных качеств, определяющих конкурентоспособность компании.

4. Организация. Компания имеет внутри себя сложную экосистему, состоящую из других разнообразных элементов, таких как человеческий капитал, процессы и технологии. То, как компания организует и координирует все эти части, определяет, являются ли ее результаты положительными или отрицательными.

Основными этапами оценки конкурентоспособности является следующее:

1) анализ хозяйственной деятельности предприятия (по ключевым направлениям). В ходе анализа происходит оценка достаточности ресурсов предприятия для работы на выбранном сегменте рынка и эффективности их использовании;

2) сравнение положения предприятия и конкурентов по бизнесу. Это требует сбора данных и изучения эффективности конкурентов. Большое значение имеет определение таких потребностей рынка, которые не могут быть полностью удовлетворены конкурентами, а также изучение передового опыта конкурирующих фирм;

3) оценка сильных и слабых сторон вашей организации в конкурентной борьбе, т.е. надлежащая оценка конкурентного статуса компании;

4) обоснование путей повышения конкурентоспособности предприятия.

Конкуренция — это состояние, при котором две или более организации, или компании соперничают за достижение определенных целей, таких как удовлетворение потребностей клиентов или увеличение доли рынка.

Чтобы оставаться прибыльной, организация должна противостоять неопределенности ситуации, то есть принимать решения без достаточной информации о факторах окружающей среды, и лицам, принимающим решения, трудно предсказать внешние изменения. Неопределенность ситуации увеличивает вероятность провала рискованной стратегии организации и затрудняет расчет затрат, связанных с альтернативными стратегиями.

Конкурентоспособность продукции — это комплексная характеристика, которая учитывает большое количество взаимосвязанных факторов. Оценка конкурентоспособности должна включать в себя привлекательность для потребителей и интересы производителей в производстве и продаже этих продуктов.

Компания требует постоянного повышения конкурентоспособности продукции, увеличения объемов продаж в сегменте рынка за счет улучшения качества существующих или выпуска новых продуктов, которые отвечают требованиям потребителей на более высоком конкурентном уровне [2, с.57].

В целом, факторы конкурентоспособности предприятий можно разделить на две группы, в зависимости от факторов, на которые мы можем повлиять, и тех факторов, которые не подлежат контролю компании.

Факторы, контролируемые компанией, включают следующие пункты:

— характерные особенности продукта (уровень его качества, включая соответствие международным и национальным стандартам, эстетический и т.д.);

— уровень качества предпродажного и послепродажного обслуживания;

— условия, обеспечивающие наличие запасных частей и необходимой технической документации в течение гарантийного и послепродажного обслуживания, гарантийного срока, наличия сервисных центров, качества и полноты обслуживания;

— условия оплаты за продукцию.

Факторы конкурентоспособности продукции, которые не контролируются предприятиями, являются макроэкономическими факторами, учитывающими маркетинговую политику, направленную на повышение комплексного показателя конкурентоспособности продукции.

К этим факторам относятся следующие:

- уровень конкурентоспособности страны, отраслей и предприятий;
- уровень организации производства, труда и управления посредниками и потребителями товаров;
- количество предприятий, конкурирующих в отрасли, уровень конкуренции среди поставщиков сырья, материалов и других ресурсов.

Оценка конкурентных возможностей и ресурсов организации проводится в форме составления своеобразного стратегического баланса, где сильные стороны и ресурсный потенциал организации признаются конкурентными активами, а слабые стороны и нехватка ресурсов - как конкурентные пассивы. Конкурентные активы организации должны значительно превышать конкурентные обязательства, собственные активы и обязательства [3, с.38].

С точки зрения микроэкономики, на конкуренцию могут влиять пять основных факторов:

- характеристики продукта;
- количество продавцов;
- барьеры для входа;
- доступность информации;
- местоположение.

Конкурентные преимущества объясняются множеством факторов, включая структуру затрат, брендинг, качество предлагаемых продуктов, дистрибьюторскую сеть, интеллектуальную собственность и обслуживание клиентов.

В настоящее время существует наиболее эффективные способы повышения конкурентоспособности организации, которые на практике являются результативными:

1. Распознавание потребностей клиентов. Повысить свою конкурентоспособность — значит быть осведомленным о потребностях своих клиентов и справляться с ними намного лучше, чем основные конкуренты. Поэтому вместо того, чтобы просто заниматься маркетингом и пытаться продать товары или услуги, организация должна работать над удовлетворением потребностей и проблем клиентов.

2. Внедрение инноваций. В постоянно меняющемся мире требования и ожидания потребителей также будут меняться. По этой причине следует придавать большое значение постоянным инновациям и совершенствованию продуктов и услуг, сделав инновации частью культуры организации. Таким образом, компания, которая первой изменит, обновит и улучшит свои бизнес-процессы, будет опережать своих конкурентов.

3. Создавать лучшую ценность, делая что-то уникальное для потребителей. Следует соперничать не только по цене, вместо этого необходимо дифференцировать свой продукт или услугу по сравнению с тем, что не могут предложить конкуренты.

Проблема конкурентоспособности продукции и организации является в инновационной экономике универсальной. Решение этой проблемы является важным фактором экономического и социального развития и одним из

основных условий экономического процветания для любой страны и для каждого потребителя. Организация может создать отличительные компетенции только тогда, когда она одновременно обладает уникальными ресурсами и может эффективно использовать их. Успешные стратегии часто либо опираются на существующие конкурентные компетенции компании, либо помогают ей развивать новые [4, с.375].

Таким образом, для обеспечения конкурентоспособности организация должна постоянно работать над улучшением качества, затрат на обеспечение и продажных цен, добиваясь преимуществ по этим показателям перед основными конкурентами.

Только глубокий анализ конкурентной среды конкретного хозяйствующего субъекта и условий его деятельности может позволить выявить факторы, оказывающие наибольшее влияние на его конкурентоспособность. Далее, целенаправленно воздействуя на эти факторы, становится возможным повысить конкурентоспособность предприятия.

Список литературы

1. Антонов, Г. Д. Управление конкурентоспособностью организации: учебник / Г.Д. Антонов, О.П. Иванова, В.М. Тумин. — 2-е изд., испр. — Москва: ИНФРА-М, 2023. — 300 с.

2. Архипова, Л. С. Конкуренция как основа экономики: концептуальные подходы к исследованию роли конкуренции: монография / Л.С. Архипова, Г.Ю. Гагарина, А.М. Архипов. — Москва: ИНФРА-М, 2023. — 104 с.

3. Кирцнер, И. Конкуренция и предпринимательство: монография / И. Кирцнер; пер. с англ. А. В. Куряева, Д. А. Бабушкина. — 2-е изд. - Москва; Челябинск: Социум, 2020. - 286 с.

4. Конкурентоспособность организаций и территорий: учебник / Г.Д. Антонов, О.П. Иванова, В.М. Тумин, П.А. Костромин. — Москва: ИНФРА-М, 2023. — 375 с.

УДК 330

Стефаненко Д.В., обучающаяся 4 курса

Stefanenko D.V., 4th year student

ГБОУВО РК «Крымский инженерно-педагогический университет имени Февзи Якубова»

SBEIHE RC «Crimean engineering and pedagogical university the name of Fevzi Yakubov»

**НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ КОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ
TAXATION OF COMMERCIAL ORGANIZATIONS**

Аннотация: В данной статье проанализированы теоретические основы налогообложения, показана система налогообложения коммерческих организаций в Российской Федерации, затронут вопрос, связанный с выбором наиболее лучших систем налогообложения для коммерческих организаций.

Ключевые слова: система налогообложения, налог, коммерческие организации, налоговая служба.

Abstract: This article analyzes the theoretical foundations of taxation, shows the taxation system of commercial organizations in the Russian Federation, touches upon the issue related to the choice of the best taxation systems for commercial organizations.

Keywords: taxation system, tax, commercial organizations, tax service.

В настоящее время основным документом, регламентирующим налоговые отношения в Российской Федерации, является Налоговый кодекс РФ. В соответствии со ст. 75 Конституции РФ, система налогов, взимаемых в федеральный бюджет, и общие принципы налогообложения и сборов в Российской Федерации устанавливаются федеральным законом.

На современном этапе налоговая система РФ основывается на принципах рациональности, удобства, справедливости, при этом она должна учитывать специфику финансового потенциала национальной экономики и менталитет населения. У налоговой системы есть своя определенная цель, которая направлена на достижение финансовой независимости страны, а именно, стабильные поступления в бюджет государства, которые являются весьма значительными.

Для того чтобы организации успешно вести свой бизнес, ей необходимо выбрать систему налогообложения, от которой будет зависеть очень многое: это и размер платежей, график и способ ведения бухгалтерского учёта.

Из указанного выше, возникают и следующие вопросы — какие же системы налогообложения организаций существуют? И как выбрать эффективную систему для ведения своего бизнеса?

После регистрации компании необходимо выбрать систему налогообложения, которая будет соответствовать бизнесу данной компании. Перед тем как выбрать систему, следует учитывать следующие аспекты:

1. Вид деятельности организации.

2. Сумма дохода организации и количество сотрудников (это нужно для конкретной системы налогообложения, так как в некоторых случаях установлен лимит по сумме выручки за год и численности персонала).

3. Выбор контрагентов и специфика ведения бизнеса.

Далее проанализируем конкретные системы налогообложения организации различных форм собственности в Российской Федерации.

Первая и автоматически назначаемая после регистрации организации система налогообложения является общей системой налогообложения (ОСНО). Она применяется в случае не уведомления организацией налоговой службы о выборе специального режима. Также данная система налогообложения может

быть применена за нарушение других систем налогообложения. По данной системе налогообложения организация уплачивает следующие налоги:

Налог на добавленную стоимость (НДС). Ставка составляет 20 %. НДС облагается выручкой от реализации продукции.

Налог на прибыль. Ставка данного налога составляет 20 % из которых 3 % идут в федеральный бюджет РФ, а 17 % — в региональный бюджет РФ. В зависимости от региона РФ ставка может быть снижена до 12,5 % по усмотрению местных властей.

Налог на недвижимое имущество организации. Ставка зависит от региона РФ, но не превышает 2,2 % от кадастровой (по оценке государства) или остаточной (с учётом износа) стоимости имущества [1].

Общая система налогообложения не имеет ограничений по обороту, количеству сотрудников организации, арендуемым площадям для ведения бизнеса и размеру получаемой прибыли. Данная система налогообложения строго контролируется налоговой службой РФ со стороны уплаты коммерческими организациями налога на добавленную стоимость и налога на прибыль.

Следующая система налогообложения — это упрощенная система налогообложения (УСН). Данный режим специально предназначен для ведения малого и среднего бизнеса. Почему он носит такое название? Потому что вместо трех налогов, как выплачивается в ОСНО, нужно платить всего один, а сдавать отчетность по налогу раз в год. Но для данного режима налогообложения существует ряд ограничений:

1. По виду деятельности. Банки, страховые организации, нотариусы, инвестиционные фонды, ломбарды и некоторые другие виды бизнеса не могут использовать УСН, об этом говорится в п.3 ст.346.12 НК РФ. [2]

2. По размеру сети. Если у организации есть представительства в других населенных пунктах, то УСН тоже использовать нельзя.

3. По количеству сотрудников — не более 130 человек.

4. По остаточной стоимости основных средств — не более 150 млн. рублей.

5. По размеру годового дохода — не более 200 млн. рублей.

6. По доле участия других юридических лиц — не более 25 %.

Следует отметить, что УСН делится на два вида: «доходы» и «доходы минус расходы». Если объект налогообложения — доходы, ставка будет 6 %. Если объект — доходы, уменьшенные на величину расходов, то ставка — 15 %. В данном случае все расходы нужно подтверждать документально.

Таким образом, необходимо посчитать операционную рентабельность организации для выбора режима налогообложения. Если расходы меньше доходов на 60 % или их сложно подтвердить документами, то выгоднее выбрать объектом налогообложения доходы и ставку 6 %. В противоположном случае нужно выбрать тип «доходы минус расходы» и ставку 15 %.

Преимущества данной системы налогообложения заключаются в том, что на УСН проще платить налоги и вести отчетность.

Недостатком является то, что УСН могут пользоваться не все организации. И для режима «доходы минус расходы» устанавливается обязательная минимальная ставка — 1 % от доходов. Его придётся платить, даже если расходы превысили доходы.

Следующая система налогообложения ЕСХН (единый сельскохозяйственный налог), которая подходит не всем организациям, а точнее её могут использовать компании, занимающиеся животноводством, выращиванием рыб, растениеводством, сельским и лесным хозяйством, и компании, которые оказывают услуги сельхозтоваропроизводителям.

Ставка налога ЕСХН составляет 6 %, но в регионах она может быть снижена до 0 %. С 2019 года предприятия на ЕСХН признаются плательщиками НДС согласно Федеральному закону от 27.11.2017 № 335-ФЗ [3]. То есть при реализации продукции и оказании услуг, а также при получении аванса от покупателя и заказчика необходимо начислять НДС 20 %, а затем уплачивать этот налог в бюджет РФ.

Но согласно п. 1 ст. 145 НК РФ от уплаты НДС на ЕСХН можно отказаться. Право на отказ имеют организации, которые подали в налоговую службу уведомление о переходе на ЕСХН и уведомление на освобождение от НДС в течение одного календарного года. Основным преимуществом ЕСХН является уплата двух налогов вместо трёх при ОСНО.

Последняя специальная система налогообложения — единый налог на вменённый доход (ЕНВД). В данной системе сумма налога напрямую зависит от вида деятельности организации, количества сотрудников в ней и от других физических показателей.

Чаще всего ЕНВД можно встретить в сфере общепита, розничной торговли и бытовых услуг.

Данная система налогообложения имеет свои ограничения:

- 1) в организации не должно работать более 100 сотрудников.
- 2) участие других юридических лиц не должна превышать 25 %.
- 3) деятельность организации основывается не на доверительном управлении или договоре товарищества.

Преимущества заключаются в том, что базовую доходность определяет государство, то есть она фиксирована, из-за этого вести бухгалтерский и налоговый учёт несложно. Но и на это можно посмотреть с другой стороны, данная фиксированность выступает недостатком, если организация в налоговый период понесла убытки, то даже в этом случае налог с «предполагаемого дохода» придётся платить.

Таким образом, можно говорить о том, что в зависимости от того, какой бизнес ведет организация, соответственно подходящую систему налогообложения может выбрать, исключением является ОСНО, который применяется ко всем организациям после их регистрации. Это не самая выгодная и одновременно самая сложная система для малого бизнеса. Мы разобрались, что существуют и другие системы налогообложения, которые могут подойти в конкретной ситуации, конкретной коммерческой организации.

Поэтому каждая организация обязана разобраться в этом вопросе и выбрать для себя наилучшую систему налогообложения.

Список литература:

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 № 117-ФЗ (ред. от 17.02.2021).

2. Федеральный закон от 27.11.2017 № 335-ФЗ (ред. от 23.11.2020) «О внесении изменений в части первую и вторую Налогового кодекса РФ и отдельные законодательные акты Российской Федерации».

3. Ведица Е. Л. Налог на прибыль в 1 квартале 2014 года//Актуальные вопросы бухгалтерского учета и налогообложения. — 2014.- № 2.

УДК 351/354

Стешенко А.С., магистрант 2 курса
Steshenko A.S., 2nd year master's student

ФГБОУ ВО «Луганский государственный университет им. В. Даля»
Luhansk State University named after V. Dahl, Lugansk, Russia

РАЗВИТИЕ КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА В ОРГАНАХ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ

DEVELOPMENT OF HUMAN RESOURCES IN LOCAL SELF-GOVERNMENT BODIES

Аннотация. Раскрыто содержание концепции «кадровый потенциал органов местного самоуправления». Обосновано, что развитие муниципальной службы невозможно без определения потенциальных возможностей кадрового резерва через активное взаимодействие с общественностью, формирование профессионального состава служащих и развитие представительных органов на местах. Разработаны социальные механизмы развития кадрового потенциала органов местного самоуправления в РФ.

Ключевые слова: кадровый потенциал, органы местного самоуправления, муниципальная служба, система управления.

Annotation. The content of the concept of “personnel potential of local governments” is revealed. It is substantiated that the development of municipal service is impossible without identifying the potential capabilities of the personnel reserve through active interaction with the public, the formation of a professional staff of employees and the development of local representative bodies. Social mechanisms for developing the human resources potential of local government bodies in the Russian Federation have been developed.

Keywords: human resources potential, local self-government bodies, municipal service, management system.

Современное состояние изучаемой проблемы. В современном этапе развития Российской Федерации особое внимание уделяется созданию эффективной системы муниципального управления. Формирование и развитие кадрового потенциала органов местного самоуправления становятся особенно важными в условиях современной государственности.

Тема развития кадрового потенциала и вопросы подготовки и повышения квалификации муниципальных служащих активно освещаются в публикациях таких авторов, как А.Н. Аверин, В.Г. Игнатов, Н.М. Куршиева, М.М. Шабанова и других [1-4].

Особое внимание было уделено исследованиям, связанным с проблемами разработки и применения социальных механизмов в области управления. Важное вклад в эту область внесли труды таких авторов, как С.И. Григорьев [5], В.Н. Иванов [6], В.И. Патрушев [7], Н.В. Туленкова, Ю.П. Сурмин [8], А.А. Шурус [9] и других исследователей.

Они делают акцент на необходимости соответствия кадрового корпуса муниципальных служащих современным требованиям управления и решения сложных многоуровневых задач.

Однако, научная литература пока не предлагает специальных разработок, которые бы посвящались изучению конкретных механизмов развития кадрового потенциала органов местного самоуправления в Российской Федерации. Таким образом, данная тема остается мало исследованной и требует дальнейших исследований и разработок.

Описание методики. Одним из главных понятий, которое используется для оценки качества персонала, кадрового обеспечения и процессов управления персоналом в местных органах самоуправления, является понятие «потенциал».

В более широком понимании, понятие «потенциал» представляет собой определенные источники доходов, ресурсов или возможностей, доступных отдельному человеку, обществу или государству. Активное использование этих источников для достижения определенной цели или решения задач приводит к успеху в конкретной области.

В свою очередь, понятие кадрового потенциала означает возможности и способности сотрудников, которые могут быть использованы в ходе их трудовой деятельности, в соответствии с их должностными обязанностями и целями, поставленными перед обществом в настоящей ситуации развития.

Таким образом, кадровый потенциал выражает одну из самых важных характеристик сотрудников в любой организации – именно их возможности и способности, они могут быть открытыми или скрытыми, то есть неиспользуемыми и неиспользованными в данный период времени.

Учитывая, что муниципальная служба представляет собой профессиональную деятельность, осуществляемую гражданами на постоянной основе в органах местного самоуправления, определим кадровый потенциал этих органов как открытые и скрытые способности, а также личностные, профессиональные и другие возможности муниципальных служащих. Такие возможности, в рамках их рабочей деятельности, могут быть реализованы в соответствии с их должностными обязанностями и целями, установленными

обществом на современном этапе социально-экономического развития страны [3].

Необходимо обратить внимание на факторы, оказывающие влияние на формирование и развитие кадрового потенциала органов местного самоуправления.

Внешние факторы включают специфику управления государством, потребности социально-экономического развития общества, характеристики сил и отношений производства, а также социально-демографические, социокультурные, миграционные и прочие процессы в обществе.

Внутренние факторы включают достижение баланса муниципального служащего между личными интересами и потребностями общественного развития, возможности органов местного самоуправления, кадровую политику, трансформацию профессиональной структуры служащих и другие организационные и финансовые аспекты [5].

Отмечая роль управления кадровым потенциалом в местных органах самоуправления, необходимо ясно определить его качественные характеристики с целью объективной, достоверной и надежной диагностической и прогностической оценки. Здесь основное внимание уделяется качеству кадрового потенциала как индикатору его социальной ценности с учетом актуальных и прогнозных общественных потребностей в муниципальной службе.

Развитие кадрового потенциала муниципальной службы должно осуществляться с помощью применения программно-целевого метода управления, который включает в себя следующие шаги:

—определение потребности в высококвалифицированных специалистах в органах местного самоуправления на основе результатов мониторинга и проведения исследований, которые позволяют определить текущую ситуацию с кадровым обеспечением и выявить необходимость в определенных изменениях;

—разработка стратегии изменений в кадровом составе органов местного самоуправления на основе анализа прогнозных оценок социально-экономической и политической ситуации в стране, а также определение направлений развития кадрового потенциала;

—создание механизмов для эффективного управления кадровыми ситуациями (использование социальных механизмов для развития кадрового потенциала);

—моделирование состояний муниципальных служащих как основных участников кадрового обеспечения с учетом внедрения программ рационализации управленческой деятельности и других мер.

Реализация реформы государственного управления предусматривает проведение долгосрочных стратегических преобразований, направленных на улучшение профессионального уровня муниципальной службы, развитие организационно-технологических и правовых аспектов кадрового обеспечения, а также отказ от устаревших методов управления. Важным аспектом развития кадрового потенциала местного самоуправления является формирование резерва кадров и систематическая работа по подготовке кандидатов для

руководящих должностей. Однако, резервирование рассматривается исключительно в контексте управленческих структур, без учета общественных аспектов данного процесса [8].

Поэтому целью создания кадрового резерва становится замена лиц на руководящих должностях, занимающих муниципальные должности в новых подразделениях или покидающих службу по разным причинам. При отборе кандидатов для включения в кадровый резерв учитываются требования к профессиональной компетентности, творческому подходу к решению задач, организаторским способностям, высокой степени ответственности за принимаемые решения и наличию высоких моральных качеств.

В целях повышения эффективности использования указанного механизма подготовки служащих в резерве, применяется индивидуальный подход на основе личных планов, позволяющих сравнить характеристики каждого кандидата с «идеальным муниципальным служащим» для конкретной должности. Эксперты рекомендуют использовать методы оценки, такие как тестирование и экспертные оценки, для проведения сравнительного анализа характеристик резервистов. Результатом анализа должно быть выявление областей развития каждого резервиста. В дальнейшем план развития муниципального служащего должен включать конкретные мероприятия и сроки, направленные на устранение недостатков.

Таким образом, муниципальная служба несет основную ответственность за достижение государственно-правовых целей и выполнение роли, назначенной органам местного самоуправления. Однако кадровый потенциал органов местного самоуправления в нашей стране не полностью отвечает требованиям общества и социально-экономическому развитию. Это объясняется относительно недавней историей муниципального управления и отсутствием эффективной системы подготовки и повышения квалификации муниципальных служащих. В настоящее время особое значение приобретает разработка социальных механизмов развития кадрового потенциала муниципальной службы, направленных на преодоление политической инертности населения, повышение интеллектуального и творческого потенциала людей и развитие территории.

Таким образом, при переходе к изучению инструментария развития кадрового потенциала органов муниципального управления и органов местного самоуправления в целом, необходимо учитывать следующие аспекты:

1. Вопросы составления кадрового потенциала должны решаться как во внутренней, так и во внешней среде органов местного самоуправления;
2. Вопросы формирования кадрового потенциала должны быть связаны с процедурой оценки определенных показателей муниципальных служащих (граждан);
3. Вопросы формирования кадрового потенциала должны иметь своё место в кадровой политике муниципального уровня власти.

Для определения оптимальных механизмов формирования и развития кадрового потенциала органов местного самоуправления, следует рассмотреть его роль во внешней и внутренней среде. Во внешней среде кадровый потенциал

представляет собой социальные субъекты (граждане), обладающие возможностью присоединиться к муниципальной службе благодаря своему образованию или профессиональным навыкам. Другими словами, кадровый потенциал органов муниципальной власти состоит как из выпускников вузов соответствующей квалификации, так и из специалистов других областей или граждан, временно оставшихся без работы, но обладающих достаточным опытом и навыками для занятия должностей в муниципальных органах власти [9].

Процесс формирования кадрового потенциала во внутренней среде органов местного самоуправления отличается от внешней среды и предполагает проведение оценочных процедур:

- создание и разработка требований к квалификации и системы отбора, размещения и развития персонала;
- составление прогноза будущих вакансий;
- анализирование половозрастной структуры;
- проведение конкурсного отбора кандидатов;
- обеспечение профессионального роста и перемещения сотрудников;
- аттестация муниципальных служащих;
- планирование карьеры в муниципальной службе;
- повышение квалификации и переквалификация муниципальных служащих;
- формирование резерва кадров в системе муниципального управления.

Действующее законодательство РФ предоставляет местным органам самоуправления значительные полномочия в области кадровой работы, с особым упором на процедуры аттестации и создания кадрового резерва органа управления. В ходе выполнения этих кадровых процедур аттестационные комиссии оценивают профессиональный уровень муниципальных служащих (их знания, навыки и умения).

Несмотря на признанную роль социальных механизмов в формировании и развитии кадрового потенциала местного самоуправления, их использование ограничено, предпочтение отдается только механизмам подготовки, переподготовки и повышения квалификации муниципальных служащих. Кроме того, современное законодательство в области формирования кадрового состава муниципальной службы требует дальнейшего осознания руководителями муниципальных образований необходимости применения научных разработок и их внедрения в управленческие процессы. Это ограничивает использование «социально-механизированного» инструментария при формировании и развитии кадрового потенциала местного самоуправления.

В то же время следует отметить, что процесс формирования кадрового потенциала муниципальной службы также сталкивается с рядом проблем, которые серьезно затрудняют проведение проводимых в стране реформ. Мы считаем, что эти проблемы имеют комплексный характер, и поэтому задачи, поставленные для преодоления данных трудностей, можно разделить на следующие направления деятельности:

- стимулирование гражданской активности и учет мнения граждан при принятии ключевых решений;

—подготовка профессиональных кадров для муниципальных органов власти;

—развитие представительной власти на местном уровне;

—повышение престижа муниципальной службы в глазах общественности.

В целях успешной реализации данных принципов следует обратить внимание на разработку и внедрение социальных механизмов для развития кадрового потенциала органов местного самоуправления, которые способствуют оптимизации процессов управления персоналом и руководства.

Механизм развития кадрового потенциала органов местного самоуправления представляет собой устойчивую систему управления, включающую методы и процедуры для регулирования реальных и предполагаемых возможностей общества в достижении социально значимых целей. Это осуществляется через установление прочных общественных отношений и организацию эффективного взаимодействия между социальными институтами, структурами и нормами. Процесс разработки социальных механизмов для развития кадрового потенциала органов местного самоуправления способствует решению задач общественного развития и укреплению государственности, а также созданию нового типа управленческих кадров. В свете этого, социальные механизмы, используемые для развития кадрового потенциала муниципальной службы, должны быть направлены на:

—выявление потенциальных возможностей кадрового резерва путем активизации гражданской активности и взаимодействия с населением;

—существенное повышение показателей эффективности муниципального управления.

В свете изложенного, предлагаемые механизмы становятся инструментальным средством оптимизации процесса развития кадрового потенциала органов местного самоуправления.

Механизм развития гражданской активности и взаимодействия с населением занимает центральное место в управленческой практике. В отличие от государственных властей, где физические лица (граждане) играют роль субъектов управления только в профессиональном контексте, вступая на государственную службу или занимая руководящие должности, муниципальная власть является одновременно общественно-политическим институтом и институтом самоорганизации граждан. Поэтому проблему кадровых ресурсов на муниципальном уровне следует рассматривать вместе с проблемой гражданской активности. Более того, для повышения эффективности муниципального управления необходимо подготавливать муниципальных кадров в специализированных вузах, а также обеспечивать их участие в решении вопросов местного значения на непрофессиональной основе. Таким образом, необходимо уделять должное внимание работе с людьми при управлении кадровым потенциалом органов местного самоуправления [5].

Комбинированное использование механизма формирования профессионального состава служащих муниципальных органов и механизма развития гражданской активности и взаимодействия с населением способствует созданию крепкого кадрового резерва на субрегиональном уровне, обеспечению эффективной работы органов местного самоуправления и повышению кадрового

потенциала политико-административной системы страны в целом. Развитие общественной активности на местах существенно сократит проблемы кадрового дефицита в органах местного самоуправления. Взаимосвязь между профессиональными кадрами управления и простыми гражданами, живущими на данной территории, определяет сближение субъектов и объектов муниципального управления. При проведении комплексной работы по развитию кадрового потенциала и повышению авторитета и престижа муниципальной службы следует уделять особое внимание созданию условий для осуществления полномочий, расширению их сферы, материальному стимулированию и публичному признанию лучших управленцев и применению положительного опыта.

Выводы по результатам проведенного исследования. Усовершенствование муниципальной службы и оптимизация ее кадрового обеспечения являются неотъемлемыми условиями для успешного развития общества и укрепления государственности России. Это связано с признанием важности воздействия органов местного самоуправления на уровень жизни населения и необходимостью адаптации кадрового потенциала муниципальной службы к социально-экономическим изменениям.

Для повышения эффективности муниципальной службы требуется улучшить организацию процесса подготовки, переподготовки и повышения квалификации муниципальных служащих, а также научно-методического компонента их работы. Развитие муниципальных служб и решение новых задач, стоящих перед органами местного управления, требуют изменения подходов, методов и механизмов развития кадрового потенциала в России. Поэтому современные исследования в области муниципальной службы все чаще обращаются к использованию социальных механизмов управления кадрами как важного фактора оптимизации процессов управления.

Для эффективного развития кадрового потенциала органов местного самоуправления необходимо использовать программно-целевой метод управления. Он включает в себя определение потребности в квалифицированных кадрах, составление прогнозных оценок, проектирование изменений в составе муниципальной службы, механизацию процессов и моделирование состояний муниципальных служащих.

Внедрение социальных механизмов на всех структурных уровнях кадрового потенциала органов местного самоуправления имеет важное значение. Взаимосвязь и взаимозависимость всех механизмов развития кадрового потенциала способствуют синергетическому эффекту в функционировании системы муниципального управления.

Применение предложенных механизмов развития кадрового потенциала органов местного самоуправления способствует установлению конструктивных и партнерских отношений между властью и общественностью. Благодаря этому закрепляется и распространяется положительный опыт развития кадрового потенциала органов местного самоуправления.

Список литературы:

1. Аверин А.Н. Муниципальная социальная политика и подготовка муниципальных служащих: учебное пособие – М.: Изд-во РАГС, 2017. – 96 с.

2. Игнатов В.Г. Кадровая политика в системе государственной и муниципальной службы современной России – Ростов-на-Дону, 2015. – 176 с.

3. Куршиева Н.М. Современное состояние и динамика формирования кадрового потенциала государственной и муниципальной службы // Вопросы управления. – 2013. – № 1. – 35-42 с.

4. Шабанова М.М. Основные направления формирования системы подготовки и повышения квалификации муниципальных служащих // Проблемы теории и практики управления развитием социально-экономических систем. Материалы V Всероссийской научно-практической конференции. Ч.1. – Махачкала: ГОУ ВПО «ДГТУ», 2018. – 502с.

5. Григорьев С.И. Стратегия исследования жизненных сил муниципальных сообществ России в контексте социологии витализма // Муниципальный мир. – 2020. – Спецвыпуск.

6. Иванов, В.Н. Актуальные проблемы подготовки кадров для органов местного самоуправления // Вестник Национального комитета «Интеллектуальные ресурсы России». – 2015. – №3. – 26-34 с.

7. Иванов В.Н. Инновационные социальные технологии государственного и муниципального управления / В.Н. Иванов, В.И. Патрушев. – М.: «Экономика», – 2001. – 620с.

8. Сурмин Ю.П. Теория социальных технологий: Учебное пособие. – М.: МАУП, 2004. – 608 с.

9. Шурус, А.А. Актуальные проблемы социального партнерства / А.А. Шурус, В.Г. Смольников // Труд и социальные отношения. – 2005. – № 2. – 7-13 с.

УДК 336.02

Страдымова В. С., обучающаяся 3 курса

Stradymova V. S., 3rd year student

Научный руководитель: Коршикова С. Н., к.э.н., доцент
Scientific supervisor: Korshikova S. N., Ph.D. Associate Professor

Оренбургский филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Оренбург, Россия
Orenburg branch of Plekhanov Russian University of Economics

**ИНСТРУМЕНТАРИЙ РАБОТЫ С АМОРТИЗАЦИЕЙ ОСНОВНЫХ
СРЕДСТВ В УСЛОВИЯХ РЫНОЧНЫХ ОТНОШЕНИЙ**
TOOLS FOR WORKING WITH DEPRECIATION OF FIXED ASSETS IN
MARKET CONDITIONS

Аннотация: В статье рассмотрено влияние амортизационной политики в целом, методов начисления амортизации в Российской Федерации. Проанализированы имеющиеся противоречия между учетом амортизационных отчислений в бухгалтерском учете, налоговом учете. Приведены предложения

по модернизации способов ведения бухгалтерского и налогового учета износа основных средств организаций Российской Федерации.

Ключевые слова: основные средства, амортизационная политика, амортизационные отчисления

Abstract: The article examines the impact of depreciation policy in general, methods of depreciation in the Russian Federation. The existing contradictions between accounting for depreciation deductions in accounting and tax accounting are analyzed. The proposals on modernization of methods of accounting and tax accounting of depreciation of fixed assets of organizations of the Russian Federation are given.

Keywords: fixed assets, depreciation policy, depreciation charges.

По принципам традиционной экономической теории, амортизационные отчисления — это часть стоимости основных средств, переносимая на результат производства, непосредственно в процессе работы и износа основных средств. На данном этапе развития, важным компонентом российских законодательных и нормативно-правовых актах как инструмент инвестиционной и налоговой политики как хозяйствующих субъектов, так и государств.

Каждый год в Российской Федерации идут инфляционные процессы и предприятия стараются предоставить отчетность с учетом стоимости имущества на актуальную дату. В этой связи, предприятия переоценивают активы, в том числе основные средства. При таком раскладе, будет перерасчет не в той мере первоначальной стоимости объекта, а больше та самая сумма амортизационных отчислений, образовавшаяся в период всего результативного пользования этого результата деятельности. При амортизации основных средств в этом случае, отношение между стоимостью и ценой – одинаковое. Таким образом, распределенная сумма перенесется в счет в бухгалтерском учете будет переоценена в одно время с переоценкой стоимости основных средств, а также иного амортизируемого имущества.

Предоставляя не отличительные признаки амортизации, мы не обеспечиваем реальные процессы воспроизводства в качестве инвестиций, снижая темпы технологического прогресса, необходимые для России.

Проанализируем пробелы алгоритма, по которому начисляются и попадают в счета амортизационные отчисления, о которых подробно написано в непосредственно функционирующем нормативе по бухгалтерскому учету ФСБУ 6/2020 "Основные средства" и Налоговом кодексе РФ (НК РФ).

Уже на этапе расчетов постановки на учет средств труда можно заметить, что отличия в связи с зачислением амортизационных сумм и при том же расчете налога на прибыль в главе 25 Налогового кодекса Российской Федерации и в ФСБУ 6/2020 имеются. Истинная причина этой проблемы заключается в том, когда мы расходные статьи для целей, которые не могут быть включены в первоначальную стоимость приобретаемых средств труда и расходы, которые подразумевают налог на прибыль, перечисление которых на

счет издержек производства продукции, начинаем отделять и списывать их на затраты.

Предприятие имеет право исключить различные элементы из структуры основных средств, если при этом в учетной политике будет зафиксирован лимит стоимости. Такой лимит устанавливает сама организация с учетом существенности (п. 5 ФСБУ 6/2020). Но те основные средства, частная стоимость которых ниже указанного норматива, не осуществляются в порядке ФСБУ 6/2020. Поэтому, сумма элементов основных средств с меньшей стоимостью, списывают на расходы периода [3].

Стандарт не учитывает никаких ограничений по сумме. В настоящее время не запрещено устанавливать лимиты в той или иной сумме. В том числе, если все движение капитала в компании основаны на общей системе налогообложения и пытается свести к минимальным значениям налоговые разницы, она имеет право установить лимит в сто тысяч рублей как в налоговом учёте.

Тем не менее, организация должна обеспечить учет этих активов. Технологию учета предприятие создает самостоятельно и проецирует в учетной политике. Так, один из вариантов, учет основных средств с меньшей стоимостью на забалансовом счёте или в отдельно выделенной ведомости.

Хотя, чтобы отнести имущество к статье амортизируемого, важно, чтобы сумма его стоимости была не менее 100000 рублей, согласно главе 25 НК РФ [1].

Логично предположить, что в бухгалтерском и налоговом учете сблизить учет основных средств возможно только при условии, если она установит единообразные нормативы стоимости основных средств. Кроме всего перечисленного, в налоговом и бухгалтерском учете есть аналогичные распоряжения по поводу стоимости основных средств, они не могут привести к появлению налоговых задолженностей. В первые увидев эту концепцию, можно подумать, что она имеет только положительные черты, однако, это не всегда рентабельно.

Одной из отрицательных моментов данной теории является то, что такое средство, стоимость которого меньше 100000 рублей в единственном количестве, не всегда так важно для предприятия. Но если рассматривать такое средство в количестве большем, при использовании его для осуществления деятельности, это уже может оказать существенное влияние. Поэтому сведения об этих средствах могут иметь большую значимость для бухгалтерского учета. Так, можно сделать вывод о том, что та стоимость средств, которая будет фиксирована, не может быть отнесена к расходам.

Следующий отрицательный исход событий может повлиять на финансовый результат отчетного периода. Это произойдет, когда большее количество объектов малой стоимости отнесут к расходам. Таким образом, раскрывая активы в балансе будет более рентабельно, чем отнести их к стоимости в расходах периода. Так, если у компании в планах получить заемные средства, то ключевой показателем будет высокий коэффициент чистых активов.

Третье, если стоимость основных средств с небольшой ценностью отнести к расходам на период, компания в любом случае будет вынуждена организовать основательный контроль за движением и наличием этих средств. Именно такое требование прописано в стандарте (п. 5 ФСБУ 6/2020). В данном случае часто появляется проблема обеспечения учета в балансе весомого количества элементов основных средств. Поэтому появляется вероятность возникновения опасностей для основных средств небольшой стоимости. Что послужит стимулом для предприятия к нововведениям, которые помогут обеспечить эту самую безопасность.

Один из методов оптимизации учета малоценных инвестиций в организации - введение коллективного подсчета, основанием которого будет общая стоимость. Современные нормативы не включают в себя непосредственные нормы, предписывающих организациям формировать группы активов для каждого счета, но такая возможность не запрещена. ФСБУ 6/2020 определяет инвестиционную группу как набор инвестиционных объектов одного типа, объединенных на основе подобного использования. Исходя из этого, можно сделать вывод, что в определенных условиях общее количество однотипных основных средств можно рассматривать как одно основное средство.

Мировые нормативы предполагают два пути сопоставления основных средств непосредственно после их первичного обнародования. Следуя МСФО пункту 16-29, компания в праве один из этих методов для учета первоначальной стоимости или альтернативно, завышенной стоимости, приняв соответствующую учетную политику [2].

В случае, если организация начнет учитывать основные средства в соответствии с их первоначальной стоимостью, то международные стандарты будут требовать от них, чтобы убытки, которые отнесены к амортизации активов, были отнесены к финансовой отчетности организации.

Когда организация делает выбор в пользу расчета основных средств по методу "переоцененной стоимости", то компании потребуется производить переоценку систематично, намного чаще, чем в обычно ситуации, для того чтобы гарантировать, что стоимость, указанная в балансе, действительно соответствует рыночной стоимости.

Долгосрочный опыт аудита показывает, что преобладающее большинство компаний ведут свой бухгалтерские учет к налоговому. Лишь потому, что компания примитивизирует бухгалтерский учет, в таком расчете чаще всего допускается меньшее количество ошибок. Также нужно добавить, что данное положение не сможет работать в том случае, если правила бухгалтерского учета трансформируются и будут расходиться относительно Налогового кодекса.

Согласно статье 258 Налогового кодекса Российской Федерации, "Срок полезного использования определяется налогоплательщиком самостоятельно (выделено автором) на дату ввода в эксплуатацию данного объекта амортизируемого имущества в соответствии с положениями настоящей статьи и с учетом классификации основных средств, утверждаемой Правительством

Российской Федерации" Налоговый кодекс Российской Федерации не предоставляет налогоплательщикам независимость от налоговых обязательств. Так, он ограничивается выбором минимального периода эффективного обращения капитала для данной группы [1].

С точки зрения экономики нет возможности обосновать устанавливаемые Правительством Российской Федерации сроки эффективного обращения капитала. Однако, именно так Правительство Российской Федерации старается отнести вычитаемые из налоговой базы затраты на налоговые отчисления по налогу на прибыль. Что в дальнейшем повлияет на количество поступлений в бюджет государства денежных средств по налоговым счетам.

Но даже Эксперты Правительства не могут точно подсчитать рентабельный срок службы того или иного станка на определенном металлургическом комбинате. И уже только по этой причине, обоснованная сумма амортизационных отчислений по покрытию износа средств труда не может быть исчерпывающе точной. Лишь управляющий с экономистом и инженером-технологом, с полноценным опытом, могут более точно выявить реальную нужду предприятия в реконструкции или вывода из производства того или иного оборудования.

Так, в рыночной экономике, регулирование начисления сумм амортизационных отчислений поможет компаниям оптимизировать срок службы средств труда и управлять своей налогооблагаемой прибылью.

Стремление организации снизить налогооблагаемую прибыль может привести к снижению расчетного срока пользования средствами труда. При этом, ежегодная сумма амортизационных отчислений увеличивается, что помогает снизить налоговую нагрузку на предприятие. Однако, необходимо учитывать, что чрезмерно быстрая амортизация основных средств может привести к уменьшению активов предприятия в бухгалтерском балансе. Это может отразиться на рыночной капитализации ценных бумаг предприятия.

Уменьшение валюты баланса предприятия может привести к снижению его рыночной капитализации. Это в свою очередь может негативно сказаться на инвестиционных потоках, поскольку инвесторы могут быть менее заинтересованы в инвестициях в такое предприятие. Кроме того, такое сокращение валюты баланса может привести к росту ставок по кредитам, что в свою очередь может увеличить издержки предприятия.

Все эти факторы суммируются и предприятие старается оптимизировать срок службы средств труда, чтобы достигнуть баланса между минимизацией налоговой нагрузки и сохранением достаточного уровня активов и рыночной капитализации.

Для расчета амортизации основного средства организация вправе использовать один из следующих методов: линейный способ; способ уменьшаемого остатка; способ списания стоимости пропорционально объему продукции (работ).

Если организация определяет срок эксплуатации объекта на основе планируемого количества продукции или объема работ, которые будут получены благодаря использованию данного объекта, то амортизация

рассчитывается пропорционально этим показателям. Однако, амортизацию нельзя определять на основе выручки, полученной от продажи указанной продукции.

В Международных стандартах финансовой отчетности нет конкретных ограничений или привязки к определенным способам расчета амортизации основных средств. Прописанные нормы касаются темы отображения, прояснения данных об основных средствах, включая их начисление амортизации, но не определяют конкретные методы для этого. В параграфе 60 IAS 16 Международных стандартов бухгалтерского учета повествует о том, что используемый метод амортизации должен отражать ожидаемый план потребления организацией будущих экономических выгод, которые включены в актив.

Однако, МСФО предоставляет некоторые руководства и рекомендации относительно методов начисления амортизации основных средств. Например, МСФО предлагает использовать прямолинейный метод начисления амортизации, который предполагает равномерное распределение стоимости активов на протяжении их срока службы.

Таким образом, хотя МСФО не накладывает ограничений на методы начисления амортизации основных средств, оно обеспечивает руководство и рекомендации для обеспечения более единообразного подхода в отчетности компаний. Восстановительная стоимость – есть сумма, которая на период оценки актива должна быть уплачена.

Организации в других странах, которые работают по стандарту корпоративного бухгалтерского учета выходят из ситуации, дифференцируя амортизационные отчисления на сумму, амортизации которая была начислена по одному из ранее упомянутому пути, и добавочную сумму, которая пригодится для того, чтобы скопленная сумма амортизации не была отличной от определенной стоимостью альтернативного актива [4].

Для подтверждения вышесказанного, приведем пример как амортизация основных средств по отличным методам может оказать влияние на изменения в счетах баланса.

На основании вышеизложенного, в результате начисления амортизации и высоких инфляционных процессов, при воспроизводстве основных средств наблюдается обесценение актива, то есть отсутствие возможности воспроизвести его в полном объеме после окончания срока полезного использования. В этой связи предлагается сумму начисленной амортизации перечислять на депозитный счет в банке. В этом случае, мы получаем дополнительный доход, а также после выбытия объекта основных средств практически в полную сумму амортизации на его воспроизводство. Расчеты предложенного мероприятия представлены в таблице 1.

Пример

На предприятии стоимость основного средства составляет 800 000 руб., срок полезного использования – 10 лет. Так, при линейном способе начисления, годовая сумма амортизационных отчислений составит 80 тысяч рублей, а ежемесячные отчисления будут 6666,6 рублей.

Таблица 4. Расчет дополнительного дохода при вложении амортизации на депозитный счет

№	Банк	Вид ставки	6 месяцев				12 месяцев			
			Процентная ставка, % ГОДОВЫХ	Сумма начисления, руб.	Итоговая сумма с процентами, руб.	Абсолютный прирост, руб.	Процентная ставка, % ГОДОВЫХ	Сумма начисления, руб.	Итоговая сумма с процентами, руб.	Абсолютный прирост, руб.
1	Сбер	Без досрочного отзыва и пополнения	10,27	40000	42037,12	2037,11	9,89	80000	87912	7912
		С возможностью пополнения, без возможности досрочного отзыва	8,73	40000	41731,65	1731,65	8,41	80000	86728	6728
		С возможностью досрочного отзыва, без возможности пополнения	8,21	40000	41628,50	1628,5	7,91	80000	86328	6328
2	ВТБ	Без досрочного отзыва и пополнения	12,09	40000	42398,13	2418	11,7	80000	89360	9360
		С возможностью пополнения, без возможности досрочного	-	40000	-	-	-	80000	-	-

		отзыва								
		С возможностью досрочного отзыва, без возможности пополнения	11,93	40000	42366,39	2366,39	11,32	80000	89056	9065
3	Альфа- Банк	Без досрочного отзыва и пополнения	12,8	40000	42538,98	2538,98	12,86	80000	90288	10288
		С возможностью пополнения, без возможности досрочного отзыва	11,52	40000	42285,07	2285,07	10,54	80000	88432	8432
		С возможностью досрочного отзыва, без возможности пополнения	11,52	40000	42285,07	2285,07	10,54	80000	88432	8432

Таким образом, проанализировав таблицу 1, можно сделать вывод о том, что выгодней всего, сумму амортизационных отчислений положить в депозитарий в "Альфа-Банк" на 12 месяцев под 12,86% годовых.

Из вышесказанного следует, что организация, оптимизируя использование своих ресурсов может пользоваться различными инструментами амортизационных отчислений. Во-первых, уход от части налога на прибыль, посредством начисления части прибыли в амортизационный фонд. Во-вторых, сумма амортизационных отчислений может приносить выручку компании в виде прочего дохода при вложении её в банковский депозитарий.

Список литературы:

1. Налоговый кодекс Российской Федерации. Часть 2. - URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28165/ (дата обращения 01.11.2023 г.).

2. International Accounting Standard. Part A. 2021. - URL: <https://www.ifrs.org/content/dam/ifrs/publications/pdf-standards/english/2021/issued/part-a/ias-1-presentation-of-financial-statements.pdf> (дата обращения: 04.11.2023).

3. Об утверждении Федеральных стандартов бухгалтерского учета ФСБУ 6/2020 "Основные средства" и ФСБУ 26/2020 "Капитальные вложения": Приказ Минфина России от 17.09.2020 № 204н; зарегистрировано в Минюсте России 15.10.2020 № 60399 // СПС КонсультантПлюс. Законодательство. URL: <http://www.consultant.ru/> (дата обращения: 05.11.2023).

4. Мурашова Юлия Геннадьевна, Кокоулина Евгения Александровна АМОТИЗАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА: СОДЕРЖАНИЕ И ПОДХОДЫ К ФОРМИРОВАНИЮ // Вестник ПГУ. Серия: Экономика. 2022. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/amortizatsionnaya-politika-buhgalterskogo-ucheta-soderzhanie-i-podhody-k-formirovaniyu> (дата обращения: 10.11.2023).

УДК 330

Талах Н.Д., аспирант 1 курса
Talah N.D., 1st year postgraduate student

ФГБОУ ВО «Донецкий государственный университет»
FSBEI HE «Donetsk State University»

**ВЛИЯНИЕ КОРРЕЛЯЦИИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ И
ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ АПК**
THE EFFECT OF CORRELATION OF INVESTMENT ACTIVITY AND
INNOVATIVE DEVELOPMENT ON THE COMPETITIVENESS OF
AGRICULTURAL ENTERPRISES

Аннотация: В современных динамично изменяющихся условиях экономики закрепление конкурентоспособных позиций на рынке возможно при оперативном реагировании на них. Одним из методов реагирования является приток инвестиций и направление их на внедрение инновационных решений в отношении повышения эффективности управления, технологического и производственного процесса, модернизации, реконструкции материально-технической базы. Таким образом, обеспечение конкурентоспособности предприятий АПК на отечественном и зарубежных рынках носит приоритетный характер.

В данной статье рассматриваются понятия «инвестиционной активности», «инновационной деятельности», а также влияние их корреляция на конкурентоспособность предприятий АПК. На примере ООО «Комбайновый завод «Ростсельмаш» представлен анализ показателей деятельности и сделаны выводы о влиянии инвестиционно-инновационной активности на конкурентоспособность компании.

Ключевые слова: агропромышленный комплекс, активность, инвестиции, инновации, конкурентоспособность, корреляция.

Annotation: In today's dynamically changing economic conditions, the consolidation of competitive positions in the market is possible with a prompt response to them. One of the methods of response is the inflow of investments and their direction to the introduction of innovative solutions to improve the efficiency of management, technological and production process, modernization, reconstruction of material and technical base. Thus, ensuring the competitiveness of agro-industrial complex enterprises in domestic and foreign markets is a priority.

This article considers the concepts of "investment activity", "innovation activity", as well as the impact of their correlation on the competitiveness of AIC enterprises. On the example of LLC "Combine Plant "Rostselmash" the analysis of activity indicators is presented and conclusions about the influence of investment and innovation activity on the competitiveness of the company are made.

Keywords: agro-industrial complex, activity, investment, innovation, competitiveness, correlation.

В настоящее время вопрос инновационной составляющей предприятий является одним из важнейших аспектов для сохранения конкурентоспособности предприятий различных отраслей, в особенности агропромышленного комплекса. Причина этого – наступление эпохи цифровизации, которая порождает волну инноваций во всех сферах деятельности: новые методы организации, маркетинга, управления, предоставления услуг, технологических процессов, производства продукции и др. Однако, внедрение инновационных решений в любую сферу деятельности невозможно без вложения финансовых средств.

Итак, прежде чем рассмотреть корреляцию инвестиционной активности и инновационной деятельности раскроем каждый элемент по отдельности.

Контент-анализ определения различными авторами понятия «инвестиционной активности» [1] позволил выделить следующее:

– это активизация инвестиционной деятельности. Процесс активизации отражает многофакторную динамику категории интенсивности инвестиционной деятельности;

– это процесс, который представляет движение инвестиционных вложений под влиянием внешних и внутренних факторов, включающий научно-технический прогресс и воспроизводственный процесс;

– это взаимозависимая и взаимосвязанная компонента инвестиционной привлекательности и соответственно инвестиционного климата, а также усиливающий их фактор.

Термин «инновационная деятельность» в современной литературе рассматривается авторами по-разному, однако, хоть и отличны трактовки по содержанию суть их остается практически единой:

– это комплекс мероприятий, представляющий собой процесс трансформации научных исследований и разработок в реализации новых или модернизированных технических средств, технологий материалов и продукции, новых методов управления, организации и производства, проводимый с целью получения положительного эффекта.

Также согласно Федеральному закону от 23.08.1996 N 127-ФЗ (ред. от 24.07.2023) «О науке и государственной научно-технической политике» определение «инновационной деятельности» звучит следующим образом:

– «Инновационная деятельность – деятельность (включая научную, технологическую, организационную, финансовую и коммерческую деятельность), направленная на реализацию инновационных проектов, а также на создание инновационной инфраструктуры и обеспечение ее деятельности».

