

НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
Институт экономики и менеджмента

ЭКОНОМИКА ГЛАЗАМИ МОЛОДЫХ

**Материалы Международной конференции
студентов, аспирантов и молодых ученых**

Томск, 29–30 апреля 2021 г.

Под общей редакцией
М.В. Чикова

Томск
Издательский Дом Томского государственного университета
2021

УДК 330 (082)
ББК 65я434
Э40

Экономика глазами молодых : материалы Международной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых. Томск, 29–30 апреля 2021 г. / под общ. ред. М.В. Чикова. –Томск : Издательство Томского государственного университета, 2021. – 138 с.

ISBN 978-5-907442-21-4

В сборнике представлены материалы докладов студентов, молодых ученых (аспирантов и магистрантов), с которыми они выступали на традиционной Международной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых, проводящейся в стенах Национального исследовательского Томского государственного университета уже более 100 лет. В докладах рассматриваются актуальные проблемы мировой экономики, экономики России, Сибири и Томской области, а также других регионов.

Для студентов, аспирантов, научных работников и преподавателей экономических дисциплин, а также всех, кто интересуется экономикой.

УДК 330 (082)
ББК 65я434

Составление, редактирование, подготовка сборника:
канд. экон. наук *Чиков Михаил Владимирович*
соискатель ИЭМ ТГУ *Благовещенская Ольга Кесаревна*

ISBN 978-5-907442-21-4

© Томский государственный университет, 2021
© Авторы статей, 2021

СОДЕРЖАНИЕ

<i>Предисловие (Чиков В.М.)</i>	5
---------------------------------------	---

Экономическая политика государства

<i>Нургазы А.Р.</i> Активная политика занятости молодежи Томской области с учетом цифровизации экономики	7
<i>Милошенко А.В.</i> Инструменты государственной политики по повышению уровня жизни молодых специалистов	10
<i>Погорецкая В.В.</i> Угрозы экономической безопасности при росте безработицы в условиях пандемии в России	12
<i>Рожков Е.В.</i> Цифровизация городов	15
<i>Кочкорали кызы Ырысгуль.</i> Проблемы финансирования образования в КР	16
<i>Саринова А.Ж.</i> Подходы к статистическому измерению показателей занятости и безработицы населения	19

Менеджмент и предпринимательство

<i>Геворгян О.И.</i> Занятость в современном мире: тенденции, закономерности, вызовы	23
<i>Пань Ли.</i> Новая занятость в условиях цифровизации: пример Китая	25
<i>Нурматов Д.Н.</i> Факторы, влияющие на эффективное использование трудовых ресурсов в условиях модернизации экономики	27
<i>Тюрина А.И.</i> Анализ корпоративных практик управления отношениями с заинтересованными сторонами компаний транспортно-логистической отрасли	30
<i>Мягкая М.И.</i> Применение цифровых инструментов управления адаптацией персонала в компаниях России	33
<i>Кэфэн Ю.</i> Влияние интенсивности использования Интернета на инвестиции в жилую недвижимость в Китае	37
<i>Искандарова Е.С.</i> Карта путешествия клиента как инструмент управления клиентским опытом	39
<i>Бахтина К.О.</i> Мотивация персонала как фактор повышения эффективности производства	41
<i>Володина С.Е.</i> Управление талантами как технология развития профессионального потенциала	44
<i>Ендонова В.К.</i> Образовательный проект, направленный на развитие предпринимательских компетенций школьников старших классов	45
<i>Старцев А.Ю.</i> Повышение эффективности грузоперевозок в системе управления цепями поставок	48
<i>Васильева Е.В.</i> Проблема конфиденциальности данных в маркетинге	51
<i>Рахимова К.Р.</i> Особенности и перспективы внедрения Agile в практику российских компаний	54
<i>Сохарева Е.С.</i> Понятие и принципы геймификации	58
<i>Журавлева Е.С.</i> Развитие бизнес-экосистем в Российской Федерации	59
<i>Исаакян А.Р.</i> Развитие интернет-маркетинга в условиях формирования цифровой экономики	62
<i>Голов В.А.</i> Развитие организационной системы управления знаниями	63
<i>Звенарева А.А.</i> Реализация целей устойчивого развития: европейский и российский опыт	67
<i>Горина П.Р.</i> Рынок маркетинговых услуг в России: тенденции и перспективы развития	70

<i>Макаров И.В.</i> Меры поддержки малого и среднего бизнеса для преодоления последствий новой коронавирусной инфекции	72
<i>Волоскова М.С.</i> Экологизация цепей поставок в рамках циркулярной экономики	74

Инновации и общественное благосостояние

<i>Благовещенская О.К.</i> Пандемия COVID-19 – вызов для телемедицинских технологий	78
<i>Суразакова Е.В.</i> Перспективы развития «зеленой» энергетики в России	80
<i>Гневыхшев Н.А.</i> Цифровизация избирательного процесса	82
<i>Родичев А.И.</i> Зависимость между ВВП и ИЧР	83
<i>Сатабаева З.И.</i> Концепция «Умный дом»: выгода и барьеры	87

Финансы и кредит

<i>Татарникова К.А.</i> Источники финансирования строительства жилого фонда в современных условиях	90
<i>Ларионова Д.О.</i> Критерии и принципы эффективности внутреннего аудита финансовой отчетности предприятия	91
<i>Тюлюбердинова А.М.</i> Модель финансового поведения населения региона (на примере Томской области)	94
<i>Кривочурчко А.А.</i> Организация эффективного внутреннего аудита финансовой отчетности	97
<i>Багдасарян Э.Ш.</i> Средневзвешенная цена капитала компании как показатель эффективности финансового управления	99
<i>Иванова К.А.</i> Формирование индивидуальных инвестиционных счетов пенсионной направленности	103
<i>Кудрина Э.А.</i> Рейтинговая оценка золотовалютных резервов ведущих стран мира и России	105

Математические модели принятия бизнес-решений

<i>Степаненко В.О.</i> Анализ программных продуктов по проверке благонадежности контрагентов	108
<i>Милошенко А.В.</i> Корреляционный анализ социально-экономических показателей, отражающих благополучие молодых специалистов в регионах РФ	110
<i>Пак К.И.</i> Прогнозирование банкротства компаний на основе модели логистической регрессии	113
<i>Наседкин В.В.</i> Статистическое обоснование мероприятий государственной политики РФ в пищевой индустрии	116

Current issues in modern economics and management: fresh look and new solutions

<i>Rakhlevskiy A.M.</i> Russian housing market in the context of the economic growth	120
<i>Zaguzina M.Yu.</i> Problems of forming financial culture in Russia	122
<i>Subbotina O.S.</i> The Impact of Cultural Differences on EY's Intangible Incentive System	124
<i>Zhang Xiaoxia.</i> The influence of the number of minor children on labor participation of urban women of childbearing age in China	127
<i>Jie Zhang.</i> Advertising Marketing Analysis of tiktok Short Video based on Logistic Regression Model	124
<i>Li Jiahui.</i> Human Resource Management of Small Enterprises – Taking Hankku Catering Management Co., Ltd. as an Example	133
<i>Bwalya P.C.</i> The women entrepreneurs finance initiative in Zambia	135

ПРЕДИСЛОВИЕ

Сборник содержит научные статьи студентов и молодых ученых (магистрантов и аспирантов), подготовленные на основе материалов Международной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Экономика глазами молодых», которая проводится в стенах Томского государственного университета уже более 100 лет.

Мы сохранили традиционные направления (секции) конференции: экономическая политика государства; менеджмент и предпринимательство; инновации и общественное благосостояние; финансы и кредит; математические модели принятия бизнес-решений и традиционная англоязычная секция (Current issues in modern economics and management: fresh look and new solutions). В материалах участников конференции рассматриваются актуальные проблемы мировой экономики, экономики России, Сибири и Томской области, а также других регионов. Все представленные статьи обладают теоретической и практической значимостью.

В секции 1 «Экономическая политика государства» были представлены исследования, посвященные политике занятости и повышению уровня жизни молодежи в условиях современных вызовов, проблемам образования и подходам к статистическому измерению показателей занятости и безработицы населения.