[2]

Так, описанные выше понятия формируют термин «инновационная активность» [3,4], содержание которого звучит следующим образом:

Инновационная активность предприятий и отраслей – это отдельная экономическая категория, представляющая комплексную оценку готовности к трансформации всех процессов производства на инновационные и/или качественную оценку ведения уже внедренных инновационных решений.

Не смотря на тот факт, что за последние годы предприятия агропромышленного комплекса достигли больших успехов, исследования их социально-экономического положения показывают, что весомая доля предприятий в большинстве случаев использует утратившие силу новизны технологии, устаревшие селекционные сорта и гибриды растений, отсутствует выведение новых пород животных и кросс птиц, используются устаревшие и неэффективные методы и формы организации производственно-технологических и организационно-управленческих процессов.

Несвоевременное реагирование на эти процессы свидетельствует о низкой инновационной активности, которая в свою очередь является результатом несовершенного организационно-экономического механизма управления инновационными проектами. В противовес этому, оперативное принятие решений в отношении имеющих место различных несовершенств

системы производства способствует росту показателей эффективности предприятий и отраслей АПК, снижению себестоимости производимой продукции, повышению уровня конкурентоспособности продукции, предприятий и отраслей комплекса, ускорению развития сельских территорий в социально-экономическом контексте и, следовательно, улучшению жизни на этих территориях.

Также, к факторам, сдерживающим рост инновационной активности, относят специфические требования к инновационному механизму: нормативно-правовую базу инновационного развития, организацию и управление инновационным маркетингом, развитие инновационной инфраструктуры.

В нынешних реалиях перед субъектами АПК ставятся новые динамичные требования в отношении своевременных инновационных трансформаций, которые позволяют производить конкурентоспособную продукцию, востребованную потребителем. В связи с этим можно говорить о наличии прямой взаимосвязи между инновационной активностью и конкурентоспособностью (рисунок 1), в работах Бабкина А.В., Мякотина М.П., Родионова Д.Г., Сухарева О.С., Черкасова М.Н., Шаренкова С.Б. говорится о том, что такая взаимосвязь становится гарантом приобретения ряда положительных выгод перед предприятиями-конкурентами.

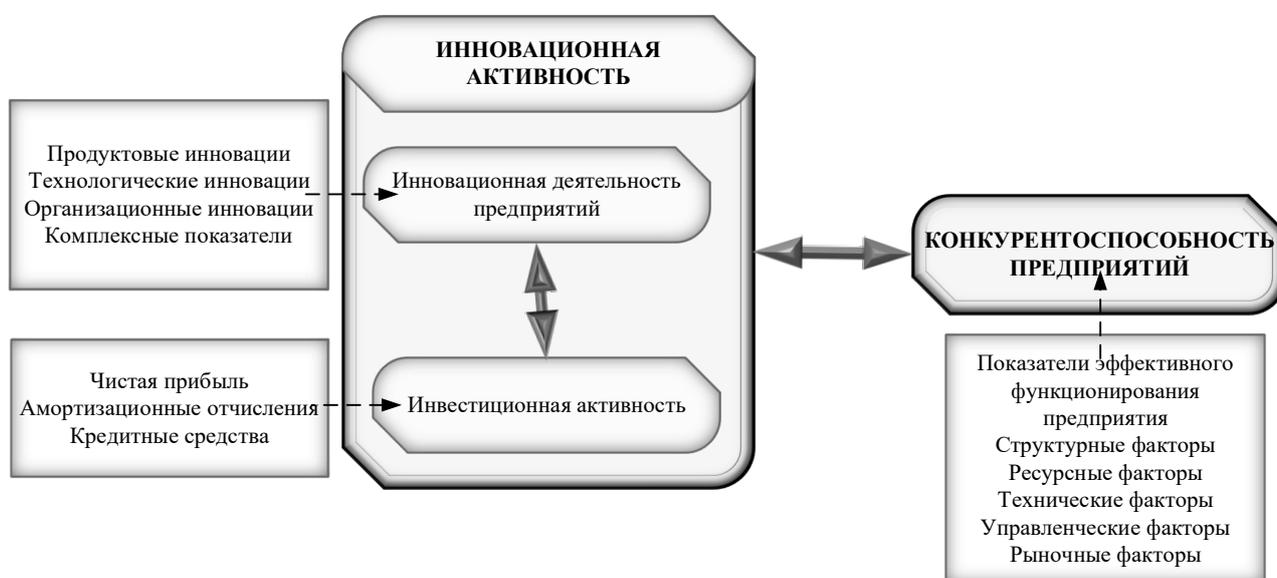


Рисунок 1. Корреляция инновационной активности и конкурентоспособности предприятия

Содержание термина «конкурентоспособность предприятия» формулируют на основании четырех подходов к определению [5]: во-первых, с точки зрения стороны факторов внутренней среды предприятия и способности создавать конкурентные преимущества; во-вторых, с точки зрения удовлетворения требований-потребностей потребителей; в-третьих, в контексте уровня конкурентоспособности производимой предприятием продукции; и в-четвертых – с точки зрения сравнения с предприятиями-конкурентами.

Наиболее близко к нашему исследованию подходит формулировка предложенная в работе [6] Калашниковой Л.М.: «Конкурентоспособность предприятия – комплексное понятие, которое обусловлено системой и качеством управления, качеством продукции, широтой и глубиной ассортимента, востребованного обществом или отдельными его членами, стабильным финансовым состоянием, способностью к инновациям, эффективным использованием ресурсов, целенаправленной работой с персоналом, уровнем системы товародвижения и сервиса, имиджем фирмы».

Одним из многочисленных примеров эффективной корреляции инвестиционной активности и инновационной деятельности и ее положительного влияния на конкурентоспособность предприятий является ООО «Комбайновый завод «Ростсельмаш» (далее – Компания Ростсельмаш).

В 2023 г. доля Компании Ростсельмаш на отечественном рынке составляет 65%, тем самым подтверждая свою конкурентоспособность, как одной из ведущих компаний АПК России. Основным показателем обеспечения конкурентоспособности компании является направленность производства на высокотехнологические и инновационные товары, а также переоснащение и модернизацию технологической составляющей.

Компания Ростсельмаш активно инвестирует (таблица 1) в программы, направленные на реанимацию, укрепление и модернизацию производственного процесса, обновление и расширение модельного ряда техники, а также в новейшие технологии в ряд цифровых решений и систем автономного управления: «РСМ Ночное Видение», «РСМ Агротроник Пилот 2.0», «РСМ Агротроник Пилот 1.0 Электроруль», «РСМ Фейс АйДи», «РСМ Умная метка 1.0».

Таблица 1. Динамика показателей деятельности ООО «Комбайновый завод «Ростсельмаш» за 2018-2022 гг.*

<i>Показатель (тыс. руб.)</i>	<i>2018 г.</i>	<i>2019 г.</i>	<i>2020 г.</i>	<i>2021 г.</i>	<i>2022 г.</i>
Выручка	39 704 836	35 724 982	58 745 675	75 249 536	69 743 551
Себестоимость продаж	35 486 439	31 289 693	41 615 182	60 156 470	49 316 000
Валовая прибыль	4 218 397	4 435 289	13 298 429	15 093 066	20 427 542
Чистая прибыль	4 751 434	6 618 903	11 107 046	4 451 123	10 434 465
Совокупный финансовый результат периода	4 751 434	6 618 903	11 107 046	4 451 123	10 434 465
Результаты исследований и разработок	683 008	938 021	996 914	906 109	745 031
НИОКР, показавшие положительный результат	683 008	938 021	996 914	906 109	745 031
Расходы на НИОКР	686 281	698 928	833 288	1 283 091	1 912 599

Платежи, связанные с приобретением, созданием, модернизацией, реконструкцией и подготовкой к использованию внеоборотных активов	474 113	436 430	699 353	3 927 207	3 513 118
---	---------	---------	---------	-----------	-----------

Так, можно заметить (рисунок 2), что в связи с расширением линейки товарной продукции, разработкой и выпуском высокотехнологичной продукции с инновационными характеристика, практически не имеющих аналогов ни на отечественном рынке, ни на зарубежном, чистая прибыль за 2018-2022 гг. и в годы, идущие ранее [7] не имела большого варьирующегося диапазона. Можно сказать о том, что в годы, где чистая прибыль имела тенденцию к снижению, Компания Ростсельмаш осуществляла инвестиционную деятельность в направлении крупных и инновационных проектов, рассчитанных на долгосрочную и краткосрочную перспективу и (или) находящихся в состоянии ожидания эффектов от инвестиционных вложений.

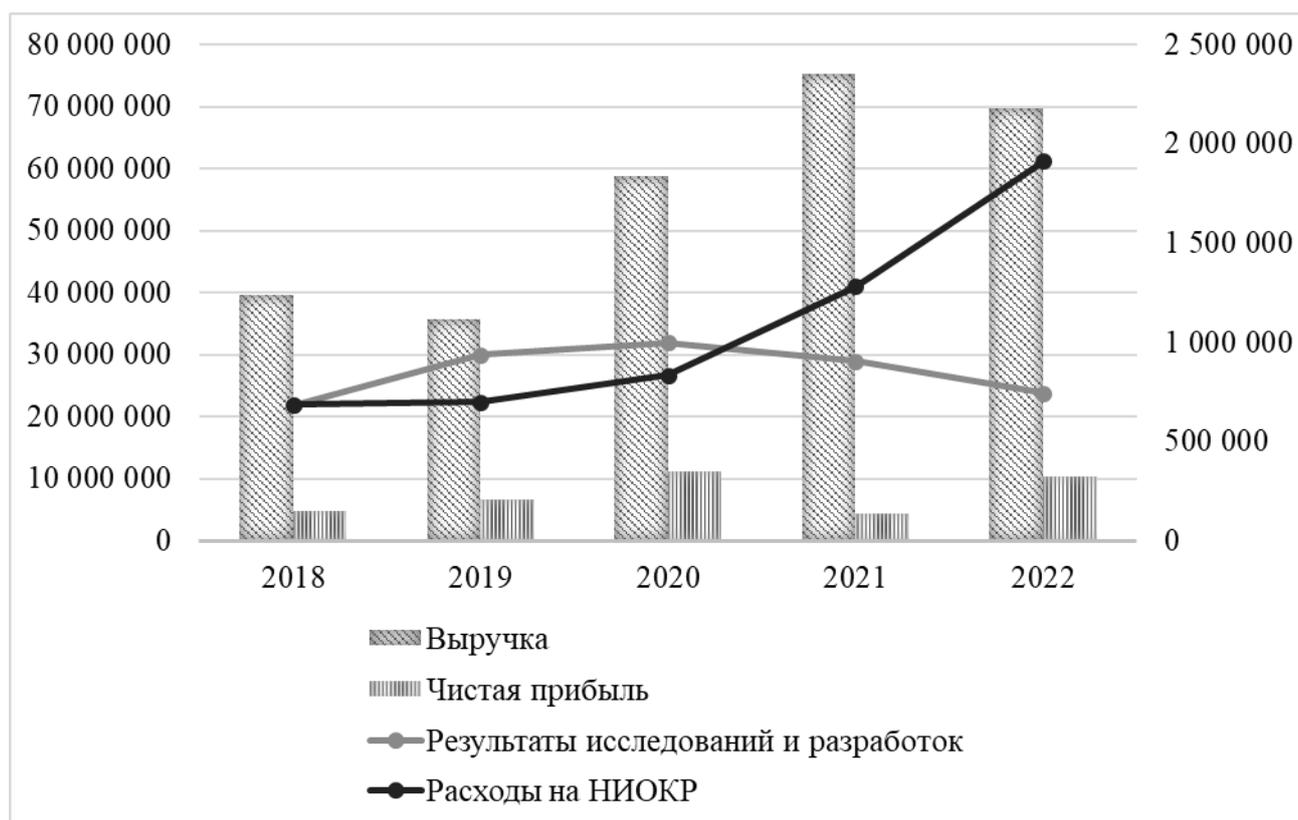


Рисунок 2. Динамика показателей Компании Ростсельмаш за период 2018-2022 гг.

Таким образом, можно сделать вывод, что корреляция инвестиционной активности и инновационной деятельности на прямую влияет на конкурентоспособность предприятий на рынке, примером, которого можно представить Компанию Ростсельмаш, которая еще в 2018 г. занимала долю рынка

– 21 % и имела ориентир лишь на отечественный рынок, а уже в 2023 г. ее доля на отечественном рынке составила 65 %.

Список литературы:

1. Павлюк Н. А. Инвестиционная активность: теоретический и методический аспекты / Н. А. Павлюк. - Текст : электронный // Вестник ГГТУ им. П.О. Сухого. - 2004. - №2 (15). - С. 85-92.

2. Федеральный закон от 23.08.1996 N 127-ФЗ (ред. от 24.07.2023) «О науке и государственной научно-технической политике» [Электронный ресурс] // СПС «Консультант Плюс». – Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_11507/c0a49fc869aeeb5b28ca88d3d37b7d8f7474375f/

3. Мугутдинов, Р. М., Горовой, А. А. Конкурентоспособность цифрового промышленного предприятия как условие наращивания инновационной активности / Р. М. Мугутдинов - Текст : электронный // ЕГИ. - 2022. - №39 (1). - С. 226-235.

4. Заборовская, О. В. «Зелёная» экономика региона и устойчивое развитие // Новеллы права, экономики и управления 2020 / Заборовская О.В. - Текст : электронный. - 2021. - С. 534-538.

5. Жданова, Е. С. Анализ определений термина конкурентоспособность предприятия / Е. С. Жданова. - Текст : электронный // Вестник науки и образования Северо-Запада России. - 2015. - №4. - С. 222-230.

6. Калашникова, Л. М. Конкурентоспособность предприятий и их продукции / Л. М. Калашникова - Текст : электронный // Машиностроитель. - 2003. - №11. - С. 15-18.

7. Бухгалтерская отчетность ООО «Комбайновый завод «Ростсельмаш» [Электронный ресурс] // Е-ДОСЬЕ – Электронный эколог. Независимая информация о российских организациях, база нормативных документов и законодательных актов. – Режим доступа: <https://e-ecolog.ru/buh/2019/6166048181>

8. Государственный информационный ресурс бухгалтерской (финансовой) отчетности. – Режим доступа: <https://bo.nalog.ru/organizations-card/6118721#financialResult>

УДК 005.44

Таран Е.А., магистрант 2 курса, Косников С.Н., к.э.н., доцент

Taran E.A., Taran E.A., 2nd year master's student, Kosnikov S.N., Ph.D. Associate Professor

Кубанский государственный аграрный университет
Kuban State Agrarian University

**МОДЕЛИРОВАНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В
ГЛОБАЛЬНЫХ ЦЕПОЧКАХ ДОБАВЛЕННОЙ СТОИМОСТИ
MODELING OF ECONOMIC INTERACTION IN GLOBAL VALUE CHAINS**

Аннотация: В статье представлены основные теоретические подходы к пониманию глобальных цепочек добавленной стоимости, анализируется их роль в современной мировой экономике. Рассматривается влияние глобальных цепочек добавленной стоимости на экономический рост, развитие технологий и торговое сотрудничество между странами. Обобщаются результаты научных исследований, предметом изучения которых выступают анализ и моделирование межрегиональных цепочек добавленной стоимости, которые помогают понять, как изменения в одной части цепочки могут повлиять на другие части цепочки.

Ключевые слова: глобальные цепочки добавленной стоимости; мировая торговля; экономика; глобализация; моделирование; экономическое взаимодействие.

Abstract: The article presents the main theoretical approaches to understanding global value chains, analyzes their role in the modern world economy. The impact of global value chains on economic growth, technology development and trade cooperation between countries is considered. The results of scientific research are summarized, the subject of which is the analysis and modeling of interregional value chains, which help to understand how changes in one part of the chain can affect other parts of the chain.

Keywords: global value chains; world trade; economy; globalization; modeling; economic interaction.

В условиях глобализации экономических процессов моделирование взаимодействий в глобальных цепочках добавленной стоимости становится всё более актуальной темой. Это стало возможно благодаря развитию технологий, способствующих увеличению объемов международного обмена товарами и услугами, а также расширению международного сотрудничества в сфере производства.

Глобальные цепочки добавленной стоимости (ГЦДС) представляют собой последовательность действий, начиная с исходного сырья и заканчивая конечным продуктом, который попадает к конечному потребителю. В каждом звене этой цепочки происходит добавление стоимости к продукту, что в итоге формирует его конечную стоимость.

1. Глобальные цепочки добавленной стоимости.

Для оценки эффективности деятельности какой-либо компании на мировом рынке, для выявления ее конкурентных преимуществ в последнее время все чаще стала применяться концепция цепочек добавленной стоимости. Что же такое «глобальные цепочки добавленной стоимости»?

Глобальные цепочки добавленной стоимости – это концепция, которая описывает процесс создания и распределения стоимости при переходе товара или услуги от первоначального производителя к конечному потребителю. Такой процесс включает в себя все этапы, начиная от дизайна, исходного производства, маркетинга, логистики, розничной торговли и заканчивая послепродажным обслуживанием [4, с. 84]. Здесь хотелось бы обратить

внимание на весьма интересный момент – сама по себе стоимость цепочек не имеет.

Стоимость является существенным показателем, поскольку она отражает наличие у товара или услуги определенного стоимостного качества, независимо от экономической теории или направления, а цепочка характеризуется только последовательностью каких-либо действий. Такой процесс, то есть цепочка, возникает из динамики стоимостей (или добавленных стоимостей) при движении товаров или услуг в рамках производственного цикла.

Добавление стоимости на каждом этапе производственного процесса можно декомпозировать (рисунок 1, 2). Каждое звено в такой декомпозиции вносит свой вклад в изготовление конечной продукции.

Создание добавленной стоимости – процесс, который дислоцируется в пределах конкретного предприятия, так как на выходе продукта/услуги с завода-изготовителя добавленная стоимость становится постоянной величиной.

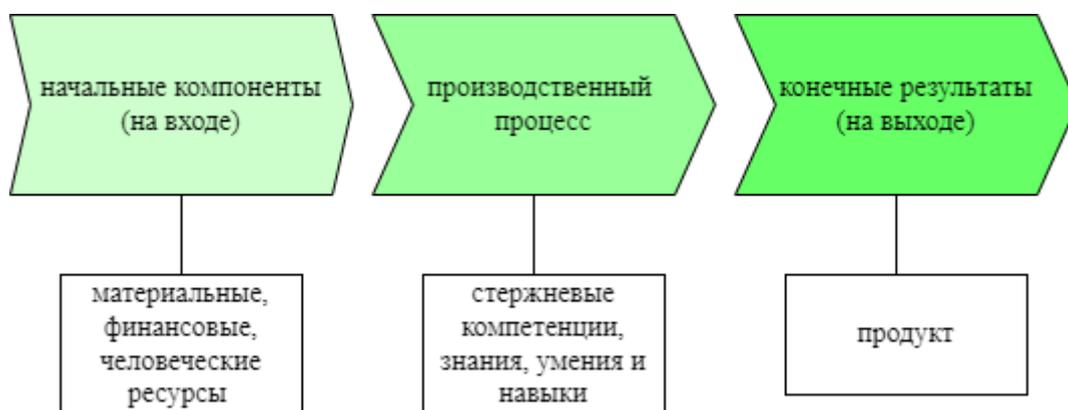


Рисунок 1. Схема создания добавленной стоимости (укрупнённая)

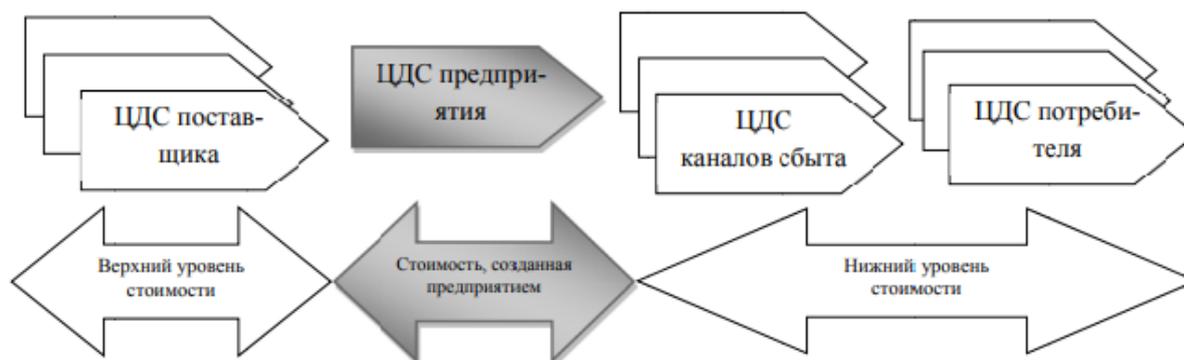


Рисунок 2. Схема создания цепочки добавленной стоимости (ЦДС)

Таким образом, цепочка создания добавленной стоимости может применяться только в производственном процессе внутри фирмы [1, с. 7].

В контексте глобализации, глобальные цепочки добавленной стоимости становятся все более сложными и многоуровневыми, включая в себя множество стран и компаний. Это позволяет компаниям оптимизировать производство, используя преимущества различных стран, тем не менее, это также создает

определенные риски, связанные с политической нестабильностью, нарушениями поставок и т.д.

Степень вовлеченности различных стран в глобальные цепочки создания добавленной стоимости характеризуют следующие показатели:

- доля импорта и экспорта в ВВП (показывает, насколько страна зависит от международной торговли, чем выше эта доля, тем больше страна вовлечена в глобальные цепочки создания стоимости);

- доля промежуточных товаров и услуг в общем объеме импорта и экспорта (показатель демонстрирует, насколько страна вовлечена в международное разделение труда);

- показатель добавленной стоимости в экспорте (отражает степень вовлеченности страны в глобальные цепочки создания стоимости, поскольку показывает, сколько от общей стоимости экспорта приходится на добавленную стоимость, созданную внутри страны);

- количество иностранных прямых инвестиций (отражает, насколько страна привлекательна для иностранных инвесторов, которые могут внести свой вклад в развитие глобальных цепочек создания стоимости);

- индекс глобализации Кофи Аннана (оценивает уровень вовлеченности страны в международные экономические процессы, включая торговлю, инвестиции и технологические процессы);

- индекс глобальной конкурентоспособности (отражает способность страны конкурировать на международном уровне, что важно для успешного участия в глобальных цепочках создания стоимости);

- объем и структура экспорта высокотехнологичной продукции (показывает уровень технологического развития страны и ее способность участвовать в создании высокотехнологичной добавленной стоимости);

- статистика занятости и заработной платы в отраслях, связанных с экспортом (это может дать представление о том, как вовлеченность в глобальные цепочки создания стоимости влияет на рынок труда).

Однако не все вышеназванные показатели адекватно отражают вклад определенной страны в мировые цепочки создания стоимости. Некоторые из них лишь иллюстрируют степень зависимости от стран-партнеров в процессе производства определенного товара или услуги.

2. Моделирование глобальных цепочек добавленной стоимости.

Моделирование экономического взаимодействия в ГЦДС позволяет анализировать различные варианты развития экономических процессов, а также прогнозировать возможные последствия тех или иных экономических решений.

Одним из способов моделирования является использование эконометрических моделей, которые позволяют изучать взаимосвязь между различными параметрами ГЦДС. Это могут быть модели, учитывающие такие факторы, как структура потребления, вариации цен, уровень технологического развития и другие.

Другой подход заключается в использовании моделей взаимодействия агентов. Эти модели позволяют учесть различные стратегии поведения участников ГЦДС, их взаимодействие и влияние на общую динамику системы.

Моделирование глобальных цепочек добавленной стоимости – это процесс анализа и прогнозирования взаимосвязей и потоков между компаниями, странами и отраслями, которые возникают при создании товаров или услуг. Это позволяет понять, как добавленная стоимость распределяется по всему миру и какие факторы могут повлиять на эту цепочку.

Моделирование включает в себя сбор данных, построение моделей и их анализ. Данные могут включать информацию о производстве, торговле, затратах на труд и капитал, а также другие экономические показатели. Модели могут быть основаны на различных методах, включая вводно-выходные модели, модели общего равновесия и другие.

Анализ моделей помогает понять, как изменения в одной части цепочки (например, изменение в производственных затратах в одной стране или изменение в спросе на определенный товар) могут повлиять на другие части цепочки.

Моделирование глобальных цепочек добавленной стоимости может быть использовано для различных целей, включая определение стратегий развития для компаний или стран, анализ влияния торговых политик, прогнозирование экономического роста и т.д.

Рассмотрим докризисные изменения в глобальном производстве России 2000-2020 (рисунок 3).

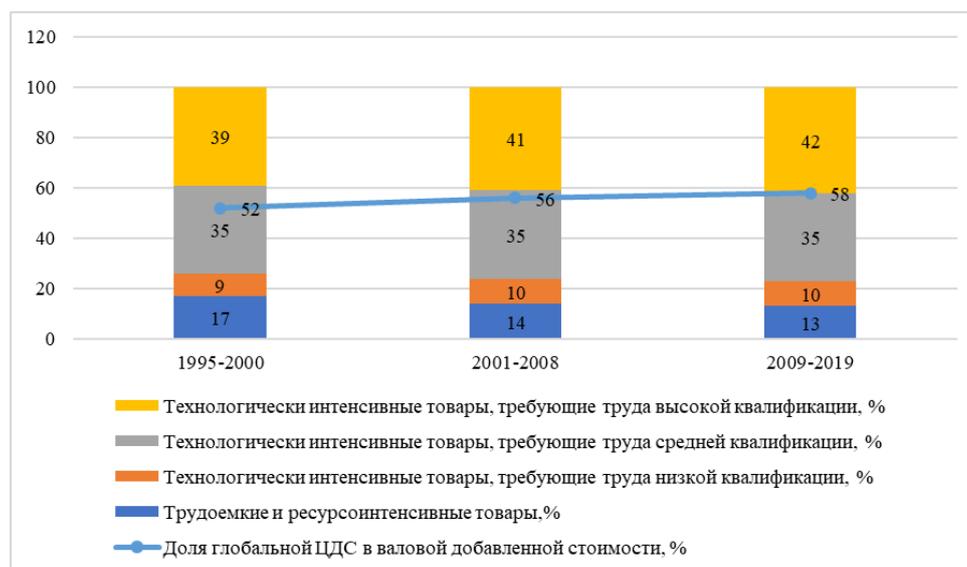


Рисунок 3. Структура мировой торговли в обрабатывающем секторе и доля ГЦДС в валовой добавленной стоимости, % [5, с. 3]

Исходя из представленной информации видно, увеличение объемов торговли технологически сложными товарами, требующими труда высокой квалификации, фрагментация производства и опережающий рост длины производств внутри ГЦДС (в первую очередь, в сложных ГЦДС, где добавленная стоимость несколько раз пересекает национальные границы), опережающий рост объемов торговли внутри ГЦДС с 52% до 58%.

Уже в начале кризисного 2020 года имели место быть переход к отрицательную зону темпов роста большинства стран мировой экономики, неопределённость, ускорение перехода от «великой интеграции» к «великой фрагментации» (данные OECD). В большей степени кризис 2020 года ударил по глобальной ЦДС. Направление удара – ограничения на ввоз и вывоз, эпидемиологические ограничения и приостановка производств.

С 2021 года и по настоящее время происходит трансформация в глобальных цепочках, связанная с фрагментацией и географической миграцией отдельных элементов цепочек. Модели трансформации определяются спецификой отраслей, технологическими особенностями цепочек и привлекательностью территорий (рисунок 4).

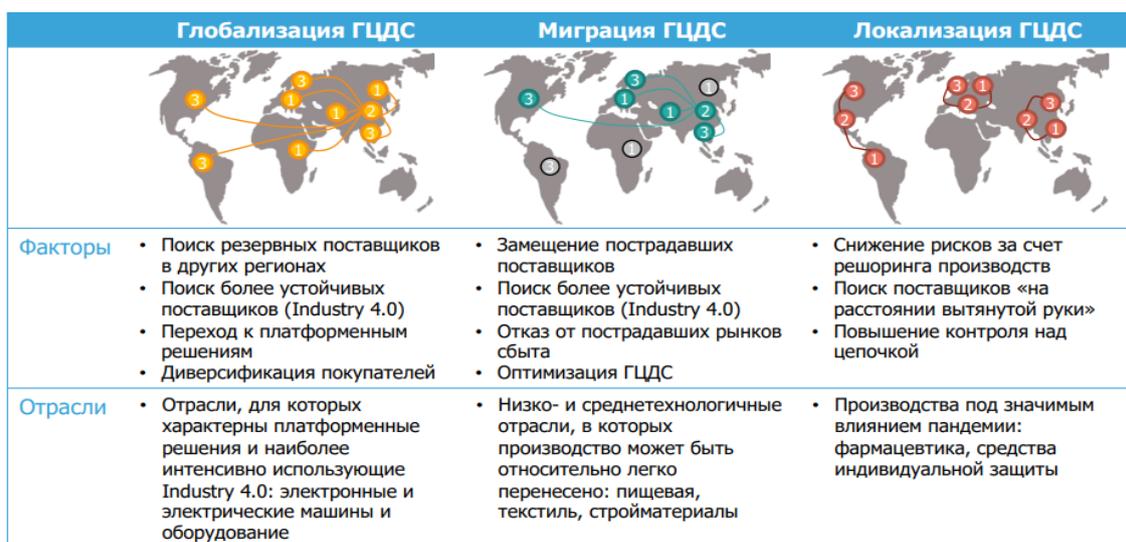


Рисунок 4. Три модели трансформации ГЦДС

В ответ на кризисы и антироссийские санкции существуют предложения для актуализации и нормализации политики:

– внедрение корпоративных структур в глобальные платформенные системы и цифровая трансформация деловых процессов (стимулирование широкого распространения стандартных инноваций с ограниченным бюджетом (коробочных продуктов));

– продвижение отраслей с коротким производственным циклом и БРК (мини-субсидии для «быстрого отклика» на поддержку инноваций на начальных этапах, предоставление одно-двухгодичных кредитов для быстрорастущих малых и средних предприятий с обязательствами ускоренного увеличения прибыли и расширения рабочих мест, при выполнении которых государство бы компенсировало выданный кредит);

– создание национальных сегментов глобальной цифровой торговой системы (разработка специальных программ поддержки технологического обновления косвенных экспортеров, субсидирование проектов «легкого импортозамещения», в частности в текстильной, мебельной и креативных отраслях);

– увеличение ассортимента продуктовой корзины (инструменты поддержки межсекторных производственных партнерств (связующих грантов) для реализации кооперативных проектов компаниями смежных отраслей, гранты, стимулирующие освоение новых географических рынков или создание кардинально новых продуктов и услуг);

– поддержка развития малого и среднего конкурентоспособного и экспортоориентированного бизнеса, включая отрасли с высокой степенью переработки (субсидии экспортерам в целях развития их сетей подрядчиков в российской экономике, привлечение стратегических иностранных инвесторов, создание специальных программ в государственных институтах развития, включая Фонд содействия инновациям и Фонд развития промышленности, организация конкурсов и премий для «молодых» компаний, развивающих новые рынки);

– увеличение объемов экспортного производства, включая выход на новые рынки и презентацию новых (связанных) продуктов.

Несмотря на все преимущества и возможности, моделирование экономического взаимодействия в ГЦДС представляет собой сложную задачу, которая требует детального анализа большого количества данных, учета множества факторов и переменных. Кроме того, результаты моделирования всегда связаны с определенной степенью неопределенности.

Тем не менее, в условиях всё большей сложности и взаимозависимости экономических процессов, моделирование экономического взаимодействия в ГЦДС становится важным инструментом для принятия обоснованных экономических решений. С его помощью можно предсказать возможные последствия тех или иных экономических мер, учесть риски и выбрать наиболее оптимальный вариант развития.

3. Выводы. В заключении хотелось бы отметить, что моделирование экономического взаимодействия в глобальных цепочках добавленной стоимости является ключевым инструментом для понимания и прогнозирования макроэкономических тенденций в современном мире. Это помогает определить, как ресурсы распределяются и используются на международном уровне, и как эти процессы влияют на экономическое развитие различных стран и регионов.

Модели могут быть простыми или сложными в зависимости от целей моделирования и доступных данных. Более сложные модели могут включать в себя сотни уравнений и переменных, но они могут дать более точные прогнозы и глубокое понимание взаимодействий в экономической системе. Анализ моделей помогает понять, как изменения в одной части цепочки (например, изменение в производственных затратах в одной стране или изменение в спросе на определенный товар) могут повлиять на другие части цепочки.

Основываясь на анализе, можно утверждать, что применение моделей глобальных цепочек добавленной стоимости позволяет более точно и глобально оценивать влияние экономической политики, технологических изменений и других факторов на экономическую деятельность. Однако, несмотря на значимый прогресс в этой области, существует потребность в дальнейшем

совершенствовании методологического подхода и углублении исследований в этой области.

Список литературы:

1. Варнавский В. Г. Международная торговля в категориях добавленной стоимости: вопросы методологии // Мировая экономика и международные отношения, 2018, том 62, № 1, с. 5-15.

2. Лубская Е. В. Глобальные цепочки добавленной стоимости как новый элемент международной торговли // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета, № 2(104). 2017. С. 138-142.

3. Лукин Е. В. Регулирование межрегиональных цепочек добавленной стоимости: проблемы анализа и моделирования // Проблемы прогнозирования. 2022. № 1(190). С. 19-33.

4. Мешкова Т. А., Моисеичев Е. Я. Мировые тенденции развития глобальных цепочек создания добавленной стоимости и участие в них России // Вестник финансового университета № 1.2015. С. 83-96.

5. Симачев Ю., Федюнина А., Кузык М. Глобальные цепочки добавленной стоимости в новых условиях: риски и возможности для России // Открытое заседание рабочей группы АЕБ по модернизации и инновациям «Нарушение цепочек поставок» 07.07.2020.

УДК 659

Тарасова М.Б., обучающаяся 5 курса

Tarasova M.B., 5th year student

Волгоградский государственный социально-педагогический университет
Volgograd State Socio-Pedagogical University

ФОРМИРОВАНИЕ КОМПЛЕКСА МЕРОПРИЯТИЙ PUBLIC RELATIONS НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ FORMATION OF A SET OF PUBLIC RELATIONS EVENTS AT PUBLIC CATERING ENTERPRISES

Аннотация. Исследованы теоретические вопросы формирования комплекса мероприятий Public relations на предприятиях общепита. Установлено, что формирование положительного имиджа заведения общественного питания – важнейший фактор в борьбе за привлечение посетителей, он отражает качество и эффективность маркетинговой деятельности в целом.

Обозначена необходимость проведения мероприятий Public relations для предприятий общепита в современных условиях ведения бизнеса. Определены ключевые направления деятельности по связям с общественностью в учреждениях общепита.

Ключевые слова: маркетинг; коммуникация; связи с общественностью; общепит; управление.

Annotation. The theoretical issues of the formation of a set of Public relations events at catering enterprises are investigated. It is established that the formation of a positive image of a catering establishment is the most important factor in the struggle to attract potential visitors, it reflects the quality and effectiveness of marketing activities in general.

The necessity of holding Public relations events for catering enterprises in modern business conditions is indicated. The key areas of public relations activities in catering establishments have been identified.

Keywords: marketing; communication; public relations; catering; management.

Постановка проблемы. Современные условия функционирования заведений сферы общественного питания обуславливают ключевые стратегические ориентиры их деятельности и развития на базе формирования и активности применения информационных технологий. Ужесточение конкуренции на рынке общественного питания обуславливает необходимость применения в этой сложной конкурентной борьбе заведениями новых преимуществ, наличие которых напрямую зависит от степени применения PR-технологий, включения сформированного компанией имиджа к решению поставленных задач, интеграции в систему управления процессами, которые проходят как внутри заведения, так и при его взаимодействии с внешним окружением. Российский ресторанный бизнес не сразу понял эффективность средств public relations, однако в последние годы заведения общепита осознали важность и актуальность связей с общественностью [6].

Формирование положительного имиджа общепита – важнейший фактор в борьбе за привлечение потенциальных посетителей, за переход потенциальных клиентов к постоянным. Ради успешного функционирования в общепите всей деятельности, мысли всех работников должны быть пронизаны заботой об имидже заведения. Именно поэтому тема актуальна.

Анализ последних исследований и публикаций. Вопросы, связанные с PR-деятельностью предприятия, рассматриваются в трудах ведущих зарубежных и отечественных ученых: И. Ансоффа, И. Билык, В. Буторина, Ф. Вирсема, О. Волчанская, Е. Гладских, Ж.-Ж. Ламбена, Г. Минцберга, М. Портера, К. Прохлада, М. Трейси, Г. Хамеля, Ф.И. Хмеля и др.

Выделение не решенных ранее частей общей проблемы. Анализ исследований ученых позволил увидеть существование совершенно разных подходов к классификации PR-технологий, иногда даже противоречивых, что говорит о необходимости в более детальном изучении и классификации средств Public Relations в заведениях общепита.

Цель статьи. Главной целью этой работы является исследование теоретических основ формирования комплекса мероприятий Public relations на предприятиях общественного питания и выявление комплекса факторов влияющих на разработку эффективной тактики PR-обращений.

Изложение основного материала.

Public relations – это создание общественного мнения, формирование репутации и управление репутацией заведения общепита. В целом ресторанный бизнес является одной из самых сложных сфер хозяйственной деятельности. Грамотно организованная PR-кампания – ключевой момент в продвижении общественного заведения питания. Ключевая цель PR-акции – это формирование постоянной клиентуры общепита, которая не просто зашла бы к нему однажды ради интереса, а стала бы постоянно посещать данное заведение [2].

Методов продвижения услуг и продуктов на рынке существует очень много, однако не все подходят именно для заведений общепита. Что касается определенных направлений продвижения, применяемых в заведениях общественного питания, можно выделить следующие: прямая реклама, персональные продажи, стимулирование сбыта и Public relations (PR). Если руководитель заведения будет продвигать свой ресторан, применяя все 4 направления, это значительно увеличит вероятность максимального успеха.

В основном, масштабные PR-акции проводятся крупными сетями входящих в рестораны ресторанный цепь и иностранными инвесторами. Учитывая пережитки прошлого, приходится конструировать новый образ, отвечающий требованиям рынка. Нехватка финансовых ресурсов определено тормозит осуществление PR-деятельности [9].

Public relations является формой коммерческой политики, направленной на завоевание благоприятного мнения отдельных социальных, профессиональных групп или конкретных личностей, создание имиджа заведения общепита. PR наряду с рекламой и стимулированием сбыта является важнейшим инструментом ресторанный маркетинг. Маркетинговая деятельность заведений общественного питания должна обеспечить:

1. Надежную, достоверную и своевременную информацию о рынке, структуре и динамике конкретного спроса, вкусы и предпочтения покупателей, то есть информацию о внешних условиях функционирования заведения гостинично-ресторанного хозяйства;

2. Предоставление таких услуг и производство товаров, наиболее полно удовлетворяющих требованиям рынка, больше, чем услуги конкурентов.

3. Необходимое влияние на потребителя, на спрос, на рынок, обеспечивающий максимально возможный контроль сферы реализации.

В зависимости от того, какие цели PR и на кого он направлен, выделяют несколько его разновидностей (табл. 1)

Ресторанный бизнес в России остается одним из наиболее интересных и прибыльных для предпринимателей. Ежегодно в России открываются элитные рестораны, фаст-фуды, гостинично-ресторанные комплексы и т.д.

Одним из недостатков работы общепита является несовершенная система маркетинга. Обобщающей характеристикой эффективности деятельности ресторанный бизнеса по поддержке деятельности и эффективности использования потенциала предприятия может служить имидж компании, которую она имеет среди потребителей на современном этапе. Ведь имидж

заведений общепита отражает качество и эффективность маркетинговой деятельности в целом [5].

Выделяют 5 ключевых направлений деятельности по связям с общественностью в заведениях общественного питания:

- взаимоотношения со СМИ (паблисити) – формирование новости о появляющемся продукте или услуге в СМИ (газетах, телепередачах и т.п.);

- взаимоотношения с персоналом – внутренние коммуникации заведения со своими подчиненными, основой которых являются программы мотивации работников к осуществлению своей работы наилучшим образом;

Таблица 1. Классификация мер *Public relations* [3]

Направление классификации	Основные виды	Характеристика
По сфере использования	Коммерческий	Потребительский – при выводе на рынок новых видов товара, когда нужно уверить настороженных потребителей в высокой репутации фирмы-производителя; финансовый – объектом PR-компаний становятся также потенциальные инвесторы, властные структуры, работники самой фирмы; кризисный – когда нужно ликвидировать негативные последствия кризиса
	Политический	Начал развиваться в эпоху представительной демократии, когда политическим лидерам стало необходимо убеждать самые широкие круги избирателей голосовать за них.
	Международный	Направленный на достижение взаимопонимания между гражданами разных стран, несмотря на культурные отличия
С точки зрения исполнителя	Собственное подразделение	-
	Аутсорсинг	Привлечение PR-агентства
По поведенческой реакции	Социальный PR	Используется для формирования положительных моделей поведения
	Вирусный PR	Распространяется сам по себе через общение между людьми, главное
	Конфликтный PR	Методы конфликтного пиара применяют в сферах столкновения интересов (конкуренции, противостояния бизнесу и государству)
С учетом этики	Белый PR	«Честный», непроплаченный PR. Приемы «белого» пиара отчетливо делятся по результатам: для потребителя, для компании и для персонала компании.
	Зеленый PR	Основан на корпоративной ответственности в области защиты окружающей среды

	Желтый PR	Использование, с целью привлечения внимания, оскорбительных для читателей элементов
	Черный PR	Использование «черных технологий» (обмана) для оговорки, уничтожение конкурентов, распространение от их имени оскорбительных или экономически опасных заявлений и т.д.

- взаимоотношения с финансовыми организациями – взаимодействие с государственными финансовыми органами, с частными и корпоративными инвесторами, с фондовыми брокерами и финансовой прессой;

- взаимоотношения с властными структурами – тесное сотрудничество с всероссийскими, региональными и местными органами власти;

- взаимоотношения с местным населением – поддержание хороших отношений с местными жителями, включает спонсорство, например, помощь в решении экологических проблем города или региона.

Методами PR в общепитах являются: сотрудничество со СМИ, Интернет-продвижение, продакт-плейсмент, специальные события, сарафанное радио, конкурсы и розыгрыши призов.

PR-технологии – это совокупность методов, приемов, техник, за счет которых влияют на общественное мнение в целях эффективного управления ею. Задачами этих технологий являются: создание общего мнения о ресторане, его собственнике, продукции, услуге; анализ любой ситуации, произошедшей в ресторане, формирование рекомендаций по любому вопросу [3, с.29].

Любая PR-технология является интегрированной системой, состоящей из собственных проблем, целей, функций, форм, ресурсов и результатов хозяйственной деятельности. Следовательно, следует рассматривать типовые мероприятия большинства технологий «Public relations», состоящих из 4 основных этапов (рисунок 1).



Рисунок 1. Этапы основных программ большинства технологий «Public relations»

Данная последовательность охарактеризована управленческой функцией PR, являющейся неотъемлемой составляющей при создании комплекса технологий, применяемых в любых заведениях общепита.

Масштабы взаимоотношений, направленные на развитие крепких связей с общественностью, могут быть самыми разными в зависимости от величины и характера сторон, но философия, стратегия и методы остаются очень подобными, какая бы ни была поставлена цель, например, улучшение отношений между заведением и потребителями ее ресторанной продукции, клиентами и работниками [4].

Специалисты Public relations в сфере общепита применяют новейшие приемы общения и убеждения для создания «мостов» и формирования взаимопонимания. Взаимопониманию служат репутация, значительный опыт и культурные факторы. Важные компоненты большинства программ PR в сфере общественного питания с формированием надежной репутации – создание атмосферы доверия и реализации единой стратегии [6].

Наружными PR-инструментами, которые используют общепиты являются [4]:

1. Интернет: официальный сайт, социальные сети, блоги, рассылки и прочее;
2. СМИ: печатные, телевидение, радио, мероприятия для печати;
3. Деловые мероприятия: форумы, семинары, тренинги, выставки, ярмарки и прочее;
4. Социальные мероприятия: спонсорство, благотворительность, социальная ответственность;
5. Специальные мероприятия: премии, круглые столы, презентации, конкурсы и прочее;
6. Внешние коммуникации: интервью, участие в рейтингах ресторанов (международные, региональные);

Внутренними PR-инструментами, которые используют заведения общепита, являются:

1. Информационные: корпоративные СМИ (буклеты, корпоративное ТВ), рассылки, стенды, листовки, голосовые сообщения и др.;
2. Аналитические: анкетирование персонала, опрос, мониторинг и прочее;
3. Коммуникационные: корпоративные праздники, повышение квалификации, программы адаптации и прочее;
4. Организационные: собрание коллектива, совещания, корпоративные стандарты и прочее.

Применение различных средств маркетинговых коммуникаций зависит от целевой аудитории, на которую они направлены, интенсивности присутствия ресторанного заведения на рынке, особенностей его бизнес-поведения, концептуализации, опыта, традиций и т.п.

Одним из главных средств PR в общепите является ресторанная критика. Обязательным в данном средстве есть элемент критической оценки – не только кухни, но и всего ресторана в целом. Учитывая, что Интернет предоставляет незаурядные возможности для совершенствования технологий продвижения

услуг, очень важно обеспечить онлайн присутствие заведения общепита в полном объеме и сделать это лучше и быстрее, чем главные конкуренты. При эффективном управлении и применении PR-менеджерами Интернет позволяет существенно увеличить посещаемость предприятий общественного питания, например, с помощью возможности резервирования столиков, ознакомления с меню и ценами и прочее.

Интернет-сайт ресторана как средство PR очень важен. Если Интернет-сайт создан грамотно, то поисковые системы сразу подтягивают заведение общественного питания на самые высокие позиции в результатах поиска.

Выводы и предложения. Применение различных PR-технологий, прежде всего, состоит в том, чтобы максимально влиять на общество, используя различные средства пиара, для формирования высокой публичной репутации и популярности компании. Современные технологии Public relations в заведениях общественного питания целью создания уникального образа того или иного ресторана, формирование положительной мнения общественности, улучшение разными методами деловой репутации для успешного функционирования на рынке. Можно сказать, что Public relations на предприятиях общественного питания – так называемая функция бизнес-управление, способствующее установлению и поддержке общения, взаимопонимания и сотрудничества между ресторанами и общественности. Установлено, что в сегодняшних условиях ведение бизнеса общественного питания онлайн присутствие – это обязательный элемент маркетинговой стратегии продвижения заведения общепита. Следует помнить, что продвижение ресторанного заведения не воспринимается как отдельная периодическая PR-кампания, а рассматривается как ежедневная кропотливая работа.

Список литературы:

1. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия / И. Ансофф. – СПб.: Питер, 1999. – 416 с.
2. Байкова И.А. Особенности связей с общественностью в современных маркетинговых коммуникациях // Петербургский экономический журнал. – № 1. – 2018. – 30 с.
3. Ворошилов В.В. Современная пресс-служба / В.В. Ворошилов. – М.: Кно-Рус, 2019. – 224 с.
4. Вылегжанин Д.А. Теория и практика публич рилейшнз / Д.А. Вылепканин. – М.: Ф, 2019. – 371 с.
5. Гладских Е. Обзор ресторанного рынка / Е. Гладских [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://delo.ua/lifestyle/sytnyj-god-obzor-restorannogorynka-329410.htm>.
6. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Ф.Котлер, К.Л. Келлер. – СПб.: Питер, 2006. – 816 с.
7. Ламбен Жан-Жак Стратегический маркетинг. Европейская перспектива / Жан-Жак Ламбен; пер. с фр. – СПб.: Наука, 1996. – 589 с.

8. Портер М.Е. Конкурентное преимущество: как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / М.Е. Портер; пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 715 с.

9. Триси М. Маркетинг ведущих компаний. Выбери потребителя, определи фокус, доминируй на рынке / М. Триси, Ф. Виерсема. – М.: Вильямс, 2007. – 304 с.

10. Hamel G. Competing for the Future: Breakthrough Strategies for Seizing Control of Your Industry and Creating Markets of Tomorrow / G.Hamel, C.K. Prahalad. – Boston: Harvard Business School Press, 1994. – 327 p.

УДК 331.101.3

**Тимоненков В.И., к.э.н., доцент, Рогожина А.А., Сафонева Ю.С.,
обучающиеся 4 курса**

Timonenkov V.I., Ph.D. Associate Professor ,Rogozhina A.A., Safoneeva Y.S., 4th
year students

Нижегородский институт управления – филиал РАНХиГС
Nizhny Novgorod Institute of Management – branch of RANEPA

**МОТИВАЦИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ СЛУЖАЩИХ В
СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ**
MOTIVATION OF CIVIL SERVANTS IN MODERN CONDITIONS

Аннотация. Статья посвящена роли и значению профессиональной мотивации на государственной службе, стратегиям и тактикам ее повышения на рабочем месте. Рассмотрен как отечественный, так и зарубежный опыт управления мотивацией государственных гражданских служащих, а также выделены особенности данного процесса в современной России. Проанализированы организационные основы и нормативная правовая база, исходя из чего даны рекомендации, направленные на повышение профессиональной мотивации государственных гражданских служащих в Российской Федерации.

Ключевые слова: мотивация, государственная служба, повышение эффективности, стимулирование, профильный мотив, моральный климат, социальные гарантии.

Annotation. The article is devoted to the role and importance of professional motivation in the public service, strategies and tactics of its improvement in the workplace. Both domestic and foreign experience of motivation management of state civil servants is considered, and the features of this process in modern Russia are highlighted. The organizational foundations and regulatory legal framework are analyzed, on the basis of which recommendations are made aimed at increasing the professional motivation of civil servants in the Russian Federation.

Keywords: motivation, public service, efficiency improvement, stimulation,

profile motive, moral climate, social guarantees.

В настоящее время, в период экономической и социальной нестабильности, спровоцированной различными факторами (проведение Вооруженными силами РФ на территории Украины специальной военной операции и последовавшие за этим санкции, затяжные последствия пандемии COVID-19 и т.д.), общество столкнулось с повышением уровня тревожности и депрессивных настроений, что в свою очередь привело к масштабной проблеме в управленческом секторе – демотивации сотрудников. Подобное явление на сегодняшний день прослеживается как в коммерческих, так и не коммерческих организациях, а также государственных структурах.

Примечательно, что за последний год особо остро проблема демотивации начала проявляться среди гражданских служащих, на которых обрушились и санкционные последствия, и недовольство граждан некоторыми властными решениями внутри страны. Все эти факторы в своей совокупности поспособствовали формированию стрессовой обстановки на рабочем месте и обусловили снижение профессиональной эффективности, морального климата в коллективе. Кроме того, сегодня в Российской Федерации, как и во многих других странах, усугубляет ситуацию тот факт, что органам государственного управления выделяется все меньше ресурсов, при этом им приходится сталкиваться с все более сложными проблемами, которые необходимо решать. Однако гражданские служащие стоят за качественным развитием страны, поэтому вопрос о повышении профессиональной мотивации на государственной службе требует оперативного и своевременного решения.

Мотивация как таковая представляет собой способность людей, институтов и обществ выполнять функции, решать проблемы, ставить и выполнять цели. Она имеет два компонента:

- Внутренний (относится к тому, чтобы делать что-то, что нравится самому человеку);
- Внешний (относится к тому, чтобы делать что-то для того, чтобы получить конкретный результат).

Исходя из этого, можно говорить о том, что мотивация гражданских служащих – это стимулирование гражданских служащих к эффективному, результативному и добросовестному исполнению ими своих должностных обязанностей. Сегодня считается, что людей, работающих в государственном секторе, привлекают внутренние вознаграждения, в связи с чем у них выше вероятность большей приверженности к своей организации. Однако нецелесообразно предполагать, что все государственные служащие мотивированы именно высшим благом. В действительности, их мотивируют как внешние, так и внутренние факторы.

Для того, чтобы повышение профессиональной мотивации на государственной службе было равномерным и грамотным, важно задействовать при этом 5 ключевых элементов: человека, работу, рабочую среду, организацию и общество в целом (таблица 1). Именно на эти составляющие в последствии необходимо опираться в разрабатываемых стратегиях и тактиках

по мотивированию [3].