В секции 2 «Менеджмент и предпринимательство» были представлены материалы, в которых исследовались проблемы современной занятости и их влияние на поведение компаний. Ряд статей были посвящены анализу мотивации и адаптации персонала, управления талантами, управления знаниями. В работе секции также были представлены доклады, посвященные транспортно-логистическим вопросам в современных отраслях, вопросам устойчивого развития и экологизации цепей поставок в рамках циркулярной экономики, особенностям применения современных технологий менеджмента и маркетинга, проблемам влияния глобальных вызовов на развитие малого и среднего бизнеса и др.

В секции 3 «Инновации и общественное благосостояние» основное внимание было уделено анализу влияния глобальных вызовов (пандемия, цифровизация и пр.) на развитие телемедицинских технологий, «зеленой» энергетики, избирательного процесса и др.

В секции 4 «Финансы и кредит» рассматривались особенности финансирования строительства жилого фонда в современных условиях, вопросы эффективного финансового аудита и управления в компаниях. Несколько статей посвящены анализу финансовых процессов на уровне макроэкономики, в частности была представлена модель финансового поведения населения региона (на примере Томской области), рассматривались вопросы формирования индивидуальных инвестиционных счетов пенсионной направленности, была дана рейтинговая оценка золотовалютных резервов ведущих стран мира и России.

В секции 5 «Математические модели принятия бизнес-решений» были представлены статьи, в которых анализировались программные продукты по проверке благонадежности контрагентов и прогнозировалось банкротство компаний на основе модели логистической регрессии. Особое внимание было уделено корреляционному анализу социально-экономических показателей, отражающих благополучие молодых специалистов в регионах и развития пищевой индустрии.

Наконец, в англоязычной секции 6 «Current issues in modern economics and management: fresh look and new solutions» были представлены материалы, посвященные рынку жилья в России в условиях экономического роста, проблемам формирования финансовой культуры в России, влиянию культурных различий на систему нематериального стимулирования, а также влиянию количества несовершеннолетних детей на трудовую активность городских женщин детородного возраста в Китае. Особое внимание было уделено рекламно-маркетинговому анализу видеороликов TikTok и вопросам управления человеческими ресурсами малых предприятий.

Оргкомитет конференции составили студенты и преподаватели ИЭМ ТГУ, в том числе: председатель Чиков Михаил Владимирович – канд. экон. наук, зам. директора ИЭМ по научной работе; сопредседатели Хлопцов Дмитрий Михайлович – д-р экон. наук, заведующий кафедрой экономики Института экономики и менеджмента, Нехода Евгения Владимировна – директор ИЭМ ТГУ, д-р экон. наук, заведующая кафедрой стратегического менеджмента и маркетинга ИЭМ; ответственный секретарь конференции – Благовещенская Ольга Кесаревна, соискатель Института экономики и менеджмента. Членами оргкомитета стали Маковеева В.В., канд. экон. наук, зам. директора ИЭМ, Герман М.В., канд. экон. наук, директор офиса магистратуры и аспирантуры ИЭМ ТГУ, Будлова Т.Ю., ст. преподаватель кафедры английской филологии ФИЯ, Ильина Т.Г., канд. экон. наук, заведующая кафедрой финансов и учета ИЭМ, Мартынова С.Э., канд. филол. наук, заведующая кафедрой государственного и муниципального управления ИЭМ; Литвина С.А., канд. пед. наук, заведующая кафедрой организационного поведения и управления персоналом ИЭМ, а также студенты ИЭМ.

Оргкомитет благодарит всех за участие в конференции и надеется на дальнейшее взаимовыгодное сотрудничество.

Председатель оргкомитета
М.В. Чиков

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПОЛИТИКА ГОСУДАРСТВА

Активная политика занятости молодежи Томской области с учетом цифровизации экономики

А.Р. Нургазы, магистрант, 2-й курс, ИЭМ ТГУ

Научный руководитель: д-р экон. наук, профессор Т.И. Коломиец
E-mail: aigerim_nurgazy@mail.ru

Цифровизация активно трансформирует рынок труда во всем мире. По оценке Всемирного экономического форума, в ближайшие три-четыре года 75 миллионов рабочих мест во всем мире будут сокращены, однако возникнет 133 миллиона новых рабочих мест, связанных с новыми технологиями и совместной деятельностью человека, робота и алгоритмов. В Российской Федерации вопросами цифровизации активно занимается автономная некоммерческая организация (АНО) «Цифровая экономика». Данная организация была создана лидирующими высокотехнологичными компаниями при поддержке Администрации Президента РФ и Правительства РФ. В 2019 году Сельский А., директор по направлению «Кадры и образование» АНО «Цифровая экономика», заявил о том, что «цифровизация, в которую сегодня идут практически все отрасли, к 2035 году кардинально изменит треть всех видов деятельности. Производственный цикл трансформируется с приходом цифровых технологий, что приведет к изменению ситуации на рынке труда: часть специализаций устареет, еще часть специалистов, обладающих определенными компетенциями, не устроят условия нового рынка труда». Таким образом, в результате развития цифровизации именно активная политика занятости, включающая в себя мероприятия по переобучению лиц, активный поиск и подбор рабочих мест, представляется наиболее эффективным способом борьбы с безработицей.

На молодых падает основная трудовая нагрузка при росте коэффициента демографической нагрузки в стране; именно поколение молодых – ключевой потребитель цифровых технологий как в сфере производства, так и в сфере услуг; многие из них, как показывают социологические исследования, готовы работать удаленно и создавать свой бизнес в ИТ сфере. Таким образом, изучение предпочтений молодых для трудоустройства в становящемся цифровом секторе является актуальным.

В данном исследовании будет проведен анализ влияния активной политики занятости школьников 10–11 классов и студентов Томской области.

Гипотеза. Цифровая экономика требует более эффективных мер активной политики занятости молодежи для повышения конкурентных позиций людей, желающих найти свое место на рынке труда

Автором исследования был проведен опрос. Было получено 274 ответа школьников и студентов. Рассмотрим краткий портрет опрашиваемых.

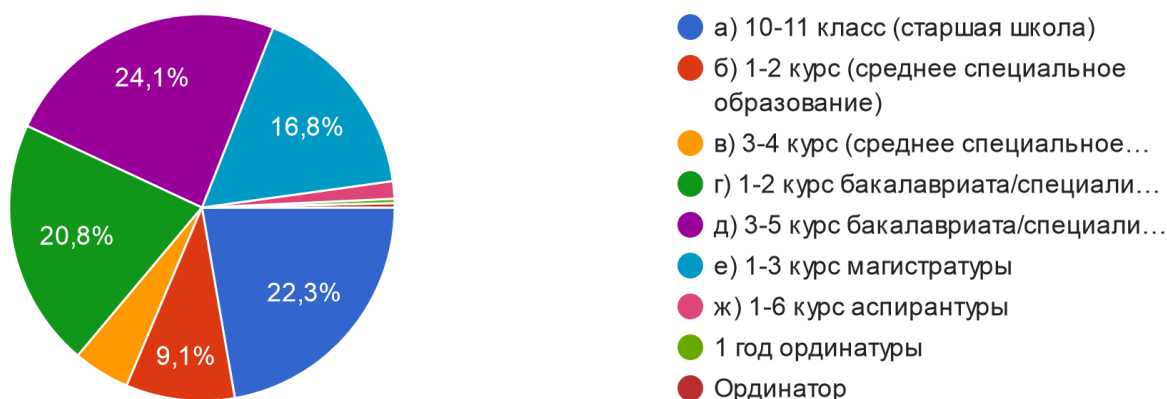


Рис. 1. Класс / курс обучения опрашиваемых

На диаграмме видно, что выборка разнообразная и включает как школьников 10–11-х классов, так и студентов колледжей, техникумов и университетов. 48,7% опрашиваемых отметили, что не имеют опыта работы в сфере гибкой занятости. 48,5% ответили, что не работают в настоящий момент. 34,5% ответили, что не имеют никакого опыта работы.

Цифровизация неразрывно связана с инновациями. В проведенном интервью 49,5% опрошиваемых ответили, что в их учебном заведении поощряют развитие креативности и / или внедрение инноваций. 73% отметили, что в их учебном заведении есть учителя / преподаватели, которые вдохновляют и мотивируют.