Мотивация государственных гражданских служащих является актуальным вопросом на государственной гражданской службе, так как от неё зависит эффективность выполнения трудовых обязанностей, следовательно, и качество управления государством. Вопросами мотивации и стимулирования государственных гражданских служащих в Российской Федерации занимается Министерство труда и социальной защиты РФ.

Таблица 5. Стратегии и тактики по повышению мотивации в государственной службе

Единица анализа	Стратегия	Тактика
1. Человек	Интегрировать мотивацию в государственной службе в процессы управления человеческими ресурсами	Выбирать кадры исходя из мотивации к служению обществу. Готовить людей к ожидаемому поведению, которое отражает мотивацию к служению обществу. Использовать оценку эффективности деятельности, которая включает наблюдение поведения, отражающего мотивацию к служению обществу.
2. Работа	Создавать и доносить значение и цель работы	Доносить социальную значимость работы. Установить четкие цели в соответствии с имеющейся мотивацией в государственной службе.
3. Рабочая среда	Создать поддерживающую рабочую среду для мотивации в государственной службе	Создать рабочие структуры, которые улучшают саморегулирование. Поощрять взаимодействие на рабочем месте в духе сотрудничества. Создать и поддерживать стимулы, которые увязывают миссию организации и мотивацию работников в государственной службе. Разработать системы оплаты труда, которые делают упор на долгосрочную привлекательность для работников и не заглушают внутреннюю мотивацию.
4. Организация	Интегрировать служение обществу в миссию и стратегию организации	Сформулировать видение и деятельность организации, которые отражают приверженность мотивации служению обществу. Стимулировать лидерство на основе ценностей.
5. Общество	Создать в обществе легитимность в отношении служению обществу	Сотрудничать с общественными институтами для включения ценностей служению обществу в школьную программу. Выступать в поддержку и обеспечивать возможности для получения опыта до службы. Использовать средства массовой информации для того, чтобы привлечь внимание общества к государственной службе.

Главным документом, устанавливающим права и свободы человека и гражданина, является Конституция Российской Федерации. Каждый имеет право на труд в условиях, отвечающих требованиям безопасности и гигиены, на вознаграждение за труд не ниже минимального размера оплаты труда [4].

Также важно отметить Трудовой кодекс Российской Федерации, который регулирует трудовые отношения и устанавливает порядок предоставления отпусков, заключения договоров, а также меры ответственности за нарушения трудовых функций. В свою очередь это напрямую влияет на мотивацию государственных гражданских служащих [5].

Основополагающим нормативным правовым актом, регулирующим государственную гражданскую службу, является Федеральный закон «О государственной гражданской службе Российской Федерации» от 27.07.2004 №79-ФЗ. В данном законе прописаны государственные гарантии государственных гражданских служащих, предоставление отпусков, а также система оплаты труда, поощрения и вознаграждения на государственной гражданской службе в РФ, которые являются одними из приоритетных инструментов мотивации гражданских служащих.

В соответствии со статьей 55 Федерального закона от 27.07.2004 №79-ФЗ «О государственной гражданской службе Российской Федерации», за безупречную и эффективную гражданскую службу применяются следующие виды поощрения и награждения [2]:

- объявление благодарности с выплатой единовременного поощрения;
- награждение почетной грамотой государственного органа с выплатой единовременного поощрения или с вручением ценного подарка;
- выплата единовременного поощрения в связи с выходом на государственную пенсию за выслугу лет;
- присвоение почетных званий Российской Федерации и др.

Значимую роль в системе государственной службы играет Указ Президента РФ от 01.03.2017 №96 «Об утверждении положения о кадровом резерве федерального государственного органа», который содействует должностному росту государственных гражданских служащих. Включение в кадровый резерв мотивирует с точки зрения имиджа, так как состоять в кадровом резерве считается престижно, и является стимулом для государственных гражданских служащих.

Государственная служба не является единственным вариантом для людей, которые стремятся к работе, посвященной общественному благу. Так, люди, выбирающие работу исходя из общественных интересов, могли бы выбрать местом работы центры волонтерства и другие похожие организации. В связи с этим наличие надлежащих стимулов является основным условием для мотивации в государственном секторе. Без них может даже оказаться недостаточно служащих для выполнения минимальных задач, не говоря уже о стремлении к повышению эффективности государственных услуг путем применения принципов мотивации. Рассматривая важность стимулов, обратимся к зарубежному опыту.

Так, например, в ЮАР стимулами повышения профессиональной

мотивации на государственной службе являются [1]:

- повышение заработной платы;
- надбавка для востребованных специалистов и в сельской местности;
- спонсорская помощь на получение образования;
- доступное медицинское страхование;
- выходные пособия;
- жилье;
- программы приобретения личного транспорта.

Что касается отечественного опыта, существующая практика показывает, что в мотивации государственных гражданских служащих РФ в качестве решающего фактора мотивации выступает материальное стимулирование гражданских служащих. Денежное содержание состоит из двух частей: основной и дополнительной.

Дополнительная часть, согласно пункту 5 статьи 50 Федерального закона № 79-ФЗ, состоит из следующих выплат:

1. ежемесячная надбавка к должностному окладу за выслугу лет на гражданской службе;
2. ежемесячная надбавка к должностному окладу за особые условия гражданской службы;
3. премии за выполнение особо важных и сложных заданий;
4. единовременная выплата при предоставлении ежегодного оплачиваемого отпуска и др.

Проанализировав отечественный и зарубежный опыт, мы предлагаем следующие рекомендации по повышению профессиональной мотивации:

- Социальные льготы на местном уровне.
- Обеспечение жильем (в приоритете помощь молодым специалистам) за выслугу лет и хорошие рекомендации (например, если сотрудник 5 лет отработает в районной администрации и будет иметь положительный имидж, то будет рекомендован на получение квартиры и т.д.).
- Повышение процента заработной платы за выполнение поручений, не входящих в должностной регламент.
- Организация спортивных мероприятий среди госструктур (позволяет лучше узнать друг друга в рамках команды правительства, что приведет к новым знакомствам и будет способствовать более рациональному решению поставленных поручений, повысит мотивацию).
- Введение системы наставничества с активным участием в совещаниях (сотрудник более широко смотрит на выполнение поручений, быстрее и качественней их исполняет, работа не становится «непонятной», а есть четкая цель).

Таким образом использование различных стимулов повышает профессиональную мотивацию на государственной службе и удерживают квалифицированный персонал, что особенно важно в наше время, когда необходимо эффективно работать и тем самым способствовать социально-экономическому развитию страны.

Список литературы

1. 20 идей по развитию страны: эффективная госслужба. Как сделать труд госслужащих эффективным // Lenta.ru [Электронный ресурс]. – URL: https://lenta.ru/articles/2022/08/23/davidov_gov/ (дата обращения: 12.11.2023).

2. Бекмурзиева Х.М. Мотивация деятельности государственных гражданских служащих как средство повышения эффективности государственной гражданской службы // Управление. 2018. №4 (22). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/motivatsiya-deyatelnosti-gosudarstvennyh-grazhdanskih-sluzhaschih-kak-sredstvo-povysheniya-effektivnosti-gosudarstvennoy> (дата обращения: 11.11.2023).

3. Зинченко Г.П., Зинченко Я.Г. Мотивационные стратегии государственных служащих // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки. 2015. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/motivatsionnye-strategii-gosudarstvennyh-sluzhaschih> (дата обращения: 11.11.2023).

4. Конституция Российской Федерации: [принята всенародным голосованием 12 декабря 1993 г. с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01 июля 2020 г.] // Официальный интернет–портал правовой информации. – URL: <http://www.pravo.gov.ru> (дата обращения: 11.11.2023).

5. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30 декабря 2001 г. № 197-ФЗ (ред. от 30 апреля 2021 г.) // Система Гарант. – URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/70337601/> (дата обращения: 11.11.2023).

УДК 338.984

Титова А.И., обучающаяся 4 курса
Titova A.I., 4th year student

Национальный исследовательский технологический университет МИСиС
National Research Technological University MISiS

ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ: ОТРАСЛЕВЫЕ И ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЕ ПЕРСПЕКТИВЫ DIGITAL TRANSFORMATION: INDUSTRY AND TERRITORIAL PERSPECTIVES

Аннотация: На современном этапе развития Российской Федерации превалирующим фактором, влияющим на развитие экономической конъюнктуры, становится цифровая трансформация.

В ходе исследования были выявлены риски и угрозы, оказывающие влияние на переход к цифровой трансформации, среди которых ключевыми являются зависимость отечественного производства от импортных технологий,

низкий уровень цифровых компетенций и доверия менеджеров среднего и высшего звена, а также отток квалифицированных ИТ-специалистов.

В целях обеспечения национальных интересов и развития конкурентных позиций на мировом рынке особое внимание Правительством РФ уделяется формированию благоприятных условий для развития ИКТ-сектора, наращиванию импортозамещающих производств, повышению профессиональных компетенций специалистов компаний.

В статье в рамках цифровой трансформации учитываются отраслевые особенности компаний, а также влияние отраслевой принадлежности на преобразование бизнес-процессов путем внедрения инноваций.

Ключевые слова: цифровая трансформация, цифровая экономика, цифровые технологии, инновации, российские предприятия, отраслевые особенности

Annotation: At the present stage of development of the Russian Federation, the prevailing factor influencing the development of economic conditions is digital transformation.

The study identified risks and threats that influence the transition to digital transformation, among which the key ones are the dependence of domestic production on imported technologies, the low level of digital competencies and trust of middle and senior managers, as well as the outflow of qualified IT specialists.

In order to ensure national interests and develop competitive positions in the global market, the Government of the Russian Federation pays special attention to creating favorable conditions for the development of the ICT sector, increasing import-substituting production, and improving the professional competencies of company specialists.

Within the framework of digital transformation, the article takes into account the industry characteristics of companies, as well as the influence of industry affiliation on the transformation of business processes through the introduction of innovations.

Keywords: digital transformation, digital economy, digital technologies, innovation, Russian enterprises, industry characteristics

В условиях экономической и геополитической нестабильности проникновение инновационных технологий и применение цифровых решений во всех сферах жизнедеятельности человека стало ключевым решением для достижения социально-экономического развития, конкурентоспособности и всеобщего благосостояния государства [10].

В частности, экспертами отмечается высокая корреляция между уровнем развития цифровой экономики и развитием промышленного сектора: чем больше уделяется внимания оцифровке и виртуализации производственных процессов, тем большее намерение в развитии получают промышленный сектор и национальная экономика в целом [9]. Неуклонное распространение инноваций преобразует бизнес-процессы по всей цепочке создания стоимости продукции от формирования идеи до реализации и эксплуатационного использования. Это в свою очередь закладывает ожидаемые эффекты:

сокращение издержек, увеличение технологической гибкости, оптимизация и ускорение бизнес-процессов, сокращение срока вывода на рынок, экономия сырья, минимизация отходов.

Отправной точкой формирования цифровой трансформации государственного масштаба можно считать разработку и утверждение в 2019 г. национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации», а среди последующих вех развития цифровой политики – утверждение в 2021–2022 гг. стратегий с ориентиром на 2030 г., которые определяют приоритеты внедрения цифровых технологий исходя из рисков развития отраслей. Отраслевые стратегии цифровой трансформации призваны сыграть связующую роль между различными инициативами высокотехнологичных направлений, предусматривающих разработку, внедрение и распространение цифровых решений, среди которых выделяют: государственные информационные системы (ГИС), платформенные, экосистемные решения и маркетплейсы, электронный документооборот и т.д. [1]

Целью статьи является определение перспектив роста и развития отечественных предприятий в сфере цифровой трансформации, а также выявление факторов, препятствующих технологическому внедрению.

Анализ термина «цифровая трансформация бизнеса»

Следует отметить, что понятие «цифровая трансформация» представляет собой экономические и социальные последствия оцифровки и цифровизации, приведем несколько примеров трактовки рассматриваемых терминов:

- «оцифровка» подразумевает под собой преобразование различной информации, аналоговых данных и процессов в машинно-читаемый формат с сохранением качественных и количественных характеристик;

- «цифровизация» – процесс преобразования бизнес-процессов предприятия в цифровую форму.

Таким образом, отличительной особенностью цифровой трансформации является результат преобразования бизнес-процессов путем внедрения цифровых технологий, который предполагает удержание уровня конкурентоспособности и достижение цифрового лидерства в ключевых отраслях.

Цифровая трансформация – это непрерывный процесс мультимодального внедрения цифровых технологий, которые коренным образом меняют процессы создания, планирования, проектирования, развертывания и эксплуатации сервисов государственного и частного секторов [ITU,2019].

Управление рисками цифровой трансформации в практической деятельности российских предприятий

Технологическая основа цифровой трансформации для всех отраслей создается на базе открытий четвертой промышленной революции. Среди которых: искусственный интеллект, распределенные данные, интернет вещей, блокчейн, майнинговые центры, большие данные и облачное хранение, цифровые платформы, 4D-печать и т.д. [2].

Однако на фоне увеличившихся санкционных ограничений в отношении России цифровая трансформация бизнеса несет в себе общесистемные риски, препятствующие развитию государственных и предпринимательских структур.

Злободневным вопросом остается степень зависимости экономики РФ от ИКТ-импорта, а также санкционные риски в секторе развития инноваций.

В 2022 г. сектору ИКТ удалось преодолеть негативные тенденции, наблюдавшиеся в начале года, и обеспечить прирост объема реализации на 8.4% по сравнению с успешным 2021 г. (+25.4% к 2020 г.). Это немного меньше, чем по экономике в целом (+8.8%) [3].

Однако в период экономических ограничений (II–IV кв.) динамика сектора ИКТ кратно превысила значение по России (+6.5% против +1.2%). В производстве ИКТ-товаров в IV кв. удалось частично нивелировать негативные тенденции первых девяти месяцев и минимизировать годовой спад (-6.9%) благодаря наращиванию импортозамещающих производств и налаживанию поставок комплектующих [3]. Однако, снижение импорта ИКТ оказалось не таким значительным, как это могло ожидать, исходя из косвенных оценок.

С учетом санкционных ограничений большую роль играет география импорта (зависимость российских организаций от западного прикладного и базового ПО составляет 68%, и 85% импорта ИКТ-товаров приходится на страны Азии) рост курсов иностранных валют и нарушение логистики поставок, что приводит к удорожанию стоимости импортных инвестиционных и ИКТ-товаров, сокращению реальных инвестиций сектора ИКТ и сложностям с обеспечением потребности рынка в вычислительных мощностях. Также обострение экономической конъюнктуры и «угроза профессиональной изоляции» увеличивают риск оттока высококвалифицированных ИТ-специалистов.

Санкционные шоки послужили для России мобилизацией внутренних ресурсов цифровой трансформации. Так для обхода санкционных барьеров и подкрепления инициатив в разработке технологических решений Правительство РФ предпринимает комплексные меры, в ряд которых входит финансовая поддержка: осуществляется льготное кредитование, налоговое стимулирование, расширение грантов на разработку импорт-заменяемых технологий, финансируются программы повышения квалификаций персонала, оказывается поддержка межотраслевого трансфера, повышенное внимание уделяется импортозамещению. Представленные меры поддержки являются крайне важными для отраслей по причине их высокой зависимости от зарубежного оборудования и ПО. Немаловажным является и повышение цифровой грамотности специалистов, в частности менеджеров среднего и высшего звена. Так по словам А.В. Митенкова, перед службами HR во всех компаниях стоит задача переподготовки сотрудников в области управления персоналом на базе цифровых трендов и решений [7].

Однако установленных мер недостаточно для полного обеспечения цифровой трансформации отраслей. Важное значение будут иметь соглашения о намерениях между Правительством РФ с государственными корпорациями и субъектами предпринимательства по развитию высокотехнологичных

направления. А.В. Жагловская утверждала, что путь интенсивной цифровизации предусматривает целостный подход к изменениям как на уровне государства, так и на уровне отдельных отраслей и компаний [8].

Отраслевая специфика цифровой трансформации бизнеса

Особое внимание стоит обращать на отраслевые особенности глобальных корпораций, так как именно принадлежность к определенному сектору экономики задает темпы цифровых преобразований. В таблице 1 представлены данные в отраслевом профиле применения цифровых технологий.

Представленные технологии служат основой для формирования цифровой организации как объекта цифрового управления, обеспечивая сквозную интеграцию производственных процессов, автоматизацию рутинных и опасных операций, а также более гибкое и адаптивное управление.

Таблица 1. Удельный вес отраслевых организаций, внедривших цифровые технологии, по типам технологий: 2020

	Доля организаций отрасли, использующих технологию, в 2020 году, %				
	Обрабатывающая промышленность	ТЭК	Сельское хозяйство	Транспорт и логистика	Финансовые услуги
Облачные сервисы	27,1	19,0	17,8	20,1	41,0
Роботизация	17,2	4,2	4,1	3,4	0,8
RFID	16,5	14,0	8,1	12,1	11,8
Геоинформационные системы	12,9	18,8	14,1	15,8	26,0
	Доля организаций отрасли, использующих технологию, в 2020 году, %				
	Обрабатывающая промышленность	ТЭК	Сельское хозяйство	Транспорт и логистика	Финансовые услуги
Цифровые платформы	16,0	13,2	10,2	14,8	0,8
Интернет вещей	15,8	14,6	11,6	13,6	10,8
Анализ больших данных	9,7	8,9	4,6	9,5	16,4
Искусственный интеллект	3,6	2,5	2,2	3,7	22,8
Цифровые двойники	3,3	1,2	1,0	14,8	0,8
Аддитивные технологии	5,2	1,5	1,0	1,0	0,5

Как можно видеть по данным таблицы 1, наибольший удельный вес использования цифровых продуктов во всех отраслях приходится на облачные сервисы, геоинформационные системы, интернет вещей и RFID-технологии.

Структура и динамика использования интернета вещей за период 2020–2021 гг. представлена на ниже (рис.1).

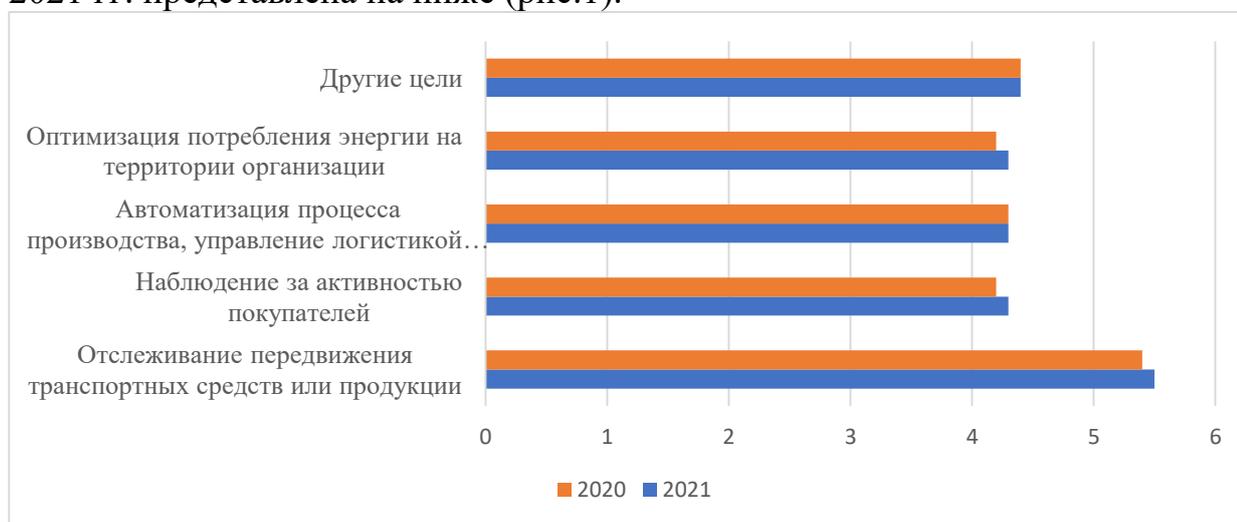


Рисунок 1. Цели использования интернет вещей предприятиями, % от общей численности предприятий

Анализ использования облачных сервисов в организациях за 2020–2021 гг. показал неизменность структуры и положительную динамику за исключением платформ для разработки программного обеспечения (рис. 2).

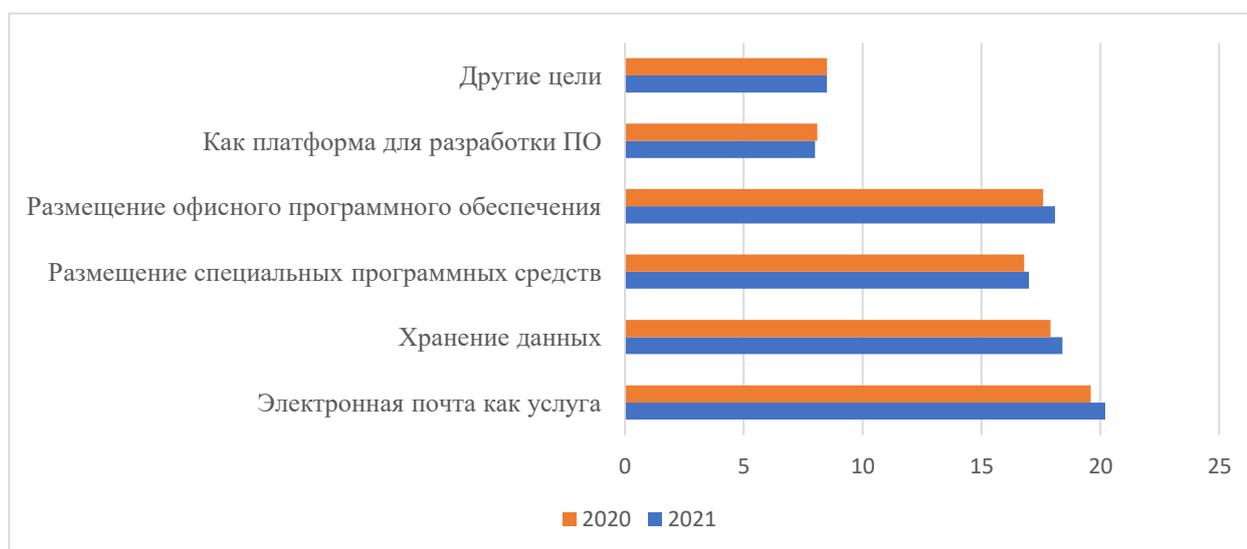


Рисунок 2. Цели использования облачных сервисов предприятиями, % от общей численности предприятий

Что касается России, то только 28% организаций использовали облачные сервисы. В качестве основных целей использования преобладали электронная почта как услуга (21%) и офисное программное обеспечение (20%) [4].

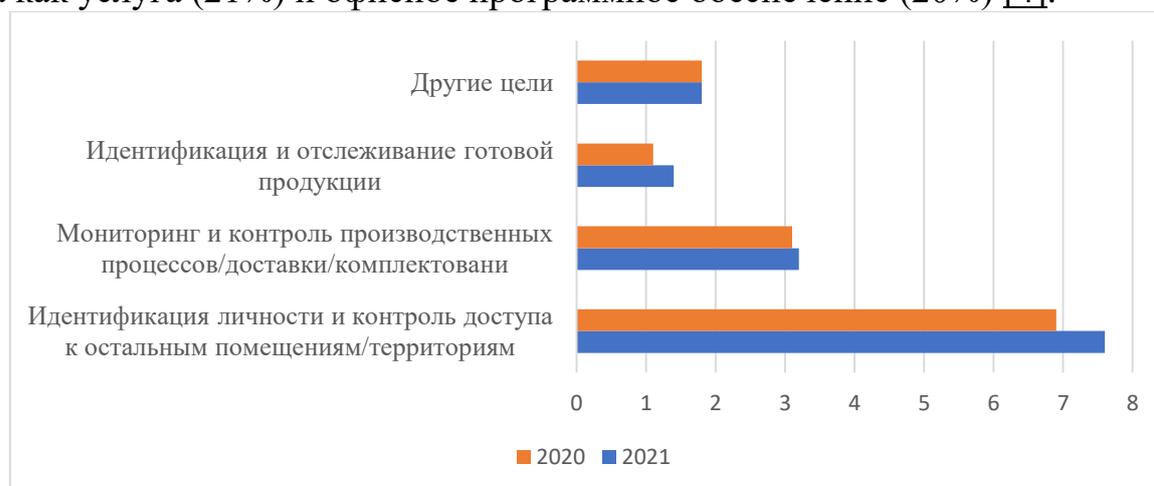


Рисунок 3. Цели использования RFID-технологии предприятиями, % от общей численности предприятий

Проведенный анализ позволяет сделать вывод о том, что основной целью использования RFID-технологий является идентификация личности и контроль доступа к отдельным помещениям/территориям [4]. Среди рассматриваемых целей, показатель остается преобладающим.

Заключение. Подводя общий итог, следует отметить, что в России сложились трудные условия для реализации задач цифровой трансформации экономики и производства. В условиях санкционных ограничений устоявшаяся стратегическая модель цифровой трансформации, основанная на импорте зарубежного ПО и ИКТ-оборудования, оказалась неэффективной. Однако вызовы, которые ранее представлялись не достижимыми, коснулись российской экономики – тем самым открыли новый вектор возможностей, методы и пути решения, которые уже перешли к стадии реализации в рамках цифровой трансформации национальной экономики.

Главным направлением стимулирования промышленных предприятий к применению цифровых технологий является создание условий, при которых данные технологии имели бы высокую эффективность [5].

Государству необходимо создавать и поддерживать инфраструктуры национальной экономики, в которой российским промышленным компаниям в условиях высокой конкуренции будет рационально и эффективно внедрять, и развивать различные виды цифровых технологий.

Список литературы

1. Цифровая трансформация: ожидания и реальность: докл. к XXIII Ясинской (Апрельской) междунар. науч. конф. по проблемам развития экономики и общества, Москва, 2022 г. [Текст] / Г. И. Абдрахманова, С. А. Васильковский, К. О. Вишневский, М. А. Гершман, Л. М. Гохберг и др.; рук. авт. кол. П. Б. Рудник;
2. Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2022 — 15с.

3. Safronchuk M. V. (2017) Digital pace revolution (the fourth industrial revolution and the digital transformation). *Ekonomika i Upravlenie: Problemy, Resheniya*, no. 11, vol. 5, pp. 52–56

4. Российский сектор ИКТ: ключевые показатели 2022 года, Г.И. Абрахманова, Л.М. Гохберг, М.Ю. Соколова, НИУ ВШЭ - URL:10.17323/ICT_Sector_2022_IVQ

5. Цифровая трансформация промышленности: проблемы и перспективы, Воронеж, И.А. Пургаева, Т.А. Некрасова, Т.С. Наролина, Т.И. Смотровая, 2021 – с.46 URL: <https://journals.vsu.ru/meps/article/view/11160/11259>

6. Smotrova T., Narolina T.S., Nekrasova T.A. Digital platforms as a tool for transforming the economy // В сборнике: 7th INTERNATIONAL CONFERENCE ON EDUCATION AND SOCIAL SCIENCES. Abstracts & Proceedings 2020, pp.97-101

7. Митенков, А. В. Инсайты концепций трансформации служб управления персоналом в BANI-мире / А. В. Митенков // Вестник евразийской науки. — 2023. — Т. 15. — № 3. — URL: <https://esj.today/PDF/27ECVN323.pdf>

8. Scenarios for the Development of Industrial Complexes in the Digital Economy. Tolstykh, T.O., Shkarupeta, E.V., Kostuhin, Y.Y., Zhaglovskaya, A.V., Garin, A.P. *Lecture Notes in Networks and Systems*, 2020, 73, страницы 1255–1261

9. Елисеева Е.Н., Савинова Д.К. Процессный подход как парадигма развития бизнес-процессов на промышленных предприятиях / В сборнике: Цифровая трансформация экономических систем: проблемы и перспективы (ЭКОПРОМ-2022). Сборник трудов VI Всероссийской научно-практической конференции с зарубежным участием. Санкт-Петербург, 2022. С. 505-507.

10. Хоменко Е.Б. Цифровая экономика: актуальные вопросы теории и практики // Вестн. Удм. ун-та. Сер. Экономика и право. 2021. Т. 31, вып. 1. С. 45-52.

УДК 336

Уртемеева Ю.Д., обучающаяся 3 курса
Urtemeeva Yu.D., 3rd year student

Научный руководитель: Леухина Т.Л., к.э.н., доцент
Scientific supervisor: Leukhina T.L., Ph.D. Associate Professor

ФГБОУ ВО «Поволжский государственный технологический университет»
Volga State Technological University

**ТЕОРИЯ, НОРМАТИВНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ И МЕТОДИКА
УЧЕТА ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ**
THEORY, REGULATORY REGULATION AND METHODOLOGY OF CASH
ACCOUNTING

Аннотация: Данная статья представляет собой исследование вопросов, связанных с учетом денежных средств на предприятии в Российской

Федерации. Изучение теоретических основ данного процесса позволяет лучше понять принципы формирования и использования денежных средств в организации. Одним из ключевых аспектов является нормативное регулирование. Анализ законодательных актов и нормативных документов помогает выявить основные требования к учету денежных средств, а также предоставляет правовую базу для успешной финансовой деятельности. Эффективная методика учета денежных средств является основным элементом обеспечения прозрачности экономического положения предприятия, поэтому её исследование способствует выбору наилучшего подхода для достижения оптимальных результатов в управлении финансовыми потоками.

Ключевые слова: бухгалтерский учет, денежные средства, учет денежных средств, нормативное регулирование, методика учета, законодательство.

Abstract: This article is a study of issues related to accounting for cash at an enterprise in the Russian Federation. The study of the theoretical foundations of this process allows us to better understand the principles of the formation and use of funds in the organization. One of the key aspects is regulatory regulation. The analysis of legislative acts and regulatory documents helps to identify the main requirements for the accounting of funds, and also provides a legal basis for successful financial activities. An effective method of accounting for cash is the main element of ensuring transparency of the economic situation of the enterprise, therefore, its study contributes to the selection of the best approach to achieve optimal results in managing financial flows.

Keywords: accounting, cash, cash accounting, regulatory regulation, accounting methodology, legislation.

В условиях динамичного и конкурентоспособного окружения эффективное ведение учета денежных средств становится неотъемлемой составляющей финансовой устойчивости и успешного функционирования предприятия. Рассматриваемая в данной работе тема представляет собой важный аспект в области бухгалтерского учета, требующий глубокого теоретического понимания и строгого соблюдения законодательных норм.

Денежные средства являются не только ключевым элементом текущей ликвидности предприятия, но и фактором, который оказывает непосредственное влияние на его финансовое состояние. В данной статье мы проведем анализ источников, изучающих теоретические аспекты учета денежных средств, нормативное регулирование, которое регламентирует этот процесс, предостерегая от возможных ошибок и недопонимания, и методику учета денежных средств.

На фоне постоянно меняющегося законодательного регулирования, где даже небольшие недочеты могут иметь серьезные последствия, понимание теории и строгое соблюдение нормативов и методических указаний в учете денежных средств становятся одними из важнейших аспектов успешной финансовой стратегии предприятия.

Магомедов Р.Ф. и Джалилова З.Д. в своей статье «Учет денежных средств» [3] исследуют теоретические основы учета денежных средств,

включающие понятия, функции, задачи и другие аспекты данной сферы. Также рассматриваются синтетический и аналитический учет денежных средств.

В начале статьи авторы раскрывают термин «денежные средства», говоря о том, что это активы предприятия, выраженные в денежной форме, которые могут существовать в виде денежных документов, наличных денег в кассе предприятия, денежных средств в пути, в чековых книжках, в аккредитивах, на специальных счетах в банках, на расчетных счетах в банках в отечественной и иностранной валюте и так далее.

Денежные средства образуют входящие и исходящие денежные потоки, пока находятся в непрерывном движении. Такое их свойство позволяет осуществлять множество различных операций, включая расчеты с банками, с работниками по оплате труда, с бюджетом и внебюджетными фондами, с поставщиками и подрядчиками за покупку товаров и услуг и другие.

Одной из основных характеристик организации, подчеркивают авторы, а именно её финансового состояния, является платежеспособность. Она напрямую зависит от денежных средств, так как определяется, исходя из наличия достаточности денежных средств для своевременных расчетов по текущим обязательствам. Такая формулировка может дать представление, что чем больше имеется денежных средств, тем лучше. Однако это не совсем так. Излишние остатки запасов денежных средств замедляют их оборот, а при инфляции ведут к потерям в процессе их обесценивания. Поэтому эффективное управление денежными потоками становится ключевым аспектом для предприятия, а построение системы управления зависит от качественной организации бухгалтерского учета денежных средств. Полноценный учет обеспечивает своевременное реагирование на изменения в объемах и потоках денежных средств, позволяя принимать оперативные решения для минимизации негативных последствий.

Далее в статье рассматриваются ключевые функции бухгалтерского учета денежных средств, к которым относятся:

- соблюдение постоянного состояния сохранности денежных средств и документов в кассе;
- обеспечение контроля за кассовой и расчетно-платежной дисциплиной;
- максимально эффективное использование заемных и собственных денежных средств.

Задачи учета денежных средств формируются, исходя из его функций. Так к основным из них можно отнести:

- осуществление постоянного контроля за правильностью ведения документации и законностью операций с наличными и безналичными денежными средствами, их целесообразностью, а также гарантия полного и своевременного отражения этих операций в учете;
- регулярная проверка сохранности денежных средств и документов в кассе, проведение систематических инвентаризаций с последующим выявлением результатов и оперативным взысканием недостач;

- обеспечение точности, своевременности и полноты расчетов по всем видам платежей и поступлений, включая эффективное взыскание дебиторской и погашение кредиторской задолженности;
- проведение анализа для выявления возможностей более рационального использования и вложения свободных денежных средств.

Авторы, рассматривая теоретические аспекты данной темы, приходят к выводу, что такие задачи придают особенное значение бухгалтерскому учету денежных средств, рассматриваемому как неотъемлемый инструмент управления денежными потоками организации. Этот учет необходим для эффективного контроля за сохранностью и законностью движения денежных средств, а также для обеспечения их эффективного использования. Кроме того, он является ключевым элементом поддержания постоянной платежеспособности предприятия, обеспечивая его бесперебойное и полноценное функционирование.

Следующим пунктом изучаемой статьи является исследование синтетического и аналитического учета денежных средств.

Наличные денежные средства учитываются на активном счете 50 «Касса», включенном в План счетов бухгалтерского учета, по дебету которого отражаются любые поступления денежных средств в кассу организации, а по кредиту выбытие этих средств. Аналитический учет проводится в каждой кассе, имеющейся в собственности организации (в качестве примеров рассматриваются субсчета 50.11 – основная касса, 50.12 – касса розничного отдела и другие). Сальдо счета 50 представляет собой остаток средств в дебете счета, отражающий наличие денежных средств и соответствующих документов на начало или завершение конкретного отчетного периода (например, дня, смены, недели и т.д.).

Безналичные денежные средства, в отличие от вышеуказанных, фигурируют на расчетных счетах предприятия, поэтому учитываются таковые на активном счете 51 «Расчетные счета», если денежные средства представлены в рублях, и на счете 52 «Валютные счета», если производится учет иностранной валюты. По дебету и кредиту счетов отражаются операции, аналогичные учету наличных денежных средств. Аналитический учет проводится с точки зрения всех банковских счетов предприятия (например, 51.1 – расчетный счет в одном банке, 51.2 – расчетный счет в другом банке и так далее).

Далее авторами менее подробно рассматривается учет денежных средств на специальных счетах в банках (счет 55 «Специальные счета в банках», отражающий движение чековых книжек, депозитарных счетов и др.), учет денежных средств предприятия, которые находятся в пути (счет 57 «Переводы в пути»), учет денежных средств, сосредоточенных в долговых ценных бумагах, акциях, выданных займах и т.п. (счет 58 «Финансовые вложения», также отражающий учет электронных денег) и учет организованных резервов под обесценение своих финансовых вложений (счет 59 «Резервы под обесценение финансовых вложений»).

Таким образом, в данной статье авторы детально рассмотрели теоретические основы учета денежных средств, охватывая ключевые понятия,

функции и задачи в этой области. Особое внимание уделено анализу синтетического и аналитического учета, что обеспечивает полное понимание механизмов управления денежными потоками организации. Эта работа предоставляет ценные практические и теоретические знания, подчеркивая важность правильного учета для эффективного управления финансовыми ресурсами предприятия.

Хурухова Х.М. в своей статье «Нормативное регулирование учета денежных средств» [4] рассматривает вопрос действующего законодательства Российской Федерации, в соответствии с которым должен реализовываться бухгалтерский учет денежных средств на предприятии.

В начале работы автор подчеркивает важность соблюдения правил, установленных нормативными актами, и норм ведения бухгалтерского учета, но в то же время подчеркивает, что хозяйственные операции по использованию денежных средств требуют отдельного внимания в отношении бухгалтерии предприятия. Устойчивое развитие организации и увеличение её доходности от хозяйственной деятельности непосредственно зависит от своевременного поступления денежных средств и ускорения оборачиваемости оборотных средств. Все это невозможно осуществить без конкретно организованного и правильного ведения учета денежных средств и расчетов.

Далее в работе приводится перечень нормативно-правовых документов, которые определяют порядок поступления и учета денежных средств. Основными из них, действующими на период ноября 2023 года, являются:

- Гражданский кодекс РФ – рассматривает денежные средства, как объект гражданского оборота;
- Налоговый кодекс РФ – содержит порядок налогообложения операций с активами и обязательствами организаций;
- Федеральный закон от 06.12.2011 №402-ФЗ «О бухгалтерском учете» [1] – содержит описание норм учета, отчетности и контроля фактов хозяйственной жизни в целом, отражающих присутствие и передвижение денежных средств;
- Федеральный закон от 22.05.2003 №54-ФЗ «О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении расчетов в Российской Федерации» [2] - устанавливает, что все организации или индивидуальные предприниматели при осуществлении как наличных, так и безналичных расчетов обязаны применять контрольно-кассовую технику, отвечающую определенным требованиям;
- Приказ Минфина РФ от 31.10.2000 №94н «Об утверждении Плана счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций и Инструкции по его применению» - утверждает счета, на которых учитываются наличные и безналичные денежные средства, и другие ценности, которые хранятся в кассе и на банковских счетах, а также правила их применения в целях организации синтетического и аналитического учета;
- Приказ Минфина РФ от 13.06.1995 №49 «Об утверждении Методических указаний по инвентаризации имущества и финансовых обязательств» (утрачивает силу с 1.04.2025);
- Указание Банка России от 11.03.2014 №3210-У «О порядке ведения кассовых операций юридическими лицами и упрощенном порядке ведения

кассовых операций индивидуальными предпринимателями и субъектами малого предпринимательства» и другие.

Таким образом, в данной статье автор предоставил подробный анализ вопроса нормативного регулирования бухгалтерского учета денежных средств. Это исследование выявляет ключевые аспекты законодательной базы, охватывая основные нормы и правила, регулирующие учет данной категории. Полученные выводы являются ценным вкладом в понимание структуры и стандартов, лежащих в основе бухгалтерской практики учета денежных средств.

В Российской Федерации учет денежных средств подчинен строгим правилам и стандартам, определенным бухгалтерским законодательством. Рассмотрим методику учета денежных средств в соответствии с установленными нормами:

1. Открытие банковских счетов:

Предприятие должно открыть корпоративные банковские счета для проведения всех финансовых операций. Счета должны быть зарегистрированы в соответствии с установленными банковскими и бухгалтерскими стандартами.

2. Оформление первичных документов:

Каждая финансовая транзакция, связанная с денежными средствами, должна быть подтверждена первичным документом. Это могут быть кассовые чеки, банковские выписки, квитанции и другие.

3. Регистрация в бухгалтерии:

Полученные первичные документы регистрируются в бухгалтерском учете, который ведется с применением соответствующих счетов бухгалтерского учета для отражения движения денежных средств.

4. Кассовые операции:

Проведение операций с кассой подлежит строгому контролю. Каждый приход и расход наличных денег должен быть отражен в кассовых книгах. Все кассовые операции фиксируются на кассовом ордере.

5. Банковские операции:

Банковские операции регистрируются в журнале банковских операций. Банковские выписки периодически сравниваются с бухгалтерским учетом для выявления расхождений.

6. Контроль за ликвидностью:

Бухгалтер должен внимательно следить за ликвидностью предприятия, чтобы избежать ситуаций, когда денежных средств недостаточно для покрытия текущих обязательств.

7. Отчетность:

В конце каждого отчетного периода составляются отчеты о движении денежных средств. Эти отчеты должны соответствовать установленным формам и представляться в налоговые органы.

8. Налоговый учет:

Все финансовые операции также подлежат налоговому учету. Налоговые отчеты подаются в соответствии с установленными сроками и требованиями.

9. Соблюдение законодательства:

Бухгалтерия должна строго соблюдать все требования бухгалтерского и налогового законодательства, а также следить за изменениями в этих областях.

Как было указано ранее, наличные денежные средства учитываются на счете 50 «Касса», а безналичные – на счете 51 «Расчетные счета» (если в рублях) и на счете 52 «Валютные счета» (если в иностранной валюте). Рассмотрим типовые операции и корреспонденции по счетам 50 и 51 (см. таблицы 1 и 2 соответственно).

Таблица 1. Типовые операции по счету 50 «Касса»

Содержание операции	Корреспонденция	
	Дебет	Кредит
Получены деньги с расчетного счета	50	51
Получено от покупателей за продукцию	50	62
Получен остаток подотчетных сумм	50	71
Получены денежные средства от виновного лица в счет погашения материального ущерба	50	73-2
Получены суммы арендной платы	50	76-6
Поступила выручка от реализации продукции, проданной за наличный расчет	50	90
Сданы денежные средства на расчетный счет	51	50
Сдана выручка инкассаторам	57	50
Оплачено поставщикам за материалы	60	50
Оплачена подписка за периодические издания	97	50
Выданы деньги подотчетным лицам	71	50
Выданы заработная плата, отпускные, премии, материальная помощь, больничные персоналу	70	50

Таблица 2. Типовые корреспонденции по счету 51

Содержание хозяйственной операции	Документ	Корреспондирующие счета	
		Дебет	Кредит
На расчетный счет внесена денежная наличность из кассы	Расходный кассовый ордер, объявление на взнос наличными	51	50
Поступили денежные средства от покупателя (заказчика) за реализованные товары (работы, услуги), продажу ненужного имущества	Платежные документы, банковская выписка	51	62-1
Поступила предоплата (аванс) от покупателя, заказчика	Платежные документы, банковская выписка	51	62-2
На расчетный счет поступила выручка от продаж (при невозможности ее предварительного начисления)	Платежные документы, банковская выписка	51	90-1
Получен банковский кредит: краткосрочный/долгосрочный	Банковская выписка	51	66,67
Получены с расчетного счета наличные деньги по чеку	Корешок чека, банковская выписка, приходный кассовый ордер	50	51
Перечислен аванс поставщику, подрядчику	Платежное поручение, банковская выписка	60-2	51

Таким образом, методика учета денежных средств в Российской Федерации стремится обеспечить точность, прозрачность и соответствие законодательству во всех финансовых операциях предприятия. Точные записи и своевременная отчетность не только обеспечивают соответствие законам, но и служат основой для принятия эффективных стратегических решений.

Подводя итог данной работы, можно отметить, что область учета денежных средств в бухгалтерском учете представляет собой крайне важный аспект для успешного функционирования предприятий в современных условиях. Сочетание теоретических знаний, соблюдение нормативов и применение методик учета денежных средств играют решающую роль в обеспечении финансовой устойчивости и эффективного управления финансовыми ресурсами.

Теоретическая база предоставляет необходимый фундамент для понимания основных концепций, принципов и методов, лежащих в основе учета денежных средств. Нормативное регулирование, в свою очередь, создает рамки и стандарты, обеспечивающие однородность и прозрачность бухгалтерской отчетности, а также соблюдение законов и требований налогового законодательства. Методика учета денежных средств выступает важным инструментом, позволяющим конкретному предприятию адаптировать общие принципы к своим особенностям и потребностям. Каждый этап учета, начиная от регистрации первичных документов и ведения кассовых операций до подготовки отчетности, требует тщательного подхода и строгого соблюдения установленных процедур.

Исключительная важность данного аспекта бухгалтерии подчеркивается тем, что денежные средства представляют собой ключевой элемент финансовой устойчивости и позволяют предприятию эффективно управлять своими ресурсами. Внимательное следование теоретическим основам, нормативам и методикам учета денежных средств обеспечивает не только соответствие законодательству, но и создает надежную основу для принятия обоснованных стратегических решений, направленных на устойчивое развитие предприятия.

Список литературы:

1. Федеральный закон от 06.12.2011 №402-ФЗ «О бухгалтерском учете» [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://clck.ru/32sZGU> (дата обращения: 12.11.2023)

2. Федеральный закон от 22.05.2003 №54-ФЗ «О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении расчетов в Российской Федерации» [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://clck.ru/YyKHW> (дата обращения: 12.11.2023)

2. Магомедов Р.Ф, Учет денежных средств / Р.Ф. Магомедов, З.Д. Джалилова // «Экономика и социум». – 2019. - №5(60). – С. 849-852. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://clck.ru/36ZQBs> (дата обращения: 12.11.2023)

3. Хурухова Х.М. Нормативное регулирование учета денежных средств / Х.М. Хурухова // «Теория и практика современной науки». – 2019. - №12(54). –

С. 449-452. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://clck.ru/36ZQNm>
(дата обращения: 12.11.2023)

УДК 338

Усеинова М.Р., обучающаяся 3 курса
Useinova M. R., 3rd year student

ГБОУВО РК «Крымский инженерно-педагогический университет имени Февзи Якубова»

SBEIHE RC «Crimean engineering and pedagogical university the name of Fevzi Yakubov

**ПРОБЛЕМЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ В
УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ РЫНКА**
**PROBLEMS OF COMPETITIVENESS OF ENTERPRISES IN THE CONDITIONS
OF MARKET GLOBALIZATION**

Аннотация. В данной статье рассмотрены основные проблемы конкурентоспособности предприятий в условиях глобализации рынка. Выделена актуальность темы исследования, дана трактовка понятий «конкурентоспособность предприятия», «глобализация рынка», отражена роль конкурентоспособности для предприятий. Кроме того, в статье описываются современные тенденции развития конкурентоспособности предприятий в условиях глобализации.

Ключевые слова: конкурентоспособность предприятий, глобализация рынка, увеличенная конкуренция.

Annotation. This article discusses the main problems of competitiveness of enterprises in the context of market globalization. The relevance of the research topic is highlighted, the interpretation of the concepts of "enterprise competitiveness", "market globalization" is given, the role of competitiveness for enterprises is reflected. In addition, the article describes the current trends in the development of competitiveness of enterprises in the context of globalization.

Keywords: competitiveness of enterprises, market globalization, increased competition.

Актуальность данной темы обусловлена тем, что современные компании сталкиваются с рядом вызовов и сложностей, связанных с усилением конкуренции на мировом рынке.

Изучение этой темы позволит выявить основные проблемы, с которыми сталкиваются предприятия в условиях глобализации, и найти эффективные стратегии и методы их решения. Исследование данной темы может принести значительную пользу как для бизнес-сообщества, так и для академического сообщества, помогая компаниям развивать свои конкурентные преимущества и успешно выходить на мировой рынок.

Цель данной работы: изучить основные проблемы конкурентоспособности предприятий в условиях глобализации рынка.

Современное деловое окружение требует от предприятий не только эффективности в производстве, но и высокой конкурентоспособности. Конкуренция на рынке стала более острой, и предприятия вынуждены активно разрабатывать стратегии для укрепления своего положения.

Конкурентоспособность предприятия — это способность компании успешно соперничать на рынке, выделяться среди конкурентов и привлекать клиентов. Ключевые факторы включают качество продукции, ценообразование, инновации, эффективность производства и маркетинговые стратегии. [3]

К ключевым факторам конкурентоспособности можно отнести:

– Исследование и разработка. Инновации и постоянное развитие новых продуктов или усовершенствование существующих являются ключевыми факторами. Предприятия должны инвестировать в исследования и разработку для поддержания конкурентных преимуществ.

– Эффективность производства. Оптимизация производственных процессов помогает снизить издержки и повысить эффективность, что сказывается на конкурентоспособности.

– Маркетинг и брендинг. Эффективные маркетинговые стратегии и сильный бренд способствуют привлечению клиентов. Предприятия должны понимать потребности рынка и предлагать уникальные решения.

– Управление персоналом. Квалифицированный и мотивированный персонал играет важную роль в успехе предприятия. Инвестиции в обучение и развитие сотрудников содействуют повышению конкурентоспособности.

Современные предприятия сталкиваются с рядом сложных проблем, влияющих на их конкурентоспособность. Одним из ключевых факторов, оказывающих существенное воздействие, является глобализация рынка. Глобальные экономические трансформации приводят к изменениям в условиях бизнеса, требуя от предприятий адаптации к новым вызовам.

Глобализация рынка – это вызов, с которым сталкиваются предприятия в современном мире. Этот процесс открывает новые возможности для бизнеса, но сопровождается рядом сложностей, затрагивающих конкурентоспособность компаний. Рассмотрим основные проблемы, с которыми предприятия сталкиваются в условиях глобальных рыночных тенденций.

Влияние глобализации на предприятие можно выразить в трех аспектах:

1. Расширение рынков: Глобализация открывает новые возможности для предприятий достигать более широкой аудитории. Однако, с ростом конкуренции, необходимо более тщательное изучение потребительских предпочтений и разработка адаптивных стратегий.

2. Технологические изменения: Глобальные технологические тенденции воздействуют на производственные процессы и требуют от предприятий постоянного обновления технологической базы для увеличения производительности и снижения затрат.

3. Кадровый вопрос: Глобализация требует от предприятий международных команд сотрудников и управленческих кадров, что влечет за

собой новые вызовы в области управления персоналом и культурного взаимопонимания.

Глобализация рынка представляет собой сложное явление, оказывающее значительное воздействие на конкурентоспособность предприятий. В этом контексте возникают несколько ключевых проблем. [4]

Первой проблемой является интенсивная конкуренция. С появлением доступа к мировым рынкам увеличивается количество конкурентов. Предприятия вынуждены бороться за внимание потребителей в условиях перенасыщенности рынка. Это требует постоянного совершенствования продукции, услуг, а также стратегий маркетинга и продаж. Глобализация расширяет доступ предприятий к мировым рынкам, что влечет за собой увеличение числа конкурентов. На фоне интенсивной конкуренции предприятия вынуждены постоянно совершенствоваться, чтобы привлечь и удержать клиентов.

Второй немаловажной проблемой можно считать ценообразование и давление на маржинальность. В условиях глобализации покупатели могут легко сравнивать цены на товары и услуги, что приводит к увеличению давления на ценообразование. Это означает, что предприятия должны постоянно оптимизировать свои производственные процессы и снижать издержки. Сравнение цен на мировых рынках позволяет потребителям выбирать наиболее выгодные предложения. Предприятия сталкиваются с необходимостью управления ценообразованием и снижения издержек, что может оказать давление на прибыльность. [6]

Технологические вызовы – еще одна проблема. Глобализация сопряжена с быстрым темпом технологических изменений. Предприятия, не способные быстро адаптироваться к новым технологиям, рискуют остаться позади в конкурентной борьбе.

Проблема управления поставками и цепями поставок также играет важную роль. Глобальные цепи поставок становятся сложнее управляемыми из-за различий в законодательстве, культурных особенностях и технологических стандартах. Это создает проблемы в обеспечении надежности и эффективности цепей поставок.

Политические и экономические риски – глобализация подвергает предприятия рискам, связанным с политической нестабильностью, валютными колебаниями и другими экономическими факторами в различных странах.

Кадровые проблемы – управление многонациональными командами требует специфических навыков и учета культурных различий. Недостаточная подготовка персонала может стать преградой для успешной глобальной деятельности предприятия.

Предприятия, стремящиеся к успешной глобальной деятельности, должны учитывать эти проблемы и разрабатывать стратегии адаптации, инновации и эффективного управления, чтобы поддерживать и улучшать свою конкурентоспособность в условиях глобализации рынка. [5]

Исследование проблем конкурентоспособности предприятий в условиях глобализации рынка позволяет выявить ключевые аспекты, требующие

внимания бизнес-лидеров. Разработка стратегий адаптации и управления ресурсами в условиях глобализации становится критически важной для обеспечения успешной долгосрочной деятельности предприятий.

Разработка стратегий адаптации и управления ресурсами в условиях глобализации рынка подразумевает сложную работу, требующую проведения таких мероприятий, как: [1]

1. Анализ окружающей среды:

– Проведение систематического анализа глобальной экономической, политической и социокультурной среды.

– Выявление основных трендов и изменений, которые могут повлиять на бизнес.

– Оценка конкуренции и выделение ключевых конкурентных преимуществ.

2. Гибкая производственная стратегия:

– Внедрение гибких производственных методов для быстрой реакции на изменения в спросе.

– Использование технологий "умного производства" для оптимизации процессов.

3. Глобальная цепочка поставок:

– Развитие гибкой глобальной цепочки поставок для снижения рисков и обеспечения непрерывности поставок.

– Установление стратегических партнерств с поставщиками и дистрибьюторами на мировом рынке.

4. Технологическая инновационность:

– Инвестирование в исследования и разработки для внедрения передовых технологий.

– Активное следование за технологическими трендами и их интеграция в бизнес-процессы.

5. Управление человеческим капиталом:

– Развитие культуры предприятия, способствующей глобальной адаптации.

– Обеспечение обучения персонала для эффективной работы в многонациональных командах.

– Использование глобальных программ мотивации и удержания талантов.

6. Риск-менеджмент:

– Разработка стратегии управления рисками, связанными с валютными колебаниями, политической нестабильностью и другими глобальными факторами.

– Создание резервных планов для срочной реакции на кризисные ситуации.

7. Маркетинг и адаптация продуктов:

– Адаптация маркетинговых стратегий под разнообразие культур и предпочтений потребителей в различных регионах.

– Гибкое изменение продуктового портфеля в соответствии с глобальными требованиями рынка.

8. Социальная ответственность:

– Участие в глобальных инициативах по социальной ответственности для улучшения репутации и создания позитивного образа компании.

Разработка и успешная реализация стратегий адаптации и управления ресурсами в условиях глобализации являются критически важными для обеспечения устойчивого развития предприятий. Гибкость, инновации, и глобальная перспектива должны стать основополагающими принципами стратегического управления в эпоху глобальных перемен.

Современный мировой рынок стал очень конкурентоспособным и динамично развивающимся. С появлением новых игроков на рынке, возможностью для местных предприятий конкурировать с зарубежными компаниями и быстрым развитием технологий, предприятия вынуждены постоянно совершенствоваться, чтобы оставаться конкурентоспособными.

Одной из основных тенденций развития конкурентоспособности предприятий является постоянное анализирование рынка и изучение потребностей потребителей. [2] В условиях глобализации, компании должны быть готовы к изменениям и быстро реагировать на них, чтобы не отставать от конкурентов. Это требует от предприятий разработки инновационных решений, улучшения качества продукции и услуг, а также постоянного развития новых продуктов.

Увеличенная конкуренция также стимулирует предприятия искать новые возможности для роста. Компании вынуждены развивать новые продукты и услуги, улучшать качество своей работы и искать способы увеличения эффективности производственных процессов.

Для успешной конкурентоспособности в условиях глобализации рынка, предприятия должны укреплять свои позиции на рынке, улучшать взаимодействие с клиентами, развивать свои бренды и повышать эффективность производственных процессов. Также важно уделять внимание управлению персоналом, развитию кадрового потенциала и улучшению внутренних бизнес-процессов.

В целом, современные тенденции развития конкурентоспособности предприятий в условиях глобализации рынка требуют от компаний постоянного совершенствования, гибкости и готовности к изменениям. Только предприятия, способные быстро адаптироваться к новым условиям и стремящиеся к постоянному развитию, смогут успешно преодолеть вызовы конкуренции в условиях глобализации рынка.

Глобальные трансформации оказывают значительное воздействие на бизнес-среду, требуя от предприятий не только адаптации, но и поиска новаторских решений для поддержания и увеличения конкурентоспособности.

Одной из ключевых проблем является необходимость расширения рынков в условиях усиленной конкуренции. Предприятия вынуждены адаптироваться к изменяющимся условиям, учитывая разнообразие культур, технологические инновации и сложности в управлении персоналом на мировом уровне.

Финансовая устойчивость становится вызовом, особенно для малых и средних предприятий, которые часто сталкиваются с трудностями в привлечении необходимых ресурсов для конкурентоспособного функционирования на глобальной арене.

Тем не менее, исследование также выявило ряд стратегических подходов для преодоления этих трудностей. Внедрение гибких производственных методов, развитие глобальных цепочек поставок, активная инновационная политика и эффективное управление человеческим капиталом — все эти элементы способны обеспечить предприятиям устойчивость и конкурентоспособность в глобальной среде.

Предприятия, грамотно адаптирующиеся к глобализации, могут воспринимать ее как возможность для роста и развития, а не только как вызов. Решение проблем конкурентоспособности в условиях глобализации требует интегрированного и системного подхода, внимательного анализа переменных в глобальной среде и гибкости в принятии стратегических решений.

Таким образом, исследование показало, что конкурентоспособность предприятий в условиях глобализации рынка становится все более актуальной проблемой. Глобальные тенденции, такие как цифровизация, изменение потребительских предпочтений и увеличение конкуренции, создают дополнительные вызовы для организаций.

Однако, исследование также показало, что современные технологии и инструменты, такие как цифровые платформы для обучения и развития сотрудников, могут помочь предприятиям повысить свою конкурентоспособность. Персонализированные подходы к обучению и отслеживанию прогресса сотрудников могут способствовать развитию более эффективных команд и улучшению общей производительности.

Мы можем сделать вывод, что для успешной конкурентоспособности в условиях глобализации рынка предприятиям необходимо интегрировать цифровые инструменты в управление человеческими ресурсами и постоянно совершенствовать их, чтобы привлекать и удерживать талантливых сотрудников.

Список литературы:

1. Быковская, Е. В. «Проблемы и перспективы развития цифровой экономики России: возможности инновационно-технологического развития индустриального сектора с целью повышения его стратегической конкурентоспособности»: монография / Е. В. Быковская. — Тамбов : ТГТУ, 2019. — 148 с.

2. Охотников, И. В. «Стратегический менеджмент и управление изменениями»: учебно-методическое пособие / И. В. Охотников, И. В. Сибирко. — Москва : РУТ (МИИТ), 2021. — 99 с.

3. Петухова, Ж. Г. «Конкурентоспособность предприятий»: учебное пособие / Ж. Г. Петухова. — Норильск : ЗГУ им. Н.М. Федоровского, 2021. — 113 с.

4. Шилец Е. С. «Устойчивое развитие национальных экономик, регионов, территориально-производственных комплексов, предприятий в условиях

глобализации» : сборник научных трудов / под редакцией. — Донецк : ДонНУ, 2021. — 435 с.

Интернет-ресурсы:

5. Лыгина, Н.И. «Российские предприятия в условиях глобальной конкуренции: основные проблемы» / Н.И. Лыгина, О.В. Рудакова // Вестник ОрелГИЭТ. — 2014. — № 4. — С. 3-7. — ISSN 2076-5347. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/journal/issue/300929> (дата обращения: 16.11.2023). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

6. Труфанова, С. В. «Оценка конкурентоспособности предприятий АПК» : учебное пособие / С. В. Труфанова. — 2-е изд., испр. — Иркутск : Иркутский ГАУ, 2020. — 101 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/183565> (дата обращения: 16.11.2023). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

УДК 339.137.22.

Усенко Е.С., курсант 3 курса, Быкова К.В., к.э.н.
Usenko E.S., Bykova K.V.

Краснодарский университет МВД России
Krasnodar University of the Ministry of Internal Affairs of Russia

**КЛЮЧЕВЫЕ АСПЕКТЫ ПРИ ОЦЕНКЕ
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ
KEY ASPECTS WHEN ASSESSING THE COMPETITIVENESS OF AN
ENTERPRISE**

Аннотация. В научной работе исследуются ключевые аспекты при оценке конкурентоспособности предприятия. Рассматриваются основные факторы оказывающие влияние на конкурентоспособность предприятия. В качестве основных факторов были выделены операционная эффективность и стратегическое позиционирование предприятия. Был проведен анализ влияния этих факторов на конкурентную среду предприятия. Было выяснено, что только тщательный и глубокий анализ конкурентной среды и условий деятельности конкретного хозяйствующего субъекта может помочь определить факторы, которые оказывают наибольшее влияние на его конкурентоспособность.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность предприятия, оценка конкурентоспособности, факторы конкурентной среды, операционная эффективность, стратегическое позиционирование

Annotation. The scientific work examines key aspects in assessing the competitiveness of an enterprise. The main factors influencing the competitiveness of an enterprise are considered. Operational efficiency and strategic positioning of the

enterprise were identified as the main factors. An analysis of the influence of these factors on the competitive environment of the enterprise was carried out. It was found that only a thorough and in-depth analysis of the competitive environment and operating conditions of a particular business entity can help determine the factors that have the greatest impact on its competitiveness.

Key words: competition, enterprise competitiveness, competitiveness assessment, competitive environment factors, operational efficiency, strategic positioning

Итоги деятельности любой фирмы зависят не только от затрат на производстве, но и от типа рынка, в условиях которого фирме приходится существовать. Фирма, которая выходит на рынок со своими товарами или услугами, всё чаще сталкивается с конкуренцией со стороны других фирм, которые уже находятся на данном рынке. Они тоже желают продать и продают свои товары или услуги. Из-за нехватки или ограниченности ресурсов, все фирмы, которые находятся на одном рынке, вынуждены соперничать между собой для того, чтобы выжить в условиях конкуренции. Одними из основных ресурсов будут являться денежные средства покупателей, которыми они располагают и тратят на данном рынке.

Затрагивая актуальность, нужно сказать, что конкуренция остается важным аспектом во многих сферах жизни и бизнеса, так как она подразумевает соревнование между различными участниками на рынке или в какой-либо другой области. Важно отметить, что характер конкуренции может сильно варьироваться в зависимости от конкретной сферы и региона.

Современные методы управления организацией очень важны в сегодняшней быстро меняющейся бизнес-среде. Связанные с этим основные проблемы, с которыми сталкиваются организации, включают в себя: сокращение циклов жизненного цикла продукта, увеличение конкуренции, быстрое развитие технологий, разнообразие культур и повышенную нужду в инновациях. Быстро меняющаяся бизнес-среда: в современном мире рынок меняется с огромной скоростью и компании должны быть готовы к быстрому реагированию на эти изменения. Рост конкуренции: конкуренция на рынке становится все более жесткой, поэтому компании должны развивать новые стратегии, чтобы оставаться в игре[2].

В целом, конкуренция остается неотъемлемой частью современного мира, и ее характер будет меняться в зависимости от конкретной области и обстоятельств. Она может стимулировать инновации, повышение качества товаров и услуг, но также может представлять угрозы для бизнеса, работников и правительств.

На современных рынках важным фактором остается инновационное управление. Актуальность использования инновационного менеджмента в современных организациях связана с тем, что в условиях быстро меняющегося рынка и постоянных технологических прорывов организации должны активно искать новые способы решения задач и удовлетворения потребностей клиентов. Инновационный менеджмент позволяет организациям сохранять

конкурентоспособность и развиваться в условиях неопределенности и рисков[3].

Чтобы эффективно функционировать предприятие должно обладать высокой конкурентоспособностью. Конкурентоспособность – это состояние, при котором компания может успешно соперничать на рынке с другими предприятиями, предлагая товары или услуги, которые отвечают потребностям клиентов и приносят прибыль. Конкурентоспособные предприятия имеют больше шансов выжить на рынке и преуспеть даже в условиях высокой конкуренции, они способны адаптироваться к изменяющимся условиям рынка и экономическим факторам. Высокая конкурентоспособность предприятия также, влияет на привлечение инвестиций. Инвесторы предпочитают вкладывать средства в конкурентоспособные предприятия, так как они считаются более надежными и прибыльными, это способствует привлечению капитала для дополнительного развития.

Конкурентоспособность также является фактором улучшения социального состояния общества. Конкурентоспособные предприятия имеют возможности и стимулы к расширению, именно поэтому создают новые рабочие места, что способствует снижению безработицы и социальной нестабильности. Также конкурентоспособные предприятия могут оказывать положительное воздействие на экономику отдельного региона, в котором они функционируют, тем самым способствуя росту местной инфраструктуры и развитию малого и среднего бизнеса.

Конкурентоспособность предприятия играет важную роль в его успешной деятельности и способствует его общему экономическому развитию. Способность предприятия конкурировать на рынке и предоставлять ценные товары и услуги определяет его будущее и влияет на множество аспектов экономики и общества.

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод о том, что важным аспектом деятельности предприятия является оценка его конкурентоспособности. Процесс оценки конкурентоспособности предприятия, как правило, ориентирован на изучение имеющегося опыта развития рынка. Для выбора наиболее реальной и эффективной методики оценки, необходимо получить комплексную информацию о состоянии конкурентоспособности коммерческого предприятия[4].

Во многом конкурентоспособность предприятия определяется двумя основными аспектами – факторами конкурентной среды и факторами базирования.

Влияние факторов конкурентной среды определяется благодаря известному анализу в виде пяти сил конкуренции. Воздействие указанных факторов указывает на направления стратегического позиционирования предприятия, степень адекватности которого находится в связи с уровнем конкурентоспособности предприятия.

Также, уровень конкурентоспособности предприятия находится в непосредственной взаимосвязи с факторами базирования компании. Влияние данных факторов происходит благодаря следующим аспектам:

- 1) условия спроса;
- 2) смежные или поддерживающие предприятия;
- 3) стратегическое планирование и структура предприятия;
- 4) условия факторов производства;

Факторы конкурентной среды и факторы базирования находятся в тесном, постоянном взаимодействии, так как оказывают постоянное влияние друг на друга. В условиях описанного взаимодействия формируются два источника конкурентоспособности предприятия: операционная эффективность и стратегическое позиционирование.

Операционная эффективность включает в себя способность предприятия выполнять схожие виды деятельности лучше, чем конкуренты. Она включает в себя оценку эффективности выполнения различных видов задач и применение различных стратегий, направленных на повышение эффективности использования имеющихся ресурсов и улучшение производства продукции. Такие стратегии включают в себя снижение количества брака продукции, повышение скорости разработки новых продуктов и иные мероприятия, которые способствуют более эффективному функционированию предприятия.

Стратегическое позиционирование предприятия предполагает осуществление уникальных форм деятельности или альтернативных подходов к уже существующей деятельности, отличных от тех, которые применяют конкуренты. В центре стратегического позиционирования лежит реализация видов деятельности, обеспечивающих уникальную создаваемую потребительную стоимость. Суть стратегического позиционирования состоит в создании особой и преимущественной позиции на основе деятельности, отличной от деятельности конкурентов.

Операционная эффективность, безусловно, обеспечивает получение прибыли в ходе реализации добавочной стоимости. Однако стратегическое позиционирование, создавая, поддерживая и расширяя рынки сбыта, предоставляет саму возможность реализации этого процесса.

Для повышения конкурентоспособности предприятие должно качественно реализовывать именно два этих аспекта. В рамках операционной эффективности необходимо систематически подходить к достижению целей, в рамках оперативного управления, при этом эти цели должны быть определены стратегией, именно это связывает два этих аспекта. Следует заметить, что операционная эффективность не должна являться программой или проектом, имея временные рамки. Жизненный цикл любого нормального предприятия превышает срок любого проекта. Именно поэтому операционная эффективность должна постоянно функционировать, являясь обычным состоянием организации.

Исходя из рассмотренного, операционная эффективность – это во многом процесс оперативного управления, а стратегическое позиционирование – это «дорожная карта» операционной эффективности. Два этих источника конкурентоспособности в отдельности являются необходимыми, но для достижения устойчивой конкурентоспособности предприятию необходимо рассматривать и управлять двумя этими источниками одновременно. Именно

взаимодействуя и дополняя друг друга они создают широкие конкурентные преимущества в процессе конкурентной борьбы.

Из практики анализа конкурентоспособности можно выделить ряд факторов, которые непосредственно влияют на формирование операционной эффективности:

1) Экономический потенциал поставщиков. Он заключается в оценке финансовой способности и ресурсов, которыми обладают поставщики товаров или услуг, для удовлетворения потребностей своих клиентов, а также для развития своего бизнеса. Этот показатель используется в контексте управления цепями поставок и закупочной деятельности компаний. Оценка экономического потенциала поставщиков позволяет оценить, насколько надежными и стабильными являются поставщики. Она включает в себя различные аспекты, такие как финансовая устойчивость, производственные мощности, качество продукции или услуг, наличие резервов и инновационных возможностей, географическое расположение и другие факторы.

2) Предпочтения и экономический потенциал покупателей. Это совокупная способность и готовность потребителей или групп потребителей приобретать товары и услуги на рынке. Он зависит от таких факторов, как доход, финансовая устойчивость, потребительские предпочтения, сезонные колебания и другие факторы, влияющие на покупательскую активность. Экономический потенциал покупателей обычно измеряется в денежных единицах и учитывает способность потребителей потратить деньги на товары и услуги. Он может быть различным для разных сегментов рынка и может меняться в зависимости от множества факторов, включая экономическую конъюнктуру, инфляцию, безработицу и другие макроэкономические и социальные условия.

В свою очередь на формирование стратегического позиционирования влияют:

1) Непосредственная угроза вторжения новых конкурирующих предприятий. Введение новых игроков в отрасль может привести к увеличению конкуренции. Это может привести к снижению цен, уменьшению прибыльности и необходимости вложения дополнительных ресурсов в маркетинг и продвижение продукции.

2) Угроза появления товаров-субинститутов. Это продукты или услуги, которые могут быть использованы вместо других товаров или услуг для удовлетворения схожих потребностей или целей. Эти товары или услуги обычно имеют схожие характеристики, функциональность или применение, что делает их альтернативой для потребителей.

Существуют различные факторы базирования, которые влияют на формирование операционной эффективности и стратегического позиционирования предприятия. В частности, условия факторов производства и связанных предприятий оказывают большее влияние на операционную эффективность, в то время как условия спроса, структура и стратегия предприятия влияют на стратегическое позиционирование. Однако соперничество существующих конкурентов является исключением, поскольку

это фактор, который влияет как на операционную эффективность, так и на стратегическое позиционирование предприятия. Таким образом, этот фактор играет важную роль в формировании конкурентоспособности предприятия.

Важно заметить, что нельзя рассматривать процесс воздействия таким образом, что конкретный фактор влияет на конкретный источник, следует рассматривать это влияние в системе, но в такой системе какой-либо из факторов может иметь довольно решающее значение, при этом влияние иных факторов должны рассматривать в сочетании.

Подводя итоги можно сделать вывод о том, что только тщательный и глубокий анализ конкурентной среды и условий деятельности конкретного хозяйствующего субъекта может помочь определить факторы, которые оказывают наибольшее влияние на его конкурентоспособность. Этот анализ позволяет выявить ключевые элементы, которые необходимо учесть для улучшения конкурентоспособности предприятия. После этого, с помощью целенаправленного воздействия на данные факторы, появляется возможность значительно повысить конкурентоспособность предприятия и достичь успеха на рынке.

Список литературы:

Законы, нормативные акты и иные официальные документы

1. Федеральный закон "О защите конкуренции" от 26.07.2006 N 135-ФЗ (последняя редакция) (Дата обращения: 02.11.2023)

Монографии, учебники, учебные пособия

2. Быкова, К. В. Современные методы управления организацией / К. В. Быкова, Е. В. Ефимова // Экономика устойчивого развития. – 2023. – № 2(54). – С. 159-163. – DOI 10.37124/20799136_2023_2_54_159. – EDN WTPTWF.

3. Быкова, К. В. Особенности применения концепций инновационного менеджмента / К. В. Быкова // Вектор экономики. – 2023. – № 7(85). – EDN MRQTTO.

4. Воронов Д.С., Криворотов В.В. Методика повышения конкурентоспособности предприятия / В.В. Криворотов, Д.С. Воронов // Сборник докладов XII Международная конференция «Российские регионы в фокусе перемен». Екатеринбург: УМЦ УПИ, 2018. – С. 52 - 63.

5. Криворотов В.В., Головкин Н.П. Повышение конкурентоспособности предприятий в особых экономических зонах как мерило их создания / В.В. Криворотов, Н.П. Головкин // Сборник докладов XII Международная конференция «Российские регионы в фокусе перемен». Екатеринбург: УМЦ УПИ, – 2016. – С. 568 – 57

6. Ломов Е. Е. Теория и практика анализа конкурентоспособности региона. Владимир, 2012. – 370 с.

УДК: 33

Хабибуллина И.И., обучающаяся 3 курса, Салихова Р.Р., к.э.н., доцент

Khabibullina I.I., 3rd year student, Salikhova R.R., Ph.D. Associate Professor

ФГБОУ ВО Казанский государственный энергетический университет
Kazan State Power Engineering University

АВТОМАТИЗАЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСАМИ ОРГАНИЗАЦИИ

AUTOMATION OF FINANCIAL MANAGEMENT OF THE ORGANIZATION

Аннотация: В данной статье рассматривается понятие автоматизированных систем управления (АСУ) финансами. Появление передовых технологий изменило традиционные способы выполнения финансовых задач, позволив предприятиям оптимизировать свои финансовые операции. Автоматизируя процесс прогнозирования, составления бюджета и отчетности, организации могут добиться лучших финансовых результатов. В статье значительное внимание уделяется рассмотрению положительного воздействия АСУ на экономические показатели предприятия и возможных проблемы при внедрении АСУ. Приводятся примеры современных автоматизированных продуктов, применяемых в организациях.

Ключевые слова: организация, финансы, автоматизация, АСУ, управление финансами

Abstract: This article discusses the concept of automated financial management systems (ACS). The emergence of advanced technologies has changed the traditional ways of performing financial tasks, will allow enterprises to optimize their financial operations. By automating the process of forecasting, budgeting and reporting, organizations can achieve better financial results. The article pays considerable attention to the consideration of the positive impact of automated control systems on the economic performance of the enterprise and possible problems with the implementation of automated control systems. Examples of modern automated products used in organizations are given.

Keywords: organization, finance, automation, automated control system, financial management

Автоматизация финансового управления стала одним из главных элементов функционирования организаций. Автоматизированные системы управления (АСУ) заменяют общепринятые способы ведения финансов и оптимизируют результаты хозяйственной деятельности. Используя современные технологии и информационные системы, организация повышает эффективность финансовых процессов, увеличивает точность расчётов и обеспечивает их отслеживание и анализ в реальном времени. Ведение финансов с помощью технологий позволяет избежать человеческих ошибок, сокращать затраты и время на обработку информации и повышать общие финансовые показатели.

Целью данного исследования является изучение современного состояния автоматизации управления финансами российских организаций.

Исходя из цели сформировались следующие задачи:

1. Изучение научной литературы по данной теме;
2. Провести анализ экономической деятельности ПАО «Газпром».

Методами исследования стали: анализ научной литературы, обработка интернет ресурсов, проведение анализа деятельности ПАО «Газпром».

Автоматизация финансового управления в организации подразумевает внедрение современных технологий и программных систем для оптимизации и повышения результативности финансовых процессов. Он предполагает выполнение задач с помощью аналитических и вычислительных систем для сокращения ошибок, повышения эффективности работы и усовершенствование процесса принятия решений. Автоматизация выполнения функций финансового управления имеет ряд преимуществ (рисунок 1):

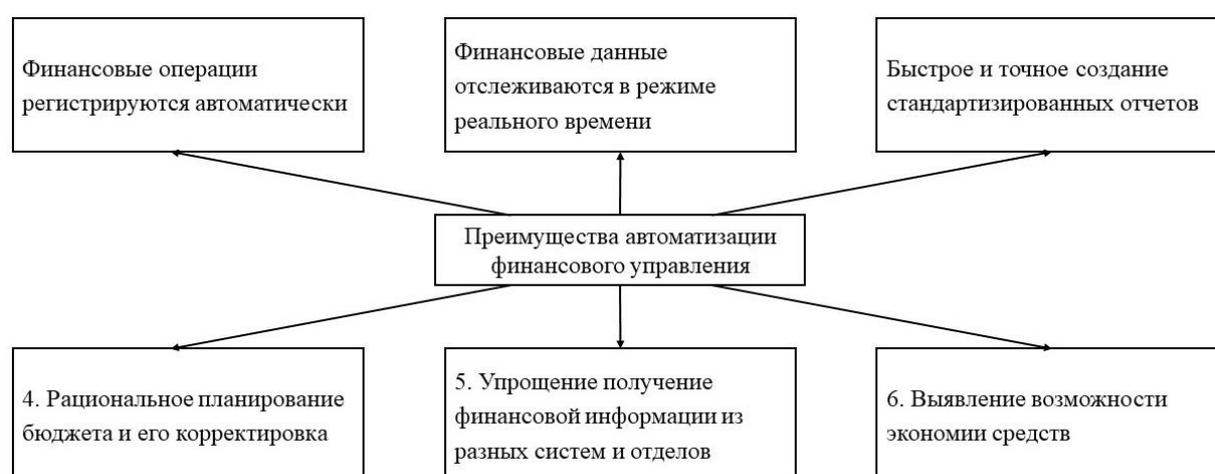


Рисунок 1. Преимущества автоматизации финансового управления

1. Финансовые операции могут регистрироваться автоматически, что устраняет необходимость ручного ввода данных. Это экономит время и снижает риск человеческой ошибки.

2. Автоматизация позволяет отслеживать финансовые данные в режиме реального времени, предоставляя организациям актуальную информацию об их финансовом состоянии. Это помогает своевременно принимать меры в случае необходимости.

3. Автоматизация финансовой отчетности обеспечивает быстрое и точное создание стандартизированных отчетов. Это позволяет заинтересованным сторонам получать доступ к соответствующей финансовой информации.

4. Использование автоматизации в бюджетировании и прогнозировании позволяет организациям более рационально планировать бюджет и корректировать его. Благодаря этому улучшается финансовое планирование денежных средств и порядок распределения ресурсов.

5. Автоматизация может облегчить получение финансовой информации из разных систем и отделов, обеспечивая целостное представление о финансах организации. Это улучшает процессы сотрудничества и принятия решений.

6. Автоматизация может помочь выявить возможности экономии средств путем анализа финансовых данных и выявления в них недостатков.

Внедрение технических средств в управление финансовыми процессами имеет следующие проблемы:

1. Проблемы введения в оборот. Внедрение АСУ требует тщательного планирования, интеграции с существующей инфраструктурой и обучения сотрудников, что может занять много времени и средств.

2. Технические ограничения: проблемы совместимости систем или требование частых обновлений и обслуживания.

3. Риски безопасности данных. Автоматизированные финансовые системы хранят конфиденциальную информацию, что делает организации уязвимыми для утечки данных или кибератак. Для предотвращения таких рисков должны быть приняты рациональные меры безопасности.

4. Зависимость от технологий. Организации, в значительной степени полагающиеся на автоматизацию, могут столкнуться с частыми остановками работы, если происходят сбои в системе. Это становится весомой проблемой, если сотрудники не обладают необходимыми навыками для выполнения задач вручную [2].

АСУ финансами является для предприятий мощным инструментом раскрытия потенциала роста показателей деятельности. Так, автоматизируя финансовые процессы, организации могут оптимизировать свою деятельность и сосредоточиться на принятии стратегических решений. Благодаря автоматизации повторяющихся задач сотрудники финансовой сферы имеют возможность переключить свое внимание на деятельность, приносящую большую добавленную стоимость.

Применение новых технологий в управлении финансами даёт возможность упростить процесс аудита, поскольку АСУ упрощают поиск данных. Это может повысить эффективность проверок и улучшить соблюдение стандартов аудита.

Автоматизируя управление финансами, предприятия могут улучшить управление поставщиками и оптимизировать процессы закупок. АСУ помогают лучше отслеживать работу поставщиков, договариваться о выгодных условиях и эффективно управлять запасами. Это способствует экономии средств и общей операционной эффективности.

Автоматизация также способна усилить финансовый контроль. Средства контроля доступа и процессы утверждения выполнения входа в систему обеспечивают надлежащую авторизацию и предотвращают несанкционированные транзакции, снижая риск внутреннего мошенничества.

Таким образом, предприятия, внедряя в свою систему АСУ, стимулируют рост показателей хозяйственной деятельности и минимизируют риски.

При осуществлении управления финансами предприятия используются автоматизированные системы финансовых расчетов (АСФР). Данная система

воздействует на управление финансами следующим образом: сокращает трудоемкость сбора, обработки и анализа информации, осуществляет сложные и многоуровневые расчёты финансовых планов, рационализирует структуры аппарата финансовых органов. Применение АСФР предполагает модернизацию системы финансовых показателей, разработку и применение новых методов выявления доходов, формирование финансовых резервов и рациональное расходования финансовых ресурсов.

АСУ – это новый шаг в совершенствовании управления финансами. По этой причине для повышения эффективности их функционирования требуется техническое оснащение работников финансовых служб и постоянная модернизация системы управления [1].

На сегодняшний день на рынке существуют множество программ, предназначенных для управления финансами организации. Такими программами являются:

1. Инталев: Корпоративный менеджмент

Продукт функционирует на платформе «1С: Предприятие 8» и предназначен для эффективного управления бизнесом. Управление финансами является одной из подсистем платформы, но основной.

Основными функциональными возможностями продукта являются:

- управление финансами: бюджетирование, платежный календарь, учет и отчетность по корпоративным и международным стандартам, управление инвестиционной деятельностью, финансовый анализ и моделирование, консолидация;

- управление финансовыми бизнес-процессами и документами;

- корпоративный контроллинг.

2. PlanDesigner – программный комплекс для решения среднесрочных задач и стратегического управления предприятием. В основе данной программы используются базы Microsoft SQL или Oracle.

Технические возможности:

- управление финансами: планирование бюджета, управленческий учет, платежный календарь, управление заявками и денежными потоками, консолидация, автоматизация подготовки отчетности по МСФО, экономическое моделирование;

- многомерный анализ данных: конструктор управленческой отчетности, план-фактный анализ, факторный анализ, ретроспективный анализ и мн. другие.

- контроллинг показателей: отслеживание показателей деятельности с помощью графических индикаторов - кокпитов.

3. 1С: Управление корпоративными финансами – продукт, автоматизирующий управление финансами, процесс составления планов на среднесрочный и долгосрочный периоды и бюджетирование.

Функциональные возможности продукта:

- бюджетное планирование и контроль;

- ведение налогового и бухгалтерского учета;

- ведение оперативного учета по международным стандартам;
- управление движением денежных средств;
- управление процессами исполнения договоров;
- решение задачи подготовки отчетности РСБУ для выгрузки в решение «1С: Консолидация» [3].

Для проведения исследования было выбрано ПАО «Газпром».

Автоматизация финансовых процессов в «Газпром» проходил в два этапа. Первый этап, проведенный в 2014 году, заключался в переводе процесса согласования платежей в электронный формат и стандартизации существующего бизнес-процесса.

Второй этап провели в 2016 году. Он включал в себя оптимизацию бизнес-процесса и повышение надежности системы [4].

Таблица 1. Анализ финансовых операций до автоматизации финансовых процессов и после

№ п/п	Операция/ показатель	Было до автоматизации	После 1 этапа	После 2 этапа
1	Подготовка заявок на расходование денежных средств	Бумажный носитель	Электронно	Электронно
2	Согласование заявок на расходование денежных средств	Бумажный носитель	Электронно	Электронно
3	Формирование реестра на оплату	Бумажный носитель	Электронно	Электронно
4	Контроль взаиморасчетов	Вручную по данным в файлах или базе регламентированного учета	Автоматически	Автоматически
5	Контроль лимитов	Вручную	Вручную	Автоматически
6	Контроль лицензии банка	Не проводился	Не проводился	Автоматически
7	Ответственные за инициацию оплаты	Производственное или хозяйственное подразделение	Производственное или хозяйственное подразделение	Автоматическая инициация по условиям оплаты и бизнес-событиям
8	Среднее количество заявок на расходование денежных средств	5500	6000	7500
9	Среднее время согласования заявок на расходование денежных средств	60	42	17

Таким образом, «Газпром» внедрив в финансовую деятельность автоматизированные системы, сократил среднее время согласования заявок на расходование денежных средств до 17 часов (-72%). Вследствие увеличил среднее количество обрабатываемых заявок с 5500 до 7500 (+36%) (таблица 1). Данный процесс позволил компании исключить просрочку платежей, вероятность неверной оплаты, сэкономить время на обработке документов и обладать возможностью получать необходимую информацию своевременно.

В заключение стоит отметить, что автоматизация финансового управления в организации имеет множество преимуществ и становится все более необходимой в современной бизнес-среде. Используя автоматизированные инструменты, организации могут повысить финансовую точность, минимизировать риски и оптимизировать распределение ресурсов. Кроме того, АСУ финансами позволяют финансовым специалистам сосредоточиться на стратегических задачах. Автоматизация финансового управления является ключевым фактором успеха на современном рынке.

Список литературы:

1. Токарева М. В. Корпоративные финансы : учебно-методическое пособие. – М.: РУТ (МИИТ), 2019. — 45 с.

2. Салихова Р.Р. Особенности управления финансами в организациях малого бизнеса // Актуальные проблемы и вопросы технологии производства продукции общественного питания, животноводства и растениеводства. 2020. С. 169-171.

3. Отечественные системы автоматизации финансового управления для средних компаний [Электронный ресурс] / Корпоративный менеджмент, 2013. URL: <https://www.cfin.ru/software/kis/smb.shtml>

4. ПАО «Газпром автоматизация» выбрало 1с для автоматизации бизнес-процессов казначейства [Электронный ресурс] / Газпром автоматизация, 2017. URL: <https://www.gazprom-auto.ru/press/news/3879/>

УДК 378.14

Чакур К.С., преподаватель

Chakur K.S., teacher

Черноморское высшее военно-морское ордена Красной Звезды училище
им.П.С.Нахимова

Black Sea Higher Naval Order of the Red Star School named after P.S.Nakhimov

**ОСНОВНЫЕ ПОДХОДЫ К РАЗВИТИЮ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ
КОММУНИКАТИВНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ В ПРОЦЕССЕ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ В ТУРИСТСКОЙ
ОТРАСЛИ**

THE MAIN APPROACHES TO THE DEVELOPMENT OF INTERCULTURAL COMMUNICATIVE COMPETENCE IN THE PROCESS OF PROFESSIONAL TRAINING IN THE TOURISM INDUSTRY

Аннотация. Коммуникативная методика на сегодняшний день является, бесспорно, одним из самых эффективных способов изучения иностранных языков, в том числе русского как иностранного. Коммуникативная методика ориентирована именно на возможность межличностного общения. При учете специфики специальности туризм так же относятся следующие подходы: компетентностный, коммуникативно-ориентированный, организационно-деятельностный, критериальный, ценностно-смысловой, личностно-временной

Ключевые слова: коммуникативная компетенция, профессиональная подготовка, туризм.

Annotation. Today, the communicative methodology is undoubtedly one of the most effective ways to learn foreign languages, including Russian as a foreign language. The communicative methodology is focused precisely on the possibility of interpersonal communication. Taking into account the specifics of the specialty tourism, the following hikes also include: competence-based, communicative-oriented, organizational-activity, criteria-based, value-semantic, personal-temporal

Keywords: communicative competence, professional training, tourism.

Рассмотрим основные подходы к развитию межкультурной коммуникативной компетенции в процессе профессиональной подготовки в системе среднего профессионального образования.

В современной педагогике категория подхода рассматривается как явная методическая основа системы обучения, в том числе и при профессиональной подготовке менеджеров туризма. Достаточно полное и простое определение приводит И.А. Зимняя: «Подход в педагогике – это определённая точка зрения или позиция, которая обуславливает организацию процесса обучения» [3].

Рассмотрение подходов рационально произвести в концептуальном блоке модели формирования межкультурной компетенции при условии, что в процессе обучения формирование МКК осуществляться в соответствии с теоретически обоснованной и практически апробированной моделью развития МКК в учреждениях СПО туристского направления и подготовки соответствующих специалистов.

Специфику при обучении по специальности «Туризм» используются различные подходы. К числу основных подходов в формировании межкультурной коммуникативной компетенции в процессе профессиональной подготовки отнесём: компетентностный, коммуникативно-ориентированный, организационно-деятельностный, критериальный, ценностно-смысловой, личностно-временной.

Реализация данных подходов должна осуществляться на следующих принципах:

-мотивации, системности, наглядности, доступности обучения при формировании МКК;

- функциональности в профессиональной межкультурной среде;
- междисциплинарной связи лингвистической, методической, речевой, и коммуникативной подготовки;
- профессионально-ориентированной связи теории и практики обучения;
- сочетания аудиторных и самостоятельных форм деятельности по формированию МКК обучающихся в системе СПО.

Рассмотрим более подробно каждый из подходов.

1. Компетентностный подход.

В странах Европейского союза в системе образования основными понятиями выступают «ключевые компетенции» и «ключевые квалификации», которые задокументированы в Лиссабонском договоре 2007 г. В специальном разделе, посвященном определению разных категорий компетенции ЕС – раздел I «Категории и сферы компетенции ЕС» ч. 1. Компетенции представляют собой основные образовательные образовательные конструкты, основные критерии качества образования в странах. Это свидетельствует о том, что в зарубежных странах компетентностный подход является доминирующим в системе образования [11].

Компетентностный подход является ключевым при формировании межличностной коммуникативной компетенции и на сегодня в соответствии с ФГОС и ППСЗ [9] при подготовке обучающихся по специальности «Туризм» является ключевым с нормативной точки зрения. Он заключается в необходимости формирования соответствующих компетенций для общения в межкультурной среде, владения необходимыми знаниями, умениями и навыками, а так же, возможностями их реализации. Компетенции и их классификации могут быть разнообразными. Единым является то, что компетентностный подход обеспечивает проектирование качества подготовки обучающегося.

Компетентностный подход обеспечивает формирование нового типа образовательных результатов и рассматриваются как, способность обучающегося решать сложные профессиональные, личностные и коммуникативные задачи, в том числе [10].

На сегодня компетентностный подход является приоритетным и ориентирует процесс обучения на получение эффективных результатов, высокое качество подготовки специалистов. Компетентностный подход обеспечивает не только подготовку специалиста, но и ориентирует общество на возможность использования трудового потенциала и компетенций данного специалиста [10].

Категория «компетенция» часто используется при описании эффективности освоения обучающимся той или иной дисциплины и конкретных типов действий в рамках профессиональных обязанностей.

Отметим, что все многообразие общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций специалиста в области туризма так или иначе опираются на межкультурную коммуникативную компетенцию, причем многие из них являются своеобразной

составляющей данной компетенции, а другие выступают производной или основополагающей по отношению к данной компетенции.

2. Коммуникативно-ориентированный подход.

Коммуникативно-ориентированный подход при изучении иностранных языков при специальности туризм предполагает овладение иностранным языком, как ведущим средством или инструментом необходимым при осуществлении межкультурной коммуникации для выполнения профессиональной деятельности. В данном случае коммуникативная компетенция формируется из всех видов речевой деятельности.

И.Н. Ильхамова при изучении коммуникативно-ориентированного подхода в обучении английскому языку [4] акценты делает на формировании у обучающихся языковых, разговорных, практических, социально-лингвистических и мыслительных навыков, обеспечивающих готовность обучающегося использовать иностранный язык, как инструмент речемыслительной деятельности.

В методике преподавания языков коммуникативно-ориентированный подход заключается в том, что целью обучения становится формирование навыков общения на иностранном языке, которое было бы приближено по своим качествам и характеристикам к общению, осуществляемому носителями языка.

Кроме того, в рамках реализации данного подхода параллельно с изучением иностранного языка, обучающийся познает культуру, которая окружает носителей языка, их уклад жизни, что обеспечивает важность данного подхода при формировании межкультурной коммуникативной компетенции [4].

Для специальности «Туризм» важное значение имеет то, что коммуникативно-деятельностный подход реализует такие методические принципы, как индивидуализация, а, так же возможность развития личностных качеств. Важное значение данный подход имеет и при реализации проектной деятельности у студентов по специальности «Туризм», которая с введением ФГОС стала обязательной.

Коммуникативно-деятельностный подход заключается в объединении коммуникативной и познавательной деятельности при освоении иностранных языков по специальности туризм. При этом обучающийся овладевает не только лингвистическими знаниями, такими как фонетика, грамматика, лексика, но и приобретает знания относительно употребления языка и принципов речевого общения конкретного иноязычного сообщества.

При межкультурном общении иностранный язык выступает когнитивным инструментом за счет которого обучающийся «попадает» в другое ментальное пространство и выступает инструментом для отражения культурной специфики общества и иноязычной социокультурной реальности.

Социокультурный подход заключается в необходимости формирования у обучающихся навыков межличностного вербального общения с представителями другой страны и познании социокультурных особенностей данной нации, ознакомлении и изучении, а, так же соблюдении при общении этикетных речевых норм, этических норм и традиций общения и поведения.

В условиях подготовки менеджеров туризма это имеет крайне важное значение, так как традиции отдыха в различных государствах отличаются, равно, как и требования туристов к общению при туристическом обслуживании.

3. Организационно-деятельностный подход.

Организационно-деятельностный подход основывается на процессе деятельности обучающегося и направлен на его личность, её формирование и развитие с позиций практической профессиональной деятельности. Данный подход определяет представление о деятельности человека, как основе, средстве и условии развития и формирования личности.

Организационно-деятельностный подход направлен на развитие качеств личности обучающегося, которые бы отвечали требованиям его профессиональной деятельности, ориентировали его на обогащение обучения и достижение планируемых результатов в освоении специальности [12].

С точки зрения формирования межкультурной коммуникативной компетенции данный подход ориентирует обучающегося или сформированного специалиста при межкультурном общении в рамках выполнения профессиональных обязанностей осуществлять творческую организацию труда, как наиболее эффективное средство для реализации ситуации общения и создания наиболее оптимальных условий развития личности в процессе трудовой деятельности.

Организационно-деятельностный подход к развитию межкультурной коммуникативной компетенции в процессе профессиональной подготовки специалистов туристической сферы имеет определенные ограничения, связанные с тем, что обучающийся реализует себя не во всей системе жизнедеятельности, а в конкретной профессиональной ситуации с соответствующими должностными обязанностями в рамках трудовой деятельности и вытекающими из неё целями, задачами способами и обязательными результатами её осуществления.

Основная задача организационно-деятельностного подхода при подготовке профессиональных специалистов в том, чтобы придать процессу обучения и реализации профессиональных обязанностей мотивацию, обучить специалиста самостоятельно ставить перед собой цель профессиональной межкультурной коммуникации, находить путь и средства достижения максимальной эффективности данной коммуникации. По сути данный подход обеспечивает максимально самостоятельный процесс образовательной деятельности [12].

4. Критериальный подход.

Важное значение при рассмотрении подходов к развитию межкультурной коммуникативной компетенции в процессе профессиональной подготовки менеджеров туризма имеет оценка уровня её сформированности и диагностика данного процесса.

Критериальный подход в обучении в среднем специальном образовании необходим для определения степени сформированности соответствующих компетенций, в том числе межкультурной коммуникативной компетенции.

Возможности критериального подхода в обучении при формировании межкультурной коммуникативной компетенции достаточно полно освещены В.И. Наролиной. Автор предлагает трёхуровневую и шестиуровневую критериальную систему оценки уровня сформированности межкультурной коммуникативной компетенции [6], [7].

В данной публикации автор выделяет шесть уровней сформированности межкультурной коммуникативной компетенции, по мере повышения уровня явно увеличивается уровень подготовки специалиста для работы в межкультурной среде. Именно данная систематизация уровней наиболее полно подходит для формирования рассматриваемой компетенции у специалистов в области туризма.

В свою очередь практическую оценку уровня сформированности рассматриваемой компетенции автор предлагает на практике вводить при помощи достаточно четко идентифицируемых в процессе обучения показателей.

Их выделяется пять:

- Уровень отношения обучающихся к собственной культуре и языку, которые изучаются;
- уровень знаний относительно социальных групп и моделей поведения, язык которых изучается;
- уровень умения и желания к использованию полученных знаний для общения с представителями культуры, язык которой изучается;
- умение понимать и соотносить особенности родной культуры и культуры, язык которой изучается;
- уровень сформированности умения критической оценки явлений.

5. Ценностно-смысловой подход.

Ценностно-смысловой подход к развитию межкультурной коммуникативной компетенции в процессе обучения и творческого осмысления культурного опыта при работе с иноязычными целевыми группами. В рамках данного подхода внимание смещается с вопросов изучения культурного опыта в сторону осмысления возможностей развития внутренней активности субъекта.

Ценностно-смысловой подход является средством реализации личностно-ориентированной модели обучения и ориентирован на ценностно-нравственный компонент структуры личности [1].

В рамках реализации данного подхода формируется ценностно-смысловая сфера личности специалиста, которая представляет собой один из механизмов поведенческой и рефлексивной активности. Ценностно-смысловая сфера личности специалиста, в том числе и в туристической деятельности, изменяется в зависимости от опыта работы, стажа, трудовых успехов и достижений [2].

Особенности ценностно-смысловой сферы, характеризующие специалиста в области туристической деятельности, заключаются в наличии понимания своей принадлежности к профессии, стремлении к достижению

трудовых успехов, наличии профессиональных интересов, качеств необходимых для профессионального развития.

6. Личностно-временной подход.

Личностно-временной подход заключается в необходимости формирования мотивации у обучающихся на основе личностного смысла обучения, что должно обеспечить развитие или саморазвитие личности исходя из индивидуальных особенностей обучающегося и создать условия для самореализации его познавательной деятельности.

В данном случае при подготовке менеджеров «Туризма» основным критерием эффективности системы обучающегося, конкретные знания, умения и навыки в области профессиональной подготовки отходят на второй план [5].

При реализации данного подхода личностно-временного подхода существенно возрастает роль педагога и требования к образовательной среде и психологическому климату на занятии. Необходимым является создание системы условий, которые бы обеспечили актуализацию личностного потенциала и учитывали индивидуальные особенности личности всех обучающихся, что достаточно непросто, учитывая формат специальности туризм и размеры академических групп [8].

Таким образом реализация каждого из подходов может включать достаточно много методов. На сегодня в образовании в сфере «Туризма» особенно на профессиональном уровне существует достаточно много методических приёмов и подходов, их эффективности с точки зрения именно формирования межкультурной коммуникативной компетенции и в чистом виде выразить роль того или иного метода. Кроме того, здесь присутствует четкая взаимосвязь с личностными качествами будущих менеджеров «Туризма».

Список литературы:

1. Белякова Е.Г. Ценностно-смысловой подход в современном образовании / Е.Г. Белякова // Сибирский педагогический журнал. 2007. № 8. С. 134-143.
2. Белякова Е.Г. Ценностно-смысловой подход в современном образовании / Е.Г. Белякова // Сибирский педагогический журнал. – № 8. – 2007. – 134 – 143 с.
3. Зимняя И.А. Личностно-деятельный подход в обучении русскому языку, как иностранному // Русский язык за рубежом. – 1985. – №5. – С. 120-129.
4. Ильхамова И.Н. Коммуникативно-ориентированный подход в обучении английскому языку // Молодой ученый. - 2012. - №11. – С. 416-418 – URL <https://moluch.ru/archive/46/5594/>
5. Казначеева С.Н., Челнокова Е.А. Формирование навыков коммуникативной компетенции студентов специальности социально-культурный сервис и туризм / С.Н. Казначеева, Е.А. Челнокова // Россия и Европа: связь культуры и экономики. Материалы IX международной научно-практической конференции. Ответственный редактор Уварина Н.В. – 2014. – 138-140.

6. Наролина В.И. Подготовка специалиста к межкультурной коммуникации / В.И. Наролина // Высшее образование в России. - 2009. - №1. - С. 124-128.

7. Наролина В.И. Межкультурная коммуникативная компетентность как интегративная способность межкультурного общения специалиста / В.И. Наролина // Электронный журнал «Психологическая наука и образование» www.psyedu.ru/ ISSN: 2074-5885/ - 2010. - №2. – С. 34 – 39.

8. Пашковская С.Б., Питюков В.Ю. Модульная организация профессиональной правовой подготовки как инновационный подход в современном образовании / С.Б. Пашковская, В.Ю. Питюков // В сборнике: Образование: традиции и инновации материалы VI международной научно-практической конференции. Ответственный редактор Уварина Н.В. – 2014. – С.376-380.

9. Современное состояние экономики туристического рынка [Электронный ресурс]. – atorus.ru. – 2018. – Режим доступа: <http://www.atorus.ru/news/press-centre/new/42788.html>

10. Троянская С.Л. Основы компетентностного подхода в высшем образовании / С.Л. Троянская. – Ижевск: Издательский центр «Удмуртский университет», 2016. – 176 с.

11. Черняк Н.В. Межкультурная компетенция: история исследования, определение, модели и методы контроля / Н.В. Черняк. – М.: ФЛИНТА, 2016. – С. 44. – 265 с.

12. Щумейко О.Н. Реализация системно-деятельностного подхода в процессе обучения [Текст] // Актуальные вопросы современной педагогики: материалы VIII Международной научной конференции (г. Самара, март 2016 г.) – Самара: ООО «Издательство АСГАРД», 2016. – С. 18-25.

УДК 330

Черепнина Ю.А., магистрант 2 курса
Cherepnina Y.A., 2nd year master's degree

Научный руководитель Верна В.В., к.э.н. доцент
Scientific supervisor Verna V.V., Ph.D. Associate Professor

СФ РЭУ им. Г.В. Плеханова
SF PRUE named after G.V. Plekhanov

**ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ГОРОДА СЕВАСТОПОЛЬ:
ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ И ВЛИЯНИЕ НА УРОВЕНЬ ЖИЗНИ
НАСЕЛЕНИЯ**

**INNOVATIVE ACTIVITY OF THE CITY OF SEVASTOPOL: DEVELOPMENT
TRENDS AND IMPACT ON THE STANDARD OF LIVING OF THE
POPULATION**

Аннотация. На данный момент в условиях конкурентной среды инновационное развитие города – это очень важный критерий экономического роста. Без постоянного развития в нынешних условиях никуда. Современному человеку трудно представить, как он обходился бы без телефона, компьютера, машины, телевизора и т.д. А это все инновации, но они так стали нам привычны, что мы уже и не задумываемся над тем как бы мы без них обходились. В социально-экономическом развитии инновации — это важная движущая сила. В лучшую сторону меняется жизнь людей с ходом технологического и инновационного прогресса. Важность всех нововведений способствует удовлетворению базовых человеческих потребностей. Развитая инфраструктура, доступное образование и высокоразвитый человеческий потенциал способствуют появлению новых технологий. Таким образом в данной статье будет исследована взаимосвязь инноваций и уровня жизни населения города Севастополя.

Ключевые слова: инновационная деятельность, тенденции инновационного развития, ресурсный потенциал, приоритетные направления развития, город Севастополь.

Annotation. At the moment, in a competitive environment, the innovative development of the city is a very important criterion for economic growth. There is nowhere without constant development in the current conditions. It is difficult for a modern person to imagine how he would do without a phone, computer, car, TV, etc. And these are all innovations, but they have become so familiar to us that we no longer think about how we would do without them. Innovation is an important driving force in socio-economic development. People's lives are changing for the better with the course of technological and innovative progress. The importance of all innovations contributes to the satisfaction of basic human needs. Developed infrastructure, affordable education and highly developed human potential contribute to the emergence of new technologies. Thus, this article will explore the relationship between innovation and the standard of living of the population of the city of Sevastopol.

Keywords: innovative activity, trends of innovative development, resource potential, priority directions of development, the city of Sevastopol.

От эффективности распределения ограниченных государственных ресурсов зависит уровень жизни населения, данный вывод получается в ходе исследования данной темы. В исследованиях социально-экономических процессов понятие уровня жизни населения будет являться одним из самых главных.

Следует заметить, что на уровень развития города непосредственное влияние оказывает инновационная деятельность. Уровень финансовых возможностей напрямую влияет на развитие города, но для того чтобы экономическое развитие в городе было стабильным тут действует инновационная деятельность.