Важный аспект цифровой экономики – уровень владения цифровыми навыками. По результатам проведенного анкетирования 57,8% опрошиваемых отметили, что обладают базовым уровнем цифровых навыков. Также 40,7% отметили, что на текущем/прошлом месте работы был востребован базовый уровень владения цифровыми навыками.

Рассмотрим не менее важный аспект. Известно, что в настоящее время растет цифровое гендерное неравенство. По результатам анкетирования:

- 1) 27,7% замечали наличие гендерной дискриминации в школе или в университете;
- 2) 20,1% замечали наличие дискриминации по национальному или этническому происхождению;
- 3) 29,5% замечали наличие дискриминации по внешнему виду;
- 4) 17,3% замечали наличие дискриминации по инвалидности или болезни;
- 5) 36,3% замечали наличие дискриминации по иным признакам.

Остальные опрошиваемые не обращали внимание на наличие / отсутствие дискриминации в школе или в университете.

Известно такое понятие, как «скрытый учебный план». Под скрытым учебным планом подразумевают(ю) организацию учебного процесса, которая отражает гендерные стереотипы. Например, это выражается в том, что, начиная с дошкольного возраста, педагоги поощряют мальчиков к самовыражению и активности, а девочек - к послушанию и прилежанию, опрятному внешнему виду. 47% опрошиваемых отметили, что не сталкивались с подобным.

Известны явления разнообразия и инклюзивности. Разнообразие включает такие аспекты, как возраст, гендерная принадлежность, расовое и этническое происхождение, образование, место жительства и многое другое. Инклюзивность – это атмосфера на работе, при которой каждый сотрудник может быть собой и максимально проявлять свои способности. На следующем рисунке представлено мнение опрошиваемых о том, характеризуется ли их текущее/прошлое рабочее место разнообразием и инклюзивностью.

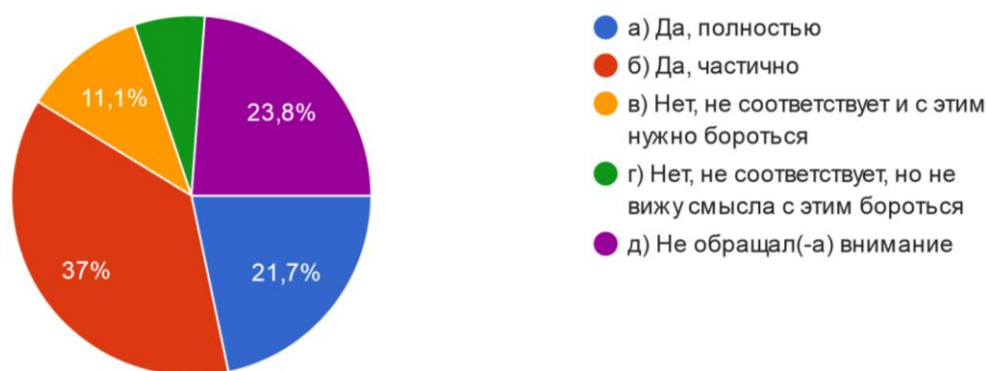


Рис. 2. Разнообразие и инклюзивность

Известно такое понятие, как «Bro culture» – среда и поведенческие и коммуникативные практики, в которых предпочтение отдается молодым мужчинам. 73,6% опрошиваемых отметили, что не сталкивались с подобным на рынке труда.

Таким образом, по результатам анкетирования, гендерное неравенство на рынке труда в цифровую экономику в Томской области отмечается, но оно не является наиболее распространенным видом дискриминации.

В части классификации политики занятости принято выделять пассивную и активную политики занятости. Пассивная политика занятости населения включает в себя комплекс мер, направленных на сглаживание последствий безработицы. Она предусматривает материальную поддержку потерявших работу граждан путем выплаты пособий по безработице, доплат на иждивенцев. Ограниченность пассивной политики занятости состоит в том, что она включает только помощь безработным. Однако в цифровую экономику большее упоминание и развитие получает активная политика занятости. В данной работе будет рассмотрена активная политика занятости населения. Под активной политикой занятости понимается совокупность правовых, организационных и экономических мер, проводимых

государством с целью снижения уровня безработицы. Самое важное для государства – средства, вложенные в программу поддержки активной политики содействия занятости, в отличие от компенсационных выплат (пособий по безработице), окупаемы и возвратны [1, 2].

Для оказания услуг на территории г. Томска и Томского района в сфере содействия занятости и защиты от безработицы, трудовой миграции был создан Кадровый центр «Работа России» [3]. По результатам проведенного анкетирования школьников и студентов, 43,5% опрошиваемых никогда не пользовались услугами профориентации, предлагаемые центром занятости. А 25% пользовались данными услугами, но это не помогло им определиться в какой сфере работать.



Рис. 3. Услуги профориентации, предлагаемые центром занятости населения

85,9% опрошиваемых не проходили бесплатные курсы обучения, переобучения, повышения квалификации, предлагаемые центром занятости населения.



Рис. 4. Бесплатные курсы обучения, переобучения, повышения квалификации, предлагаемые центром занятости населения

92,4% опрошиваемых не получали государственные субсидии, гранты и/или льготы. Таким образом, проведенное анкетирование подтверждает гипотезу о том, что цифровая экономика требует более эффективных мер активной политики занятости молодежи для повышения конкурентных позиций людей, желающих найти свое место на рынке труда. Однако делать однозначный вывод о подтверждении / опровержении гипотезы на основании данного анкетирования нельзя. Поэтому в заключение стоит отметить, что рекомендуется проводить подобные анкетирования на региональном уровне, т.к. было доказано, что людям данная тема интересна и они готовы вносить свой вклад в ее изучение и развитие.

Литература

1. Комов В.Э. Механизмы государственного регулирования занятости населения // Самоуправление. 2020. № 5. С. 272–275.
2. Одегов Ю.Г., Руденко Г.Г. Экономика труда : учебник и практикум для академического бакалавриата. М. : Юрайт, 2019. 387 с.
3. О Центре // Работа России : кадровый центр. Электрон. дан. Томск, 2009–2020. URL: <https://czn.tomsk.ru/about11/> (дата обращения: 10.12.2020).

Инструменты государственной политики по повышению уровня жизни молодых специалистов

А.В. Милошенко, магистрант, 2-й курс, ИЭМ ТГУ

Научный руководитель: канд. физ.-мат. наук, доцент Е.А. Андриенко
E-mail: anastasia.miloshenko@mail.ru

На сегодняшний день ведутся дискуссии об уровне жизни населения, при этом значительные усилия направлены на улучшение благосостояния целевых групп населения, особенно молодёжи. Большое количество исследований таких авторов, как Барышева Г. А., Айвазян С. А., Жгун Т. В. и др., было посвящено определению и повышению уровня благосостояния, счастья и удовлетворённости жизнью граждан.

Однако наблюдается явный дефицит научных работ, которые отражают оценку благополучия именно молодых специалистов в различных регионах и пути его роста. Согласно распоряжению Правительства РФ № 2403 «молодой специалист – это гражданин Российской Федерации в возрасте до 30 лет, имеющий среднее профессиональное или высшее образование, принятый на работу по трудовому договору в соответствии с уровнем профессионального образования и квалификацией» [1. С. 3].

Вследствие демографического спада 90-х годов произошло уменьшение населения России молодёжного возраста (14–30 лет), что повлекло за собой снижение числа молодых специалистов. Динамика численности молодёжи за последние 10 лет, представлена на рисунке 1.