«Инновации – это результат развития фундаментальной науки, а наука — это ключевой двигатель прогресса, который, безусловно, улучшает качество

жизни» [2]. Следует заметить, что двусторонний характер носит взаимосвязь новых технологий и уровня жизни в городе. Это можно расшифровать следующим образом: для того чтобы государство и общество были в интересах в повышении уровня жизни за счет инноваций, уровню жизни необходимо быть высоким. Таким образом, образуется некая спираль, в ходе которой инновационные технологии стимулируются развитием общества, в следствии чего на уровень выше поднимается качество жизни в регионе.

В некоторых своих работах Бухвальд Е. рассматривает внутренние и межрегиональные взаимодействия в качестве главных аспектов в экономическом росте всем систем регионального развития, которые созданы для того чтобы обеспечивать высокий уровень жизни населения [1]. Горидько Н., Лукин Е. [4] [5] и зарубежный автор такой как Michael H. [3] считают, что главными являются инвестиции, а Иншаков О. говорит, что главные как раз инвестиции [2]. А вот Васильев З. [6] рассматривает в своих работах предпринимательскую деятельность и выделяет ее среди других факторов экономического роста. В свою очередь Пискун Е. [7, 8, 9] в своих работах в качестве факторов экономического роста региональных систем выделяет ресурсы такие как, например, сырьевые, информационные, природные, инфраструктурные, финансовые, так же знания, которые были получены в области регионалистики.

Севастополь на данный момент находится на этапе реструктуризации всех экономических сфер, и что не мало важно, инновационной сферы [5].

Инновационный потенциал города можно разделить на несколько групп, а именно на три группы (инновационный потенциал материальных ресурсов, рекреационный потенциал и потенциал интеллектуальный).

1. Инновационный потенциал материальных ресурсов города:

- Обеспеченность города финансовыми ресурсами;
- Бюджетный баланс между доходами и расходами.

В Севастополе на данный момент есть дефицит бюджета в размере 4,5 млрд. руб. Отсюда следует вывод, что город не имеет полной возможности к самофинансированию и зависит от федерального бюджета страны. Однако внедрение инноваций происходит, и происходит, не завися от источника финансирования

2. Рекреационный потенциал:

- Природа и отдых;
- Культура и история;
- Инфраструктура туризма.

В сфере рекреационного потенциала город Севастополь имеет все возможности для развития инноваций.

3. Интеллектуальный потенциал:

- Потенциал потребителей;
- Инфраструктурный и управленческий потенциал;
- Человеческий потенциал.

Относительно интеллектуального потенциала, можно сделать вывод, что Севастополь – это молодой город, и он отличается высокой социальной

активностью жителей, это и есть самый значимый ресурс Севастополя, который можно развивать, формируя интеллектуальную среду.

Далее необходимо рассмотреть сильные и слабые стороны состояния города, посредством стратегического анализа. К сильным сторонам можно отнести [10]:

1. Совершенствование и обновление Черноморского флота.
2. Наличие полноценной транспортной системы (автодорожная сеть, порты, аэропорты, железные дороги).
3. Высокая привлекательность города для работы, отдыха и проживания
4. Достаточно высокое качество человеческого капитала и высокий уровень образования населения.
5. Наличие опыта, материально-технической базы для развертывания флота и воинских частей, технического обеспечения и ремонта судов.
6. Наличие системы свободных экономических зон.
7. Наличие полноценной системы образования - начального, среднего и высшего.
8. Наличие комплекса мировых традиций, истории и культурно-исторических задач.
9. Благоприятные природные условия, традиции и возможности для развития туризма, курортов и рекреации.

Ниже представлены проблемы города Севастополя, которые связаны с организацией и внедрением информационных процессов:

1. Отсутствие синхронизации и координации между научной деятельностью и реальным сектором экономики;
2. Неразвитость инфраструктуры для бизнеса;
3. Низкий спрос со стороны предприятий на результаты интеллектуальной деятельности;
4. Низкая квалификация человеческих ресурсов в инновационном процессе.
5. Тяжёлая ситуация с экологией.

К сожалению, многие специалисты города Севастополя имеют маленький опыт в сфере инновационной поддержки, и предпочитают предлагать свои разработанные идеи за рубежом или в других городах России и соответственно там трудоустроиваться [5].

В ходе изучения данной темы было выявлено, что для успешного выполнения миссии города есть цели стратегического характера, такие как:

1. Создание ориентированной на производственные процессы продукции и услуги высокоэффективной экономики.
2. Переустройство города в деловой центр, центр туризма, образования, культурный центр путем его развития.
3. Создание такой среды в городе, которая была бы приятна как для жителей города, так и для гостей.

Теперь можно сделать вывод относительно того что только при условии, что проекты и решения будут воплощены будут реализованы возможности включающие цели и задачи инновационной политики. И поэтому ликвидация

отрицательных аспектов, которые были перечислены выше – это самая важная задача.

В следствии вхождения Крыма в состав Российской Федерации появились новые требования и задачи по эффективному развитию, в следствии чего нестабильной стала система управления в городе герое Севастополе. Но стоит заметить, что финансы были выделены на то чтобы восстановить инфраструктуру (транспортную, коммунальную, промышленную), которая была разрушена.

Для повышения и улучшения уровня жизни населения в Севастополе инновационные проекты были разработаны и усовершенствованы, а также было частично начато формирование кластерных структур. Технопарк IT-Крым –это инновационный IT-кластер, был создан для активного воплощения стартапов в сфере цифровых технологий.

Конкурентоспособный стартап Simple был представлен в качестве импортозамещения на мировом рынке [7]. Данный стартап обеспечивает реализацию проекта «Умный город», и автоматизацию бизнес-процессов среднего бизнеса.

Процветает так же «винный туризм» и «винная культура» этому способствует экспериментальный винный кластер «Севастополь». В Балаклаве есть Балаклавский кластер, который развивает военно-исторический туризм. Так же существует судоремонтный кластер и Севастопольский приборостроительный [3]. Все вышеперечисленные кластеры позволят создать в первую очередь дополнительные рабочие места, пополнить бюджет города, таким образом значительное влияние будет оказано на социальную защиту граждан.

Конкурентоспособность региона складывается из многих факторов, таким образом Севастополь по исследованиям 2017 года по данным Рейтинговой компании RAEX занял:

- 66-е место по уровню социально-экономического развития;
- 23-е-по качеству жизни;
- 77-е-по инновационному развитию;
- 39-е-по инвестиционному развитию [9].

Стоит заметить, что, к сожалению, на данный момент в Севастополе слабо развивается инновационная деятельность, но она развивается, что к сожалению, мало для обеспечения более стабильного роста экономики [8].

Состояние экономики, бюджета города и существующие инновационные процессы определяют уровень и качество жизни в городе Севастополе.

Качеству жизни населения способствует развитие города Севастополя его благосостоянию и росту. Стоит отметить, что для будущих поколений требуется обеспечить сохранную окружающую среду, экологию, ресурсы города, это необходимо для их гармоничной жизни и развития [4].

В городе на данном этапе развития расширяется доступ к таким сферам как современное образование, развлечения, здравоохранение, культура при чем в этих сферах применяется потенциал трудовой и творческий.

Выше упоминалось что в Севастополе проблема в разных сферах с высококвалифицированными кадрами, это в свою очередь влияет на уровень жизни населения и инновационные процессы.

Средняя зарплата в Севастополе в 2023 году составляет 43 110 руб. Но по размерам предприятий средняя заработная плата немного другая:

- микро-предприятия (до 15 чел.) – 25 870 руб.;
- малые предприятия (до 100 чел.) - 38 800 руб.;
- средние предприятия (от 100 чел.) - 47 420 руб.;
- крупные предприятия (от 250 чел.) - 60 360 руб.
- бюджетная сфера - 34 490 руб.

Стоит заметить, что с 2022 года по 2023 год средняя зарплата в городе увеличилась на 3 450р. В 2022 году была 39 660 руб., а в 2023 стала 43 110 руб.

В 2022 году ситуация с средними заработными платами была следующая:

- крупные компании (от 250) - 55 530 руб.;
- средние компании (до 250)- 43 630 руб.;
- малые компании (до 100) - 35 700 руб.;
- микро-предприятия (до 15) - 23 800 руб.;
- бюджетная сфера - 31 730 руб.

Таким образом, по сравнению с 2022 годом средняя зарплата в городе увеличилась в среднем на 3 000 руб.

Город Севастополе в рейтинге регионов по зарплатам занимает 60–е место.

В сфере информационных технологий средние зарплаты такие:

- Go разработчик - 79 560 руб.;
- Java разработчик - 78 000 руб.;
- iOS разработчик - 70 630 руб.

А вот в столице в Москве средняя зарплата IT-специалиста составляет около 230 000 руб., что почти в 3,5 раза больше, чем в Севастополе. В Санкт-Петербурге средняя зарплата IT-специалиста - около 180 000 руб. В Новосибирске, Казани и Воронеже – около 144 000 руб. В Красноярске – около 100 000 руб.

Именно поэтому, и еще по причине небольшого набора возможностей, можно сделать вывод, что, выпускаясь из местных Севастопольских университетов, выпускники предпочитают уезжать на материк, а не оставаться в родном городе. Это влияет на уровень жизни в Севастополе, так как молодые специалисты не задерживаются в городе.

Таким образом, на уровень жизни населения огромное влияние оказывают современные инновационные технологии, так как за ними последует удовлетворение потребностей Севастопольских жителей, так как инновации – это фундаментальные научные результаты, а наука в свою очередь – это двигатель прогресса, который непосредственно влияет на уровень жизни населения в городе. Учитывая вышеупомянутые недостатки Севастополь пока не попадает в десятку лучших городов с инновационной экономикой, но в будущем у города есть все шансы занять лидирующие позиции.

Список литературы:

1. Бухвальд Е. Малый бизнес как фактор экономического подъема моногородов России // Мир перемен. - 2020. - № 1. – С. 35-48.
2. Иншаков О. Механизмы Реализации Стратегии Формирования наноиндустрии в Регионах России. Волгоград: ВолГУ, 2019, 240 с.

3. Michael H. Best Silicon Valley and the resurgence of Route 128: Systems integration and regional innovation Regions, Globalization, and the Knowledge-Based Economy // (Oxford: Oxford University Press). - 2022. P. 459-484.

4. Лукин Е., Ускова Т. Межрегиональное Экономическое Сотрудничество: Состояние, Проблемы, Перспективы / Е. Лукин, Т. Ускова. - Вологда: ИСЭРТ РАН, 2023. - 147 с.

5. Горидько Н., Нижегородцев Р. Точки роста региональной экономики и регрессионная оценка отраслевых инвестиционных мультипликаторов / Н. Горидько, Р. Нижегородцев // Экономика региона. – 2020. - № 14(1). С - 29-42. doi: 10.17059/2020-1-3

6. Васильева З., Лихачёва Т. Инновационные Факторы Экономического Роста Территорий. / З. Васильева, Т. Лихачева; Красноярск: Сиб. федер. ун-т. - 2022. - 108 с.

7. Пискун Е.И., Хохлов В.В., Каруна К.И. Методологические аспекты управления развитием регионов в условиях цифровизации // Региональная экономика: теория и практика. – 2019. – Т. 17, № 1. – С. 4 – 15.

8. Пискун Е.И., Смола М.А. Экономическое развитие города Севастополя до и после присоединения к Российской Федерации / Е.И. Пискун, М.А. Смола // XIV межрегиональная научно-практическая конференция «Взаимодействие предприятий и вузов – наука, кадры, новые технологии» (г. Волжский, 2018 г.) [Электронный ресурс]: Сборник материалов конференции / Под редакцией С.И. Благинина; ВПИ (филиал) ВолгГТУ, Волжский, 2021. – С. 209-211

9. Пискун Е.И., Каруна К.И. Цифровизация региональной экономики на примере города Севастополя // Интеграция науки и практики как механизм развития цифровой экономики: Междунар. науч.-практ. конф, 18 декабря 2021 г., Ярославль / под общ. ред. к.э.н. С.В. Шкиотова, д.э.н. В.А. Гордеева. [Электронный ресурс] – Ярославль: Изд. дом ЯГТУ, 2021. – С. 312-314

10. Невежин В.П. Подходы к формированию показателей инвестиционной привлекательности/ Хроноэкономика. 2022. № 4 (6). С. 11-15.

УДК 336.02

Чуяко С.А., магистрант 3 курса, Ордынская М.Е., к.э.н., доцент
Chuyako S.A., a master 's student 3 course, Ordynskaya M.E., Ph.D. Associate Professor

Адыгейский государственный университет, Республика Адыгея, г. Майкоп
Adygea State University, Republic of Adygea, Maykop

**ВЛИЯНИЕ АМОРТИЗАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ
НА ФИНАНСОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
КОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ
IMPACT OF DEPRECIATION POLICY
ON THE FINANCIAL RESULTS OF THE ACTIVITIES OF A COMMERCIAL
ORGANIZATION**

Аннотация. Амортизация является одним из элементов себестоимости, в связи с чем оказывает влияние на финансовые результаты деятельности и финансовое состояние коммерческой организации. То, каким образом будет начисляться амортизация, зависит от принятой в организации амортизационной политики. В статье рассмотрены основные параметры формирования амортизационной политики, ее законодательные основы, обозначены финансовые последствия принятой амортизационной политики и направления повышения ее эффективности.

Ключевые слова: амортизация, амортизационная политика, начисление амортизации, внеоборотные активы, финансовый результат.

Annotation. Depreciation is one of the cost elements, and therefore has an impact on the financial performance and financial condition of a commercial organization. How depreciation will be calculated depends on the depreciation policy adopted in the organization. The article considers the main parameters of the formation of depreciation policy, its legislative framework, identifies the financial consequences of the adopted depreciation policy and directions for improving its effectiveness.

Keywords: depreciation, depreciation policy, depreciation accrual, non-current assets, financial result.

Выбор амортизационной политики важен для любой коммерческой организации, так как она является элементом себестоимости готовой продукции, влияет на учетную стоимость внеоборотных активов, налоговые обязательства, финансовые результаты и финансовое состояние организации [1].

Исследованию амортизационной политики и ее влиянию на разные аспекты деятельности коммерческих организаций в последнее время уделяется все больше внимания. Например, Труновой Е.В. [8] проанализирована ее взаимосвязь с финансовыми потоками. Мартынов В.И. [3] исследует влияние амортизационной политики на формирование собственных инвестиционных ресурсов. Ибрагимов А.А. [2] выявляет роль амортизационной политики при обеспечении экономической безопасности организации.

Амортизационная политика является составляющей частью учетной политики организации и формируется с учетом требований бухгалтерского и налогового законодательства РФ, касающегося аспектов начисления амортизации по внеоборотным активам (рисунок 1).

Оперируя возможностями, предоставляемыми законодательством РФ в части выбора вариантов начисления амортизации, бухгалтер организации может оптимизировать налоговую базу, повлиять на показатели финансовой отчетности и уровень финансовых показателей деятельности.

По сути, бухгалтер коммерческой организации формирует две амортизационные политики — бухгалтерскую (в соответствии с нормами ФСБУ 6/2020) и налоговую (в соответствии с нормами НК РФ).

Процесс разработки амортизационной политики состоит из четырех этапов (рисунок 2).

При разработке амортизационной политики закрепляется ряд важнейших параметров по объектам внеоборотных активов: сроки полезного

использования, необходимость переоценки, нормы амортизации, метод начисления амортизации.

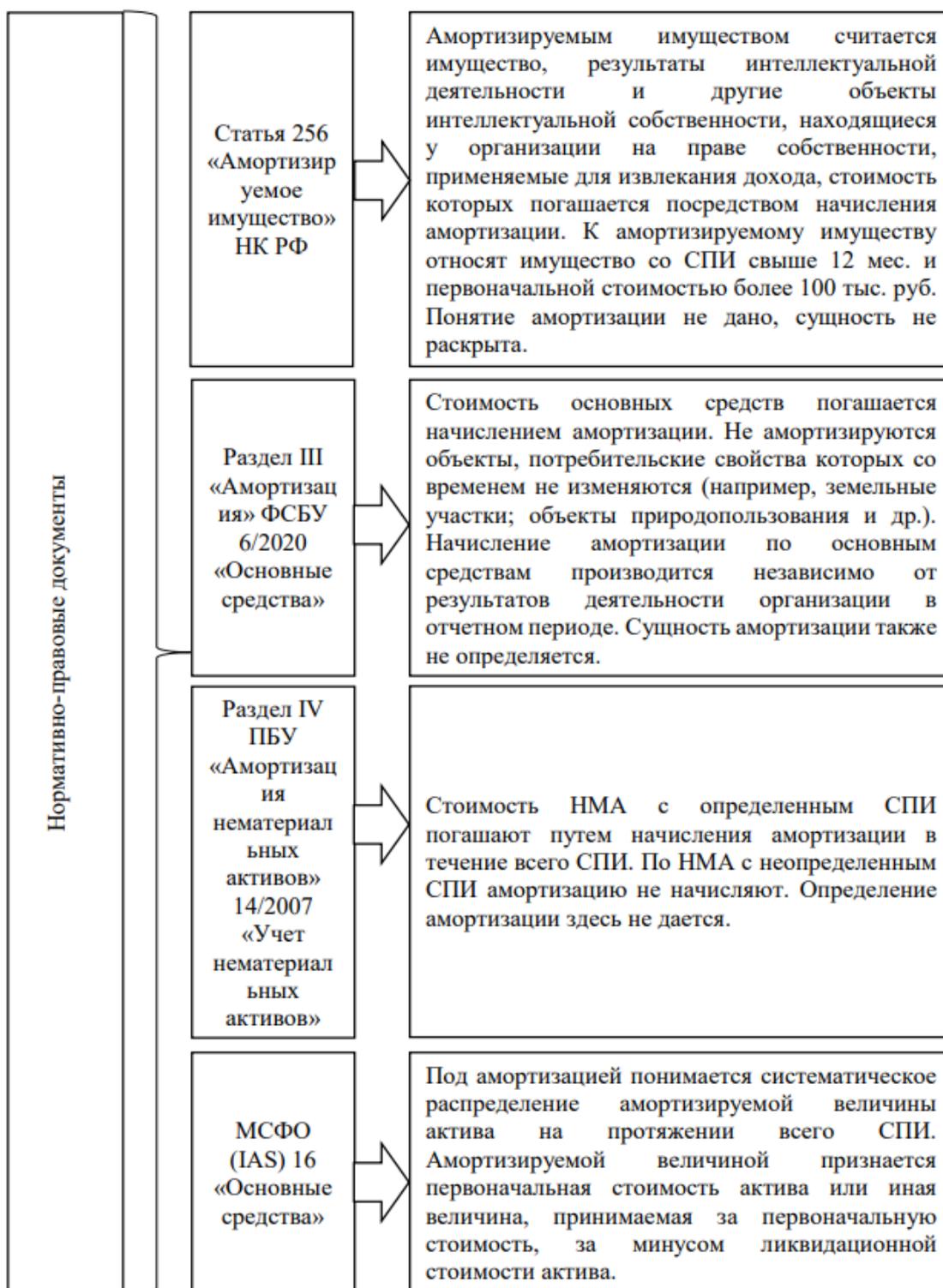


Рисунок 1. Система нормативно-правового регулирования начисления и учета амортизации внеоборотных активов [4, 5, 7, 9]

Размер годовых отчислений меняется в зависимости от выбранного метода начисления амортизации. Бухгалтерское законодательство [9] разрешает применение трех методов начисления амортизации — линейного, уменьшаемого остатка и пропорционально выпуску продукции. По статистике, самым распространённым является линейный метод.

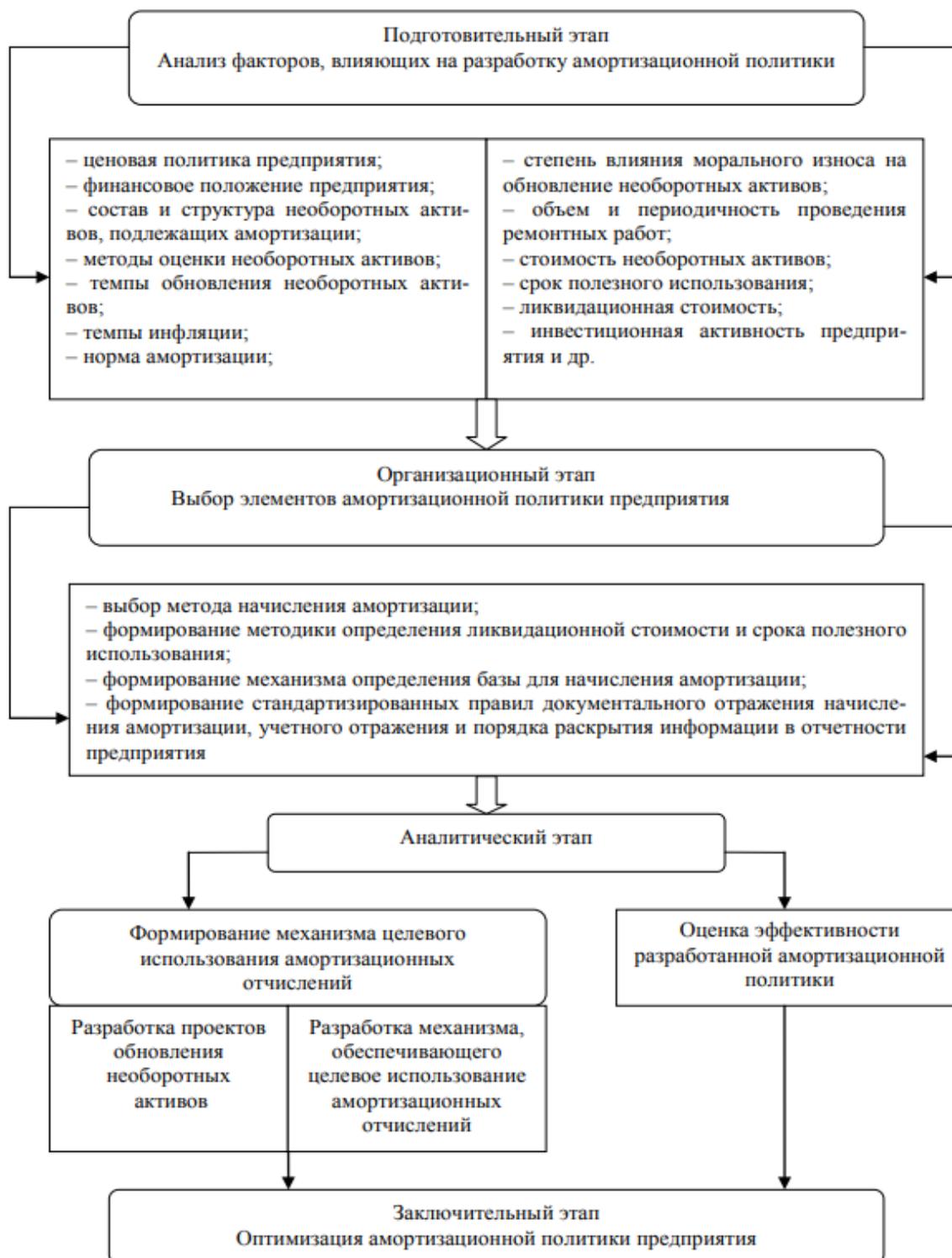


Рисунок 2. Процесс разработки амортизационной политики коммерческой организацией [6]

По мнению Юрковой Т.И. [10] целесообразность применения этого метода имеется тогда, когда для основных средств не устаревание, а время является важнейшим фактором, ограничивающим срок их службы. Метод уменьшаемого остатка эффективен, если четко ясно сколько лет проработает конкретный объект и что основная нагрузка на него будет первые года

эксплуатации. Применение третьего метода для бухгалтера осложнено тем, чтобы корректно определить предполагаемый объем выпуска для конкретного оборудования. Данный способ, по статистике, применяется в основном в отношении автотранспорта.

Налоговым законодательством [5] разрешены два метода начисления амортизации — линейный и нелинейный. По статистике, чаще всего организациями применяется линейный метод, так как он более простой и позволяет сблизить налоговую и бухгалтерскую амортизацию.

В налогообложении есть еще одна возможность повлиять на величину налоговых платежей — это применение амортизационной премии. Ее использование позволяет временно высвободить денежные средства и направить их на улучшение деятельности организации. Но это усложнит работу бухгалтера, так как возникнут значительные расхождения между бухгалтерским и налоговым учетом.

При выборе метода начисления амортизации следует учитывать тот факт, что ускоренные методы способствуют более быстрому накоплению ресурсов для замены оборудования.

С другой стороны, следует учитывать налоговые последствия выбранного варианта амортизационной политики, так как бухгалтерская амортизация влияет на размер платежей по налогу на имущество организации. Так, при линейном методе сумма налога на имущество будет больше, чем при методе уменьшаемого остатка. Однако, посредством налога на имущество можно уменьшить налоговую базу по налогу на прибыль. Трунова Е.В. [8] в своей статье указывает на разновекторное влияние этих величин на налоговую нагрузку организации и доказывает посредством аналитических расчетов, что налоговая нагрузка при методе уменьшаемого остатка оказывается меньше, чем при линейном.

Каждый из методов по-своему влияет на величину остаточной стоимости объектов, по которой они будут отражены в бухгалтерском балансе. Соответственно, это оказывает влияние на показатели имущественного состояния организации. Наиболее высокая остаточная стоимость за весь период эксплуатации объекта характерна для метода уменьшаемого остатка.

Принятая в коммерческой организации амортизационная политика будет иметь определенные финансовые последствия, которые систематизированы на рисунке 3.

Бухгалтерия организации должна в полной мере использовать возможности, предоставляемые законодательством РФ в части формирования амортизационной политики и выбора ее основных параметров.

Многие организации недооценивают значимость амортизационной политики и подходят к ней формально: не проводят анализ потенциального получения финансовых выгод посредством использования ускоренных методов начисления амортизации, не обеспечивают взаимосвязь между амортизационной и финансовой политикой, не осуществляют аналитических мероприятий по оценке применяемой амортизационной политики.

Тем самым не используют все ее преимущества, связанные с сокращением налоговой нагрузки, оптимизацией себестоимости продукции, увеличением финансового результата деятельности.

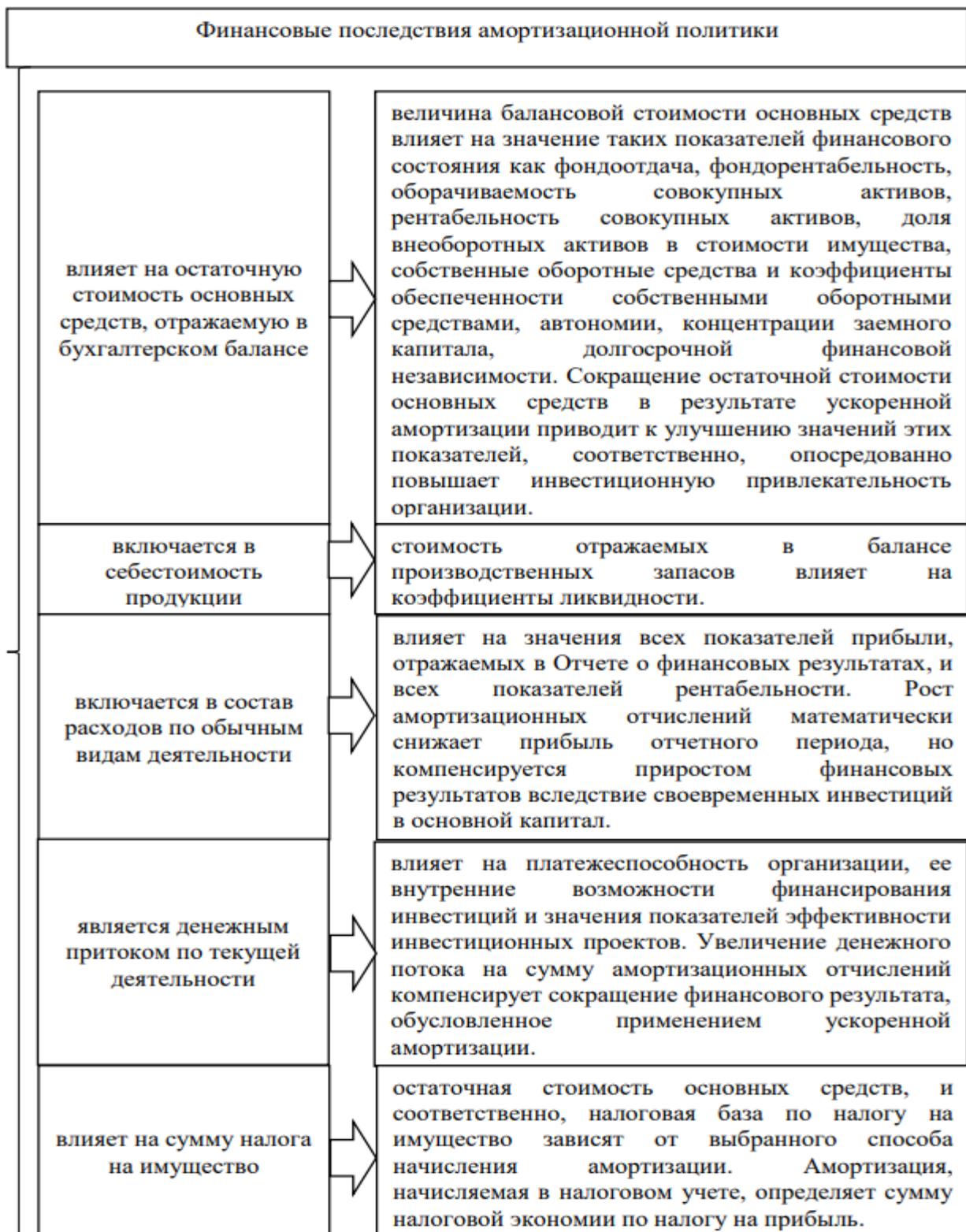


Рисунок 3. Финансовые последствия принятой в коммерческой организации амортизационной политики

Таким образом, в интересах любой организации своевременная оптимизация амортизационной политики, что позволит эффективно управлять стоимостью основных средств и процессом их воспроизводства, улучшить показатели финансовой отчетности, высвободить ресурсы вследствие экономии на налоговых платежах, повысить инвестиционную привлекательность коммерческой организации.

Список литературы:

2. Бжунаева, А. М. Амортизация активов как экономическая категория / А. М. Бжунаева, М. Е. Ордынская // Проблемы и перспективы социально-экономического развития регионов Юга России : Сборник научных трудов по материалам III Всероссийской научно-практической конференции. – Майкоп: ООО «Электронные издательские технологии», 2017. – С. 138-141.

3. Ибрагимов, А. А. Амортизационная политика и её роль в обеспечении экономической безопасности предприятия / А. А. Ибрагимов // Тенденции развития науки и образования. – 2022. – № 84-3. – С. 78-80.

4. Мартынов, В.И. Влияние амортизации основных средств на формирование собственных инвестиционных ресурсов предприятия / В.И. Мартынов // Экономический вектор. - №1 (24). – 2021. – С. 84-90.

5. Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 16 «Основные средства»: приказ Минфина РФ от 18.12.2015 г. №217н // СПС КонсультантПлюс. – Москва, 2023.

6. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая): Федеральный закон от 5.08.2000 г. №117-ФЗ (в ред. от 04.08.23 г.) // СПС «КонсультантПлюс». – Москва, 2023.

7. Никитенко, А.А. Методы и инструменты формирования амортизационной политики предприятия / А.А. Никитенко // Вестник Института экономических исследований. - №1. – 2017. – С. 41-48.

8. Положение по бухгалтерскому учету «Учет нематериальных активов» (14/2007): приказ Минфина РФ от 27.12.2007 г. №153н (в ред. от 16.05.2016 г.) // СПС КонсультантПлюс. – Москва, 2023.

9. Трунова, Е.В. Влияние амортизационной политики на финансовые потоки / Е.В. Трунова // Финансовая аналитика: проблемы и решения. - №3 (189). - 2014. - С. 25-30.

10. Федеральный стандарт бухгалтерского учета «Основные средства» (ФСБУ 6/2020): приказ Минфина от 17.09.2020 №204-н // СПС КонсультантПлюс. – Москва, 2023.

11. Юркова, Т. И. Экономика предприятия / Юркова Т. И., Юрков С. В. // Электронный учебник, 2006 [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.aup.ru/books/m88/>

Шалимов И.В., старший преп., Петров В.Р., обучающийся 3 курса
Shalimov I.V., senior lecturer. Petrov V.R., 3rd year student

Курская академия государственной и муниципальной службы
Kursk Academy of State and Municipal Service

**КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИЙ: КЛЮЧЕВЫЕ
ФАКТОРЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ПУТИ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМНЫХ
ВОПРОСОВ**

**COMPETITIVENESS OF ORGANIZATIONS: KEY SECURITY FACTORS AND
WAYS TO SOLVE PROBLEMATIC ISSUES**

Аннотация. В статье освещены наиболее актуальные и проблемные вопросы стратегического формирования конкурентных преимуществ на основе процесса производства товаров и предоставления услуг. Раскрыто понятие «конкурентоспособность», приведены основные методы оценки конкурентных преимуществ организаций, определены направления оптимизации деятельности организации.

Ключевые слова: конкурентоспособность, конкурентные преимущества, организация, прибыль, процесс производства, услуга, товар, стоимость.

Annotation. The article highlights the most relevant and problematic issues of strategic formation of competitive advantages based on the production process of goods and services. The concept of "competitiveness" is disclosed, the main methods of assessing the competitive advantages of organizations are given, the directions of optimization of the organization's activities are determined.

Keywords: competitiveness, competitive advantages, organization, profit, production process, service, product, cost.

В процессе эволюции системы хозяйствования на этапе функционирования административно-командной системы значение конкурентоспособности было существенно занижено. Данный факт обусловлен ролью государства, как главного регулятора всех рыночных отношений и социально-экономических явлений, протекавших на всех стадиях процесса производства товаров и услуг, а также на фазе их потребления [1].

Целью деятельности любой организации является не только извлечение прибыли и ее максимизация, но и разработка, формирование конкурентных преимуществ, которые позволят отдельному хозяйствующему субъекту максимально быстро и прочно занять нишу на рынке товаров и услуг.

Начальным этапом формирования у организации комплекса конкурентных преимуществ рационально оценить, изучить имеющиеся отечественные и зарубежные подходы и взгляды на данную проблему [2].

А. Смит в своих работах по теории совершенной конкуренции определял следующие ее характерные признаки:

1. Абсолютно все субъекты рыночных хозяйственных отношений владеют полной и достоверной информацией о рынке и особенностях его функционирования.

2. Спросу присущ характер гибкости.

3. Отсутствие ограничительных барьеров при вступлении на рынок.

4. Хозяйствующие субъекты владеют однородными многочисленными товарами, пригодными для реализации.

5. Процесс формирования конкурентных преимуществ не содержит неценовые способы.

Э. Чемберлин, Ф.А. фон Хайек, К. Викселль также усиленно занимались вопросами формирования конкурентных преимуществ, определяли наиболее приоритетные формы, способы и методы ведения конкурентной борьбы [3].

Ф.А. фон Хайек утверждал, что все организации, взаимодействуя друг с другом в процессе осуществления своей экономико-хозяйственной деятельности, получают сформированные знания, которые в последующем и используют в собственных нуждах и по своему усмотрению [4]. Следовательно, сам процесс конкуренции может характеризоваться существенной степенью открытости. Достижение намеченных целей людьми является заветным вектором их поведения, результатом, которого они хотят достичь несмотря ни на что.

Конкуренция, как полагал ученых, является своеобразным стимулом, который позволяет товаропроизводителей усиливать и расширять производство товаров, предоставлять и оказывать большее количество конкурентоспособных услуг.

Спустя несколько десятков лет американский профессор-экономист М. Портер пришел к выводу о том, что формирование конкурентных преимуществ организации неразрывно связано с видами деятельности, которые она осуществляет [5]. Следовательно, исходя из этого может быть рассчитана их экономическая эффективность.

М. Портер считал, что владение информацией является ключевым фактором, который способствует формированию конкуренции. Информация является наиболее сильным «звеном», соединяющим серьезное влияние хозяйствующих субъектов на рынке с процессом конкурентной борьбы за овладение рыночной нишей.

На рисунке 1 представлена модель пяти сил конкуренции М. Портера.

П. Хайне считал, что конкуренция представляет собой целенаправленное движение к лучшему и полному удовлетворению критериев доступа к наиболее редким благам.

Ф. Найт утверждал, что конкуренция должна интегрироваться с ситуацией, включающей массу конкурентных хозяйствующих юнитов (единиц), которые не характеризуются тесной взаимосвязью и взаимозависимостью друг с другом.



Рисунок 1. Модель пяти сил конкуренции М. Портера

Многие отечественные ученые (И.М. Лифиц, И.П. Данилов, Г.Л. Азоев, Р.А. Фатхутдинов, А.Ю. Юданов, М.И. Гельвановский, М.В. Сероштан, К.А. Раицкий) посвятили свои научные труды проблемам изучения вопросов конкуренции.

И.М. Лифиц рассматривал понятие конкуренции как обоюдное соперничество хозяйствующих субъектов в целях производства товаров или оказания услуг с акцентированием внимания именно на конечного их потребителя.

И.П. Данилов представил собственную модель конкуренции, объектом которой являются запросы потребителей.

Сама модель представляет собой специфичную форму процесса изготовления продуктов и оказания услуг, в которых участвуют организации [6]. Формирование конкуренции происходит в следующих фазах:

1. Всеобщая (тотальная).
2. Сильная.
3. Средняя.
4. Слабая.

С 1 – С 4 – схематично изображенные организации как участники процесса производства и оказания услуг.

Г.Л. Азоев был солидарен во взглядах на теорию конкуренции с И.М. Лифицем. Он считал, что достижение конкретного результата является итоговой желанной целью деятельности как физических, так и юридических лиц.

А.Ю. Юданов обращал внимание на то, что ограниченный объем платёжеспособного спроса является ведущим фактором, определяющим модель поведения фирм на рынке, особенности их функционирования на доступных сегментах рынка.

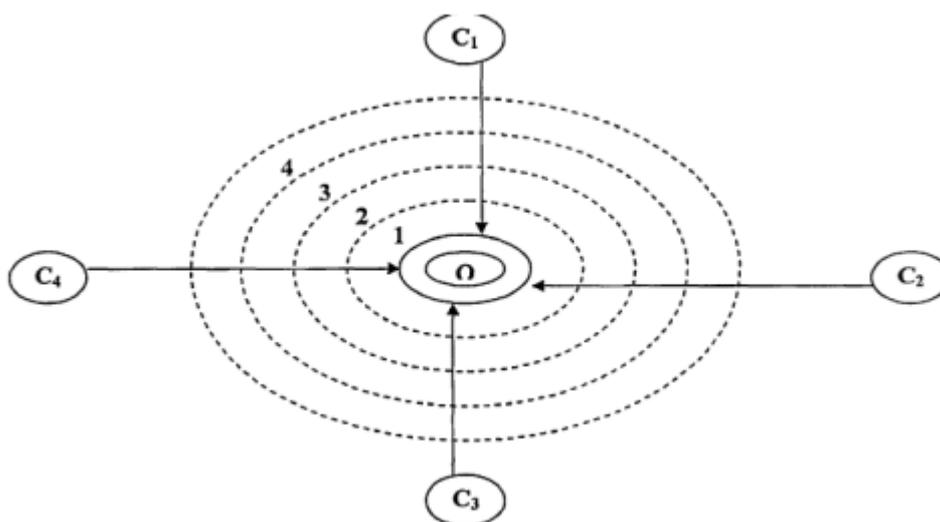


Рисунок 2. Модель конкуренции И.П. Данилова

М. И. Гельвановский определял конкурентоспособность как неизбежный этап трансформации всей системы хозяйствования и всей экономической системы.

М.В. Сероштан стремился максимально точно определить структурный состав такого многоаспектного явления как конкуренция. Ученый-экономист считал, что в ее состав входят следующие компоненты:

- кадровая служба, ее деятельность;
- научно-исследовательский потенциал;
- маркетинговая стратегия предприятия;
- производственная мощность, материально-производственная и сырьевая база организации, которые определяют особенности производственного потенциала и его полноту;
- другие составляющие, которые могут появляться и деформироваться в зависимости от действующей ситуации на рынке товаров и услуг.

К. А. Раицкий разработал уникальную систему, которая закладывает в основе конкурентного соперничества фактор коллективизации. Эта система имеет сложную иерархичную структуру, состоящую из конкретных звеньев, которые соотносятся с зоной обслуживаемой территории.

Этим звеньям в свою очередь соответствуют этапы, успешное выполнение которых придает всей системе устойчивость, стабильность и непрерывность функционирования.

Современные условия хозяйствования формируют у потребителя желание к осуществлению конкретных запросов у организаций-производителей. Тем самым, организация стремится создать все необходимые условия для собственной бесперебойной работы, осуществлять полноценную и комплексную поддержку товара на всех стадиях производственного процесса.

Рост потребительского спроса на продукцию должен стимулировать у производителя следующее:

- желание обучать персонал новым стандартам, способам и методам в сфере обслуживания клиентов;
- формирование оптимальной системы учета продукции, комплектующих изделий и запасных частей;
- желание предоставить потребителю весь потенциал отдела обслуживания;
- разработка глубокой и проработанной комплексной политики обслуживания клиентов с учетом всех факторов, определяющих особенности ее формирования и применения на практике;

- оптимизировать порядок вызова сервисных работников к потребителю.

Конкуренция мотивирует организации к:

- стремлению снижения затрат на производство и реализацию продукции;
- повышению качества производимой продукции, товаров и услуг;
- повышению производительности труда, увеличению выработки и снижению трудоемкости обслуживания каждого сектора производственного процесса.

Оценка конкурентных преимуществ организации определяет актуальность поиска путей, способов и методов их стабильного, устойчивого положения на рынке. Контроль всей хозяйственной деятельности предприятия определяет необходимость полного использования всей имеющейся информации.

Производимая продукция содержит определенный набор свойств и характеристик, отвечающих требованиям стандартов и сертификации. Их рациональный подбор и соотношение определяет формирование первичных конкурентных преимуществ и организации.

Экономическое доминирование хозяйствующего субъекта базируется на изучении, анализе и оценке финансового и кадрового потенциала конкурентов. Умение осуществлять управление предприятием является одним из основных факторов, который позволяет максимально оперативно и полно сформировать комплекс конкурентных преимуществ организации.

Следовательно, основными элементами конкурентоспособности являются:

- экономический, финансовый и трудовой потенциал организации;
- доминирующее и устойчивое положение на рынке товаров и услуг;
- эффективный менеджмент;
- устойчивость во времени;
- необходимость формирования конкурентных преимуществ.

Таким образом, создание конкурентных преимуществ организации основывается на системе, содержащей внутренние и внешние факторы, влияющие на формирование экономических показателей, характеризующих эффективность деятельности хозяйствующего субъекта.

Список литературы[^]

1. Борисов, Е. Ф. Экономика : учебник и практикум / Е. Ф. Борисов. – 7-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 383 с.

2. Золотарев, А. А. Повышение конкурентоспособности отечественной продукции - важнейшее направление аграрной политики / А. А. Золотарев, О. В. Телегина, И. В. Шалимов // Провинциальные научные записки. – 2015. – № 1(1). – С. 23-28. – EDN TWHIJJ.

3. Топунова, И. Р., Экономическая теория (политическая экономия) : учебное пособие / И. Р. Топунова. — Москва : Русайнс, 2022. — 362 с.

4. Шалимов, И. В. Пути повышения финансовой устойчивости предприятий АПК на современном этапе / И. В. Шалимов, О. В. Телегина, С. Ю. Ковалев // Актуальные вопросы инновационного развития агропромышленного комплекса : материалы Международной научно-практической конференции, Курск, 28–29 января 2016 года / Ответственный за выпуск И.Я. Пигорев. Том Часть 1. – Курск: Курская государственная сельскохозяйственная академия им. профессора И.И. Иванова, 2016. – С. 183-187. – EDN UARUMB.

5. Шалимов, И. В. Сущность и специфика организации работы внешнеторговой фирмы / И. В. Шалимов, О. В. Телегина, С. Ю. Ковалев // Актуальные проблемы экономики и управления : Материалы научной конференции, Курск, 29 апреля 2016 года / Сост. Е.Ю. Каблучков. – Курск: Региональный открытый социальный институт, 2016. – С. 89-93. – EDN XFXYQD.

6. Шалимов, И. В. Разработка маркетинговой и товарной стратегии на предприятии / И. В. Шалимов, О. В. Телегина // Провинциальные научные записки. – 2016. – № 2(4). – С. 106-110. – EDN XACMJD.

УДК 658:004

Шацкая Э.Ш., к.э.н., доцент
Shatskaya E.Sh., Ph.D. Associate Professor

ГБОУВО РК «Крымский инженерно-педагогический университет имени Февзи Якубова»

SBEIHE RC «Crimean engineering and pedagogical university the name of Fevzi Yakubov»

ЗНАЧЕНИЕ ВЕБ–САЙТА И ВЕБ–ДИЗАЙНА В ПРОДВИЖЕНИИ БИЗНЕСА

THE IMPORTANCE OF A WEBSITE AND WEB DESIGN IN PROMOTING BUSINESS

Аннотация: Веб-сайты и веб-дизайн играют важную роль в продвижении бизнеса в интернете, так как они являются визитной карточкой компании и создают первое впечатление у потенциальных клиентов. Хороший веб-дизайн привлекает внимание, улучшает пользовательский опыт и повышает конверсию, что в свою очередь способствует росту бизнеса.

Ключевые слова: веб-сайт, веб-дизайн, продвижение бизнеса, интернет-маркетинг, пользовательский опыт, конверсия, онлайн-присутствие, брендинг.

Annotation: Websites and web design play an important role in promoting business on the Internet, as they are the business card of the company and create the first impression among potential customers. Good web design attracts attention, improves user experience and increases conversion, which in turn contributes to business growth.

Keywords: website, web design, business promotion, Internet marketing, user experience, conversion, online presence, branding.

В современном мире интернет стал неотъемлемой частью нашей жизни. Большинство людей используют интернет для поиска информации, общения, покупок и других целей. Это создает огромные возможности для бизнеса, который может использовать интернет для продвижения своих товаров и услуг. Однако, чтобы успешно использовать интернет в бизнесе, необходимо иметь хороший веб-сайт и эффективный веб-дизайн.

Веб-сайт - это электронная платформа, которая содержит информацию о компании, ее товарах и услугах. Он является основным инструментом для представления бизнеса в интернете.

Веб-сайт выполняет следующие функции:

1. Информационная функция: веб-сайт предоставляет информацию о компании, ее товарах и услугах. Он позволяет потенциальным клиентам получить необходимую информацию о компании перед принятием решения о покупке.

2. Коммуникативная функция: веб-сайт позволяет компании взаимодействовать с клиентами и партнерами. Через веб-сайт можно получать обратную связь от клиентов, отвечать на их вопросы и предоставлять поддержку.

3. Маркетинговая функция: веб-сайт является мощным инструментом для продвижения бизнеса и привлечения новых клиентов. Через веб-сайт компания может проводить рекламные кампании, предлагать специальные акции и скидки, а также улучшать свою видимость в поисковых системах. [2]

Веб-дизайн — это процесс создания и оформления веб-сайта. Он играет важную роль в продвижении бизнеса в интернете. Веб-дизайн влияет на первое впечатление пользователей о компании и ее товарах. Он может привлечь или оттолкнуть потенциальных клиентов.

Веб-дизайн выполняет следующие функции:

1. Роль визуального облика: дизайн веб-сайта должен быть эстетически приятным и соответствовать имиджу компании. Он должен вызывать доверие и профессионализм. Визуальный облик веб-сайта является важным фактором для привлечения и удержания пользователей.

2. Влияние на поведение пользователей: хороший веб-дизайн может увеличить конверсию - количество посетителей, которые совершают желаемые действия на сайте, такие как покупка товара или оставление контактной информации. Он также может увеличить время, проведенное пользователем на

сайте, что повышает шансы на принятие решения о покупке. Кроме того, эффективный веб-дизайн может привлечь новых клиентов и улучшить общую репутацию компании.

3. Адаптивный дизайн: с увеличением числа пользователей мобильных устройств, важно иметь адаптивный дизайн, который обеспечивает оптимальное отображение веб-сайта на различных устройствах. Это позволяет достичь большей аудитории и повысить удовлетворенность пользователей.

Для создания эффективного веб-дизайна необходимо учитывать несколько ключевых элементов:

- Навигация и структура: веб-сайт должен иметь логическую и удобную навигацию, чтобы пользователи могли легко находить нужную им информацию. Структура сайта должна быть понятной и легко воспринимаемой.

- Визуальный облик: цветовая гамма, шрифты и изображения должны быть гармоничными и соответствовать имиджу компании. Они должны помогать создать эстетически приятный интерфейс и привлечь внимание пользователей.

- Оптимизация скорости загрузки: веб-сайт должен загружаться быстро, чтобы пользователи не теряли терпение и не уходили на другие сайты. Оптимизация скорости загрузки может быть достигнута через оптимизацию изображений, сжатие файлов и использование кэширования. [1]

Веб-сайты и веб-дизайн имеют огромное значение для продвижения бизнеса в интернете. Они позволяют компаниям представить себя в наилучшем свете, привлечь внимание потенциальных клиентов и увеличить конверсию. Однако, есть и ряд негативных аспектов, которые стоит учитывать.

Плюсы использования веб-сайта и веб-дизайна в продвижении бизнеса:

1. Привлечение внимания потенциальных клиентов. Привлекательный дизайн и удобная навигация помогают привлечь внимание посетителей.

2. Улучшение пользовательского опыта. Хороший веб-дизайн делает сайт более удобным для пользователей, что повышает вероятность их возвращения.

3. Повышение конверсии. Качественный веб-дизайн способствует увеличению конверсии, то есть количества посетителей, совершивших целевое действие на сайте (покупка, подписка и т.д.).

4. Улучшение брендинга. Веб-сайт является важной частью брендинга компании и позволяет создать единый стиль и образ.

Минусы использования веб-сайта и веб-дизайна в продвижении бизнеса:

1. Высокие затраты. Создание качественного веб-сайта и дизайна может быть дорогостоящим процессом.

2. Необходимость постоянного обновления. Веб-сайт требует постоянного обновления контента и дизайна для поддержания актуальности.

3. Риски безопасности. Веб-сайты подвержены рискам хакерских атак и других угроз безопасности. [3]

Перспективы использования веб-сайта и веб-дизайна в продвижении бизнеса:

С учетом быстрого развития технологий, перспективы использования веб-сайта и веб-дизайна в продвижении бизнеса остаются очень высокими. С

развитием мобильных устройств, а также возрастанием онлайн-покупок, иметь качественный и удобный веб-сайт становится все более важным для компаний.

Несмотря на некоторые негативные аспекты, веб-сайты и веб-дизайн остаются ключевыми инструментами в продвижении бизнеса в интернете, предоставляя компаниям возможность привлекать новых клиентов, улучшать пользовательский опыт и повышать конверсию.

Анализ значимости веб-дизайна в продвижении бизнеса и рассмотрение примеров веб-сайтов в различных отраслях позволяет увидеть, как качественный дизайн может повысить эффективность и конкурентоспособность компании.

1. Веб-сайт компании Apple:

Веб-сайт Apple отличается минималистичным и современным дизайном, который отражает философию компании. Чистые линии, яркие изображения и простота навигации создают уникальный пользовательский опыт. Apple уделяет большое внимание дизайну своих продуктов, а веб-сайт является продолжением этой философии, помогая привлечь и удержать внимание посетителей.

2. Веб-сайт компании Amazon:

Веб-сайт Amazon имеет простой и интуитивно понятный дизайн. Он фокусируется на удобстве использования и быстром доступе к товарам. Четкая структура и навигация помогают пользователям легко найти нужную информацию и совершить покупку. Amazon также активно использует персонализацию и рекомендации, чтобы предложить пользователям наиболее подходящие товары.