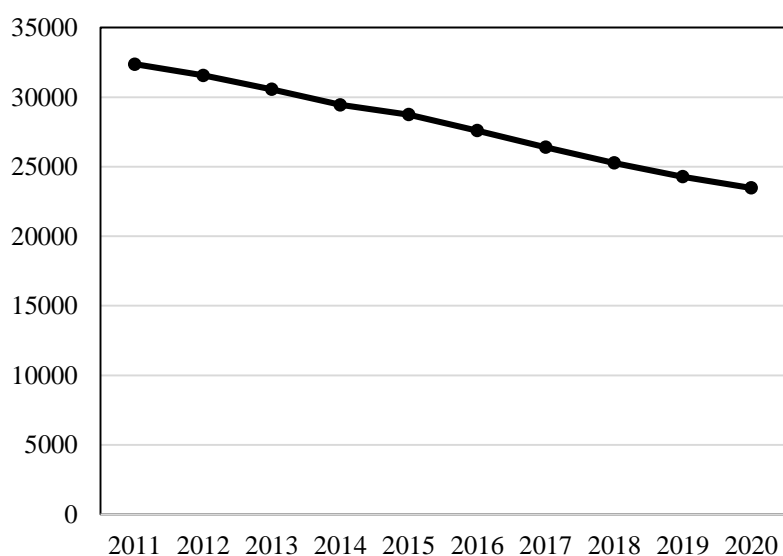


Рис. 1. Динамика численности молодёжи за 2011–2020 гг., тыс. человек. Сост. автором на основе [2]

Согласно прогнозируемым данным к 2025 г. общая численность молодёжи сократится до 25 млн человек, что окажет крайне негативное влияние на социально-экономическое развитие Российской Федерации. Прогнозные значения о сокращении молодого населения обуславливают высокую актуальность мер по поддержке и созданию условий для повышения благополучия молодёжи, требуют эффективных мер социальной политики, ориентированной на особые потребности лиц молодого поколения.

Официальным признанием высокой социальной важности данной проблемы для России явилось принятие «Стратегии развития молодёжи Российской Федерации на период до 2025 года». В качестве цели Стратегии заявлено создание возможностей для роста и наращивания человеческого капитала молодёжи, компенсирующего сокращение численности молодых граждан и обеспечивающего экономический рост и повышение конкурентоспособности Российской Федерации.

Для достижения поставленной цели выделены следующие задачи:

- 1) Формирование целостного мировоззрения молодёжи, основанного на ценностях патриотизма, семьи, нравственности, правосознания, здорового образа жизни и бережного отношения к природе.
- 2) Развитие востребованных надпрофессиональных компетенций: инновационность, креативность, предприимчивость, коммуникативность, солидарность, эффективность.

Приоритетными направлениями Стратегии являются [3. С. 9]:

1) *Повышение качества профессионального образования* с помощью совершенствования самостоятельного образования и программ социального образования. Данная мера позволит компенсировать, в первую очередь, дефицит профессиональных компетенций, недополученных в процессе формального образования, а также способствует улучшению у молодёжи дисциплинарных навыков, повышению ответственности, что приведёт к увеличению человеческого капитала молодёжи по оценкам экспертов на 10–12% к 2025 г. и, по мнению автора, снизит уровень безработицы среди молодых специалистов.

Среди программ реализации данного направления можно выделить сертификацию знаний и компетенций, полученных самостоятельно, формирование открытых банков лекций, семинаров учёных и практиков и др.

2) *Трудоустройство молодых специалистов* путём создания системы рекрутинговых агентств, консультирующих в вопросах поиска работы и ориентирующихся именно на лиц молодого поколения. По оценкам экспертов эффективное трудоустройство молодежи и сокращение молодежной безработицы позволят увеличить человеческий капитал молодежи на 10–15% к 2025 г.

3) *Обеспечение реализации мер финансового регулирования* путём финансовой поддержки молодых специалистов (льготное ипотечное кредитование, субсидии на покупку жилья и т.д.), обеспечения уменьшения межрегиональной дифференциации в финансировании молодежной политики, а также привлечения негосударственных средств (молодёжный фандрайзинг).

Также в прогнозируемых результатах реализации Стратегии указаны конкретные показатели, которые по мнению экспертов увеличат человеческий капитал молодёжи. Так, из-за возросшей производительности труда молодёжи и развития неформального образования значительно повысятся доходы молодых специалистов.

По сравнению с 2012 г. доход 30-летнего специалиста, имеющего среднее профессиональное образование, вырастет в 2025 г. в 2,3–2,4 раза в реальном выражении, окончившего высшее образование – в 2,5 раза в реальном выражении, имеющего учёную степень – в 2,6 раза. В результате человеческий капитал молодёжи значительно вырастет как номинально – в 1,65 раза, так и реально – почти в 1,5 раза. Ниже приведена формула расчёта человеческого капитала молодёжи.

$$ЧКМ(t) = \sum_{ij} D_{ji}(t) k_{ji}(t) N_i(t),$$

где $D_{ji}(t)$ – доход i -й возрастной группы от j -го вида деятельности (работа молодого человека, имеющего определенное образование, предпринимательство и т. п.) в году t , при этом $i = 14, \dots, 30$, $t = 2013, \dots, 2025$; $k_{ji}(t)$ – доля i -й возрастной группы, вовлеченной в j -й вид деятельности в году t , при этом $0 \leq k_{ji}(t) \leq 1$, $i = 14, \dots, 30$, $t = 2013, \dots, 2025$; $N_i(t)$ – численность представителей i -й возрастной группы в году t , при этом $i = 14, \dots, 30$, $t = 2013, \dots, 2025$.

Следует отметить, что в Российской Федерации уже применяется ряд конкретных социальных и экономических мер помощи молодым специалистам. Так, в соответствии с 70 статьёй ТК РФ при первом трудоустройстве по полученной специальности в течении одного года со дня получения профессионального образования для молодого специалиста не устанавливается испытание работника в целях проверки его соответствия поручаемой работе [4].

Государственные программы поддержки молодых специалистов*

Наименование программы	Меры экономической и социальной помощи в рамках программы	Требования, предъявляемые для получения выплаты или предоставления льготы
«Молодой специалист на селе»	<ul style="list-style-type: none"> • обеспечение жильем • предоставление подъемной субсидии на улучшение жилищных условий 	<ul style="list-style-type: none"> • молодому специалисту необходимо официально устроиться на работу в течение 3-х месяцев после окончания учебного заведения, отработать не менее 3-х лет на данной работе, проживать в сельской местности на постоянной основе, иметь возможность оплатить 30% от стоимости жилья
«Земский учитель»	<ul style="list-style-type: none"> • предоставление единовременной компенсационной выплаты в размере 2 млн руб. на Дальнем Востоке и 1 млн рублей в остальных регионах 	<ul style="list-style-type: none"> • учителю, ставшему участником программы, необходимо отработать в школе, расположенной в сельской местности, посёлке городского типа или городе с населением не более 50 тыс. человек, не менее 5 лет
«Земский доктор» и «Земский фельдшер»	<ul style="list-style-type: none"> • предоставление единовременной компенсационной выплаты, размер которой устанавливается на региональном уровне для врачей и фельдшеров (например, в Томской области выплаты составляют 1 млн руб. и 750 тыс. руб. соответственно) 	<ul style="list-style-type: none"> • медицинскому работнику, ставшему участником программы, необходимо отработать в сельской местности, посёлке городского типа или городе с населением не более 50 тыс. человек, не менее 5 лет

*Сост. автором

Прочие льготы, выплаты и меры экономической и социальной помощи молодым специалистам предоставляются:

- в рамках выполнения федеральных целевых программ, которые закреплены в НПА;
- в рамках реализации региональных подпрограмм на уровне субъектов РФ;
- федеральными ведомствами – находятся в отраслевых соглашениях и договорах;
- конкретными организациями – содержатся в локальных документах.

В таблице приведён перечень программ поддержки молодых специалистов, реализуемых на федеральном уровне.

Программы поддержки молодых специалистов действительно необходимы, это поможет не только снизить уровень безработицы среди молодых специалистов, но и поднять социальный уровень в сельской местности. Также государственным приоритетом, исходя из Стратегии, должно стать развитие молодёжи и формирование условий для её самореализации, так как потенциал развития именно этого социального слоя общества способен совершить экономические преобразования, обеспечить бурный экономический рост, качественно изменить уровень жизни в стране [3. С. 23].