3. Веб-сайт компании Nike:

Веб-сайт Nike отличается динамичным и эмоциональным дизайном, который передает брендовую идентичность компании. Яркие цвета, динамичные изображения и анимация создают эффект присутствия и вовлеченности. Nike также активно использует истории и персонализацию, чтобы связаться с клиентами и создать уникальный опыт.

4. Веб-сайт компании Coca-Cola:

Веб-сайт Coca-Cola отличается ярким и креативным дизайном, который отражает брендовую идентичность компании. Он использует яркие цвета, интересные графические элементы и анимацию, чтобы привлечь внимание посетителей. Веб-сайт также активно использует контент-маркетинг и социальные сети для взаимодействия с клиентами.

5. Веб-сайт компании Airbnb:

Веб-сайт Airbnb отличается уникальным и интуитивно понятным дизайном. Он фокусируется на фотографиях и описаниях жилья, чтобы помочь пользователям принять решение о бронировании. Airbnb также активно использует отзывы и рекомендации, чтобы создать доверие и уверенность у клиентов.

6. Веб-сайт компании Tesla:

Веб-сайт Tesla отличается современным и минималистичным дизайном, который отражает философию компании. Чистые линии, большие изображения и простота навигации создают уникальный пользовательский опыт. Tesla также активно использует контент-маркетинг и видео, чтобы продемонстрировать свои продукты и ценности.

7. Веб-сайт компании Starbucks:

Веб-сайт Starbucks отличается уютным и привлекательным дизайном, который передает атмосферу и стиль кофейни. Фоновые изображения, яркие цвета и простота навигации создают уникальную атмосферу. Starbucks также активно использует социальные сети и программу лояльности для взаимодействия с клиентами.

Анализ примеров веб-сайтов в различных отраслях показывает, что качественный веб-дизайн имеет большое значение для продвижения бизнеса. Он помогает создать уникальный пользовательский опыт, привлечь внимание посетителей, удержать их и создать доверие. Примеры компаний, таких как Apple, Amazon, Nike, Coca-Cola, Airbnb, Tesla и Starbucks, подтверждают важность веб-дизайна для успешного продвижения бизнеса. Однако, необходимо учитывать индивидуальные особенности отрасли и целевой аудитории при разработке веб-сайта.

Веб-сайт и веб-дизайн играют важную роль в продвижении бизнеса в интернете. Они позволяют представить компанию и ее товары и услуги, привлечь новых клиентов, улучшить общую репутацию и повысить конверсию. Для достижения этих целей необходимо учитывать ключевые элементы эффективного веб-дизайна и анализировать успешные примеры веб-сайтов в различных отраслях. В будущем, с развитием технологий и изменением потребностей пользователей, веб-сайты и веб-дизайн будут продолжать развиваться и играть все более важную роль в бизнесе.

Список литературы:

1. Мартынцев, Д. Взлом роста : Как ускорить развитие продукта и масштабировать бизнес / Д. Мартынцев. - Москва : Альпина Паблишер, 2021. - 136 с. - ISBN 978-5-9614-4118-5. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785961441185.html> (дата обращения: 05.11.2023).

2. Катаев, А. В. Интернет-маркетинг : учебное пособие / Катаев А. В. - Ростов н/Д : Изд-во ЮФУ, 2018. - 153 с. - ISBN 978-5-9275-2673-4. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785927526734.html> (дата обращения: 05.11.2023).

3. Бенедикт, Т. Свод знаний по управлению бизнес-процессами : BPM СВОК 4.0. / Т. Бенедикт, М. Кирхмер, М. Шарсиг, П. Франц и др. Под ред. А. А. Белайчука; Пер. с англ. - Москва : Альпина Паблишер, 2022. - 504 с. - ISBN 978-5-9614-7207-3. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785961472073.html> (дата обращения: 05.11.2023).

УДК 330.342

Шевченко С.С., обучающаяся 3 курса
Shevchenko S.S., 3rd year student

Научный руководитель: Богданова Ж.А., к.э.н., доцент
Scientific supervisor: Bogdanova Zh.A., Ph.D. Associate Professor

ГБОУВО РК «Крымский инженерно-педагогический университет имени Февзи Якубова»

SBEIHE RC «Crimean engineering and pedagogical university the name of FevziYakubov»

ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ ОРГАНИЗАЦИИ: ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

DIGITAL TRANSFORMATION OF THE ORGANIZATION: PROBLEMS AND SOLUTIONS

Аннотация. Мы живем в эпоху цифровых преобразований. Цифровые технологии, цифровые данные и возникающие в процессе их использования новые связи и отношения, приводят к кардинальным изменениям в нашей жизни, учебе, работе и досуге, позволяют нам по-новому думать, планировать и принимать решения. Ускорение темпов технологических изменений не только увеличивает риски и угрозы для существующих бизнес-моделей, но и открывает новые возможности на всех уровнях государственного и общественного развития. Цифровая трансформация, хотя и предоставляет множество преимуществ, сопровождается рядом вызовов и сложностей, с которыми организации должны справляться. Те субъекты бизнеса, которые могут адаптироваться к этой новой реальности и интегрировать цифровые технологии в свою стратегию, могут ожидать роста и успеха.

Ключевые слова: цифровизация, индексы цифровой трансформации, бизнес-процессы, конкурентоспособность, инновации, сложности в цифровой трансформации.

Annotation. We live in an era of digital transformation. Digital technologies, digital data and new connections and relationships arising in the process of their use lead to fundamental changes in our lives, studies, work and leisure, allow us to think, plan and make decisions in a new way. Accelerating the pace of technological change not only increases the risks and threats to existing business models, but also opens up new opportunities at all levels of state and social development. Digital transformation, although it provides many advantages, is accompanied by a number of challenges and difficulties that organizations must cope with. Those business entities that can adapt to this new reality and integrate digital technologies into their strategy can expect growth and success.

Keywords: digitalization, digital transformation indices, business processes, competitiveness, innovations, difficulties in digital transformation.

Термин «цифровизация» применяется для описания трансформации, которая проникает глубже, чем замещение аналогового или физического ресурса на цифровой или информационный. Например, книги не просто превращаются в электронные книги, а становятся целым набором

интерактивных и мультимедийных файлов, имеющих особые преимущества. В деловом понимании предприятие, которое хочет стать «цифровым», должно весь фокус направить на автоматизацию процессов, с целью сделать их более эффективными. Соответственно, организация, акцентирующая внимание на «цифровизации», должна ставить цель на то, чтобы с большой отдачей получать результаты от этих процессов, через более активное участие клиентов [7].

В последние годы доступность и открытость технологий для бизнеса с позиции стоимости и готовности инфраструктуры сформировали два разнополюсных подхода к процессу цифровой трансформации [5]:

1) от технологии к бизнес-потребности — бизнес вовлечен в гонку за новейшими технологиями, оценка результатов внедрения обычно вторична, фокус направлен на получение конкурентных преимуществ за счет владения технологией. Следование такому подходу приносит «цифровым модникам»б (fashionistas) лишь краткосрочный эффект ввиду отсутствия связи с бизнес-стратегией;

2) от бизнес-потребности к технологии — оценка желаемого результата и определение источников создания ценности предшествуют выбору конкретной технологии и ее последующему внедрению. Данный подход подкреплен стратегическими целями компании и носит долгосрочный характер.

Но для двух подходов используются одинаковые методы оценки цифровой трансформации.

Индексы цифровой трансформации — это инструменты для измерения и оценки уровня цифровой готовности или трансформации организации, региона или страны. Они предоставляют краткую оценку, основанную на различных критериях и показателях, которые характеризуют цифровой прогресс. Существуют несколько индексов цифровой трансформации:

Индекс цифровой экономики EIU (Economist Intelligence Unit). Этот индекс оценивает цифровую трансформацию экономики на основе различных факторов, таких как доступ к интернету, цифровая инфраструктура, правительственная политика и инновации. Такой индекс для составления статистики использует национальный исследовательский институт «Высшая школа экономики». На рисунке 1 видно, что по использованию облачных сервисов в организациях предпринимательского сектора Россия занимает 28 место, по использованию технологии интернет вещей – 16 место, анализу больших данных – 9 место, технологиям искусственного интеллекта – 7 место.

Индекс цифровой трансформации IMD World Digital Competitiveness. Этот индекс измеряет цифровую конкурентоспособность стран на основе четырех факторов: знаний и технологической подготовки, цифровой готовности, цифрового бизнеса и цифровой жизни.

Индекс цифровой трансформации PwC (PricewaterhouseCoopers). Международная аудит-консалтинговая корпорация, которая владеет сетью компаний по всему миру, разработала индекс, который оценивает готовность и способность компаний адаптироваться к цифровой трансформации. Он оценивает их стратегии, ресурсы и исполнение в области цифровых технологий.

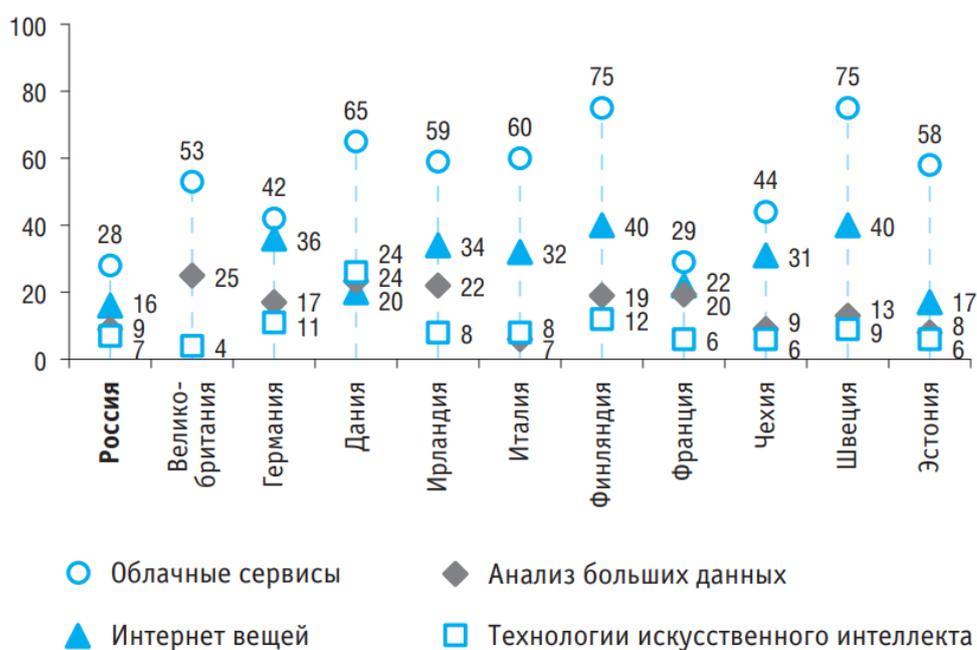


Рисунок 1. Использование цифровых технологий в организациях предпринимательского сектора по странам: 2021 (в процентах от общего числа организаций) [6]

Индекс цифровой трансформации WEF (World Economic Forum – Всемирный экономический форум). Этот индекс оценивает готовность и подготовку стран к цифровой трансформации на основе факторов, таких как цифровая инфраструктура, правительственная политика, инновации и человеческий капитал.

Целью WEF является стремление стать всемирной главной платформой формирования мировой, региональной и промышленной повестки посредством создания инструментов многостороннего партнерства. WEF ведет деятельность в трех направлениях:

- 1) управление четвертой индустриальной революцией;
- 2) решение проблем мировых сообществ;
- 3) решение мировых вопросов безопасности [4].

Индекс цифровой инновации Bloomberg. Этот индекс оценивает инновационные возможности и ресурсы городов, а также их способность к цифровой трансформации.

Индекс инноваций Bloomberg составляется на основе оценок семи показателей: затраты на НИОКР, продуктивность, присутствие в экономике высокотехнологичных компаний, распространенность высшего образования, добавленная стоимость товаров, число регистрируемых патентов и число исследователей. Россия в этом году находится на 12-й строчке, в прошлом году она была на 14-й. Первое место заняла Южная Корея, за ней следуют Германия, Швеция, Япония и Швейцария. В десятку самых инновационных стран также входят Сингапур, Финляндия, США, Дания и Франция. Всего в индексе

инноваций Bloomberg 50 стран, его замыкают Таиланд, Марокко, Аргентина и Казахстан [3].

Цифровая трансформация – это внедрение современных цифровых технологий в бизнес-процессы экономических систем всех уровней. Этот метод ориентирован не только на установку нового оборудования или современного программного обеспечения, но и на коренные изменения в подходах к руководству, внутрикорпоративной культуре, внешних связях. Как итог, повышаются производительность каждого сотрудника и уровень удовлетворенности клиентов, а компания приобретает репутацию прогрессивной и современной организации. На практике это означает создание структуры сквозных бизнес-процессов, которую можно назвать цифровой экосистемой бизнеса. Особое внимание посвящается постановке цели на будущее, а затем разработке стратегии, основываясь на этом видении. Технологии – это средство трансформации, а не цель [2].

Цифровая трансформация стала неотъемлемой частью современного бизнеса. Она предоставляет организациям огромные возможности для улучшения эффективности, расширения клиентской базы и создания конкурентных преимуществ. Однако цифровая трансформация также сопровождается рядом сложностей, с которыми организации должны справляться. *Преодоление сложностей в цифровой трансформации требует сбалансированного и стратегического подхода.*

Самой главной проблемой, с которой сталкиваются субъекты бизнеса в самом начале пути – это отсутствие четкой цифровой стратегии. Отсутствие плана может привести к потере времени и ресурсов на нерелевантные инициативы. Выходом из этой ситуации будет являться разработка долгосрочной цифровой стратегии, которая определяет приоритеты, цели и шаги для достижения успеха. Стратегия должна быть выстроена вокруг потребностей клиентов и стратегических целей компании.

С трудовым коллективом также может возникнуть сразу несколько проблем:

1) Сложность, с которой сталкиваются, наверное, все предприятия заключается в недостатке компетентных сотрудников. Отсутствие кадров с необходимыми цифровыми навыками и опытом может затруднить внедрение цифровых решений и инноваций. Чтобы преодолеть этот этап руководству необходимо инвестировать в обучение и развитие персонала, например, организовывать сотрудникам мероприятия по повышению квалификации, отправлять на необходимые современные тренинги и курсы. Также необходимо сотрудничать с университетами и образовательными учреждениями, которые после выпуска специалистов с качественными цифровыми навыками.

2) Сотрудники могут сопротивляться изменениям и новым технологиям из-за страха перед ними. Этой проблемы можно избежать путём вовлечения кадров в процесс изменений, обеспечения обратной связи и обучения для улучшения их цифровой грамотности. На руководстве лежит важная задача – создание культуры, способствующей инновациям.

Опасения относительно безопасности и утечки данных также являются проблемой на пути цифрового становления организации. Киберугрозы могут исходить из самых разных источников: от враждебных государств и террористических групп до отдельных хакеров и доверенных лиц, таких как сотрудники или подрядчики, которые злоупотребляют своими привилегиями для совершения злонамеренных действий [1]. Преодолеть это препятствие можно внедрением современных методов кибербезопасности, обучением сотрудников в вопросах безопасности, аудиту и мониторингу безопасности для реагирования на угрозы.

Отсутствие ясных метрик и показателей успеха затрудняет оценку эффективности цифровой трансформации, что тоже является проблемой для организации. Сложности в оценке результатов решаются с помощью установления ключевых показателей производительности (KPI) и разработки системы аналитики для оценки результатов. Также поможет регулярный мониторинг и анализ данных.

Недостаток финансирования может ограничивать способность компании к внедрению новых технологий и решений. Разработка бизнес-кейсов для привлечения инвестиций, оптимизация расходов, рациональное использование ресурсов и поиск возможностей для партнерств и инвестиций помогут преодолеть эту проблему.

Подводя итог, нужно сказать, что каждая организация уникальна, и ее путь к цифровой трансформации будет зависеть от ее специфических условий и потребностей. Важно разработать индивидуальный план цифровой трансформации, учитывая эти и другие факторы, и постоянно адаптировать его в ответ на изменяющуюся среду и технологические возможности. Преодоление этих препятствий может стать ключом к успешной цифровой трансформации и укреплению конкурентоспособности в цифровом мире. Следует отметить, что развитие цифровой экономики будет продолжаться, и компании должны оставаться гибкими и готовыми к постоянным изменениям и инновациям.

Список литературы:

1. Камбулов Данил Александрович Угрозы кибербезопасности // StudNet. 2021. №7: [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/ugrozy-kiberbezopasnosti> (дата обращения: 11.11.2023).

2. Плотников В.А. Цифровизация производства: теоретическая сущность и перспективы развития в российской экономике // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. – 2018. – № 4 (112).

3. ПМЭФ 24 Петербургский Международный Экономический Форум: [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://forumspb.com/news/news/bloomberg-vklyuchil-rossiyu-v-chislo-stran-s-innovatsionnoy-ekonomikoju/> (дата обращения: 11.11.2023).

4. Стуглев А.А., Ходько С.Т. Инновационные решения для экономического развития: зарубежный опыт мировых форумов // Инновации. 2019. №8 (250).

5. Ценжарик М.К., Крылова Ю.В., Стешенко В.И. Цифровая трансформация компаний: стратегический анализ, факторы влияния и модели // Вестник Санкт-Петербургского университета. Экономика. 2020. №3.

6. Цифровая экономика: 2023 : краткий статистический сборник / Г. И. Абдрахманова, Ц75 С.А. Васильковский, К.О. Вишнеvский и др.; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М. : НИУ ВШЭ, 2023. – 120 с.

7. Шевченко, С. С. Перспективы цифровой трансформации бизнеса / С. С. Шевченко, А. К. Ганиева // Национальные экономические системы в контексте формирования глобального экономического пространства : Сборник научных трудов / Под общей редакцией З.О. Адамановой. – Симферополь : Общество с ограниченной ответственностью «Издательство Типография «Ариал», 2022. – С. 582-585.

УДК 330

Шилина Н.Н., обучающаяся 4 курса
Shilina N.N., 4th year student

Оренбургский филиал ФГБОУ ВО «Российский экономический университет
им. Г.В. Плеханова»
Orenburg Branch of the Plekhanov Russian University of Economics

**ВЛИЯНИЕ КРИЗИСНЫХ СИТУАЦИЙ НА БАНКОВСЮЮ СФЕРУ В
РОССИИ**
THE IMPACT OF CRISIS SITUATIONS ON THE BANKING SECTOR IN
RUSSIA

Аннотация. В данной статье рассмотрены основные кризисы в Российской Федерации, а также поведение банковской структуры в представленные временные промежутки. Рассматриваемым объектом в данной статье представлена банковская компания ПАО «Сбербанк». Особое внимание уделено тому, какие действия предпринимала компания в исследуемых кризисных ситуациях.

Ключевые слова: кризис, Российская Федерация, банковская структура, ПАО «Сбербанк».

Annotation. This article examines the main crises in the Russian Federation, as well as the behavior of the banking structure in the time periods presented. The object under consideration in this article is the banking company PJSC Sberbank. Particular attention is paid to what actions the company took in the studied crisis situations.

Keywords: crisis, Russian Federation, banking structure, Sberbank PJSC.

В современном мире кризисы всегда имели место. Они затрагивают большинство сфер жизни, но действительно страдает экономическая область в любом государстве.

Для того, чтобы не только «остаться на плаву», но и устойчиво стоять во время кризисной ситуации, компании должны четко, грамотно и своевременно принимать управленческие решения [1].

Рассмотрим компанию ПАО «Сбербанк» и проведем исследование того, как данная организация справлялась с кризисами в период своего существования.

Основные кризисы, которые затронули компанию ПАО «Сбербанк», являются кризисы 2014, 2020 и 2022 годов.

Рассмотрим подробнее данные кризисы и то, какие действия предпринимала исследуемая компания.

Кризис 2014 года. Данный кризис сыграл огромную роль не только для ПАО «Сбербанк», но и для всей экономики России. В представленный год череда негативных факторов продолжалась одна за одной: цены на нефть имели тенденцию к снижению, санкции со стороны Запада не прекращались, ставка рефинансирования была повышена почти до 17%, что спровоцировало проблемы всей экономической сферы Российской Федерации [2].

Что касается ПАО «Сбербанк», компания также терпела убытки и потери, а именно: более 1,2 триллионов рублей было снято вкладчиками данного банка, доля кредитных задолженностей составляла около 3%, что привело руководство к принятию решения по увеличению резервов. Несмотря на это, чистая прибыль первого полугодия 2014 года ПАО «Сбербанк» была более 1,3 миллиарда долларов. Необходимо также сказать, что ни один европейский инвестор, который ранее вел сотрудничество с исследуемой компанией, не высказал отказ в сторону долей капитала ПАО «Сбербанк».

В связи с данными внешними изменениями, компания ПАО «Сбербанк» приняла решение провести не только антикризисные меры в действие, но и внутренние реформы, а именно пересмотреть свою стратегию и «перепланировку» компании.

Рассмотрим какие же именно приняла действия исследуемая компания.

Во-первых, был сделан упор на людей, а именно на культуру компании. Это подразумевает под собой модернизацию внутренних процессов компании, а также пересмотр работы штатных сотрудников. На тот момент в компании использовалось более 70% технологий, которые представляли собой продукты внутренней разработки были также модернизированы отделения и офисы банковской компании.

Также необходимо сказать про модернизирование системы менеджмента: в огромных количествах были сокращены сотрудники в отделах по оформлению операций. Тех работников, которые попали под сокращение, вынуждено было отправить на работу с клиентами, большое количество сотрудников по бухгалтерии также было сокращено. Это привело к росту операций компании более, чем в 4 раза.

Во-вторых, была разработана система управления риском. Компания создала так называемую «Группу риска», которая в свою очередь занимается совершенствованием моделей оценок рисков, сценарных анализов [3].

Нельзя не отметить, что в данную Группу включен интегрированный риск-менеджмент, который в свою очередь занимается прогнозированием показателей, определяющих достаточность капитала. Данная структура помогает прогнозировать изменения в показателях, которые влияют на выплату дивидендов, увеличение активов, инвестиции в дочерние компании. Прогнозирование достаточности капитала помогает превентивно обнаруживать нарушения в нормативах и своевременно помогать руководству принимать соответствующие решения.

Данное прогнозирование использует следующие инструменты:

- план управления достаточности капитала;
- бизнес-планирование;
- лимитная система для показателей достаточности капитала;
- планирование дивидендов дочерних компаний;
- план управления достаточности капитала в случае кризисной ситуации.

Кризис 2020 года. Данному кризису способствовало распространение пандемии COVID-19. Этот год был тяжелый не только у России, но и у других государственных субъектов. Карантин, закрытие компаний, масочный режим – все это про 2020 год. ПАО «Сбербанк» смог легко приспособиться к вызванным условиям, начав развивать цифровую структуру компании, а также начав создавать различные онлайн-сервисы, которые не оставили граждан в безвыходной ситуации.

ПАО «Сбербанк» в первую очередь начал развивать свою экосистему. Данная структура включает не банковские продукты, она помогает обычному потребителю с комфортом решать будничные задачи. Экосистема «Сбербанка» включает в себя следующие элементы:

- 1) Развлечения: медиасервисы, медиаприставки, аудиостриминг.
- 2) Сервисы по доставке продуктов и готовой еды.
- 3) Здоровье: цифровой сервис в сфере здравоохранения.
- 4) Передвижение: такси, каршеринг.
- 5) Покупка автомобиля: сервис по подбору автомобильного средства.
- 6) Работа и учеба: сервис по поиску работы, образовательные платформы.

Также, помимо этого, ПАО «Сбербанк» не забывал про свою основную задачу – банковская деятельность. Исследуемая компания в следующих государственных программах по поддержке граждан:

- «Программа 0%». Данная кредитная программа представляет собой выдачу кредитов для организаций малого и среднего бизнеса на заработную плату и связанные с ней платежи до 1 года, а также с предоставлением отсрочки основного долга на 6 месяцев. В течение первых 6 месяцев ставка составляет 0%, после – повышается до 4% годовых. Вынужденная самоизоляция привела к появлению новой инициативы – «Программа 2%».

- «Программа 2%». Данная государственная инициатива привела к расширению потенциальных клиентов: теперь кредитную помощь могли

получить как микропредприятия, так и крупные компании. Однако, в эту программу мог попасть малый бизнес, имеющий хотя бы один ОКВЭД, который относится к списку наиболее пострадавших отраслей, средний и крупный же бизнес должен иметь ОКВЭД основной деятельности по этому списку. Целью данной программы является долгосрочное сохранение занятости, а именно компания, берущая кредит, должна сохранить свою занятость до 1 марта 2021 года на уровне не менее 90% в сопоставимости с той, что была 1 июня 2020 года, в свою очередь государство спишет основной долг и начисленные проценты, в худшем случае компания не сможет претендовать на списание долга.

- Кредиты под 5%. Данная программа представляет собой выдачу кредитов для развития компаний на льготных условиях и реструктуризации накопленных задолженностей. Эта программа была создана с целью помощи преодоления последствий пандемии для крупного и среднего бизнеса, а также обеспечения трансфера финансов до уровня партнеров для среднего и малого бизнесов. Кредитные платежи предоставлены на один год и помогают не только возобновить бизнес-процессы, но и нарастить объемы реализации. Необходимо отметить, что сумма кредита ограничена среднемесячной выручкой заемщика, которая уменьшена на сумму среднемесячной чистой прибыли и на сумму среднемесячных амортизационных отчислений.

- Инициативная поддержка. Также ПАО «Сбербанк» создал горячую линию для предпринимателей по вопросам с корпоративными клиентами на основе взаимодействия в период пандемии. Помимо этого, банковская компания бесплатно консультировала клиентов по вопросам трансформации бизнеса, предоставляла доступ к CRM-системе на 2 месяца и сервису удаленного управления торговлей.

Ситуация 2022-2023 годов. Несмотря на очередное предкризисное состояние на основе геополитической обстановки в мире и поступающие иностранные санкции, ПАО «Сбербанк» продолжает свою деятельность и не собирается останавливать ее, а наоборот, снова подстраивается под ситуацию и изыскивает новые способы развития. В настоящий момент компания сделала упор на совершенствование компании изнутри и на цифровизацию, добившись следующих результатов [4]:

1) *«Производственная система Сбербанка».* Основой данного проекта являются непрерывные улучшения, в которых должны принимать участие работники банка.

2) *Электронные площадки.* Внедрение бережливого производства в исследуемой компании привело к созданию электронных площадок, на которых работники могут участвовать в улучшении деятельности «Сбербанка». Примерами таких площадок можно назвать «Идеи Сбербанка» и «Биржа идей».

3) *ЛИН-лаборатории.* В «Сбербанке» действуют уже около 100 подразделений, которые занимаются не только текущей работой, но и разработками, а впоследствии и тестированием новых подходов к деятельности компании.

4) «Сбербанк-Сити». Также нельзя не сказать про реализуемый проект «Сбербанк-Сити». Данный проект был выбран для реализации на международном конкурсе в 2019 году, который реализуется по сей день. Руководство компании решило отказаться от системы с кабинетами, которая, по их мнению, стала уже устаревшей, и решило перейти к системе «Agile», которая представляет собой мотивирующую рабочую среду, зону переговоров и встреч, а также зону концентрации.

Таким образом, кризисная ситуация не является проблемой, если уметь грамотно и своевременно принимать управленческие решения, а также уметь подстраиваться под ситуацию, иметь такое качество компании, как гибкость. Это на практическом примере и доказала банковская компания ПАО «Сбербанк». Компания смогла не только подстроиться под кризисную ситуацию, но и начать развиваться.

Список литературы:

1. Реброва Т.А. Проблемы и перспективы развития предприятий Оренбургской области в современных условиях хозяйствования//Проблемы развития предприятий: теория и практика : материалы 21-й Международной научно-практической конференции, 24-25 ноября 2022 года : в 2 частях / ред.коллегия: Е.А. Кандрашина (ответственный редактор) [и др.] ; Самарский государственный экономический университет. – Ч. 1. – Самара : Изд-во СГЭУ, 2022. – 314 с. ISBN 978-5-00176-143-3 – ISBN 978-5-00176-144-0 (ч. 1) С. 206-211

2. Бычков, А. А. Банковский сектор России под влиянием кризиса 2014–2015 годов / А. А. Бычков, Д. А. Подлинных. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2015. — № 10 (90). — С. 548-551. — URL: <https://moluch.ru/archive/90/18604/> (дата обращения: 03.11.2023).

3. Лазарева О.С., Советов И.Н. Анализ структуры и динамики дебиторской задолженности коммерческого банка // Прогнозирование инновационного развития национальной экономики в рамках рационального природопользования : материалы IX Международной научно-практической конференции (05 нояб. 2020 г.) в 2 ч. / Пермский государственный национальный исследовательский университет. – Пермь, 2020. – Ч. 1. – 685 с. ISBN 978-5-7944-3584-9 – ISBN 978-5-7944-3585-6 (Ч. 1) С. 298-306.

4. Мельников О.Н., Мавликаев А.А. Использование концепций тайм-менеджмента и бережливого производства в работе универсального дополнительного офиса (на примере ПАО «Сбербанк России») // Микроисследования в экономике. – 2020. – Том 1. – № 2. – С. 51-64.

УДК 342

Шилов Ю.В., к.ю.н., доцент

Shilov Y.V., Candidate of Law, Associate Professor

ФКОУ ВО Пермский институт ФСИН России
Perm Institute of the Federal Penitentiary Service of Russia

**ОТДЕЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ РЕАЛИЗАЦИИ ОБЩЕСТВЕННОГО И
МУНИЦИПАЛЬНОГО КОНТРОЛЯ В СИСТЕМЕ
ГОСУДАРСТВЕННОГО (МУНИЦИПАЛЬНОГО) УПРАВЛЕНИЯ**
CERTAIN ASPECTS OF THE IMPLEMENTATION OF PUBLIC AND
MUNICIPAL CONTROL IN THE SYSTEM OF STATE (MUNICIPAL)
MANAGEMENT

Аннотация. В статье рассматриваются отдельные концептуальные основы реализации контрольно-надзорной деятельности. Автором обосновывается наличие специфических признаков общественного контроля, сформулированы некоторые особенности организации муниципального контроля и порядка его осуществления. Обращено внимание на многофункциональность общественного контроля и востребованность совершенствования механизмов его реализации. Акцентируется позиция о необходимости расширения правового регулирования вопросов общественного и муниципального контроля посредством принятия региональных актов, учитывающих специфику конкретных территорий. Обозначена целесообразность расширения области научного исследования различных аспектов контрольно-надзорной деятельности, в том числе, за счет выделения и системного анализа деятельности различных субъектов общественного и муниципального контроля, расширения возможностей применения современных форм и способов.

Ключевые слова: общественный контроль, муниципальный контроль, публичная власть, государственное (муниципальное) управление, контрольно-надзорная деятельность, контроль на муниципальном уровне.

Annotation. The article discusses some conceptual foundations for the implementation of control and supervisory activities. The author substantiates the presence of specific signs of public control, formulates some features of the organization of municipal control and the procedure for its implementation. Attention is drawn to the multifunctionality of public control and the relevance of improving the mechanisms of its implementation. The position on the need to expand the legal regulation of public and municipal control issues through the adoption of regional acts that take into account the specifics of specific territories is emphasized. The expediency of expanding the field of scientific research of various aspects of control and supervisory activities is indicated, including through the allocation and systematic analysis of the activities of various subjects of public and municipal control, expanding the possibilities of using modern forms and methods.

Keywords: public control, municipal control, public authority, state (municipal) management, control and supervisory activities, control at the municipal level.

Современное человеческое общество и государство функционирует в условиях существования самых разнообразных факторов, требующих системного анализа влияющих на него политических, экономических, социокультурных и иных сложных и многовекторных течений. Зачастую

содержание тех или иных происходящих в обществе процессов настолько детерминировано воздействием латентных явлений, что на уровне государственного (муниципального) управления не представляется возможным в полной мере обеспечить необходимое организационно-правовое регулирование и встраивание в существующую правовую парадигму.

Бесконтрольность публичной власти закономерно ведет к ее произволу, утрате доверия к ней со стороны граждан, непринятию гражданским обществом и бизнесом необходимости и важности контрольно-надзорной деятельности.

В такой ситуации большое количество проблем можно минимизировать или купировать за счет активизации внутренних социальных возможностей, одной из которых выступает упорядоченная и логично выстроенная система общественного (народного) контроля.

Согласно законодательства, под общественным контролем понимается деятельность субъектов общественного контроля, осуществляемая в целях наблюдения за деятельностью органов государственной власти, органов местного самоуправления, государственных и муниципальных организаций, иных органов и организаций, осуществляющих отдельные публичные полномочия, а также в целях общественной проверки, анализа и общественной оценки издаваемых ими актов и принимаемых решений [1].

На протяжении достаточно длительного периода времени контроль со стороны общества рассматривался в нашей стране как средство расширения и укрепления демократических основ социалистического общества. Но и сегодня, по прошествии более тридцати лет, общественный контроль - это неотъемлемая часть государственной политики, ориентированной на безусловное соблюдение прав и свобод граждан со стороны чиновничьего аппарата, а равно дополнительная возможность обеспечить необходимый уровень влияния на власть, скорректировать те или иные модели поведения, наконец, инициировать процедуру правового воздействия на тех, кто нарушает закон. Согласимся, что органы публичной власти должны руководствоваться принципом создания условий для взаимного доверия государства и общества во всех сферах своей деятельности [2, с. 142].

В настоящее время стремительное развитие геополитических, технологических, социально-культурных, миграционных и иных процессов требует поиска нового и совершенствование действующего инструментария, способного отвечать всем вызовам времени. При этом акценты в трактовке необходимости такого рода социальной активности традиционно должны быть сосредоточены на возможности влиять на органы публичной власти на всех ее уровнях, отстаивать право на народовластие в любых его формах.

Согласимся, что контрольно-надзорная деятельность в единстве ее государственной, муниципальной и общественной составляющих представляет собой важный элемент подлинного конституционализма, более того - связующую нить между общественными ожиданиями относительно реального обеспечения правового характера государства и повседневной деятельностью органов публичной власти, направленной на практическую реализацию, воплощение в жизнь идеала правового государства [3, с. 57].

Сегодня в научной среде представлено достаточно большое количество подходов в понимании сущности категории «контроль». Например, контроль понимается как один из методов социального управления, форма обратной связи между субъектом и объектом управления, разновидность одной из общих функции процесса управления, способ обеспечения законности и дисциплины и т.п. Кроме того, контроль также рассматривается в контексте понятия «организация», как обязательная составная часть процесса наблюдения за работой основного механизма решения проблем, способа согласования, анализа проблем, поиска решений и перестройки работы в соответствии с заданной программой.

В этой связи общественный (народный) контроль призван, следуя идее народного представительства и последовательного развития гражданского общества, с одной стороны - повысить уровень социально-правовой ответственности субъектов публичной власти, а с другой – давать понятные сигналы относительно притязаний и потребностей социума в самых разнообразных сферах.

Анализируя научную литературу и действующие нормативные правовые акты, можно обозначить ряд важнейших областей, в которых значимость общественного контроля представляется наиболее востребованной. Среди таких сфер системному исследованию подвергаются вопросы: а) охраны и использование природных ресурсов, экологии и природопользования; б) охраны здоровья граждан; в) оценки качества образования; г) мониторинга контрактной системы государственных (муниципальных) закупок и оценки их эффективности; д) защиты прав потребителей; е) соблюдения санитарно-эпидемиологического законодательства; ж) охраны общественного порядка и обеспечения общественной безопасности; з) охраны труда; и) реализации избирательных прав граждан; к) порядка исполнения наказаний и пр.

Среди наиболее значимых черт общественного контроля, можно обозначить следующие:

1) представляет собой, прежде всего, систему наблюдения за деятельностью определенных органов и организаций;

2) ориентация на соответствие принимаемых органами публичной власти решений и осуществляемых действий интересам общества и отдельных граждан;

3) возможность его реализации как индивидуально, группой граждан, так и через специально создаваемые организованные общности (структуры);

4) опирается на нормативное закрепление перечня основных субъектов контроля и определенных форм реализации их полномочий;

5) в приоритете стоит реальная возможность противодействовать нарушениям установленного стандарта поведения со стороны государственных (муниципальных) служащих (борьба с правонарушениями и коррупционными проявлениями; избыточным административным регулированием и монополизмом; иными негативными экономическими, социальными и политическими явлениями);

б) предполагает оценку со стороны общества не только обоснованности (целесообразности) действий (решений) субъектов публичной власти, но также их результативности (действенности) с точки зрения достигнутых показателей;

7) четко встраивается в общегосударственную концепцию формирования надлежащего режима законности и дисциплины на всех уровнях публичной власти и в самых разнообразных сферах;

8) способствует, в том числе, противодействию дезинтеграционным социальным проявлениями (ксенофобия, расизм, религиозная нетерпимость, расовая дискриминация, разжигание национальной розни, различные формы насилия и пр.).

Специалистами отмечается, что общественный контроль, как независимый и объективный способ идентификации действий и поведения на предмет их соответствия нормам права, направлен в первую очередь на выявление недостатков и ошибок в управленческой деятельности органов власти [4, с. 50]. В этой связи, как представляется целесообразно расширить круг субъектов общественного контроля в отдельных сферах. Например, инициативная группа граждан или общественное объединение (движение, фонд, организация) во взаимодействии с наделенными государственно-властными полномочиями субъектами публичной власти могли бы существенно повысить эффективность системы наблюдения за состоянием определенной сферы. Такая возможность в настоящее время предусмотрена, в частности, за деятельностью органов государственной власти, органов местного самоуправления по принятию решений в сфере земельного законодательства [5].

В контексте изучения вопросов публичного управления в научной литературе исследуется и такая разновидность негосударственного контроля, как муниципальный контроль, функции которого в рамках местного самоуправления осуществляется, прежде всего, уполномоченными органами и должностными лицами. При этом не следует содержание муниципального контроля «заужать» до возможности формирования в системе органов местного самоуправления уполномоченного контрольного органа, ориентируя его полномочия в первую очередь на вопросы эффективного распоряжения муниципальной собственностью и соблюдения бюджетной дисциплины. Согласимся, что основные направления муниципального контроля должны осуществляться в наиболее значимых сферах жизни общества в целях обеспечения устойчивого развития городских территорий [6, с. 134].

Позиция Генеральной прокуратуры России при этом акцентирует внимание на то, что в уставе муниципального образования целесообразно указывать все предусмотренные законодательством для соответствующего вида муниципального образования виды муниципального контроля с оговоркой, что он подлежит осуществлению при наличии на территории муниципального образования соответствующего объекта контроля [7].

В целом под муниципальным контролем понимается деятельность контрольных (надзорных) органов, направленная на предупреждение, выявление и пресечение нарушений обязательных требований, осуществляемая

в пределах полномочий указанных органов посредством профилактики нарушений обязательных требований, оценки соблюдения гражданами и организациями обязательных требований, выявления их нарушений, принятия предусмотренных законодательством РФ мер по пресечению выявленных нарушений обязательных требований, устранению их последствий и (или) восстановлению правового положения, существовавшего до возникновения таких нарушений.

Очевидно, что такого рода контроль по целому ряду признаков отличается от государственного контроля, но, в тоже время по многим значимым параметрам (формы и методы осуществления, властные полномочия, целевая направленность, системность и обязательность и пр.) он сопоставим с реализуемой органами государственной власти контрольной функцией [8]. Так, муниципальный контроль по аналогии с государственным, осуществляется на основе управления рисками причинения вреда (ущерба) охраняемым законом ценностям, в связи с чем объекты муниципального контроля предполагают отнесение к одной из категорий риска причинения вреда (ущерба): высокий риск, средний риск, умеренный риск, низкий риск.

В научной литературе анализируются различные направления муниципального контроля, исследуются организационно-правовые аспекты его осуществления, предлагаются конкретные направления его совершенствования [9].

Вместе с тем, подчеркнем, что в этой связи необходимо четко разграничивать категории «муниципальный контроль» и «контроль на муниципальном уровне». Последний, в частности, предусматривает, что к числу субъектов контроля на муниципальном уровне могут быть отнесены граждане и общественные объединения.

Современная общественно-политическая обстановка в стране обусловила необходимость значительно трансформировать и упорядочить концептуальные основы реализации контрольно-надзорной деятельности органов публичной власти, что выразилось в подготовке соответствующих распорядительных нормативных документов [10]. На государственном уровне установлены особенности организации и осуществления государственного контроля (надзора) и муниципального контроля на территориях Донецкой Народной Республики, Луганской Народной Республики, Запорожской области и Херсонской области [11].

С учетом целесообразности с марта прошлого года в стране фактически введен мораторий на проверки, скорректированы основания и ограничения для проведения контрольных (надзорных) мероприятий, условия и сроки проведения внеплановых и внеплановых проверок, порядок их согласования с заинтересованными структурами, извещения органов прокуратуры, допустимость проведения отдельных профилактических мероприятий (визитов) и пр.

Согласимся, что тренды, получившие значимое развитие в сфере государственного контроля (надзора), муниципального контроля, следует распространять и на сферу общественного контроля [12, с. 31].

Это означает, что для обеспечения логичности и стройности реализуемой государственной политики в исследуемой сфере, необходимо более четко сформулировать позицию нормотворцев относительно возможности осуществления общественного контроля применительно к конкретным сферам жизнедеятельности. Речь, в частности, может идти о систематизированном перечне объектов общественного контроля, закреплении наиболее приемлемых специальных форм контрольно-надзорных мероприятий со стороны общественности, установлении дополнительных требований к субъектам общественного контроля, нормативного закрепления механизма организации и реализации общественного контроля за деятельностью органов государственной безопасности, полиции, органов следствия, прокуратуры, судов и пр.

Как представляется, несмотря на сегодняшнее определенное купирование мероприятий государственного контроля (надзора) и муниципального контроля, система общественного контроля на муниципальном уровне должна развиваться и совершенствоваться. Среди перспективных направлений такого развития по вовлечению населения в процессы осуществления контроля может стать развитие технологического кластера, позволяющего активнее использовать цифровые и иные технические возможности по информированию уполномоченных должностных лиц о проблемных аспектах в тех или иных сферах. Кроме того, следует активнее вовлекать и привлекать общественные инспекции, группы общественного контроля и отдельных неравнодушных граждан не только к традиционным формам (общественный мониторинг, общественная проверка, общественная экспертиза, общественное обсуждение), но и к иным важнейшим формам, таким как, плановые (рейдовые) осмотры и обследования, внештатное сотрудничество (по аналогии с внештатным сотрудничеством с полицией), общественная инициатива и пр.

В заключение отметим, что отношения, связанные с организацией и осуществлением общественного контроля за деятельностью органов публичной власти и отдельными сферами деятельности органов власти и организаций, нуждаются в дальнейшем осмыслении и систематизации. Как значимый способ непосредственного выражения мнений, предложений, позиций граждан по различным вопросам общественной жизни, общественный контроль должен быть четко встроен в консолидированный механизм, ориентированный на формирование действенной практики общественно-государственного партнерства и способствующий повышению потенциала всего Российского общества и государства.

Список литературы:

1. Федеральный закон от 21.07.2014 № 212-ФЗ «Об основах общественного контроля в Российской Федерации» (ред. от 27.12.2018) // Собрание законодательства Российской Федерации. 2014. № 30 (Часть I). Ст. 4213.

2. Метлицкий Р.Л. Развитие идей общественного контроля в положениях Конституции Российской Федерации // Российский юридический журнал. 2021. № 1. С. 141 - 146.

3. Спиридонов А.А. Конституционный контроль (надзор) и общественный контроль как элемент российского конституционализма (в русле воззрений академика О.Е. Кутафина) // Конституционное и муниципальное право. 2022. № 7. С. 56 - 60.

4. Лопатина Т.М. Роль общественного контроля в современных условиях // Российская юстиция. 2020. № 4. С. 49 - 52.

5. Земельный кодекс Российской Федерации от 25.10.2001 № 136-ФЗ (ред. от 04.08.2023) // Собрание законодательства Российской Федерации. 2001. № 44. Ст. 4147.

6. Бышков П.А. Муниципальный контроль в Российской Федерации: проблемы теории и практики: дис. ... д-ра юрид. наук / П.А. Бышков. Москва, 2018. 554 с.

7. Письмо Генпрокуратуры России от 29.10.2021 № 76/2-570-2021

8. Федеральный закон от 31.07.2020 № 248-ФЗ «О государственном контроле (надзоре) и муниципальном контроле в Российской Федерации» (ред. от 19.10.2023) // Собрание законодательства Российской Федерации. 2014. № 30 (Часть I). Ст. 4213.

9. Аристова С.И., Демидов М.В. Внешний муниципальный финансовый контроль в условиях реформирования муниципальной власти // Конституционное и муниципальное право. 2023. № 2. С. 47 – 52; Оленина Т.Ю. Муниципальный лесной контроль: правовые проблемы реализации // Государственная власть и местное самоуправление. 2018. № 11. С. 41 - 44.

10. Постановление Правительства РФ от 10.03.2022 № 336 (ред. от 10.10.2023) «Об особенностях организации и осуществления государственного контроля (надзора), муниципального контроля» (опубликовано на Официальном интернет-портале правовой информации <http://pravo.gov.ru> - 13.10.2023).

11. Постановление Правительства Российской Федерации от 16.03.2023 № 402 (ред. от 04.10.2023) «Об особенностях организации и осуществления государственного контроля (надзора) и муниципального контроля на территориях Донецкой Народной Республики, Луганской Народной Республики, Запорожской области и Херсонской области» // Собрание законодательства Российской Федерации. 2023. № 12. Ст. 2047.

12. Спиридонов А.А. О системности законодательства о государственном контроле (надзоре), муниципальном контроле и об общественном контроле: конституционно-правовые аспекты в русле развития механизмов государственного управления в России // Актуальные проблемы российского права. 2023. № 2. С. 21 - 33.

Шипулин Н.С., обучающийся 4 курса, Лытнев Н. Н., ассистент, Савинская Д. Н., кандидат экономических наук

Shipulin N.S., 4th year student, Lytnev N. N., assistant, Savinskaya D. N., Candidate of Economic Sciences

ФГОУ ВО «Кубанский государственный аграрный университет
имени И.Т. Трубилина»

Federal State Educational Institution of Higher Education "Kuban State Agrarian
University
named after I.T. Trubilin"

ТЕХНОЛОГИИ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО АНАЛИЗА ДАННЫХ DATA MINING TECHNOLOGIES

Аннотация: В данной работе рассматривается потенциал использования нескольких разновидностей технологии интеллектуального анализа данных, как инструмента поддержки принятия решений. Признавая важность ее применения в оценочной деятельности в различных отраслях экономики, а также в статье описывается сущность и потенциал нейро-сетевых технологий в обработке больших данных и извлечении полезной информации.

Ключевые слова: облачные технологии, Data mining, OLAP, BIS, база данных, интеллектуальный анализ данных.

Abstract: This paper examines the potential of using several types of data mining technology as a decision support tool. Recognizing the importance of its application in evaluation activities in various sectors of the economy, the article also describes the essence and potential of neuro-network technologies in processing big data and extracting useful information.

Keywords: cloud technologies, Data mining, OLAP, BIS, database, data mining.

В современном мире, в век высоких технологий, людям приходится сталкиваться с большим количеством информации как на работе, так и у себя дома, сидя за электронным устройством.

За последнее время человечество сделало огромный шаг в развитии компьютерных технологий. Было создано огромное количество сервисов и программных обеспечений, которые значительно упрощают повседневную жизнь. Одним из таких продуктов являются облачные технологии, которые нашли свое применение во многих областях деятельности человека.

Облачные технологии – это сервис, предоставляющий пользователям ряд ресурсов для работы в режиме онлайн. Например, облако позволяет пользователям хранить данные, работать с базами данных, осуществлять поиск нужной информации, управлять различными программными сервисами и

приложениями, а также получать доступ к уже существующей вычислительной инфраструктуре[1].

Прежде всего, облачные технологии не требуют приобретения серверного оборудования или прокладки локальной сети, а также усилий по обеспечению гарантии работы оборудования.

Достаточно арендовать удаленное серверное место с необходимыми параметрами. Затем происходит заполнение баз данных и установка прав доступа пользователей. После этого доступ к данным можно получить из любой точки мира с помощью обычного интернет-браузера. При этом за быструю производительность технологии и конфиденциальность ваших данных будет отвечать сам поставщик.

Из выше сказанного можно сделать вывод, что с помощью облака любой пользователь сможет получать доступ к файлам и ресурсам через глобальную сеть Интернет, и при этом не придется использовать никакого специального ПО, как это было раньше.

Существует несколько разновидностей технологий ИАД:

1. исследование интеллектуального анализа данных и интеллектуальный выбор (Data mining);
2. анализ операционных данных с помощью системы OLAP;
3. бизнес-интеллектуальные технологии BIS.

Любое предприятие будь то коммерческим, промышленным, медицинским или научным, в настоящее время сопровождается записью и протоколированием каждой детали его деятельности. Поэтому потоки необработанных данных, если своевременно их не обрабатывать, превращаются в «гору мусора», от которой нет никакой пользы. Именно здесь на помощь человечеству приходят технологии интеллектуального анализа данных (Data mining).

Data mining – это процесс, использующий в различных отраслях деятельности предприятий, который предназначен для обработки большого количества данных и извлечения из нее полезной информации.

Данный термин был впервые использован Григорием Пятецким-Шапиро в 1989 году. Он определял его как специальный процесс, с помощью которого можно было обнаружить в «сырых» данных ту самую информацию, которая была бы необходима в различных отраслях деятельности человека[2].

Эта технология основана на концепции паттернов. Она представляет собой закономерности, присущие подвыборке данных, и может быть представлена в удобной для восприятия форме с применением машинного обучения и специальных адаптивных алгоритмов. При дословном переводе слова «mining» на русский язык оно становится «добыча полезных ископаемых». Примерно так и можно назвать процесс, который происходит при поиске связей и закономерностей в массиве информации.

Так же стоит отметить, что в процессе обнаружения знаний требуется непосредственное участие самого человека – аналитика, то есть сам пользователь должен понимать, что ему нужно, исходя из собственных гипотез и потребностей.

В основу работы Data mining входят следующие процессы:

1. определение целей. Для начала пользователю необходимо определиться с областью того, что ему потребуется проанализировать;
2. сбор данных. На данном этапе аналитик анализирует и занимается сбором полезной информации, исходя из своих целей;
3. очистка данных. Полученная информация требует отбора и проверки для дальнейшего ее использования в интересах компании;
4. исследование данных. На этом этапе аналитику необходимо будет произвести следующие действия: провести статистический анализ полученных данных и на их основе построить визуальные графики и таблицы;
5. построение модели. Будет выбран специальный подход, благодаря которому будут получен самый благоприятный исход для достижения поставленных целей;
6. проверка результатов. Аналитиком на данной этапе осуществляется проверка результатов, для того чтобы удостовериться в точности и правильности их выбора;
7. реализация модели. После проверки информации ее можно будет применять для достижения поставленных целей[3].

Благодаря своей универсальности Data mining нашел свое применение во многих сферах деятельности, в которых имеется работа с данными. Многие предприниматели и аналитики осознали, что с помощью методов данной технологии они смогут получить преимущества в борьбе с конкурентами.

Области применения Data mining:

1. торговля (анализ деятельности, создание профиля потенциального покупателя, управления ресурсами);
2. банковское дело (кредитование, привлечение новых клиентов, прогнозирование остатков);
3. страхование (анализ рисков, привлечение и удержание клиентов);
4. медицина (назначение лечение пациентам, прогнозирование исхода хирургического вмешательства).

В современных компаниях используются специальные IT-системы для комплексной обработки и анализа данных, чтобы облегчить труд человека в принятии взвешенных решений. На помощь аналитику приходят OLAP-системы, которые занимаются сбором и обработкой информации, взятой из множества различных источников.

OLAP-система – это специальный инструмент, который используется для аналитической обработки больших объемов данных, выполнять сложные аналитические запросы и принимать решения с помощью специальных методов и инструментов в режиме реального времени.

Развитие технологии началось еще в начале 80-х годов прошлого века, когда появились специальные системы, которые были предназначены для поддержки финансового планирования и корпоративного взаимодействия. Впоследствии было выделено три основных направления: информационные системы, системы информирования бизнеса и OLAP-системы, которые и были внедрены в 90-х годах в корпоративные сети[4].