Литература

1. Об утверждении Основ государственной молодежной политики Российской Федерации на период до 2025 года : распоряжение Правительства РФ от 29.11.2014 № 2403-р (последняя редакция) // КонсультантПлюс : справ. Правовая система. Версия проф. Электрон. дан. М., 2020. Доступ из локальной сети Науч. б-ки Том. гос. ун-та.
2. Динамика демографии населения // Rosstat.gov.ru. Электрон. дан. [Б. м., б. г.]. URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/12781> (дата обращения: 11.04.2021).
3. Стратегия развития молодёжи Российской Федерации на период до 2025 года // Fadm.gov.ru. Электрон. дан. [Б. м., б. г.]. URL: <https://fadm.gov.ru/mediafiles/documents/document/98/ae/98aeadb5-7771-4e5b-a8ee-6e732c5d5e84.pdf> (дата обращения: 09.04.2021).
4. Трудовой Кодекс РФ : принят Государственной Думой 30.12.001 : (ред. от 16.12.2019) // КонсультантПлюс : справ. правовая система. Версия проф. Электрон. дан. М., 2020. Доступ из локальной сети Науч. б-ки Том. гос. ун-та.

Угрозы экономической безопасности при росте безработицы в условиях пандемии в России

В.В. Погорецкая, студент, 5-й курс, ИЭМ ТГУ

Научный руководитель: канд. экон. наук, доцент Н.Д. Шимширт
E-mail: vpogoretskaya@yandex.ru

Пальмовое масло – это растительное масло, полученное из мезокарпа пальмового дерева. Пальмовое масло является одним из наиболее широко используемых растительных масел в мире, широко используемых для приготовления пищевых ингредиентов для косметики. Пальмовое масло является очень важным экспортным товаром в экономике Индонезии. Важность масличной пальмы для экономики Индонезии объясняется не только тем, что масличная пальма является одним из источников валютного дохода, но и пальмовое масло также является источником продовольствия для жителей Индонезии, а именно сырьем для производства растительного масла.

В последние годы экономика Российской Федерации подвержена большому числу вызовов со стороны внешней среды. Сюда можно отнести и санкции, которые активно начали применять правительства зарубежных стран, и глобальные экономические тенденции, и другие факторы, которые негативно влияют на экономическую безопасность РФ.

Ученые рассматривают экономическую безопасность как сложную полиструктурную науку о безопасности социально-экономических систем разных уровней иерархии (лицо, домашнее хозяйство, отрасль, регион, сектор экономики, национальная экономика, мировое хозяйство) [10]. При этом основным критерием экономической безопасности является способность экономики страны хранить и повышать стойкость до внутренних и внешних угроз. Некоторые экономисты считают, что под экономической безопасностью понимается «отсутствие острой угрозы минимально приемлемому уровню основных ценностей, который нация считает первостепенно необходимым. Эта угроза возникает в том случае, когда внешние экономические параметры изменяются настолько, что возникают условия, способные разрушить существующую социально-политическую систему. При этом кто-то или что-то

угрожает нам отторжением от наших первостепенных ценностей». Н. Machovski утверждает, что экономическая безопасность – это состояние защищенности жизненно важных интересов личности, общества и государства от внутренних и внешних угроз [11]. Нетрудно заметить, что во всех определенных ключевыми понятиями являются «интересы» и «угрозы». Интересы и угрозы этим интересам, а также условия их взаимодействия формируют систему основных понятий категории «безопасность».

В современном российском обществе занятость населения стала одной из самых волнующих проблем, так как ее острота не только не ослабевает, но и в условиях неожиданной пандемии еще более обостряется. Поэтому одним из главных вызовов глобальной и российской экономике в 2020 году становится проблема безработицы. Одним из существенных последствий пандемии является рост уровня безработицы. Обращаясь к теоретическим исследованиям по проблемам безработицы выделим несколько подходов. Так Т. Е. Еремина [3] рассматривает безработицу в широком и узком смыслах. В широком понимании безработица, с ее точки зрения, это недоиспользование способных и готовых быть использованными как трудовых (рабочая сила) так и не трудовых (физический капитал и земля) экономических ресурсов, хозяева или обладатели которых активно ищут возможность их использования, а в узком смысле - это недоиспользование лишь трудовых ресурсов, которые становятся резервной армией труда. В теоретическом же аспекте, безработица, по их мнению, представляет социально-экономическую категорию, выражающую отношения между наемными работниками и работодателями по поводу осуществления основополагающего, естественного права человек - права на труд, реализации его способностей к труду, причем не только в плане обеспечения средств к существованию, необходимых для сохранения и воспроизводства самой жизни, но в плане реализации в трудовой деятельности достоинств и качеств человека как личности, его данной от природы потребности в труде как форме жизнедеятельности. Часть экономистов [5, 6] понимают безработицу как социально-экономическое явление, при котором часть экономически активного населения по тем или иным причинам не может найти приложения своей рабочей.

По нашему мнению, безработица – это совокупность общественных отношений, характеризующихся отсутствием у части экономически активного населения (трудоспособных лиц, готовых приступить к трудовой деятельности) возможности реализации права на труд с целью обеспечения достойного уровня жизни. За прошедшие три десятилетия в России сложилась модель рынка труда, которая заметно отличается от модели, характерной для большинства развитых стран. Ее ключевая особенность состоит в том, что приспособление (рынка труда) к колебаниям экономической конъюнктуры происходит, главным образом, за счет изменений в цене труда, а не за счет изменений в занятости и безработице (везде, как правило, наоборот) [9].

В 2020 году произошла вспышка пандемии коронавируса COVID-19 (зарег. 31.12.2019), которая серьезно ударила практически по всем странам мира. Для сокращения распространения пандемии в колоссальных масштабах, стали вводиться вынужденные меры самоизоляции граждан, что повлияло на многие отрасли экономики. Уже очевидно, что пандемия коронавируса станет серьезным ударом для экономики, торговли и финансовой системы Российской Федерации.

Влияние роста безработицы на темпы изменения ВВП в мировой экономике прогнозируются Всемирным банком. Отмечается, что 2022 и 2023 год, будут периодом компенсации потерь в связи с пандемией 2020 года (таблица). Однако есть оценки, прогноза компенсации падения ВВП и обеспечения уровня доходов 2019 года на гораздо более длительный период.

Прогнозируемый темп снижения ВВП в 2020 и компенсирующий рост в 2021–2022 годах [11]

Государство	2020	2021	2022
США	-3,4	5,1	2,5
Германия	-7,2	4,2	3,6
Франция	-9,0	5,5	4,1
Италия	-9,2	3,5	3,6
Испания	-5,1	3,1	2,4
Великобритания	-10,0	4,5	5,0
Канада	-5,5	3,6	4,1
Япония	-5,1	3,1	2,4
Китай	2,3	8,1	5,6
Индия	-8,0	11,5	6,8
Россия	-3,6	3,0	3,9
Мексика	-8,5	4,3	2,5
Южная Африка	-7,5	2,8	1,4

Анализируя этот прогноз и оценку потерь 2020 года, отметим, что из всей совокупности представленных стран с наилучшими результатами представлен Китай. Огромные потери понесли не только развивающиеся страны, но и страны Европы, Индия, страны Африки [13].

По прогнозам Счетной палаты Российской Федерации кумулятивно за два года прирост ВВП останется в зоне отрицательных значений – порядка $(-0,7\%)$ [4].

Последствия пандемии по-разному сказались на положении регионов России (рис. 1)

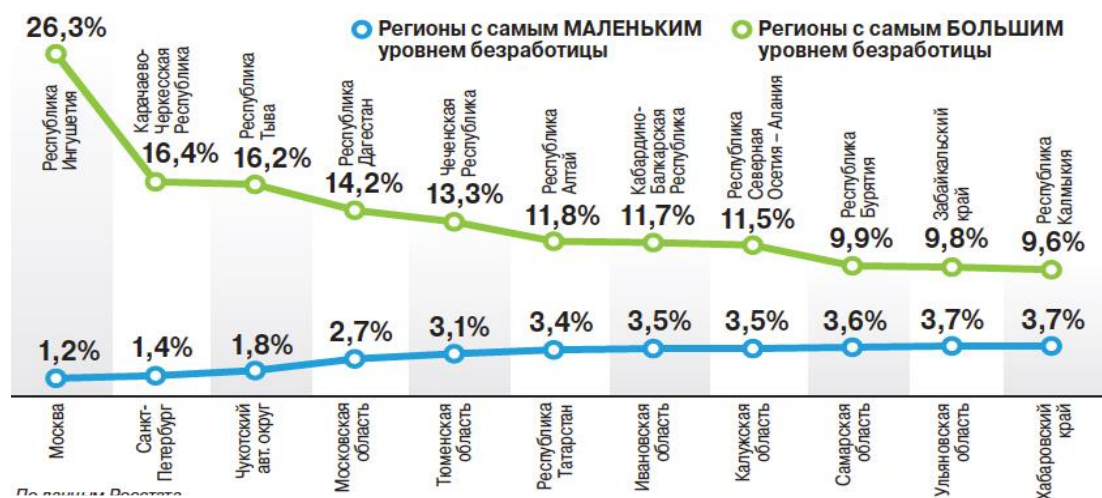


Рис. 1. Уровень безработицы по регионам России в 2020 г., % [2]

В среднем по регионам уровень безработицы вырос на 30%. Высокие темпы прироста количества безработных показали Москва – плюс 53% и Санкт-Петербург – сразу плюс 93%. Несмотря на такой рост, уровень безработицы в двух этих городах остается минимальным по стране. Максимумы, по-прежнему, на Северном Кавказе, самый большой прирост уровня безработицы в Ингушетия, где уровень безработицы составил 30,1% против 26,1% годом ранее [1]. Практически, во всех регионах России разработаны меры снижения социально-экономических угроз. Разработан проект на федеральном уровне по поддержке занятости, малого бизнеса, компенсации потерянных доходов, защиты ряда отраслей от негативных последствий пандемии. Кроме того, на региональных уровнях разрабатываются программы поддержки занятости, так, Томская область именно на эти цели выделит около 500 млн рублей и до конца 2021 года планирует трудоустроить 25 тысяч человек, организовать курсы по переобучению и повышению квалификации для более чем 1,6 тысячи безработных, создать новые и поддержать существующие субъекты малого и среднего предпринимательства, оказать адресную помощь по социальному контракту тем, кто планирует развивать личное подсобное хозяйство или открыть свой бизнес [8].

Всестороннее исследование по проблемам занятости и безработицы было опубликовано учеными Центра перспективных управленческих решений [7]. Они отмечают, что российский рынок труда в 2020 г. оказался под одновременным воздействием двух факторов, и это повлияло на стремительный рост регистрируемой безработицы. Первый — потеря гражданами работы в связи с пандемией и локдауном. Второй — стимулирование для регистрации в качестве безработного в связи с повышением максимального размера пособия и упрощением процедур получения этих пособий. Оба этих фактора повлияли на показатели регистрируемой безработицы в одном направлении, больше граждан России стали регистрироваться в качестве безработных. Поэтому, для того чтобы понять, насколько проведенная в апреле 2020 г. реформа пособия по безработице смогла выступить в качестве ответной меры на всплеск безработицы в России из-за пандемии и локдауна, необходимо различать две группы зарегистрированных безработных. Во-первых, граждане, которые потеряли работу вследствие пандемии и обратились за поддержкой в органы содействия занятости, во-вторых, граждане, которые в 2020 г. не работали вследствие других причин, напрямую не связанных с пандемией, но после реформы пособия обратились за поддержкой в органы содействия занятости. По нашему мнению, дать адекватную количественную оценку этим процессам очень сложно.

Таким образом, замедление темпов восстановления экономики страны повлечет за собой серьезные последствия в виде не достижения необходимого ВВП, восстановления занятости, снижения доходов населения и соответственно, снижения уровня жизни. Даже не сравнивая эти показатели с аналогичными показателями других стран, можно сделать вывод о серьезных угрозах экономической безопасности.

Литература

1. Безработица прошла по регионам. Эпидемия сократила миллион работников. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/4432859> (дата обращения: 04.04.2021).
2. Где в России больше всего, а где меньше всего безработных. URL: <https://aif.ru/money/business> (дата обращения: 02.04.2021).
3. Еремина Т.Е. Безработица как социальный индикатор экономической безопасности / НИ МГУ им. Н.П. Огарева // Контентус : электронное периодическое издание. 2017. № 3. С. 77–89.
4. Заключение Счетной палаты Российской Федерации на проект федерального закона «О федеральном бюджете на 2021 год и на плановый период 2022 и 2023 годов». URL: <https://ach.gov.ru/upload/> (дата обращения: 05.04.2021).
5. Зеленина Э.Е., Олонцева Ю.В., Юрченко М.А. Региональная безработица: опыт сравнительного анализа // Вопросы экономики и управления. 2019. № 1. С. 41–49.
6. Комов В.Г., Горбатенко С.А., Крапивка С.В. Повышение занятости населения как фактор укрепления экономической безопасности России // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. 2015. Т. 11, № 9 (294). С. 52–60.
7. Копыток В.К., Кузьмина Ю.В. Безработица времен COVID-19: что могут рассказать административные данные? / Центр перспективных управленческих решений. М. : ЦПУР, 2020. 38 с. (Исследования по вопросам государственного управления. 2021. Вып. 06).
8. Около 0,5 млрд руб. выделит Томская область на поддержку занятости. URL: <https://news.vtomske.ru/news/> (дата обращения: 04.04.2021).
9. Российский рынок труда: тенденции, институты, структурные изменения : доклад Центра трудовых исследований (ЦЭТИ) и лаборатории исследования рынка труда (ЛИТР) НИУ ВШЭ / под ред. В. Гимпельсона, Р. Капелюшников, С. Рощина. - М., 2017, 148 с.
10. Саенко С.В. Индикативная оценка развития социально-экономических систем экономической безопасности страны на мезоуровне // Стратегии устойчивого развития современного общества: экономические, социальные, философские, политические, правовые тенденции и закономерности : материалы междунар. науч.-практ. конф. : в 3 ч. М. : Акад. управления, 2016. С. 3–8.
11. Machovski H. Ost-West Handel: Entwicklung, Aussichten // Aus Politik w.Zeitgeschichte. 2015. № 5. S. 10–15.
12. World Economic Outlook. January 2021. IMF, 26 January 2021. URL: <https://www.imf.org/ru/Publications/WEO/Issues/2021/01/26/2021-world-economic-outlook-update> (accessed: 01.04.2021).
13. World Economic Situation and Prospects. UN. 25 January 2021. URL: https://www.un.org/development/desa/dpad/wp-content/uploads/sites/45/WESP2021_FullReport.pdf (accessed: 04.04.2021).

Цифровизация городов

Е.В. Рожков, соискатель кафедры экономики предприятий,
Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Научный руководитель: д-р экон. наук, профессор В.Ж. Дубровский
E-mail: rozhkov@pochtobank.ru

В 2019 году в Организации Объединённых Наций обсуждались последствия для разных стран, находящихся на разных уровнях готовности к развитию цифровой экономики. Если ещё несколько лет назад учёные изучали проблемы, связанные с «урбанистической эпохой» развития городов, то сегодня вектор развития городов направлен в область «цифровой экономики». И этими вопросами занимаются не только международные институты и национальные объединения, но и правительства развитых стран. В США разработана программа «Digital Economy Agenda», в Сингапуре – «Smart Nation», различные программы по цифровизации разработаны в Испании, Германии, Канаде, Японии, Великобритании, Китае и других странах мира.

В нашей стране, в 2017 году, был утверждён национальный проект «Цифровая экономика», в соответствии с которым на всей территории внедряются процессы по цифровизации городов (стандарт «Умный город» предложен Минстроем России для городов численностью более 100 тыс. человек). Предпосылки городской цифровизации в России имеются, это и высокая мотивация [1] как правительства страны, так и органов власти в субъектах; развитие и большое охватывание территории в регионах широкополосного интернета [1]; развитие законодательства в этой области; развитие современных технологий и т.д. [1]. Наряду с общими положительными моментами по внедрению цифровизации, имеется и цифровое неравенство в регионах, характеризующееся отставанием развитости инфраструктуры в городах, низкого качества данных [1], собираемых на уровне муниципалитетов и связано это в первую очередь с разрывом финансирования цифровых проектов с разных уровней (федерального, субъекта и муниципалитета) [1].

Одной из приоритетных задач правительства России в настоящее время стоит – повышение эффективности и прозрачности управления городской средой, которое реализуется за счёт внедрения цифровых технологий, с учётом, что более 70 % населения нашей страны проживает в городах [2]. Элементами «Умного города» являются: автоматизированные интеллектуальные системы контроля и управления жизнью города [3] (ЖКХ, общественный транспорт, автомобильное движение, образование, здравоохранение, общественная безопасность, энерго- и водоснабжение, экология и туризм) [3].