Свое применение данная технология нашла в бизнес-аналитике. Основной целью системы является предоставление помощи пользователю в аналитической деятельности. Работа таких систем заключается в анализе многомерных моделей данных, то есть в рассмотрении их параметров с разных сторон. На основе полученной информации могут быть проверены и построены гипотезы поведения системы при различного рода изменений и выявлены связи между ее параметрами.

За счет того, что в OLAP-системах агрегированная информация организована в виде многомерного куба, происходит значительное ускорение обработки и получения полезной информации. Осями в этом кубе будут представлены отслеживаемые параметры, а на их пересечениях будут находиться сами данные.

Пример подобного представления данных будет изображено на рисунке 1.

Структура OLAP-куба

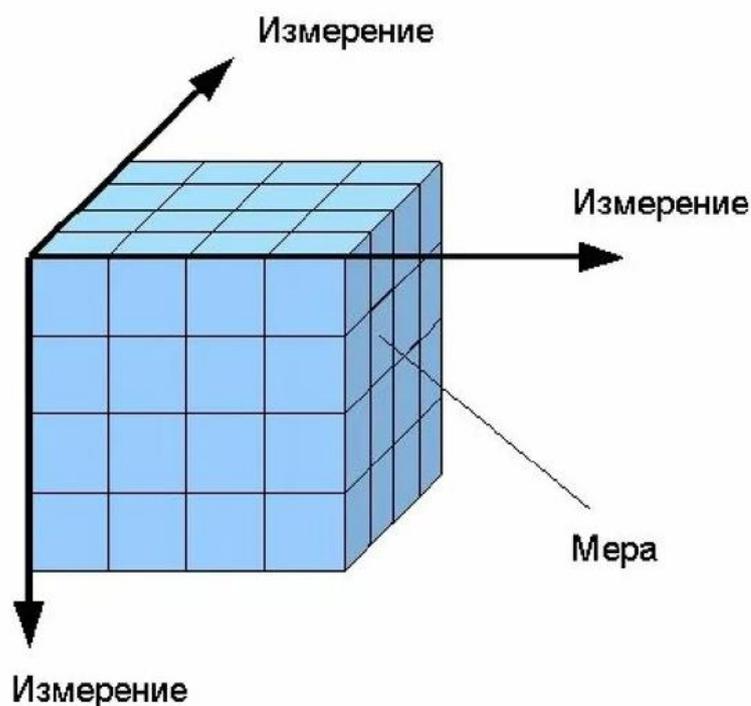


Рисунок 1. Трехмерный куб OLAP-системы

Структура OLAP-системы имеет следующий вид:

1. база данных. В ней хранится вся необходимая информация системы, с которой в дальнейшем будет взаимодействовать пользователь;
2. OLAP-сервер. Данная часть OLAP-системы необходима для того, чтобы обеспечить управление и взаимосвязь между пользователем и базой данных;

3. OLAP-клиент. Здесь происходит само взаимодействие пользователя с данными для выполнения поставленных задач и формулирования результатов обращения в виде отчетов, графиков и таблиц [5].

В современных компаниях в настоящее время требуется поддержание как многомерное, так и реляционное хранение данных. Ведь от способа реализации хранения различного рода данных будут зависеть такие показатели как: занимаемые ресурсы и производительность соответственно. Именно поэтому OLAP-системы включают в себя несколько способов реализации: MOLAP (Multidimensional OLAP) – данные будут храниться в многомерных БД; ROLAP (Relational OLAP) – данные в реляционной БД; HОLAP (Hybrid OLAP) – данные находятся в реляционной базе данных, а множество предварительно рассчитанных показателей – в кубах, что обеспечивает наиболее оптимальное и эффективное решение.

Любой бизнес работает с данными, получаемые от разных источников. С их помощью руководство может быть в курсе всех дел, которые происходят как в самой компании, так и за ее пределами. Недостаток информации, либо же ее неточность может привести к ошибочным решениям, которые пагубно влияют на дальнейшее развитие бизнеса.

Чтобы такого не произошло, компании необходимо использовать специальные программные продукты. В данном вопросе, для сбора, структурирования, анализа и дальнейшей обработки данных на помощь пользователям приходят бизнес-интеллектуальные технологии (Business Intelligence Services). Основное предназначение данной технологии заключается в том, чтобы создавать и обосновывать приняты решения на основе обрабатываемых данных[6].

С помощью данной технологии, которая использует тип обработки данных под названием дескриптивная аналитика, компания может в реальном времени просматривать и анализировать состояние не только рынка, но и внутренние процессы компании. В дальнейшем это позволит руководству своевременно выявлять слабые места в бизнесе и оценивать эффективность своей деятельности на всех ее этапах.

Преимущества и возможность бизнес-интеллектуальные технологий:

1. выявление системных проблем бизнеса, а также помощь в осуществлении поиска тенденций и точек роста;
2. предоставление данных большому количеству пользователей;
3. экономия времени для получения необходимой информации;
4. помогает выявить сбои, возникшие в балансе процесса производства;
5. проведение оценивания эффективности работы персонала компании;
6. осуществление сравнительного анализа данных по критериям в табличном и графическом виде.

С помощью интеллектуального анализа данных пользователь может извлекать из огромного объема данных пригодную для дальнейшего использования информацию.

Таким образом, данная технология представляет собой специальный инструмент, который значительно облегчает работу и повышает эффективности деятельности как самого аналитика, так и предприятия в целом.

Список литературы:

1. Технологии облачных вычислений: учеб. пособие / А. М. Кумратова, Е. В. Попова, Л. Е. Попок, Д. Н. Савинская. – Краснодар: КубГАУ, 2016. - 59 с.
2. Н.Б. Паклин – Бизнес-аналитика: от данных к знаниям: учеб. пособие. / Н. Б. Паклин, В.И.Орешков — 2-е изд., испр. – СПб.: Питер, 2013;
3. Барсегян А.А. Анализ данных и процессов / А.А. Барсегян, М.С. Куприянов, И.И. Холод, М.Д. Тесс, С.И. Елизаров. СПб.: БХВ-Петербург, 2009. С. 512;
4. Нестеров С.А. Базы данных. Интеллектуальный анализ данных: учеб.пособие / С. А. Нестеров – СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2011. – 272 с;
5. Камала, Б. Исследование по интегрированному подходу к интеллектуальному и облачному анализу данных // Международный журнал достижений в области компьютерных наук и облачных вычислений (IJACSCC), том 1, выпуск 2, 2013 г. С. 35-38;
6. Маслова Н.А. О применении интеллектуального анализа данных для защиты информации корпоративных систем. Статья, журнал «Искусственный интеллект» 4, 2009 г.

УДК 659.1

Штрик П. В., Харьковская Д. В., обучающиеся 4 курса
Shtrik P. V., Kharkova D. V., 4th year students

Департамент массовых коммуникаций и медиабизнеса
ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской
Федерации»

Department of Mass Communications and Media Business
FSOBU HE "Financial University under the Government of the Russian Federation"

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ВИЗУАЛЬНЫХ И ТЕКСТОВЫХ МАТЕРИАЛОВ КАК ИНСТРУМЕНТОВ РАЗВИТИЯ БРЕНДА КАК СРЕДСТВО КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ USING VISUAL AND TEXTUAL MATERIALS AS TOOLS FOR BRAND DEVELOPMENT

Аннотация: В данной статье рассмотрены задачи брендинга и этапы, необходимые для его осуществления, а также технологии, применяемые на протяжении всего цикла жизни бренда для его поддержания. Популярными и эффективными инструментами для этого является использование различных форм контента для коммуникации с аудиторией и повышения

осведомленности. Предложена авторская трактовка функционала тестовых и визуальных инструментов в контексте развития брендов.

Ключевые слова: брендинг, маркетинговые исследования, маркетинг, создание бренда, продвижение бренда, лояльность, имидж, визуальные материалы.

Abstract: This article discusses the tasks of branding and the stages necessary for its implementation, as well as the technologies used throughout the life cycle of the brand to maintain it. Popular and effective tools for this are the use of various forms of content to communicate with the audience and raise awareness. The author's interpretation of the functionality of test and visual tools in the context of brand development is proposed.

Keywords: branding, marketing research, marketing, brand creation, brand promotion, loyalty, image, visual materials.

Процесс создания и поддержания бренда является важной частью работы бренд-менеджера и PR-специалиста, ведь бренд и его репутация влияют на уровень спроса на товары, лояльность потребителей, что в итоге влияет на прибыль компании, к которой принадлежит бренд.

Исходя из определения, которое дает А.М. Годин в своем обучающем пособии «Брендинг», брендинг – это обоснованная маркетинговыми исследованиями совместная творческая работа рекламодателя, реализующей организации и рекламного агентства по созданию и широкомасштабному (использующему разнообразные виды, средства формы и методы рекламы) внедрению в сознание потребителя персонализированного бренд-имиджа, т.е. образа, замаскированного определенным товарным знаком товара и семейства товара. [1, 2022] На основе значения термина мы можем сделать вывод, что основной целью брендинга – является закрепление образа в голове потребителя, а инструментами для его эффективной реализации – исследование потребительского поведения и создание уникального творческого продукта, который будет и являться средством массовой коммуникации, передающим необходимый компании месседж (сообщение). [7, 2022] Таким образом, брендинг, как бизнес-процесс, включает в себя несколько этапов:

1. подготовительный – проведение исследования и анализ полученных на его основе результатов;

2. создание стратегии продвижения бренда и согласование ее с руководством и исполнителями;

3. реализация выбранной стратегии и анализ промежуточных результатов, путем сравнения поставленных целей и реальных показателей, а также получение обратной связи от потребителей с целью получения опыта потребительского использования;

4. корректировка, либо дополнение стратегии на основе первичных результатов для дальнейшей ее реализации.

Брендинг является важной частью стратегии продвижения товаров на рынке. Он позволяет решить следующие бизнес-задачи [1, 2022]:

—реализация объема продаж согласно бизнес-плану;

—контроль запоминаемости образа товара или услуги в восприятии потребителя;

—увеличение прибыли компании путем расширения ассортимента бренда;

—создание ментальной связи между товарами и брендом, что способствует возвращению покупателя.

Функции брендинга включают в себя:

—регуляция узнаваемости и повышение лояльности: создание уникального логотипа, названия, дизайна и других коммуникационных элементов позволяют потребителям легко узнавать и идентифицировать бренд;

—выстроенный бренд может помочь создать доверие среди потребителей, так как они чувствуют, что знают и могут ожидать от продукта или компании;

—товары, выпущенные под известным брендом, могут включать в стоимость товара или услуги издержки на коммуникации и за счет этого увеличивать свою прибыль;

—брендинг помогает выделиться среди конкурентов и показать, почему продукт или услуга являются выдающимися.

Средства визуальной и текстовой коммуникации очень важны в брендинге. [6, 2019] Именно они формируют первичное отношение к бренду при первичном и вторичном соприкосновении с ним потребителя через социальные сети или посещение официального сайта.

Текстовые материалы, с которыми сталкивается аудитория, также играют роль в отношении аудитории к бренду. Они включают в себя широкий спектр допустимых форматов: слоган бренда, посты в социальных сетях, обычно небольшие по объему, лонгриды, описание продуктов и услуг, их характеристика на упаковке, публикации в газетах и журналах. Это один из старейших способов коммуникации в рекламе. Смыслы разделяются на три категории: знания, ценности и регулятивы. Особенности рекламной коммуникации, в том числе текстовой, заключаются в том, что она имеет короткий срок жизни. [2, 2009] Со временем коммуникации устаревают, а смыслы могут восприниматься иначе в связи с изменением культурного кода и приобретения нового опыта аудиторией.

Согласно проведенным исследованиям, визуальная коммуникация легче воспринимается аудиторией. [4, 2022] На это влияют различные феномены, в том числе – клиповое мышление. Это явление характеризуется неспособностью современной аудитории воспринимать и удерживать в памяти большие объемы информации, из чего следует, что визуальные элементы считываются потребителями легче. [3, 2020]

Визуальная передача информации выполняет несколько функций одновременно [5, 2021]:

— информирование аудитории;

— получение эстетического опыта, вызывающего эмоциональный отклик;

— более высокий уровень внимания аудитории к материалу;

—признак «современности» бренда и методов его продвижения;

Существует несколько характеристик, определяющих эффективность визуальных элементов:

- Однозначность. Эта характеристика относится к четкости и ясности визуальных эффектов. Визуальные элементы должны быть достаточно понятными для того, что потребитель мог легко распознать их значение и намерение.

- Понятность. Визуальные элементы должны быть представлены таким образом, чтобы они были легко воспринимаемы и понятны потребителю. Это включает в себя использование ясных и понятных цветов, смыслов и композиций.

- Актуальность. Визуальные элементы должны соответствовать текущим требованиям, стандартам и повестке. Актуальность подразумевает использование современных визуальных элементов, которые соответствуют текущим трендам и вкусам целевой аудитории.

- Соответствие выбранной целевой аудитории. Визуальные элементы должны быть адаптированы под нужды и предпочтения целевой аудитории. В данном случае, следует учитывать демографические, культурные, социальные и эмоциональные особенности целевой аудитории, чтобы достичь максимального воздействия эффективности.

Помимо этого, существуют также показатели, опираясь на которые можно оценить эффективность визуализации материала [7, 2020]:

- Наглядность. Это степень, определяющая, насколько перегружено визуальное представление информации. Чем более наглядным является визуальное представление, тем легче пользователям распознавать и обрабатывать информацию.

- Скорость искажений. Данный показатель демонстрирует скорость, с которой информация распознается как отдельные элементы и визуальное представление в целом. Если потребитель может быстро и точно распознавать информацию, это свидетельствует о высокой эффективности визуализации.

- Время отклика. Это время, которое требуется потребителю для принятия решения на основе осмысленной информации. Чем быстрее потребитель может извлекать значимую информацию из визуализации и принимать решения, тем более эффективной считается визуализация.

Соблюдение вышеперечисленных характеристик и показателей эффективности визуальных элементов, дает гарантию построения понятных и долгосрочных отношений между брендом и целевой аудиторией, увеличение узнаваемости бренда.

Одним из примеров удачной практики использования визуальных и текстовых материалов для развития и продвижения бренда является компания 4fresh. Уже более 7 лет, 4fresh выпускает журнал об экологичных продуктах. В 2017 году 4fresh завоевал победу в номинации, как лучшее экосми. [8, 2017] Данный пример демонстрирует, как сочетание текстового и визуального

формата – журнала, способствует продвижению бренда и его устойчивости на столь конкурентном рынке.

Вторым примером развития государственного бренда с использованием визуальных и текстовых элементов является Департамент транспорта Москвы. Департамент транспорта Москвы активно ведет социальные сети, в метро показывает видеоролики о их деятельности, успехах и делится полезной информацией. Активное использование текстовых и визуальных инструментов, позволило Департаменту транспорта Москвы значительно увеличить вовлечение аудитории и повысить узнаваемость департамента транспорта Москвы как бренда.

Для успешного развития бренда с использованием визуального и текстового материала стоит придерживаться следующим пунктам [9, 2022]:

- Разработка цветовой палитры бренда. Соблюдение определенных выбранных цветов позволит создать целостный образ бренда и повысить его узнаваемость.

- Создание цепляющего заголовка. Важно зацепить внимание пользователя и привлечь его к контенту.

- Ограничение объема текста. Слишком много текста может нагружать потребителя и снижать его внимание.

- Использование контента высокого качества. Визуальный контент должен быть привлекательным, поэтому следует выбирать качественные фотографии и видео.

Использование вышеперечисленных пунктов помогут продемонстрировать бренд и увеличить его влияние.

Подводя итог, стоит отметить, что процесс построения бренда является важной составляющей маркетинга каждой компании. Он способствует укреплению позиций компании на рынке, увеличению прибыли, повышению узнаваемости и уровня доверия к бренду среди потенциальной аудитории. Грамотное сочетание и применение визуальных и текстовых инструментов может сделать бренд привлекательным и успешным на современном рынке.

Список литературы:

1. Бондаренко, В. А. Территориальный брендинг в региональном развитии / В. А. Бондаренко, Т. С. Романишина // Евразийский юридический журнал. – 2020. – № 8(147). – С. 384-386.

2. Мин, А. В. Особенности брендинга в Интернете / А. В. Мин, Е. Капорикова // Форум молодых ученых. – 2020. – № 11(51). – С. 208-210.

3. Рожкова, А. Р. Современные тренды в SMM, используемые для продвижения на b2b рынке / А. Р. Рожкова // Экономические исследования и разработки. – 2022. – № 10. – С. 14-16. – DOI 10.54092/25420208_2022_10_14.

4. Романишина, Т. С. Вопросы конструирования национального бренда / Т. С. Романишина // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). – 2020. – № 3(71). – С. 110-118.

5. Ушакова, Л. Ю. Видеомаркетинг как эффективное направление в современном продвижении / Л. Ю. Ушакова, А. А. Шакуров // Современные

тенденции и технологии развития потенциала регионов : Сборник статей Национальной научно-практической конференции, Санкт-Петербург, 29 апреля 2021 года. Том Часть 2. – Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики, 2021. – С. 21-25.

6. Черенков, В. И. Бренд и брендинг: вопросы теории и репрезентации / В. И. Черенков, А. А. Веретено // Вестник Санкт-Петербургского университета. Менеджмент. – 2019. – Т. 18, № 2. – С. 145-174. – DOI 10.21638/11701/spbu08.2019.201.

7. Чихладзе Зураб Давидович, Поляков Андрей Александрович, Шевченко Роман Викторович. Оценка эффективности визуализации производственной информации на основе комплексного подхода к ее основным компонентам // XXI ВЕК: ИТОГИ ПРОШЛОГО И ПРОБЛЕМЫ НАСТОЯЩЕГО ПЛЮС. - Москва, Рязань : [б.н.], 2020 г.. - Т. IX. - стр. 54-58.

8. 4fresh. URL: https://4fresh.ru/upload/files/4fresh-guides/4fresh-guide_spring-17.pdf (дата обращения: 22.10.2023).

9. Хиросе Алисса. Руководство по созданию потрясающего визуального контента для социальных сетей 2023 // Hootsuite. URL: https://translated.turbopages.org/proxy_u/en-ru.ru.e5908205-653564ed-f5bd73f7-74722d776562/https/blog.hootsuite.com/epic-guide-creating-social-media-visuals/ (дата обращения: 22.10.2023).

УДК 657

Шуюпова Н.А., обучающаяся 3 курса, Леухина Т.Л., к.э.н., доцент
Shuyupova N.A., 3rd year student, Leukhina T.L., Ph.D. Associate Professor

Поволжский Государственный Технологический Университет
Volga State Technological University

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ НЕМАТЕРИАЛЬНЫХ АКТИВОВ И ИХ АМОРТИЗАЦИИ

ACCOUNTING OF INTANGIBLE ASSETS AND THEIR DEPRECIATION

Аннотация: В данной статье рассматривается процесс учета нематериальных активов и их амортизации, их особенности и актуальные вопросы. Основное внимание уделяется правовым аспектам проведения нематериальных активов и их регулирование со стороны законодательства. Также описываются основные виды нематериальных активов и примеры их учета.

Ключевые слова: нематериальные активы, амортизация, бухгалтерский учет, нормативная база.

Annotation: This article discusses the process of accounting for intangible assets and their depreciation, their features and topical issues. The main attention is

paid to the legal aspects of intangible assets and their regulation by legislation. The main types of intangible assets and examples of their accounting are also described.

Key words: intangible assets, depreciation, accounting, regulatory framework.

В современном мире, где технологии играют ключевую роль, нематериальные активы (НМА), такие как программное обеспечение, патенты и торговые марки, становятся все более важными для предприятий. Они могут составлять значительную долю стоимости компании и влиять на ее оценку инвесторами.

Бухгалтерский учет НМА и их амортизации является актуальной темой, поскольку он включает в себя множество сложных вопросов, связанных с оценкой, признанием, амортизацией и раскрытием информации о НМА в финансовой отчетности.

Целью работы является изучение взглядов современных ученых, касающихся рассмотрения теоретического аспекта учета нематериальных активов и их амортизации. Задачей данного изучения является анализ нормативной базы рассматриваемой темы.

Вопросы в области учета нематериальных активов отражены в следующих научных статьях:

Батырмурзаева З.М. в своей статье «Новый порядок бухгалтерского учета нематериальных активов» [4] согласно новому ФСБУ 14/2022 «Нематериальные активы» исследует новые аспекты учета.

Автор начинает свою статью, отмечает, что с начала 2022 г. в российское законодательство введено много изменений в бухгалтерский учет. Рассматриваются главные новации стандарта по бухгалтерскому учету нематериальных активов, отличия от ПБУ 14/2007 «Нематериальные активы». Значительные поправки внесены в отношении капитальных вложений, основных средств, налогов, нематериальных активов.

Автор делает акцент на том, что согласно новому ФСБУ 14/2022 изменены основные условия признания нематериальных активов, некоторые исключены из них и введены новые виды таких активов. В бухгалтерском учете в качестве объектов нематериальных активов принимаются активы, которые соответствуют одновременно следующим признакам:

- отсутствие материально-вещественного состояния;
- организация рассчитывает использование таких активов в своей хозяйственной деятельности;
- организация рассчитывает использование таких активов длительный период времени, превышающий 12 месяцев;
- использование таких активов предполагает обеспечить организации получение экономической выгоды (дохода) в будущем;
- имеет возможность быть выделенным или идентифицированным из иных активов.

В статье подчеркивается, что новый ФСБУ 14/2022 «Нематериальные активы» [3] имеет достаточно изменений и поправок по сравнению с ПБУ 14/2007. ФСБУ 14/2022 разработан в соответствии с МСФО и действующей

практикой. Применение новых правил учета нематериальных активов повлечет необходимость для предприятий преобразования учетной политики с последующей регистрацией результатов в учете и отчетности.

ФСБУ 14/2022 меняет основные критерии признания НМА, вводит новые виды таких активов и исключает часть прежних. Некоторые поправки устраняют пробелы в действующем ПБУ. Но есть и принципиальные новшества. Критерии признания актива. По новому стандарту их пять, а не семь, как сейчас. Нематериальный актив будет признаваться таковым, если: у него нет материальной формы; его можно использовать в хозяйственной деятельности; срок использования актива более 12 месяцев; он принесет экономическую выгоду в будущем; его можно отделить от других активов компании. Из стандарта убрали два признака НМА: о достоверности первоначальной стоимости и что актив не предназначен для продажи. Но, по сути, ничего не меняется. В новом стандарте прямо сказано, что на имущество для продажи он не распространяется (п. 8 ФСБУ 14/2022). Новые виды НМА. В состав нематериальных активов вы будете включать неисключительные права и лицензии (п. 4 и 6 ФСБУ 14/2022). ПБУ 14/2007 этого не разрешало. А вот фирменные наименования, товарные знаки, знаки обслуживания, которые создала сама компания, к НМА больше относиться не будут. Раньше этот вопрос вообще не регулировался. Инвентарный объект. Таковым будут признаваться права, которые могут возникать одновременно из нескольких документов. Сейчас инвентарный объект для НМА — это совокупность прав, которые возникают из одного патента, свидетельства или договора (п. 5 ПБУ 14/2007). Но это не соответствует практике, которая показывает, что права на объект могут вытекать из одного, двух и более документов. Ключевое изменение — права на НМА могут принадлежать совместно нескольким компаниям и в этом случае каждая из них должна отразить этот актив в учете. В ПБУ 14/2007 такой нормы не было.

Например. Организация установила в учетной политике лимит для НМА в размере 90 000 руб. Предположим, компания приобрела исключительные права на компьютерную программу, которая отвечает всем признакам нематериального актива. Ее стоимость составляет 70 000 руб. Это меньше лимита. Значит, программу можно не признавать нематериальным активом. Затраты на ее покупку бухгалтер спишет в расходы периода, в котором завершили капвложения, связанные с покупкой.

Орловская А.С., Сапожникова В.М., Морозкина С.С. в своей статье «Основные направления совершенствования бухгалтерского учета нематериальных активов в Российской Федерации.» [5] описывает результаты анализа основных направлений совершенствования бухгалтерского учета нематериальных активов в Российской Федерации на примере коммерческого банка. Также рассмотрены теоретические аспекты бухгалтерского учета в банках и нематериальных активов, как объекта учетной деятельности. Определены проблемы бухгалтерского учета нематериальных активов, с которыми сталкивается коммерческий банк ПАО «ВТБ»

Нематериальные активы в деятельности банков играют важнейшую практическую роль, поскольку:

- а) обеспечивают формирование новых конкурентных преимуществ;

- б) способствуют обеспечению экономической безопасности;
- в) улучшают финансовое состояние и устойчивость кредитной организации.

Стоимость нематериальных активов банков погашается посредством начисления амортизации, под которым подразумевается элемент затрат и статья калькуляции, от величины которой зависит себестоимость банковских продуктов и услуг.

Автор делает акцент на преимуществах цифровой трансформации системы бухгалтерского учета нематериальных активов банков России в 2022 году. Повышение оперативности ведения учета, автоматизация составления отчетности, снижение вероятности ошибок, а также сокращение материальных и трудовых расходов. В итоге, такие действия позволяют решить актуальные проблемы при организации учета нематериальных активов ПАО «ВТБ» и увеличить ее эффективность. Также перспективными направлениями совершенствования бухгалтерского учета нематериальных активов для российских банков будут выступать:

- определение состава исключительных и неисключительных прав нематериальных активов;
- устранение терминологических несоответствий;
- расширение списка затрат, которые не должны быть включены в себестоимость нематериальных затрат;
- требование отражения обесценивания нематериальных активов в соответствии с правилами МСФО.

Таким образом, автор предлагает пути совершенствования в рамках бухгалтерского учета нематериальных активов коммерческих банков в Российской Федерации. Необходимо устранение актуальных проблем, несостыковки в нормативно-правовом поле, дальнейшая цифровизация системы учетной деятельности и интеграция с правилами МСФО.

В данной статье были рассмотрены основные теоретические аспекты учета нематериальных активов в банке. Были проанализированы основные тенденции цифровой трансформации нематериальных активов на примере ВТБ. Также были рассмотрены пути совершенствования учета нематериальных активов в банках РФ.

Гудков С. В., Тарасенко А. Л. В своей статье «Совершенствование методики бухгалтерского учета амортизации нематериальных активов в организациях АПК» [6] рассмотрели учет амортизации нематериальных активов и пути совершенствования методики учета.

Автор рассматривает основные методы начисления амортизации по автоматизированной бухгалтерской программе ТПК «Нива-СХП» следующими методами: сумма чисел лет, обратный метод суммы чисел лет.

Автор пишет о том, что в условиях информационных технологий и модернизации многие виды нематериальных активов быстро устаревают. Для успешного создания финансовых и экономических условий для нарастания процесса обновления нематериального актива, происходящих в первые годы их эксплуатации наибольшего размера амортизируемой стоимости объектов, принимающих участие в предпринимательской деятельности организации, в

затраты на производство (расходы на реализацию), организациям следует применять методы ускоренного начисления амортизации.

В данной статье были рассмотрены различные способы начисления амортизации, но проведя исследование можно отметить, что амортизация представляет собой процесс систематического перенесения стоимости объектов нематериальных активов на стоимость, вырабатываемых с их использованием в процессе производственной деятельности продукции, товаров, работ, услуг. Возможность выбора того или иного способа или метода начисления амортизации обуславливает необходимость сравнительного анализа различных вариантов начисления амортизации, чтобы определить наиболее рациональный из них для каждого конкретного объекта, на каждом конкретном этапе его использования и общих экономических условий деятельности организаций.

Исходя из выше сказанного можно сделать вывод, что при применении способов уменьшаемого остатка и списания стоимости по сумме чисел лет срока полезного использования сумма амортизационных отчислений год за годом приводит к ее уменьшению. Выбирая для начисления амортизации одни из этих способов любая организация должна понимать, что начисленная сумма амортизации влияет на ее финансовые показатели. Поэтому необходимо проводить такую амортизационную политику, которая способствовала бы повышению роли амортизации как финансового ресурса технологического обновления производства.

Список литературы:

1. Положение по бухгалтерскому учету «Учет нематериальных активов» (ПБУ 14/2007)
2. Федеральный закон «О бухгалтерском учете» от 06.12.2011 N 402-ФЗ.
3. Приказ Минфина России от 30.05.2022 № 86н «Об утверждении Федерального стандарта бухгалтерского учета ФСБУ 14/2022 «Нематериальные активы»
4. Батырмурзаева З. М. Новый порядок бухгалтерского учета нематериальных активов// Научно-практический журнал. 2022. С. 124-129
5. Орловская А.С. Основные направления совершенствования бухгалтерского учета нематериальных активов в Российской Федерации. / Сапожникова В.М., Морозкина С.С // Финансы и учетная политика Выпуск № 2. 2022. С. 40-46.
6. Гудков С. В., Тарасенко А. Л. Совершенствование методики бухгалтерского учета амортизации нематериальных активов в организациях АПК / Тарасенко А. Л. // Репозиторий Dspace. 2020. С.38-42.

УДК 331.108.2(470+430)

Щеглова А.А., обучающаяся 4 курса, Марянина Л.А., старший преп.
Shcheglova A.A., 4th year student, Maryanina L.A., senior lecturer.

Волгоградский институт управления, филиал РАНХиГС

**СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА МОДЕЛЕЙ
УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В РОССИИ И ГЕРМАНИИ**
COMPARATIVE CHARACTERISTICS OF HR MANAGEMENT MODELS IN
RUSSIA AND GERMANY

Аннотация. В статье представлена сравнительная характеристика моделей управления персоналом в России и Германии. Немецкие компании занимаются выявлением точного соотношения между затратами на содержание работника и реально выполненным им объёмом работы, улучшением условий труда и отдыха. Это позволяет повысить значимость каждого сотрудника в работе компании и определить качество его работы и коэффициент его полезности индивидуально.

В российской модели управления персоналом больше преобладает направленность на специализацию подразделений при формализованной организационной структуре. Персонал трудится на поддержание роста компании в условиях устойчивой корпоративной культуры.

Ключевые слова: управление персоналом, модель, кадровая политика, сотрудники.

Annotation. The article presents a comparative characteristic of human resources management models in Russia and Germany. German companies are engaged in identifying the exact ratio between the cost of maintaining an employee and the amount of work actually performed by him, improving working conditions and recreation. This makes it possible to increase the importance of each employee in the company's work and determine the quality of his work and the coefficient of his usefulness individually.

In the Russian model of personnel management, the focus on specialization of departments with a formalized organizational structure prevails more. The staff works to maintain the company's growth in a sustainable corporate culture.

Keywords: personnel management, model, personnel policy, employees.

Введение. Актуальность выбранной темы исследования обусловлена тем, что современные условия деятельности государственного управления требуют создания и поддержания эффективной системы управления. Анализ практики иностранных государств дает возможность определить, какой опыт, какие из концепций реформирования и в какой мере могут быть применены в Российской Федерации, что и позволит определить возможные пути повышения эффективности.

Целью выступает проведение сравнения российской и немецкой моделей управления персоналом.

Основная часть. В настоящее время менеджмент можно охарактеризовать как сложное явление, которое отражается практически на всех сторонах жизни общества. Существуют многочисленные теории организации и управления, но, ни одна из них не может рассматриваться как универсальная. И во всем

многообразии существующих теорий есть единая связующая идея, которая указывает на то, что основой всех современных концепций является человек.

Успех любой компании зависит от ее сотрудников в связи с изменениями в содержании труда, применением новой техники, технологий и методов деятельности. На первое место выдвинулось обеспечение непрерывности работы системы партнёрства. Цифровизация позволила выстроить работу персонала при тонком взаимодействии систем электронного общения, но индивидуализировав процесс труда. Поэтому принадлежность к организационной культуре компании проявляется на уровне постоянства и поддержания интереса к делам компании и участия в них вследствие применения технологий управления персоналом.

Обращаясь к историческим аспектам, отметим, что в 60-80-х годах XX века действовали теории и практики социального планирования и управления коллективом. Кроме этого, всегда существовала необходимость определения численности персонала и поиск методов работы системы подбора, найма и расстановки кадров, обеспечение их занятости с учётом интересов компании и самого работника. Это, во все времена, требовало учета системы вознаграждения за труд, проблем работников, улучшения их условий труда и отдыха.

В настоящее время, в новых условиях ограничений, созданы обновленные модели управления персоналом в России и Германии. Обе модели направлены на повышение эффективности использования потенциала и резервов персонала любого уровня, ведь успех компании обеспечивают его работники. Именно поэтому российская и немецкая модели управления персоналом выстроены из большого числа функциональных сфер и принципов управления кадровой составляющей.

Российская и немецкая модели управления персоналом строятся на достижении целей благодаря слаженной работе квалифицированных кадров и управлению их внутренними отношениями. Конкурентоспособность любой компании определяет уровень и степень обеспеченности профессионалами и талантами, высоким уровнем мотивации, верным выбором способов и методов работы. Это и является ключевым фактором эффективной работы всей компании.

С одной стороны, в обеих моделях управления персоналом России и Германии выделяют техническую, управленческую и личностно-культурную подсистемы, с другой - выделяют управление деятельностью и управление персоналом. Выбор методов и процедур отбора специалистов компании, критериев оценки, подхода к анализу потребностей, выявление перспективных специалистов определяют ключевые позиции работы с людьми. На этом строится существование самой компании и позволяет заниматься продвижением новых идей, разрабатывать технологии благодаря знаниям, умениям и навыкам специалистов.

Сравним немецкую и российскую модели управления персоналом. В немецкой модели управление человеческими ресурсами оценивается с позиции экономии бюджета и фонда зарплаты, их роли в системе управления

персоналом и эффективности компании. Однако, методы повышения эффективности управления человеческими ресурсами направлены на совершенствование финансовых и организационных подсистем за счёт изменений в подходах.

В немецкой модели управление человеческими ресурсами строится на оценке трудовых отношений и показателей организации труда, эффективности социально-трудовой деятельности. В этой модели ключевым является представление информации о внутренних и внешних факторах, ситуационных условиях деятельности согласно документации.

На основе положений теории Р. Ватъе в данной модели управление базируется на финансовой и бухгалтерской оценке способности регулировать социальные проблемы, вызванные деятельностью. То есть социальный аудит позволяет провести «анализ и оценку затрат и рисков на персонал (по П. Канду). А также риск нарушения закона и внутренних правил, неадаптивности кадровой политики к ожиданиям персонала, потребностей в человеческих ресурсах, невнимания к социальным проблемам (теория А. Курэ, Ж. Игаленс) [2, с.29].

Поэтому основным в немецкой модели является системная оценка управления человеческими ресурсами. В российской модели управления персоналом основным выступает соответствие кадрового потенциала целям и стратегии развития компании, и варианты поведения. Вся деятельность выстраивается на методах сбора необходимой информации, что изменяет структуру корпоративных отношений в сторону поиска индивидуальных приемов работы каждого из сотрудников. В российской модели управления персоналом ключевым выступает проявление потенциала сотрудника, его талантов, интеллектуального резерва, творчества в деятельности, умение скоординировать свои идеи с целью и стратегией компании. Эти факторы определяют эффективность кадровой работы и подразделений, способствуя устранению кадровых рисков.

Поэтому в российской модели ключевым выступает общее управление и управление отдельным работником, группой и трудовым коллективом. Управление персоналом в российской модели строится на работе кадровой службы и внешних подразделений, таких как: охрана труда и техники безопасности; расчёта зарплаты; информационной связи. В ее ведении находятся информационные вопросы приёма и увольнения, обучения, повышения квалификации персонала.

В этой модели важен процесс выстраивания групповых и межличностных взаимоотношений, отношений руководителя и подчинённых. Процесс подбора кандидатов на должности позволяет выявить потенциал специалистов в соответствии с потребностями компании, а маркетинг кадров позволяет провести планирование карьеры, мотивировать сотрудников на ведение эффективной работы [4, с.19].

Сравнение критериев управления человеческими ресурсами в российских и немецких компаниях приведем в таблице 1.

Соответственно, управление в обеих моделях эффективно при достижении соотношения между организационно-технической структурой потенциала и трудового потенциала, использовании потенциала работника и

коллектива для достижения окупаемости средств на рабочую силу [3, с.44].

Таблица 1. Сравнение критериев управления человеческими ресурсами в российских и немецких компаниях

Управление в российских компаниях	Управление в немецких компаниях
Вертикальное управление	Горизонтальное управление с опорой на ресурсы и команду
Отдел кадров планирует, мотивирует. Управляют линейные руководители	Централизация на управлении ресурсами подразделений, но с поддержкой линейного менеджмента
Одностороннее планирование работы с кадрами и реакция на него обеспечивает наличие в нужном месте и вовремя через освобождение ненужных людей как фактор производства	Двусторонне планирование интегрировано в корпоративное планирование для совмещения ресурсов, квалификации и потенциала со стратегией. Персонал - объект стратегии компании и инвестиций
Кадровая политика направлена на достижение компромисса между партнёрами	Управление персоналом направлено на развитие корпоративной культуры и балансирование потребностей с деловой средой

Сравнение функций управления персоналом в российских и немецких компаниях приведем в таблице 2.

Таблица 2. Сравнение функций управления персоналом в российских и немецких компаниях

№	Функции кадровых служб в немецких компаниях	Функции кадровых служб в российских компаниях
1	Планирование: определение потребности в кадрах в зависимости от стратегии развития	Оформление приёма, переводов, увольнений, отпусков
2	Создание резерва персонала, подбор в кандидаты, определение резерва	Разноска сведений по карточкам, трудовым книжкам, личным делам
3	Отбор персонала из групп резерва	Ознакомление с приказами под расписку
№	Функции кадровых служб в немецких компаниях	Функции кадровых служб в российских компаниях
4	Оформление трудовых контрактов	Выдача справок
5	Оценка деятельности каждого	Ведение карточек военнообязанных
6	Перевод, повышение, понижение, увольнение согласно результатам	Переписка с райвоенкоматом
7	Профориентация и адаптация: включение в коллектив и процесс	Составление отчётов, пенсий
8	Определение системы зарплаты и льгот для привлечения кадров	Оформление документов для пособий детям
9	Организация обучения кадров	Составление описи дел, формирование дел в архиве
10	Подготовка руководящих кадров	Подготовка приказов о поощрении и наказании
11	Управление дисциплиной	Переписка с собесом
12	-	Оформление больничных листов

13	-	Ведение табельного учёта
14	-	Ведение личных дел
15	Организация техобучения, подготовки, повышения квалификации	Организация техобучения, подготовки, повышения квалификации
	Подготовка договоров по повышению квалификации	Подготовка договоров по повышению квалификации
17	-	Ознакомления с предложениями по повышению квалификации
18	-	Организация повышения квалификации рабочих, обучение
19	-	Контроль за успехами студентов, обучающихся вузах и техникумах по направлению организации
20	-	Оформление оплаты руководителей групп на практике от института
21	Участие в работе квалификационной комиссии	Участие в работе квалификационной комиссии
22	Консультирование сотрудников	Консультирование сотрудников
23	-	Подготовка списков на выслугу лет на премии по итогам за год
24	-	Переписка со биржей труда и редакциями газет
25	-	Подготовка приказов руководителя по личному составу

Так, российский отдел кадров и управления персоналом: решает вопросы подбора, расстановки и обучения кадров. Разрабатывает системы мотивирования и адаптации; соблюдение трудовой дисциплины, обязанностей, стандартов, ведёт личные дела.

Для примера представим систему найма, оценки и отбора персонала ГТК AZIMUT Hotels, которая выстроена на выбранных методах: собеседование, анкетирование, учёт уровня образования и опыта работы, умение работать в коллективе и рабочих группах. После стажировки комиссией проводится экзамен. Мотивация выражается в поощрениях и возможностях продвижения по карьерной лестнице. Кадровая политика строится на обеспечении подразделений качественными кадрами; мотивации на достижение результатов через планирование; привлечение рабочей силы; повышение квалификации и контроле всех процессов.

Кадровая политика направлена на решение задач, связанных с влиянием рынка труда, охраны среды, обязательств для вовлечения в управление и для решения текущих задач. Задачи кадровой политики ГТК AZIMUT Hotels : сравнение требований к вакантным должностям и кадрам; планирование должностей; организация маркетинга; адаптация сотрудников; повышение квалификации; структурирование расходов; управление структурой вознаграждения и поощрения; определение уровней руководства; сбор и обработка информации о деятельности и стратегии к внедрению новаций, содействие росту конкурентоспособности, оценка способности руководства адаптироваться к изменениям.

Требования к кандидатам: личностные качества, общий потенциал и квалификация, компенсация слабых сторон, профессиональные и личностные характеристиками. Методы работы с персоналом: анкета о приёме на работу, собеседование с работником рекомендации прежних работодателей.

В немецкой модели управления персоналом преобладает рациональная направленность к профессионализации управления ресурсами. Управляющий персоналом с высоким статусом нацелен на автоматизацию кадровой информации, квалификационные профили, рост профессионализма. Кадровая функция интегрируется в деловую среду, и поэтому управление ориентировано на результат.

Управление персоналом предполагает продвижение групповой культуры в условиях межфункциональной горизонтальной интеграции и адаптируемости к изменениям при планировании функциональных менеджеров и их командами.

При найме на работу, для сравнения, в немецком AZIMUT Hotels проводится собеседование с поступающим, которому задают вопросы, касающиеся долгосрочных и краткосрочных целей, причин и способов их достижения в течение 5 лет, интересов и потребностей кандидата, его интерес к работе: деньги, работа, сильные и слабые стороны; описание кандидата его другом; образование кандидата для выполнения работы, за сколько дней покажет себя на работе, планы продолжать образование, работа в стрессе; прошлые места работы кандидата; наиболее важное в работе.

Функции подбора, отбора и найма персонала, управление структурой и численностью персонала выполняет DRH при подчинении руководителю - функционирование систем подбора, обучения и развития, оценки, компенсации и коммуникации, управляет сотрудниками, принимает участие в обсуждении. DRH понимает законы развития, знает рынок, конкурентов, услуги, обладает стратегическим мышлением. DRH выполняет такие функции как: организация работы системы управления персоналом, предоставление советов по компенсации, профессиональному обучению и развитию, учёту, разрабатывают процедуры, готовят материалы.

Соответственно, в немецкой модели управления персоналом основным является определение потребности в специалистах, уровне их значимости для компании, многоступенчатый подбор, найм и расстановка с учётом интересов компании и самого работника. Действие системы вознаграждения за идеи и их внедрение направлено на удовлетворение потребностей компании и самого работника. Создание условий и пространства направлено на развитие способностей к труду для выявления потенциала, скрытых возможностей, выявление талантов.

Немецкие компании занимаются выявлением точного соотношения между затратами на содержание работника и реально выполненным им объёмом работы, улучшением условий труда и отдыха. Это позволяет повысить значимость каждого сотрудника в работе компании и определить качество его работы и коэффициент его полезности индивидуально.

В российской модели управления персоналом преобладает больше направленность на специализацию подразделений при формализованной

организационной структуре. Персонал трудится на поддержание роста компании в условиях устойчивой корпоративной культуры. Диверсификация и централизация вокруг центров прибыли предполагает проектное и матричное управление, поэтому больше внимания уделяется интеграции вследствие плоскости управления.

Управление ориентировано на интеграцию функций – вознаграждение, найм и увольнение, коммуникацию, расширение кооперации с другими менеджерами; долгосрочное планирование; междисциплинарные проекты. Акцент делается на результативность, гибкость, информационные технологии в планировании, развитие интеграционных квалификаций и колебания деловой среды. Управление персоналом предполагает анализ внешней среды и оценку ее воздействия при принятии решений на долгосрочное планирование развития персонала с акцентом на эффективность.

Вывод. Сравнительная характеристика моделей управления персоналом в России и Германии позволила заключить, что модели управления персоналом данных стран отличаются. Основные отличия касаются принципах функционирования, где российская модель ориентируется на достижение формальных показателей индивидуальной направленности, немецкая же модель управления в большей степени ориентируется на достижение групповых показателей и творческого подхода в их выполнении. Однако судить о том, какая из систем лучше или хуже является бессмысленным, так как большое значение имеет внутренний менталитет страны.

Список литературы

1. Бондарь Н.П., Васюхин О.В., Голубев А.А. Эффективное управление фирмой. - СПб.: ПИТЕР, 2019. - 87 с.
2. Егоршин, А. П. Основы управления персоналом. Учебное пособие / А.П. Егоршин. - М.: ИНФРА-М, 2019. - 352 с.
3. Кибанов, А. Я. Основы управления персоналом. Учебник / А.Я. Кибанов. - М.: ИНФРА-М, 2018. - 213 с.
4. Лукичев Л.И. Управление персоналом: курс лекций. - М.: Омега, 2015. - с. 229.
5. Орлова А.С. Управление персоналом современной организации. - 4-е изд. - М.: Экзамен, 2019. - 288 с.
6. Травин В.В., Дятлов В.А. Основы кадрового менеджмента. - М.: Сириус, 2017. – 67. с.
7. Шестакова И. Г. Человеческий капитал в цифровую эпоху // Научный журнал НИУ ИТМО. Сер. Экономика и экологический менеджмент. 2018. № 1.С.56-63.

УДК 338

Эмирусейнов С.Д., магистрант 2 курса, Стефаненко М.Н., д.э.н., профессор
Emiruseinov S.D., 2nd year graduate student, Stefanenko M.N., Doctor of
Economics, Professor

**ПРОБЛЕМЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СИСТЕМЫ
СТИМУЛИРОВАНИЯ ПЕРСОНАЛА НА ПРЕДПРИЯТИИ**
PROBLEMS OF IMPROVING THE PERSONNEL INCENTIVE SYSTEM AT
THE ENTERPRISE

Аннотация: научная статья посвящена анализу проблем совершенствования системы стимулирования персонала на предприятии и формированию эффективного механизма повышения уровня стимулирования сотрудников, исходя из их реальных потребностей. Перечислены основные ошибки российских менеджеров при управлении стимулирования персонала. Проведена оценка наиболее важных стимулирующих факторов для сотрудников отечественных предприятий. Предложен эффективный механизм совершенствования системы стимулирования персонала на основе индивидуальных потребностей сотрудников.

Ключевые слова: стимулирование; персонал; управление персоналом; управление стимулированием; стимулирования труда; производительность труда; система стимулирования.

Abstract: the scientific article is devoted to the analysis of the problems of improving the personnel motivation system at the enterprise and the formation of an effective mechanism to increase the level of employee motivation, based on their real needs. The main mistakes of Russian managers in managing staff motivation are listed. The assessment of the most important motivating factors for employees of domestic enterprises. An effective mechanism for improving the staff motivation system based on the individual needs of employees is proposed.

Key words: motivation; staff; personnel Management; motivation management; labor stimulation; labor productivity; motivation system.

Стимулирование как процесс означает побуждение работников осуществлять трудовую деятельность в рамках организации. Индивидуальные или коллективные стимулы персонала в современных условиях достаточно сложны и не ограничиваются лишь материальными интересами. Простые прагматические решения в области стимулирования хозяйственной деятельности организации сегодня не могут дать ожидаемых результатов.

Одним из наиболее острых вопросов теории и практики управления стимулированием персонала является формирование инструментов, методов и механизмов, при помощи которых создаются потребности, стимул и мотив у сотрудников проводить трудовую деятельность, а также при помощи достижения целей которых создаются условия закрывать свои собственные потребности у рабочего персонала.

Целью научной статьи является анализ проблем совершенствования системы стимулирования персонала на предприятии и формирование эффективного механизма повышения уровня стимулирования сотрудников, исходя из их реальных потребностей.

Научная новизна исследования заключается в разработке механизма совершенствования системы стимулирования персонала на основе индивидуальных потребностей сотрудников.

Зачастую, российские менеджеры совершают три основные типичные ошибки, которые касаются выбора методов и механизмов стимулирования персонала [1]:

- сотрудники работают ради только зарплаты;
- сотрудники хотят только деньги;
- сотрудников легко стимулировать к труду с помощью денег.

В связи с этим, структура мотивации персонала на предприятиях РФ сводится к общему виду (рисунок 1).

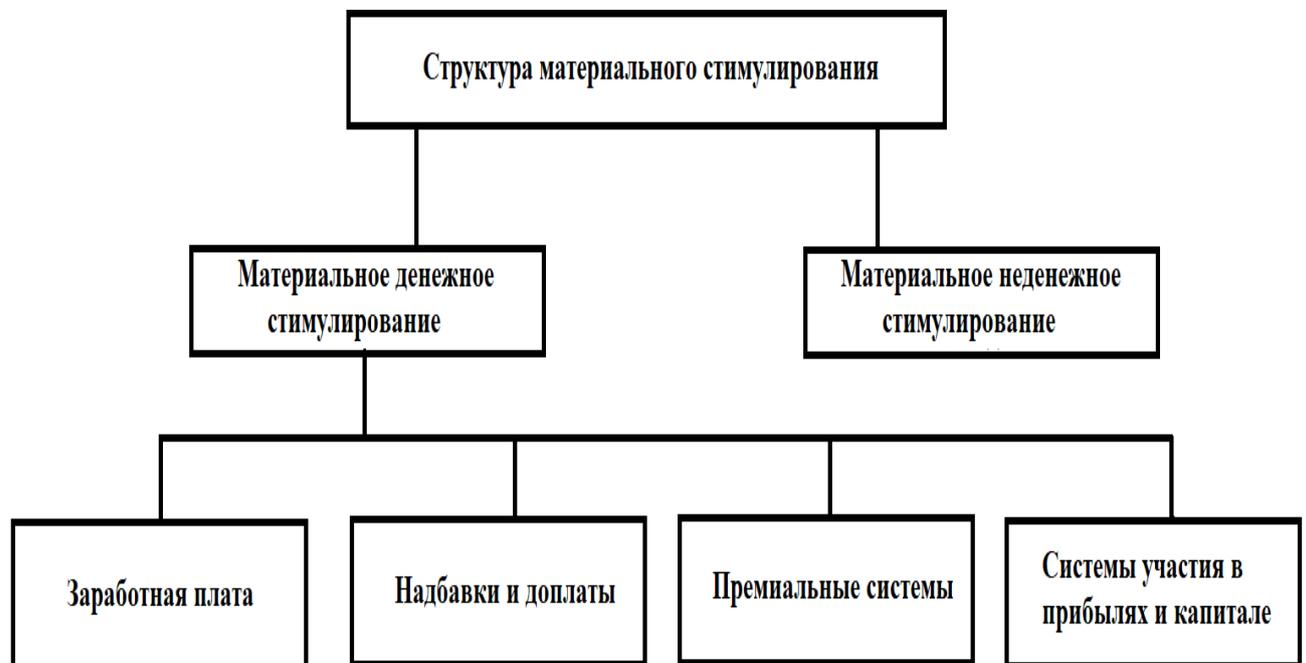


Рисунок 1. Структура материального стимулирования на предприятиях России [2].

Как показывает отечественная практика, чтобы достичь тенденции роста эффективности трудовой деятельности вышеприведенной структуры материального стимулирования персонала будет недостаточно. В частности, если взять показатель производительности труда в России, то наша страна занимает лишь 40-е место в мире [3].

Для того, чтобы оценить наиболее эффективные механизмы и методы, возьмем проведенное исследование агентством компании Kelly Services, которая провела оценку наиболее важных мотивирующих факторов для

сотрудников российских предприятий. Так, были получены следующие результаты социологического исследования [4]:

- 94% респондентов – имя компании и ее репутация, как работодателя на рынке труда;
- 76% респондентов – условия оплаты труда и размер материального вознаграждения за проведенную работу;
- 45% респондентов – возможность карьерного роста и продвижения внутри компании;
- 35% респондентов – уровень коммуникаций внутри компании, комфорта и атмосферы, а также взаимопонимания между коллегами и менеджерами;
- 35% респондентов – наличие интересной работы и масштабных задач/вызовов;
- 34% респондентов - наличие возможности официального трудоустройства и выплаты зарплаты не в «конвертах»;
- 22% респондентов – возможность проведения бесплатного обучения или обучения за средства компании;
- 18% респондентов – имидж и бренд компании;
- 16% респондентов – наличие возможных командировок и зарубежных проектов компании;
- 16% респондентов – уровень профессиональных качеств и специализации у коллег по работе;
- 11% респондентов – возможность иметь гибкий рабочий график;
- 10% респондентов – удобное расположение офиса и рабочего места.

Итак, для повышения эффективности функционирования персонала, в первую очередь, следует определить, что намерен и ожидает получить от работы тот или иной сотрудник. Это может быть не только денежное вознаграждение, но и, допустим, социальная защищенность, принадлежность к известной компании, хорошая рабочая обстановка, удовлетворение от интересной для него работы, высокий уровень качества жизни, возможность продвижения по карьерной лестнице, принадлежность к определенной социальной группе, желание приносить пользу людям.

Определение потребностей работника должно происходить до его приема на работу и непрерывно подвергаться коррективам в ходе трудовой деятельности. Однако эта задача не настолько проста, чтобы можно было описать ее по определенной схеме. Дело в том, что далеко не все потребности человека проявляются явно. Казалось бы, чем меньше потребностей, тем меньше вопросов. Однако это вовсе не так. Ведь если работник испытывает скрытую потребность в чем-либо, то он будет непременно искать возможность для ее удовлетворения.

В случае если она и дальше будет оставаться неудовлетворенной, это, несомненно, будет отражаться на поведении сотрудника и явится серьезным антистимулирующим фактором. Поэтому необходимо пытаться выявить все потребности сотрудника, а также понять, какие из них являются ведущими.

Таким образом, в заключении научной статьи необходимо отметить, что определение реальных потребностей сотрудников – одна из ключевых задач менеджера предприятия. Именно отсутствие их понимания и формирует основные проблемы совершенствования системы стимулирования персонала.

Управляющие предприятия попросту не знают о том, что в реальности необходимо их сотрудникам. Задача каждой стратегии совершенствования чего-либо – это повышение ключевых показателей эффективности. В нашем случае – это уровень вовлеченности персонала в процесс трудовой деятельности. Однако, если совершенствование системы стимулирования персонала на предприятии не охватывает реальные потребности человека, то и нет необходимости ожидать роста степени вовлеченности его в трудовые процессы.

Список литературы:

1. Гординенко Ю.Ф. Управление персоналом. Серия Высшее образование. / Ю.Ф. Гординенко, Д.В. Обухов, С.И. Самыгин. — Ростов н/Д: Феникс, 2015. — 352 с.

2. Корзенко Н.И., Хорева А.С. Стимулирование и мотивация труда в организации // Вестник Челябинского государственного университета. 2015. - № 1 (356).

3. Производительность труда в России и в мире. Влияние на конкурентоспособность экономики и уровень жизни. URL:

<http://council.gov.ru/media/files/CQNOp1HscHaTulPa5BYZesqLNqUSQeHw.pdf> (дата обращения: 16.11.2019).

4. Исаев А.В. Роль мотивационных механизмов в повышении эффективности функционирования персонала // Электронный вестник Ростовского социально-экономического института. 2016. №2.

УДК 339.138

Юйсюй Ван, магистрант 1 курса
Wang Yuxue, 1st year master's student
ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет»
Southern Federal University

ОМНИКАНАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ В ВЫСШЕМ ОБРАЗОВАНИИ: ВЫЗОВЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

OMNICHANNEL MARKETING IN HIGHER EDUCATION: CHALLENGES AND PROSPECTS

Аннотация. Современные условия определяют необходимость гибкой трансформации коммуникаций в соответствии с требованиями цифровой среды, особенно в сфере высшего образования. Статья посвящена выявлению особенностей омниканального маркетинга в высшем образовании, проблем, с

которыми сталкиваются университеты при внедрении подобной стратегии, а также возможностей, которые инструменты омниканального маркетинга предоставляют высшим учебным заведениям.

Ключевые слова: омниканальный маркетинг; омниканальность; омниканальность в высшем образовании; маркетинг в высшем образовании.

Annotation. Modern conditions determine the need for flexible transformation of communications in accordance with the requirements of the digital environment, especially in the field of higher education. The article is devoted to identifying the features of omnichannel marketing in higher education, the problems that universities face when implementing such a strategy, as well as the opportunities that omnichannel marketing tools provide to higher education institutions.

Keywords: omnichannel marketing; omnichannel; omnichannel in higher education; marketing in higher education.

В современной системе высшего образования, где инновации играют ключевую роль, а ожидания студентов постоянно меняются, традиционный подход к маркетингу претерпевает глубокие изменения. Цифровой век ознаменовал наступление новой эры, характеризующейся возрастающей ролью коммуникации и необходимостью создания взаимосвязанной сети каналов, определяющих способ взаимодействия университетов с целевой аудиторией. Учитывая данную тенденцию, высшие учебные заведения все чаще обращаются к омниканальному маркетингу.

Поскольку будущие студенты находятся в среде, насыщенной информацией, их путь от первоначального интереса к поступлению превратился в лабиринт точек соприкосновения. Процесс принятия решений современным студентом сложен и многогранен и существует множество способов влияния на него: от традиционных печатных материалов до социальных сетей, от дней открытых дверей до виртуальных туров по кампусу.

Омниканальный маркетинг выступает в качестве ориентира, предлагая целостный и интегрированный подход, учитывающий разнообразие путей, по которым проходят студенты в своем стремлении к высшему образованию.

Цель данной статьи заключается в выявлении особенностей использования омниканального маркетинга в высшем образовании, потенциала применения данного подхода и возможных проблем, с которыми могут столкнуться образовательные учреждения в процессе внедрения стратегии омниканального маркетинга.

Для того, чтобы понять суть омниканального маркетинга необходимо сначала определить понятие «маркетинговый канал» и роль маркетинговых каналов в коммуникативных стратегиях современных организаций.

Так, Л.В. Штерн, А.И. Эль-Ансари, Э.Т. Кофлан под маркетинговым каналом понимают совокупность взаимосвязанных организаций, задача которых состоит в перемещении чего-либо, имеющего потребительскую ценность, из пункта изобретения, добычи или производства в пункт потребления [1, с. 201].

Аналогичную формулировку имеет определение маркетингового канала в трудах Ф. Котлера и К.Л. Келлера: «совокупность взаимозависимых организаций, делающих товар или услугу доступными для использования или потребления; совокупность путей, которыми товары или услуги попадают к покупателям, а затем и к конечным потребителям» [2, с. 212].

Рассмотренные определения в полной мере раскрывают сущность маркетингового канала в прежние времена, но в настоящее время цифровизация определяет новые требования к маркетинговым каналам, поскольку возможность онлайн взаимодействия с потребителями значительно расширяет функциональное наполнение понятия.

Например, В.И. Алешникова, Т.А. Береговская и Е.В. Сумарокова пишут, что «...в современных условиях маркетинговый канал является местом одновременной реализации функций продаж, обслуживания и коммуникаций, т.е. становится единым интегрированным управляемым инструментом обеспечения долговременного взаимовыгодного взаимодействия организации и потребителя, направленным на создание ценностного предложения потребителю» [3, с. 41].

Авторы справедливо отмечают многофункциональность современных маркетинговых каналов. Вместе с тем, разнообразие функций определяет необходимость структурированного управления ими. Омниканальный маркетинг является идеальной стратегией для выполнения обозначенной задачи, поскольку обладает следующими преимуществами:

- бесшовная интеграция цифровых платформ (сайты, социальные сети, электронная почта и другие онлайн точки соприкосновения);
- вовлечение в социальные сети, которые служат не только инструментом продвижения, но и средством создания сообщества, содействуя двусторонней коммуникации;
- координация мероприятий (объединение онлайн- и офлайн-опыта имеет решающее значение. Дни открытых дверей, экскурсии по кампусу и виртуальные вебинары способствуют целостному представлению об учебном заведении);
- эффективное сочетание традиционных и цифровых маркетинговых каналов;
- персонализация (используя аналитику данных, учебные заведения могут адаптировать свои коммуникации к конкретным потребностям и предпочтениям отдельных студентов);
- кроссплатформенность (будущие студенты взаимодействуют с контентом на различных устройствах. Важно поддерживать согласованность обмена сообщениями и взаимодействия с пользователем независимо от того, пользуется ли студент ноутбуком, планшетом или смартфоном).

Понимание и эффективное использование обозначенных преимуществ в контексте высшего образования не только позволяют учебным заведениям успешно управлять коммуникациями, но и способствуют развитию бренда в восприятии целевой аудитории.

Однако внедрение стратегии омниканального маркетинга часто сопряжено с определенными проблемами. Так, А.А. Сазонов отмечает необходимость обучения персонала и проведения большого числа маркетинговых исследований [4, с. 115], а Т.А. Дудник подчеркивает, что сама по себе стратегия сложна в управлении и требует высокого уровня автоматизации процессов [5, с. 146].

Рассмотрим проблемы, с которыми сталкиваются учебные заведения при внедрении стратегии омниканального маркетинга более подробно:

1. Сложность интеграции данных. Одной из основных задач для успешного внедрения стратегии является интеграция данных из различных источников в единую систему. Университеты часто управляют данными изолированно, что затрудняет получение целостного представления о пути будущего студента к поступлению.

2. Обучение персонала и совместная работа. Внедрение омниканального маркетинга требует межведомственного взаимодействия. Изолированные подходы и отсутствие сотрудничества между отделом маркетинга, приемной комиссией и другими подразделениями могут препятствовать последовательной трансляции единого сообщения бренда.

3. Требования к технологической инфраструктуре. Устаревшая инфраструктура представляет собой серьезное препятствие. Инвестиции в необходимые технологии и обеспечение функциональной совместимости между системами имеют решающее значение. Учреждения должны быть готовы использовать современные инструменты автоматизации маркетинга, системы управления взаимоотношениями с клиентами (CRM) и платформы анализа данных. Без данных составляющих внедрение эффективной стратегии омниканального маркетинга попросту невозможно.

4. Поддержание устойчивого бренда. Поддержание стабильного имиджа бренда, используя различные маркетинговые каналы, является сложной задачей, особенно когда разные отделы отвечают за отдельные точки соприкосновения. Следует помнить, что любая несогласованность может привести к путанице и повлиять на репутацию учреждения.

5. Вопросы конфиденциальности и соблюдения нормативных требований. Высшие учебные заведения имеют дело с конфиденциальной информацией о студентах. Соблюдение правил защиты данных при реализации персонализированных омниканальных стратегий необходимо, поскольку достижение правильного баланса между персонализацией и конфиденциальностью – деликатная, но критически важная задача.

6. Инвестиции. Омниканальный маркетинг требует значительных вложений времени, рабочей силы и финансовых ресурсов. Эффективное распределение ресурсов в соответствии с разнообразными потребностями различных каналов может стать проблемой материально-технического обеспечения для учреждений с ограниченными бюджетами.

7. Необходимость постоянной адаптации к новым каналам. Сейчас стремительно появляются новые платформы и технологии, а университеты должны оставаться гибкими, чтобы включить их в омниканальную стратегию.

Неспособность адаптироваться к новым каналам может привести к упущению возможностей установить контакт с определенными сегментами учащихся.

8. Измерение эффективности. Определить и измерить успешность реализации стратегии омниканального маркетинга непросто, поскольку традиционные показатели не в полной мере отражают влияние интегрированных стратегий, что определяет необходимость разработки ключевых показателей эффективности (KPI).

Решение обозначенных выше проблем требует стратегического подхода на основе сотрудничества заинтересованных сторон. Многие из перечисленных трудностей действительно сложно преодолеть, но высшие учебные заведения, сохраняющие гибкость в стратегиях, в конце концов смогут воспользоваться и многообразными преимуществами омниканального маркетинга для эффективного привлечения студентов.

Например, В.В. Панюкова в своем исследовании среди таких преимуществ особенно выделяет увеличение степени охвата рынка за счет расширения числа маркетинговых каналов, разработку действенных и персонализированных программ лояльности за счет формирования более обширных баз данных о клиентах с большим числом критериев для формирования предложений для потребителей, а также повышение гудвилла бренда и стоимости компании за счет роста узнаваемости организации на потребительском рынке [6, с. 321].

Список выделенных преимуществ не является исчерпывающим, поэтому представляется целесообразным дополнить его некоторыми перспективными возможностями, которые смогут получить университеты, реализующие стратегию омниканального маркетинга:

1. Интеграция виртуальной и дополненной реальности. Учебные заведения могут использовать иммерсивный опыт для виртуальных туров по кампусу, интерактивных аудиторий и мероприятий, предоставляя будущим студентам более осязаемое представление об академической среде и способствуя большей вовлеченности.

2. Чат-боты и искусственный интеллект (ИИ). По мере дальнейшего развития ИИ роль чат-ботов в омниканальном маркетинге будет возрастать. Более совершенные чат-боты будут предлагать персонализированную помощь, направляя студентов в процессе поступления, предоставляя информацию в режиме реального времени и улучшая общий пользовательский опыт.

3. Оптимизация голосового поиска. С появлением устройств, управляемых голосом, оптимизация контента для голосового поиска приобретает все большее значение. Высшим учебным заведениям, возможно, потребуется адаптировать свои омниканальные стратегии, чтобы будущие студенты смогли легко получить доступ к соответствующей информации с помощью голосовых поисковых запросов.

4. Блокчейн для проверки учетных данных. Интеграция технологии блокчейн для безопасной и прозрачной проверки учетных данных упростит процесс приема, обеспечив защищенный от несанкционированного доступа

способ аутентификации академических записей, тем самым упрощая процедуры зачисления и дальнейшего обучения.

5. Гиперперсонализация и прогнозная аналитика. Достижения в области прогнозной аналитики и машинного обучения обеспечивают гиперперсонализацию в омниканальном маркетинге, что позволяет университетам с большей точностью предугадывать потребности и предпочтения студентов.

Учитывая подобные перспективы, при наличии необходимых ресурсов высшим учебным заведениям целесообразно использовать инновационные и эффективные многоканальные маркетинговые стратегии, поскольку это обеспечит их конкурентоспособность на стремительно развивающемся рынке образовательных услуг.

В заключении отметим, что внедрение омниканального маркетинга в сфере высшего образования представляет собой не просто тенденцию, но стратегический императив для учебных заведений, стремящихся к процветанию в быстро меняющихся условиях. Многогранный характер взаимодействия с будущими студентами требует комплексного подхода, который выходит за рамки традиционных изолированных стратегий.

Инструменты омниканального маркетинга, рассмотренные в данной статье, предоставляют возможности оперативного и качественного решения проблем, возникающих на стыке технологий, демографии и меняющихся коммуникационных предпочтений. Плавная интеграция онлайн- и офлайн-каналов подчеркивает способность омниканального маркетинга создавать единое и убедительное повествование, которое находит отклик у различных аудиторий.

В то же время, обозначенные проблемы иллюстрируют особенности, присущие омниканальному маркетингу. Отметим, что данные проблемы не являются непреодолимыми, а университеты, инвестирующие в их преодоление, получают конкурентные преимущества, предлагая целостный и персонализированный опыт, отвечающий разнообразным ожиданиям современных студентов.

Заглядывая в будущее, можно сказать, что интеграция таких технологий, как виртуальная реальность, ИИ и блокчейн отражает продолжающуюся эволюцию омниканального маркетинга. Подобные инновации повысят вовлеченность, позволят оптимизировать процессы и способствуют еще большей персонализации. Однако их использование также требует от университетов гибкости и оперативности.

По мере того как высшие учебные заведения принимают вызовы и используют возможности, предоставляемые омниканальным маркетингом, они находят отклик в сердцах и умах будущих студентов. При таком целостном подходе омниканальный маркетинг становится не только стратегической необходимостью, но и маяком, направляющим университеты в будущее, способствуя налаживанию качественного и долгосрочного взаимодействия со студентами.

Список литературы

1. Штерн Л.В. Маркетинговые каналы / Л.В. Штерн, А.И. Эль-Ансари, Э.Т. Кофлан. – М.: Вильямс, 2002. – 621 с.
2. Котлер Ф. Маркетинг. Менеджмент / Ф. Котлер, К. Л. Келлер. – СПб.: Питер, 2012. – 814 с.
3. Алешникова В.И. Стратегия омниканального маркетинга / В.И. Алешникова, Т.А. Береговская, Е.В. Сумарокова. – DOI: 10.26425/1816-4277-2019-2-39-45 // Вестник Университета. – 2019. – № 2. – С. 39–45.
4. Сазонов А.А., Сазонова М.В. Омниканальный маркетинг и beacon-технологии: опыт и перспективы в Европе // Журнал Управление. – 2021. – № 1. С. 112–126.
5. Дудник Т.А. Управление логистическими процессами в омниканальной цифровой среде // Материалы конференции Логистические системы в глобальной экономике. – 2021. – № 11. – С. 144–148.
6. Панюкова В.В. Реализация стратегии омникального маркетинга торговыми организациями // Торгово-экономический журнал. – 2015. – № 2 (4). – С. 317–328.

УДК 005.95

Яйлоян А.К., обучающаяся 4 курса, Мустафаева С.Р., к.э.н., доцент
Yayloyan A.K., 4th year student, Mustafaeva S.R., Ph.D. Associate Professor

ГБОУВО РК «Крымский инженерно-педагогический университет имени Февзи Якубова»

SBEIHE RC «Crimean engineering and pedagogical university the name of Fevzi Yakubov

СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ И ПЕРЕПОДГОТОВКОЙ КАДРОВ MANAGEMENT SYSTEM FOR ADVANCED TRAINING AND RETRAINING OF PERSONNEL

Аннотация: В работе исследуется система повышения квалификации персонала, а также определяются пути совершенствования системы переподготовки кадров. Актуальность исследуемой темы обусловлена современными реалиями, в которых стремительно развиваются инновации и технологии, а также меняется экономика. В подобном контексте профессиональные навыки персонала становятся определяющими для успеха компании, а переподготовка кадров является неотъемлемой частью успешности предприятия. Методология исследования предполагает теоретико-аналитическое изучение темы в контексте системы обучения персонала, ключевых основ управления повышением квалификации кадров, а также

анализом необходимых изменений в системе для наиболее эффективного функционирования.

Ключевые слова: управление персоналом, переподготовка персонала, повышение квалификации кадров, управление персоналом, система обучения.

Abstract: The paper investigates the system of staff professional development, as well as identifies ways to improve the system of personnel retraining. The relevance of the topic under study is due to modern realities, in which innovations and technologies are rapidly developing, as well as the economy is changing. In such a context, the professional skills of the staff become crucial for the success of the company, and retraining is an integral part of the success of the enterprise. The methodology of the research involves theoretical and analytical study of the topic in the context of the personnel training system, the key fundamentals of personnel development management, as well as analysis of the necessary changes in the system for the most effective functioning.

Keywords: personnel management, personnel retraining, advanced training of personnel, personnel management, training system.

В современном мире значение высококвалифицированных кадров и их влияние на успех предприятия сложно переоценить. Вопросы обучения и переподготовки персонала являются приоритетной задачей компаний, стремящихся к успеху в долгосрочной перспективе. В связи с этим задачи, стоящие перед руководством, нацелены на выстраивание грамотной системы управления персоналом и подготовкой кадров для повышения эффективности их работы.

Кроме того, важной задачей в разработке системы повышения квалификации и переподготовки кадров является гибкость и адаптивность, поскольку в современных быстро меняющихся реалиях и при стремительном развитии технологий скорость внедрения новых инструментов в работу опережает возможность их освоения и обучения персоналом. Таким образом, система обучения кадров должна включать в себя не только структурированность, но и адаптивность, благодаря которой компетенции персонала могут быть актуальны не только в настоящий момент времени, но и в перспективе.

Уровень организации системы повышения квалификации персонала определяет успешность производственной деятельности компании. Следует отметить, что в систему обучения персонала входит не только программа по освоению кадрами необходимых навыков и знаний для работы в компании. Также крайне важно обеспечение эффективности персонала и условий для продуктивности работников, обеспечение комфортной среды, условий, заработной платы и перспектив. Все названное также влияет на способность персонала к обучению и быстрому освоению новой информации и навыков, а также их успешной реализации в работе [1].

Кадровое делопроизводство следует считать успешным только в случае комплексного выполнения всех задач, связанных с персоналом в организации. Таким образом, обучение персонала - не единственная задача системы

управления персоналом и его переподготовки: комфортная среда положительно влияет на высокие показатели сотрудников и их способность к обучению.

Как правило, повышение квалификации персонала нацелено на решение двух ключевых задач: обеспечение кадров профессиональными знаниями и навыками, а также повышение продуктивности и мотивированности сотрудников.

Очевидно, что сегодня темпы развития инноваций и технологий значительно высоки, чем 10-15 лет назад. При этом современная экономика находится на стадии постоянных изменений, что сильнее подчеркивает необходимость и важность постоянного совершенствования системы обучения персонала в соответствии с современными реалиями.

Таким образом, трудовые ресурсы компании являются ее главной силой и определяют успех предприятия. Именно поэтому необходимо разрабатывать качественную и эффективную систему по обучению и переподготовке персонала.

Говоря о переподготовке кадров, необходимо подробнее изучить систему кадров предприятия. Традиционно сотрудники предприятия делятся на следующие категории, управляющие, специалисты, служащие и рабочие. Обучение персонала предполагает задействование всех членов компании и все категории работников [2]. Разумеется, переподготовка управляющего персонала и служащего персонала будет отличаться в зависимости от их задач и основных функций, однако эффективная система повышения квалификации кадров предполагает единовременную переподготовку кадров на всех уровнях.

Целью обучения и переподготовки персонала является повышение компетенций персонала, однако это приносит пользу не только самой компании, но и сотрудникам, которые могут в дальнейшем применять новые навыки и знания в других сферах жизни.

Обучение персонала осуществляется внутри компании и проводится посредством различных курсов, тренингов и лекций. Формы обучения могут быть как оффлайн, так и дистанционно, и включать в себя различные методы от лекционных до практических. При любой форме в системе обучения и переподготовки персонала необходимо задействовать широкое разнообразие методов, практик и схем, что позволит максимально увеличить эффективность работы кадров, что в свою очередь закономерно влияет на успешность производства.

Кибанов выделяет три разновидности назначения обучения персонала: подготовка новых специалистов, переподготовка кадров, повышение квалификации персонала. Обратимся подробнее к последним двум типам. Так переподготовка кадров может происходить по их специальности, либо предполагать обучение навыкам смежных профессий и должностей с целью увеличить продуктивность сотрудника и определить его карьерный рост [3]. Повышение квалификации кадров предполагает обучение специалистов и руководителей компании с целью адаптации их профессиональных качеств под современные требования.

Отметим, что обучение может проводиться как на рабочем месте, так и вне его. При обучении на рабочем месте требуется меньше финансовых ресурсов. При подобном формате обучения персонал повышает свои навыки и расширяет знания, имея возможность применить их непосредственно в процессе обучения на рабочем месте.

При обучении вне рабочего места компании необходимо быть готовой к различным затратам, связанным с технической организацией, однако такой метод чаще носит теоретический характер, что также является важной составляющей обучения, поскольку информативность сегодня является одним из ключевых навыков, независимо от профессии и области [4]. Сотрудник при подобной форме обучения не присутствует на рабочем месте, однако это может стать недостатком, поскольку предполагается, что обучение будет проходить за счет личного нерабочего времени сотрудника. Конечно, грамотная структура обучения и переподготовки персонала исключает возможность обучения сотрудника в его личное время, однако если мы не говорим о крупных компаниях, то подобное правило часто нарушается,

Таким образом, переподготовка персонала компании - сложный процесс, требующий подготовки и четкого определения технических и организационных вопросов. В данном вопросе важен не только уровень обучающего, но и комфорт обучающихся.

Изучив основные задачи и особенности переподготовки и повышения квалификации персонала на производстве, обратимся подробнее к формам обучения. Так Маслоу разделяет формы обучения на три категории: по виду обучения, по цели обучения и по месту обучения [5]. Эти категории в свою очередь разделяются на подкатегории. Как мы уже указали ранее, обучение персонала по месту обучения может осуществляться на непосредственно рабочем месте и вне его. По виду обучения оно может быть внутрипроизводственным и внепроизводственным. Касательно же цели обучения оно делится на:

- обучение новых сотрудников, куда входят различные стажировки и практикумы;
- повышение квалификации, куда входит совершенствование навыков и знаний специалистов и руководителей компании;
- переподготовка, предполагающая регулярные образовательные программы для обучения персонала новым или смежным профессиям и должностям.

Одним из важнейших условий повышения квалификации персонала является принцип непрерывности. В современном мире стремительно развивающихся технологий и быстроменяющихся экономических и культурных условий процесс обучения персонала представляет собой не конечную программу, а план по непрерывной реализации и развитию персонала в организации. Соответственно, чем больше внимания компания уделяет совершенствованию профессиональных навыков и знаний своих сотрудников, тем больше пользы для себя она получает в долгосрочной перспективе.

Для выстраивания непрерывной системы обучения персонала необходимо сформировать структуру, согласно которой обучение будет проходить не линейно, а по восходящей. Подобный подход предполагает многоуровневость, благодаря чему каждый новый уровень выше предыдущего и обеспечивает кадры новыми специфическими знаниями, при этом важно, чтобы каждый из уровней был законченным.

Таким образом, система повышения квалификации и переподготовкой кадров - сложная и многоуровневая структура реализации и повышения профессионального потенциала кадров предприятия. Человеческий ресурс является самым ценным для компании, поскольку именно через него реализуются долгосрочные планы предприятия по достижению успеха в своей области.

Изучив и проанализировав теоретические основы системы управления повышения квалификации и переподготовкой кадров, мы можем обозначить ряд ключевых выводов:

- обучение персонала включает в себя систему различных инструментов для освоения новых профессиональных знаний и навыков: тренинги, семинары, лекции, мастер-классы и тематические курсы, направленные на повышение профессиональных компетенций сотрудников организации;

- качество предоставляемого организацией образования для сотрудников прямо пропорционально дальнейшим успехам и уровню эффективности кадров в компании;

- обучение персонала может быть многоуровневым и для одних сотрудников предполагает стажировку и курсы, а для других повышение квалификации уже действующих сотрудников внутри организации;

- эффективная система управления обучением персонала, повышением квалификации и переподготовкой кадров является приоритетной задачей компаний, поскольку человеческий ресурс в лице сотрудников - один из главных факторов успешности компании;

- обучение персонала может проходить внутри, а также за пределами рабочего места;

- формы обучения персонала отличаются в зависимости от рабочего звена сотрудника, его должностных обязанностей, специализации, а также предполагаемого карьерного роста;

- система повышения квалификации и переподготовки кадров должна быть выстроена таким образом, чтобы не только предоставлять сотрудникам возможность профессионального роста, но также быть адаптированной под современные реалии с учётом меняющейся экономики и стремительно развивающихся технологий. Чем лучше обучение персонала адаптировано под современные требования, тем более эффективным будет сотрудник для своей компании.

Список литературы

1. Воротынцева Т., Неделин Е. Строим систему обучения персонала. Практическое руководство для специалиста по обучению. СПб: Речь, 2014

2. Егоршин А.П. Основы управления персоналом. Учебное пособие. М:ИНФРА_М: 2014
3. Кибанов А.Я. Основы управления персоналом. Учебник. М: ИНФА-М, 2015
4. Космарская Т.Н. Новые тенденции в развитии профессионального обучения кадров на производстве // Профессиональная подготовка рабочих кадров: Тенденции и проблемы/НИИТруда - М.:Стандарт, 2015
5. Маслов Е.В. Управление персоналом предприятия: Учебное пособие ; М.: ИНФРА-М; 2012

СОДЕРЖАНИЕ

Абдулхаирова Э.М., к.э.н., доцент.....	3
НАПРАВЛЕНИЯ СТРАТЕГИЧЕСКОГО КОНФЛИКТ-МЕНЕДЖМЕНТА, СПОСОБСТВУЮЩИЕ ПОВЫШЕНИЮ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ	3
Абрамов В.И., д.э.н., профессор, Безруков Н.О., магистрант 2 курса.....	8
THE ROLE OF GOVERNMENT SUPPORT FOR SMES IN THE CONTEXT OF DIGITAL BUSINESS TRANSFORMATION	8
МЕРОПРИЯТИЯ ПО ПОВЫШЕНИЮ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	15
Абултаиров А.Л., магистрант 2 курса, Адельсеитова Э.Б., к.э.н., доцент.....	19
ИННОВАЦИОННЫЙ ПОДХОД В УПРАВЛЕНИИ ПРОЕКТАМИ.....	19
Адельсеитова Э.Б.	22
СОВРЕМЕННЫЕ РЕАЛИИ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЛОГИСТИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ.....	22
Аджимет Г.Х.....	27
ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЗАРУБЕЖНЫХ ТНК В МИРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ	27
Акимова З.Э., обучающаяся 4 курса, Адельсеитова Э.Б., к.э.н., доцент	32
ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ТУРИСТИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ	32
Алиев М. М., обучающийся 4 курса	36
ЭФФЕКТИВНОСТЬ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СИСТЕМЫ МОТИВАЦИИ И СТИМУЛИРОВАНИЯ ТРУДА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ В СОВРЕМЕННОЕ ВРЕМЯ.....	36
Аметов А.А.	41
ИННОВАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА НА РЫНКЕ ЦИФРОВЫХ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ	42
Амет-устаева Д.М.....	45
ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОЛИТИКА В ОБЛАСТИ ОБЕСПЕЧЕНИЯ БЕЗОПАСНОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ	45
Антошкова А.В., старший преп., Зернина А. Д.....	52
ЭВОЛЮЦИЯ ПРОМЫШЛЕННОГО МАРКЕТИНГА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ.....	52
Афонина Ю. А., обучающийся 4 курса, Колесникова Е. В.	59
УЧЕТНО-АНАЛИТИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ.....	59
Байназарова Р.З.....	66
АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ ФАКТОРОВ НА РЕЗУЛЬТАТИВНОСТЬ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.....	66
Бастракова Е.А.	71
ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ УЧЕТА ВАЛЮТНЫХ СРЕДСТВ.....	71
Белова А.В.	79
СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ РЫНКА АВТОМОБИЛЕЙ С ПРОБЕГОМ Г.ОРЕНБУРГА	79
Бикметова З.М.....	85
ИНВЕСТИЦИИ В ОСНОВНОЙ КАПИТАЛ РЕГИОНА И КАЧЕСТВО ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ	85
Белялова А.И., обучающаяся 4 курса, Ильясова М.К.	90
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ ГОСТИНИЧНЫМ ХОЗЯЙСТВОМ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ	90
Биялова С.Р., обучающаяся 4 курса, Ильясова М.К.	93
ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ	93
Бостанова П. А.....	97
ДОСТИЖЕНИЕ И УДЕРЖАНИЕ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ - СТРАТЕГИЧЕСКАЯ ЦЕЛЬ ОРГАНИЗАЦИИ	97

Буланова А.А.	102
ОЦЕНКА КАЧЕСТВА УПРАВЛЕНИЯ РАСХОДАМИ БЮДЖЕТОВ СУБЪЕКТОВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ.....	103
Ваниева А.Р.	110
СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ТРАНСФОРМАЦИИ ИННОВАЦИОННО- ИНВЕСТИЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ОТРАСЛЕВОГО РАЗВИТИЯ	110
Ведерников А.В., обучающийся 3 курса, Леухина Т.Л.	115
УЧЕТ И ИНВЕНТАРИЗАЦИЯ ГОТОВОЙ ПРОДУКЦИИ	115
Верна В.В., к.э.н., доцент, Бутенко А.Ю.	121
СОВРЕМЕННЫЕ ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА	121
Верна В.В., к.э.н., доцент, Семенюк Д.П.	126
КЛЮЧЕВЫЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В УСЛОВИЯХ МОДЕРНИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ.....	126
Волкова С.А.	132
КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ: ВЫЗОВЫ И ВОЗМОЖНОСТИ	133
Воронина К.Е., обучающаяся 4 курса, Антимонова О.Н.	136
СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ СИСТЕМ МЕСТНОГО УПРАВЛЕНИЯ В РОССИИ, КАЗАХСТАНЕ И ВЕЛИКОБРИТАНИИ	136
Гавчук Д.В.	142
АДАПТАЦИЯ МЕНЕДЖЕРОВ К ИСКУССТВЕННОМУ ИНТЕЛЛЕКТУ: ИЗМЕНЕНИЕ КОМПЕТЕНЦИЙ.....	142
Гирфанова И. Н.	151
РОЛЬ БУХГАЛТЕРСКОЙ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ ПРИ ПРИНЯТИИ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ	151
Григорян Ж. Г.	156
СОВРЕМЕННЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ВНУТРИКОРПОРАТИВНЫХ	156
КОММУНИКАЦИЙ	156
Губарева Д. А., Савкова Е.В.	161
ВЫЯВЛЕНИЕ И АНАЛИЗ РИСКОВ СОЗДАНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПОРТАЛА ДЛЯ ПОДГОТОВКИ ГОСУДАРСТВЕННЫХ И МУНИЦИПАЛЬНЫХ СЛУЖАЩИХ К АТТЕСТАЦИИ.....	161
Гурджиян В.Л., к.э.н., доцент, Михайлова С.М.	168
ИССЛЕДОВАНИЕ МЕТОДИК ВЫЯВЛЕНИЯ СИМПТОМОВ КРИЗИСА НА ПРЕДПРИЯТИИ	168
Демироглу Н.Б.	172
ОСНОВНЫЕ ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ СУЩНОСТИ НАЛОГОВОЙ ПОЛИТИКИ	172
Демироглу Н.Б., к.э.н., доцент, Бекиров Ю.Р.	178
МЕРЫ НАЛОГОВОГО СТИМУЛИРОВАНИЯ ДЛЯ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА.....	178
Дмитриева А.И.	182
ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ В СОВРЕМЕННОМ МЕНЕДЖМЕНТЕ: ВЫЗОВЫ И ВОЗМОЖНОСТИ	183
Елеева И.З.	187
ВЗАИМОСВЯЗЬ МЕЖДУ ОРГАНИЗАЦИОННЫМ ПОВЕДЕНИЕМ И СИСТЕМОЙ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО КОНТРОЛЯ	187
Ерусланкина П.В., к.п.н., доцент, Столяров Д.Д.	193
РОЛЬ ОЦЕНКИ ПЕРСОНАЛА ПРИ ПРИНЯТИИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ И УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ	193
Жданова Я. А., обучающаяся 4 курса, Шамилева Э.Э.	198
НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РЕСПУБЛИКИ КРЫМ.....	198

Жукова А.А.	203
ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ К ОПТИМИЗАЦИИ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСОВЫМ СОСТОЯНИЕМ ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ ЭКОНОМИКИ.....	203
Жукова А.А.	208
ХОЗЯЙСТВЕННЫЕ РИСКИ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	208
Заболотный А.С.	213
О НЕОБХОДИМОСТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ СПОРТА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	213
Заверюха А.Н., Рашадбеков Н.Р.	218
ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ОРГАНИЗАЦИИ МОНИТОРИНГА СМИ И СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА НА ОСНОВЕ АНТИКРИЗИСНЫХ МЕДИА-МАТЕРИАЛОВ ТОРГОВОЙ МАРКИ ОДЕЖДЫ “GLORIA JEANS”.....	218
Закиряев Р.М., магистрант 2 курса, Ильясова М.К.	222
АНАЛИЗ ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ ОРГАНИЗАЦИИ И ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИХ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ	223
Зуева И.А.	226
АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ И МЕТОДИКИ ПОСТРОЕНИЯ СИСТЕМ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА, ИХ РОЛЬ В ОБЕСПЕЧЕНИИ ЭФФЕКТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ	226
Ибрагимов Э.Н., обучающийся 4 курса, Ильясова М.К.	232
СТИМУЛЫ ЭФФЕКТИВНОГО ТРУДА ДЛЯ СОТРУДНИКОВ СОВРЕМЕННЫХ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ГОСТИНИЧНО-РЕСТОРАННЫХ КОМПЛЕКСОВ.....	232
Иванкина Д.В.	236
РОЛЬ МАРКЕТИНГОВОЙ СОСТАВЛЯЮЩЕЙ В ДОСТИЖЕНИИ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ.....	236
Трофимова В.М., Иглин А.В.	243
СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ТРАНСПОРТНОГО МЕНЕДЖМЕНТА	243
Ильина С.Ю., Коркодинова А.А.	248
СТРАТЕГИИ ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО МЕНЕДЖМЕНТА: ПУТЬ К ЭФФЕКТИВНОСТИ И УСТОЙЧИВОСТИ ТРАНСПОРТНОЙ СИСТЕМЫ	248
Иваненко И.А., к.э.н., доцент, Бекирова С.С.	254
РОЛЬ И ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПОСРЕДНИЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ В МЕЖДУНАРОДНОЙ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	255
Ильясова М.К.	260
МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ УПРАВЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИМ РАЗВИТИЕМ МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ	260
Исмаилов У.Ф., Аметов А.А.	263
НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ БИЗНЕС СРЕДЫ ДЛЯ УКРЕПЛЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ИНТЕГРАЦИИ.....	264
Канцеров Р. А., к.э.н., профессор, Школьников А. А.	269
СНИЖЕНИЕ УГРОЗ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ – ПУТЬ К УСТОЙЧИВОМУ РАЗВИТИЮ РЕГИОНА	269
Каризская Д. Д.	274
ПРИМЕНЕНИЕ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА ДЛЯ АНАЛИЗА ПРЕДПОЧТЕНИЙ И ПОТРЕБНОСТЕЙ У ТУРИСТОВ	275
Карпенко О.А.	278
ДУХОВНЫЙ АСПЕКТ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА.....	278
Китаева Т.Ю., магистрант 2 курса, Нехайчук Д.В.	285
ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОЦЕССА ОПТИМИЗАЦИИ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ СТРУКТУР УПРАВЛЕНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ.....	285

Клименко А.Д.	288
УПРАВЛЕНИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ (HRM) В КОНТЕКСТЕ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ ЭКОНОМИКИ	288
Ключник Д.А.	293
СРАВНИТЕЛЬНО-ПРАВОВОЙ АНАЛИЗ ЗАРУБЕЖНОГО И РОССИЙСКОГО ОПЫТА НАЛОГОВОГО АДМИНИСТРИРОВАНИЯ	293
Коголева К.К., обучающаяся 4 курса, Гурджиян В.Л.	297
ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ АНТИКРИЗИСНОЙ ДИАГНОСТИКИ	297
Комова Т.О., Юмшина В.И.	301
О ЦЕЛЕНАПРАВЛЕННОМ КОНСТРУИРОВАНИИ РЕЗУЛЬТАТИВНЫХ КОММУНИКАЦИЙ В ПРОМЫШЛЕННОМ ТУРИЗМЕ ЗАБАЙКАЛЬСКОГО КРАЯ	301
Кондратьев П.Н.	306
АДАПТАЦИЯ КАК МЕХАНИЗМ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАБОТЫ ПЕРСОНАЛА	306
Корнилова А.О., обучающаяся 3 курса, Леухина Т.Л.	312
ОСОБЕННОСТИ УЧЕТА ВАЛЮТНЫХ ОПЕРАЦИЙ	312
Кривенко Т.Д., обучающаяся 4 курса, Мустафаева С.Р.	317
УПРАВЛЕНИЕ КОНФЛИКТАМИ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ.....	317
ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ.	317
Куликов А.А., Фефелов А.Д.	322
ГОСУДАРСТВЕННОЕ И МУНИЦИПАЛЬНОЕ УПРАВЛЕНИЕ. ЕГО РОЛЬ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ.....	322
Куликова Я.А., обучающаяся 5 курса, Леухина Т.Л.	329
ОСОБЕННОСТИ БЮДЖЕТНОГО УЧЕТА ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ.....	329
Латышева А.Ю., к.э.н., доцент, Костюков К.И.	335
НАЛОГ НА ДОБАВЛЕННУЮ СТОИМОСТЬ: ВАЖНЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ В НАЛОГОВОМ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВЕ.....	335
Латышева А.Ю., к.э.н., доцент, Костюков К.И.	339
БУХГАЛТЕРСКАЯ ФИНАНСОВАЯ ОТЧЕТНОСТЬ В 2023 ГОДУ: ИЗМЕНЕНИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ	339
Литвин Р.И., старший преп., Липко Н.А.	342
ЦЕННОСТИ В СОВРЕМЕННОЙ КУЛЬТУРЕ ТРУДА И ИХ ВОЗДЕЙСТВИЕ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ РАБОТЫ И ПОВЕДЕНИЕ СОТРУДНИКОВ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ СРЕДЕ	342
Луганская А.П.	348
ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ К УПРАВЛЕНИЮ МАЛЫМ И СРЕДНИМ БИЗНЕСОМ В УСЛОВИЯХ МОДЕРНИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ	348
Лыгина М.А.	353
ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В СФЕРЕ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА.....	353
Лю Чэньсюань	358
АНАЛИЗ СТРУКТУРНО-ФУНКЦИОНАЛЬНЫХ ХАРАКТЕРИСТИК СОЦИАЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ	358
Лютов Д.В., обучающийся 5 курса, Абдрахманова Д.Р.	365
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ ФИЗКУЛЬТУРНО- СПОРТИВНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЕЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	365
Лютов Д.В., обучающийся 5 курса, Абдрахманова Д.Р.	369
ИННОВАЦИИ КАК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ В СФЕРЕ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА	369
Мазейна Е.А.	374

ОБЩАЯ МОДЕЛЬ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОГО РЫНКА НА БАЗЕ ЦИФРОВОЙ ПЛАТФОРМЫ С УЧЕТОМ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ...	374
Мазманян М.Г.	387
АКТУАЛЬНОСТЬ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИНВЕСТИЦИЙ	387
В МУНИЦИПАЛЬНЫЕ ОБРАЗОВАНИЯ	387
Маильянец А.Г.	391
НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ СИСТЕМЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ ОБЩИМ ОБРАЗОВАНИЕМ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	391
Мамедова Д.С., обучающаяся 3 курса, Шацкая Э.Ш.	395
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ЭЛЕКТРОННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В КРЫМУ	396
Маткаримов С.С.	400
МЕТОДЫ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ	400
Матковская И. А., обучающаяся 4 курса, Колесникова Е. В.	404
ВЛИЯНИЕ АУДИТОРСКОГО ЗАКЛЮЧЕНИЯ НА РЕПУТАЦИЮ ПРЕДПРИЯТИЯ	404
Маякова А.В., к.ф.н., доцент, Зимина Е.А.	410
МУНИЦИПАЛЬНЫЙ АСПЕКТ СОЦИАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ КАК РЕГУЛИРУЮЩИЙ ФАКТОР УЛУЧШЕНИЯ СОЦИАЛЬНОГО КАЧЕСТВА ЖИЗНИ.....	410
Минина В.Б.	415
ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО И МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ В СФЕРЕ ОБРАЗОВАНИЯ.....	415
Минок Д.С.	420
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ НЕЙРОННЫХ СЕТЕЙ ДЛЯ РЕШЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ЗАДАЧ.....	420
Митрошин И.В.	426
ФАКТОРЫ УРОВНЯ ЖИЗНИ И ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА В РЕГИОНАХ ЦЕНТРАЛЬНОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА КАК РЕЗУЛЬТАТ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ РЕГИОНА	426
Михайлова В.А.	432
ОСОБЕННОСТИ УЧЕТА ГОТОВОЙ ПРОДУКЦИИ.....	432
Мурадасилов М.А.	437
ГЕНЕРАТИВНЫЙ ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ И МАШИННОЕ ОБУЧЕНИЕ В ЛОГИСТИЧЕСКОЙ СФЕРЕ.....	437
Муратов М.М.	443
ЦИФРОВИЗАЦИЯ И АВТОМАТИЗАЦИЯ В ОПЕРАЦИОННОМ МЕНЕДЖМЕНТЕ	443
Мурахас Ф.А., обучающаяся 3 курса, Адельсеитова Э.Б.	448
ЦИФРОВЫЕ ТРЕНДЫ В УПРАВЛЕНИИ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ.....	448
Мусяиченко Б. И.	453
СИСТЕМА ОЦЕНКИ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ НА СОВРЕМЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ.....	453
Мустафаев Р.Ш., магистрант 2 курса, Сохтаев М.К.	460
УСЛОВИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ.....	460
Мустафаева С.Р., к.э.н., доцент	464
Новиков А.Г.	469
ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МЕХАНИЗМА КОНЦЕССИЙ	469
Новикова В.И.	474
SAVINGS THROUGH CRYPTOCURRENCIES	474
Новикова С.А.	479
ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВИЗАЦИИ МЕНЕДЖМЕНТА.....	479
Орзимов И.С., курсант, Быкова К.В.	486

УПРАВЛЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫМИ ПРОЦЕССАМИ ВНУТРИ ПРЕДПРИЯТИЯ И МЕТОДЫ ИХ ОПТИМИЗАЦИИ	486
Орлова В.В.	491
ТЕНДЕНЦИИ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В РОССИИ И ГЕРМАНИИ: ИЗМЕНЕНИЯ К ПОДХОДУ В РАБОТЕ С ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ	491
Печникова Е.М., обучающаяся 3 курса, Леухина Т.Л.	497
УЧЁТ КАПИТАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ	497
Пищеркова Д.А.	503
ВЛИЯНИЕ РОБОТИЗИРОВАННОЙ АВТОМАТИЗАЦИИ НА БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ	503
Пищеркова Д.А.	508
ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ КОМПЬЮТЕРИЗИРОВАННЫХ СИСТЕМ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА НА ПРЕДПРИЯТИИ	509
Поскребышева А. И., обучающаяся 4 курса, Мустафаева С.Р.	514
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ В ОРГАНИЗАЦИЯХ ТУРИСТИЧЕСКОЙ СФЕРЫ	514
Рубцова Н.В.	518
КОРПОРАТИВНЫЕ МЕДИА КАК ИНСТРУМЕНТ ИНФОРМАЦИОННО- КОММУНИКАЦИОННОГО ПРОЦЕССА НА ПРЕДПРИЯТИИ.....	518
Савкова Е.В., Губарева Д. А.	523
АТТЕСТАЦИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ И МУНИЦИПАЛЬНЫХ СЛУЖАЩИХ: ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ ИХ РАЗРЕШЕНИЯ	523
Седых Ю.Н.	529
КОРПОРАТИВНЫЙ ПОРТАЛ КАК ИНСТРУМЕНТ В СФЕРЕ ДИСТАНЦИОННОГО ОБУЧЕНИЯ РАБОТНИКОВ	530
ИССЛЕДОВАНИЕ И СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ	535
Скращук Н. Д., Аференок В. К.	538
АЛЬТЕРНАТИВНЫЕ МЕТОДЫ ФИНАНСИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ КОМПАНИЙ НА РАННИХ СТАДИЯХ РАЗВИТИЯ	539
Солодилова А.С.	543
РОЛЬ ИННОВАЦИЙ В СТРАТЕГИЧЕСКОМ МЕНЕДЖМЕНТЕ.....	543
Спрожицкая Е.Н.	549
КОНКУРЕНЦИЯ И ОСНОВНЫЕ ИСТОЧНИКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ.....	549
Стефаненко Д.В.	554
НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ КОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ	554
Стещенко А.С.	558
РАЗВИТИЕ КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА В ОРГАНАХ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ.....	558
Страдымова В. С.	565
ИНСТРУМЕНТАРИЙ РАБОТЫ С АМОРТИЗАЦИЕЙ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ В УСЛОВИЯХ РЫНОЧНЫХ ОТНОШЕНИЙ	565
Талах Н.Д.	573
ВЛИЯНИЕ КОРРЕЛЯЦИИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ И ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ АПК	573
Таран Е.А.	579
МОДЕЛИРОВАНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В ГЛОБАЛЬНЫХ ЦЕПОЧКАХ ДОБАВЛЕННОЙ СТОИМОСТИ	579
Тарасова М.Б.	586
ФОРМИРОВАНИЕ КОМПЛЕКСА МЕРОПРИЯТИЙ PUBLIC RELATIONS НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ	586
Тимоненков В.И., к.э.н., доцент, Рогожина А.А., Сафонецева Ю.С. ,	593

МОТИВАЦИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ СЛУЖАЩИХ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ..	593
Титова А.И.	598
ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ: ОТРАСЛЕВЫЕ И ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЕ ПЕРСПЕКТИВЫ	598
Уртемеева Ю.Д.	605
ТЕОРИЯ, НОРМАТИВНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ И МЕТОДИКА УЧЕТА ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ.....	605
Усеинова М.Р.	613
ПРОБЛЕМЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ РЫНКА	613
Усенко Е.С., курсант 3 курса, Быкова К.В.	619
КЛЮЧЕВЫЕ АСПЕКТЫ ПРИ ОЦЕНКЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ	619
Хабибуллина И.И., обучающаяся 3 курса, Салихова Р.Р.	624
АВТОМАТИЗАЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСАМИ ОРГАНИЗАЦИИ	625
Чакур К.С.	630
ОСНОВНЫЕ ПОДХОДЫ К РАЗВИТИЮ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАТИВНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ В ПРОЦЕССЕ	630
ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ В ТУРИСТСКОЙ ОТРАСЛИ	630
Черепнина Ю.А.	637
ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ГОРОДА СЕВАСТОПОЛЬ: ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ И ВЛИЯНИЕ НА УРОВЕНЬ ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ	637
Чуяко С.А., магистрант 3 курса, Ордынская М.Е.	643
ВЛИЯНИЕ АМОРТИЗАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ	643
НА ФИНАНСОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ	643
Шалимов И.В., старший преп., Петров В.Р.	650
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИЙ: КЛЮЧЕВЫЕ ФАКТОРЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ПУТИ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМНЫХ ВОПРОСОВ	650
Шацкая Э.Ш.	655
ЗНАЧЕНИЕ ВЕБ-САЙТА И ВЕБ-ДИЗАЙНА В ПРОДВИЖЕНИИ БИЗНЕСА	655
Шевченко С.С.	659
ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ ОРГАНИЗАЦИИ: ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ	660
Шилина Н.Н.	665
ВЛИЯНИЕ КРИЗИСНЫХ СИТУАЦИЙ НА БАНКОВСКОЕ СФЕРУ В РОССИИ.....	665
Шилов Ю.В.	669
ОТДЕЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ РЕАЛИЗАЦИИ ОБЩЕСТВЕННОГО И МУНИЦИПАЛЬНОГО КОНТРОЛЯ В СИСТЕМЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО (МУНИЦИПАЛЬНОГО) УПРАВЛЕНИЯ	670
Шипулин Н.С., обучающийся 4 курса, Лытнев Н. Н., ассистент, Савинская Д. Н.	677
ТЕХНОЛОГИИ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО АНАЛИЗА ДАННЫХ	677
Штрик П. В., Харькова Д. В.	682
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ВИЗУАЛЬНЫХ И ТЕКСТОВЫХ МАТЕРИАЛОВ КАК ИНСТРУМЕНТОВ РАЗВИТИЯ БРЕНДА КАК СРЕДСТВО КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ	682
Шуюпова Н.А., обучающаяся 3 курса, Леухина Т.Л.	687
БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ НЕМАТЕРИАЛЬНЫХ АКТИВОВ И ИХ АМОРТИЗАЦИИ	687
Щеглова А.А., обучающаяся 4 курса, Марянина Л.А.	691
СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА МОДЕЛЕЙ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В РОССИИ И ГЕРМАНИИ	692
Эмирусейнов С.Д., магистрант 2 курса, Стефаненко М.Н.	698

ПРОБЛЕМЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СИСТЕМЫ СТИМУЛИРОВАНИЯ ПЕРСОНАЛА НА ПРЕДПРИЯТИИ.....	699
Юйсюй Ван.....	702
ОМНИКАНАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ В ВЫСШЕМ ОБРАЗОВАНИИ: ВЫЗОВЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ.....	702
Яйлоян А.К., обучающаяся 4 курса, Мустафаева С.Р.	708
СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ И ПЕРЕПОДГОТОВКОЙ КАДРОВ.....	708

ДЛЯ ЗАМЕТОК

Научное издание

**СОВРЕМЕННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ И УПРАВЛЕНИЕ: ТЕНДЕНЦИИ И
ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ**

Редактор: к.э.н., доцент Ильясова М.К.

Сборник научных трудов

ИЗДАТЕЛЬСТВО ТИПОГРАФИЯ «АРИАЛ»
295015, Республика Крым, г. Симферополь, ул. Севастопольская, 31-а\2,
+7978 71 72 901, e-mail: it.arial@yandex.ru, www.arial.3652.ru