Создание «Умного города» потребует участие самих горожан для определения приоритетов городского развития, оценке потенциальных выгод [4]. Это предполагает предварительное накопление человеческого капитала, наличие доступа к данным в режиме онлайн, сохранение города как гибридной самоорганизующейся системы [4]. Преобладание малого и среднего частного бизнеса создаёт благоприятные условия для внедрения новых эффективных цифровых технологий, которые способствуют развитию как экономики регионов в общем, так и муниципального образования в частности. При этом, задача государства будет сводиться к ликвидации нормативных барьеров и созданию условий для роста и развития городов [5].

Например, в последние годы, цифровизация малых и средних городов России сталкивалась с такими проблемами, как: внедрение на их территории локальных цифровых сервисов (сервис доставки еды (Delivery-Club), сервис такси (Яндекс-такси, Gett), сервис доставки товаров (DPD, TNT), информационное сопровождение городских активностей (Afisha, Timepad)) [6].

Быстрая цифровизация того или иного города позволит выявить «локомотив» роста промышленного и производственного индексов региона. Цифровизация городов является условием обеспечения социального благополучия, реализации новых стартапов, разработки и внедрения новых технологий и инноваций [5].

Литература

1. Осадчая М.В. Прогнозы развития цифровой экономики в России // Экономика и бизнес: теория и практика. 2020. № 2-2 (60). С. 67–70.
2. Соловых Н.Н. «Умный город» – одно из приоритетных направлений программы развития цифровой экономики России // Актуальные проблемы и перспективы развития экономики: российский и зарубежный опыт. 2018. № 15. С. 6–10.
3. Волгина Д.А. Концепция устойчивого развития «умный город» в России // Трансформация национальной социально-экономической системы России : материалы I Междунар. науч.-практ. конф. М., 2019. С. 125–129.
4. Мухаметов Д.Р. Модели платформ вовлечения граждан для создания в России умных городов нового поколения // Вопросы инновационной экономики. 2020. Т. 10, № 3. С. 1605–1622.
5. Головченко В.И. Региональный аспект решения проблем цифровой экономики в современной России // Базис : научно-практический журнал. 2019. № 1 (5). С. 64–68.
6. Цифровизация в малых и средних городах России // Высшая школа урбанистики. 2018. 23 с. URL: <https://urban.hse.ru/news/220104443.html> (дата обращения: 10.03.2021).

Проблемы финансирования образования в КР

Кочкорали кызы Ырысгуль, магистрант бизнеса и менеджмента,
Ошский государственный университет, Кыргызстан

Научный руководитель: канд. экон. наук, доцент К.Д. Исмаилова
E-mail: ikalmira@mail.ru

Человеческий ресурс является одним из важнейших ресурсов любой страны, в том числе и в Кыргызской Республике. Социально-экономическое развитие Кыргызской Республики, повышение уровня и качества жизни определяются необходимостью рационального и эффективного использования имеющихся ресурсов. Это, в свою очередь, обеспечивает необходимый для экономического роста страны культурный и образовательный потенциал населения и готовит новых специалистов. Основой развития культурно-образовательного потенциала населения является повышение качества и конкурентоспособности образовательных услуг, что возможно только при наличии и эффективном использовании всех видов ресурсов, в первую очередь финансовых.

Успешное развитие системы образования в условиях рыночной экономики обеспечивает привлечение и использование различных источников финансирования. При этом важнейшую роль играет государственный бюджет.

В системе образования Кыргызской Республики существуют три основных источника финансирования: государственное, частное и внешнее.

Источником государственного финансирования является государственный бюджет, который пополняется за счет поступлений от общего налогообложения. В отличие от государственного финансирования, частное финансирование включает выплаты домохозяйств, то есть родительские средства в школах, дошкольных учреждениях, а также выплаты детям в среднем и профессионально-техническом образовании. В свою очередь, внешнее финансирование представляет собой средства, направляемые международными организациями в систему образования Кыргызской Республики. Средства из республиканского бюджета поступают в Министерство образования и науки Кыргызской Республики, которое, в свою очередь, осуществляет финансирование:

- государственных общеобразовательных организаций (кроме расходов на коммунальные услуги и на содержание зданий и помещений);
- районных и городских отделов образования;
- расходов по фонду оплаты труда дошкольных, внешкольных и других организаций образования.

По состоянию на 1 января 2019 г. в системе образования Кыргызской Республики было занято более 1,1 млн чел., что сделало ее важнейшим работодателем в стране. Кроме того, образование считается ключевым способом вовлечения Кыргызстана в мировую экономику. За последние два десятилетия в системе образования Кыргызской Республики были проведены масштабные реформы и предложен инновационный механизм, цель которого – создание национальной модели образования [1].

Продолжающийся процесс реформ и низкий ВВП на душу населения в Кыргызской Республике препятствуют восстановлению системы образования. Плата за обучение выросла, а качество образования остается относительно низким, в то время как зарплаты учителей и профессоров университетов остаются низкими. Кроме того, соотношение учеников и учителей перегружено, есть большие различия между уровнями подготовки в городских и сельских учебных заведениях и так далее.

Текущие экономические и другие проблемы в стране препятствуют развитию конкурентоспособной системы образования из-за ограниченного доступа к государственному финансированию образования. Современное состояние системы образования характеризуется недостатком бюджетных средств, выделяемых на обеспечение функционирования данного направления деятельности. Многие другие проблемы в системе образования, такие как содержание и качество образования, доступ к образованию для различных слоев населения, развитие связей с рынком труда и т. д., напрямую связаны с отсутствием финансирования [6].

В то же время решение социально-экономических проблем четко просматривается в развитии системы образования. Недосток финансирования образования, неэффективное использование ресурсов, отсутствие контроля и неэффективное управление финансовыми ресурсами, как правило, приводят к отсутствию положительных социально-экономических результатов.

Чтобы решить проблему с финансированием, необходимо привлечь инвестиции в систему образования. Инвестиции в образование - это важный способ увеличить человеческий капитал страны, улучшить перспективы экономического развития, расширить кругозор людей, позволяет им реализовать себя и вносит значительный вклад в здоровье и благополучие.

Государство как заказчик образовательных услуг и источник финансирования должно способствовать развитию рыночных механизмов в системе образования. Необходимо пересмотреть роль государства от текущего доминирующего провайдера услуг образования в сторону эффективного регулятора.

Целью изменения финансовой политики образовательных услуг является достижение высокого качества этих услуг, удовлетворение потребностей экономики в определенных специалистах и решение социальных проблем [3].

В решении социальных проблем, обеспечении доступа к образованию проблема решается через механизм финансирования студентов. Наем выпускников и преподавателей, независимо от формы собственности, обычно требует финансирования со стороны университетов. Если государство обязано обеспечивать определенные отрасли экономики высококвалифицированными специалистами, то государственное финансирование должно быть адресным и дифференцированным и осуществляться в специализированных вузах, готовящих таких специалистов [4].

Для обеспечения конкуренции образовательных услуг, финансирование со стороны государства должно быть на конкурентной основе.

Расходы на образование считаются одним из ключевых показателей социального развития, так как отражают степень внимания, уделяемого государством и обществом образованию граждан.

В условиях недостаточного финансирования образования со стороны государства, привлечение финансовых и иных материальных средств попечительскими советами государственных или муниципальных образовательных организаций является одним из способов управления финансовыми ресурсами в соответствии с законодательством Кыргызской Республики. Только Попечительский совет государственных или муниципальных образовательных организаций вправе добровольно привлекать финансовые и иные материальные ресурсы, образованные за счет добровольных и благотворительных взносов физических и юридических лиц путем создания инвестиционных фондов не противоречащие законодательству Кыргызской Республики.

В целях обеспечения деятельности, развития и укрепления материально-технической базы образовательной организации Попечительский совет ищет и привлекает доноров (инвесторов, меценатов), имеет право публиковать финансовые и другие материальные ресурсы через средства массовой информации и Интернет.

Общие государственные расходы на образование распределяются по отраслевым программам следующим образом: дошкольное образование – 10%, среднее образование – 61%, начальное профессиональное образование – 4,3% и высшее образование – 12% от общих расходов.

В последнее время все большее распространение получили гранты на обучение. Кроме того, благотворительные фонды могут быть инвестицией в систему образования.

В то же время частные расходы на образование в Кыргызстане идут в основном из домашних хозяйств. Домохозяйства оплачивают образовательные услуги, известные как частные учебные заведения или родительские фонды, обычно в государственных школах и дошкольных учреждениях. Эта практика широко распространена в крупных городах страны, особенно в Бишкеке [3].

К сожалению, невозможно оценить объемы частных средств, так как не ведется их централизованный учет. Кроме того, очень сложно получить достоверную информацию о финансовых потоках родительских фондов. Однако, основываясь на данных Национального статистического комитета Кыргызской Республики, можно сделать косвенную оценку расходов домохозяйств.

Так, с 2015 по 2019 год расходы населения на образование снизились с 6,6 миллиарда сомов до 4,86 миллиарда сомов, что составляет в среднем 13,5% государственных расходов. При этом если с 2015 по 2016 год отношения расходов домашних хозяйств к государственным расходам практически не менялась (с 25,8% до 24,6%), то с 2017 года наблюдается тенденция к уменьшению до 13% [3].

Учитывая низкие бюджетные расходы на образование, дополнительными источниками финансирования для реализации реформы образования является привлечение частных средств. В мировой практике разработано несколько механизмов привлечения частного капитала в образование: государственно-частное партнерство, целевые фонды, инвестиционные фонды и гранты.

Государственно-частное партнерство (ГЧП) – эффективный механизм привлечения частного капитала для реализации проектов в производственной и социальной инфраструктуре. В Германии, например, 40% проектов ГЧП приходится на сектор образования.



Рис. 1. Оценка общих расходов на образование в 2015–2019 гг. (млрд сом)

Привлечение частного капитала в сектор образования означает повышение инвестиционной привлекательности образовательных учреждений, создание механизмов и стимулов для частных и корпоративных инвестиций, что требует, прежде всего, институциональной поддержки этого процесса.

Частный бизнес не заинтересован в поддержке социально и стратегически важных объектов, деятельность которых в настоящее время коммерчески неэффективна. Поэтому необходимо проводить

государственную политику по привлечению частного бизнеса к финансированию образования. Однако разница в предложении человеческого капитала в других развитых странах больше, чем разница в предложении реального капитала. Богатая капиталом страна не должна экспортировать капиталоемкую продукцию [3, 5].

Реализация государственной политики по привлечению частных инвестиций для финансирования образовательных учреждений возможна за счет использования существующей государственной собственности в управлении налогами государственных учреждений, включая все доходы, включая реализацию соответствующих мер.

Кыргызская Республика тратит значительную часть государственного бюджета на систему образования: доля текущих расходов на образование в два раза выше, чем в предыдущие годы, по отношению к валовому национальному доходу (ВНД).

Экспертные оценки системы образования подтвердили, что, несмотря на рост расходов на систему образования, говорить об эффективности финансирования пока нельзя, так как распределение бюджетных средств осуществляется в соответствии с экономической классификации бюджетных расходов. Распределение бюджетных средств по экономическим статьям бюджетной классификации в первую очередь определяется социально значимыми выплатами педагогам (включая заработную плату, различные льготы и пособия, стипендии и льготы студентам).

Таким образом, финансирование учебного заведения - это процесс, направленный на решение его текущих проблем и перспектив развития. В целом объем бюджетных ассигнований на реализацию государственных гарантий в сфере образования определяется использованием элементов стандартизации образовательного процесса, финансового регулирования расходов и формирования государственного (муниципального) заказа по видам образования. бюджетные средства. Однако, любая система финансирования должна быть нацелена на повышение качества образовательных услуг.

Литература

1. Уровень жизни населения Кыргызской Республики 2015–2019 // Национальный статистический комитет КР. 2020.
2. Об образовании : закон Кыргызской Республики от 17.04.2015 № 84.
3. Финансирование сектора образования в Кыргызской Республике : аналитический обзор. Кыргызстан, 2016.
4. О переводе организаций образования, финансируемых из местных бюджетов айылных аймаков и городов, на финансирование из республиканского бюджета через территориальные подразделения Министерства образования и науки Кыргызской Республики : постановление Правительства КР от 30.05.2013 № 302.
5. Батова Б.З., Асланова Л.О., Аликаева М.В., Губачиков А.М. Проблемы финансирования образования в России // Фундаментальные исследования. 2016. № 5-3. С. 546–550. URL: <https://www.fundamental-research.ru>
6. Исмаилова К.Дж. Совершенствование практики трудоустройства молодых специалистов с высшим образованием // Вестник ОшГУ. 2012. № 1. С. 45–47. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=29094956>

Подходы к статистическому измерению показателей занятости и безработицы населения

А.Ж. Сарина, аспирант, 1-й курс, ИЭМ ТГУ

Научный руководитель: докт. экон. наук А.В. Ложникова
E-mail: assiya_prog@mail.ru

В европейских странах основной проблемой в экономике остаётся сокращение числа безработных, а также неполной занятости. Евростат измеряет не только уровень безработицы, занятых, но и количество лиц, работающих неполный рабочий день и которые желают работать больше часов (явление неполной занятости). Так, в 2014 году более одной пятой работающих неполный рабочий день, что составляет 4,5% от общей занятости, хотели увеличить продолжительность рабочего дня и были готовы сделать это для повышения ставки заработной платы. Их доходы ниже, чем они хотели бы, потому что их работодатель не может или не хочет предложить им более продолжительную рабочую неделю. Таким образом, их уровень жизни ниже, чем они хотели бы, и многие из этих работников требовали пособия из-за своего низкого заработка [1]. Многие отечественные эксперты считают, что неполная занятость населения позволяет исказить статистику в России по занятым. Общеизвестен факт, что практика статистических измерений уровней безработицы и неполной

занятости чрезвычайно сложна для реализации. Вместе с тем, информация об уровне безработицы и неполной занятости европейских стран, США формируется давно и более объективно, чем в республиках бывшего СССР.

Сочетание безработицы и неполной занятости (или скрытой безработицы) сдерживает рост заработной платы в ЕС и США. COVID-2019 усугубила ранее существовавшие проблемы бедности и неравенства доходов, которые уже усиливались в 21 веке во многих странах: с развитой, формирующейся и развивающейся экономикой. Последствия COVID-19 угрожают полностью свести на нет достигнутый за десятилетия прогресс и лишить работы десятки миллионов людей не только сегодня, но и завтра.

Рост безработицы приводит к потере доходов граждан и сокращению сбора налогов для правительств, вынуждая их тратить большие суммы на пособия по безработице и социальные субсидии. Рассмотрим уровень безработицы за период 2013–2020 годы во всем мире, представленный в таблице 1. Таблица демонстрирует факт почти непрерывного и повсеместного роста уровня безработицы в период 2013–2020 гг. Наиболее резкий рост безработицы за период 2019–2020 гг. наблюдается в США, Колумбии, Южной Африке. Минимальными значениями-2020 уровня безработицы (от 1,403 до 4,267%) среди многих стран мира выделяются Беларусь, Япония, Германия, Корея и Китай.

Таблица 1

Уровень безработицы за период 2013–2020 годы во всем мире [1]

Страна	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Австрия	5,333	5,608	5,742	6,042	5,508	4,883	4,5	5,8
Азербайджан	4,973	4,913	4,958	5,043	4,961	4,944	4,848	6,541
Беларусь	0,508	0,488	0,912	1,017	0,768	0,428	0,295	1,403
Бельгия	8,45	8,55	8,483	7,842	7,117	5,958	5,358	6,136
Бразилия	7,2	6,783	8,283	11,258	12,767	12,258	11,925	13,371
Китай	4,05	4,09	4,05	4,02	3,9	3,8	3,62	3,8
Колумбия	9,658	9,092	8,908	9,217	9,367	9,683	10,517	17,289
Франция	10,3	10,283	10,367	10,042	9,425	9,025	8,467	8,879
Германия	5,242	5,008	4,633	4,158	3,758	3,417	3,133	4,267
Италия	12,142	12,608	11,908	11,65	11,275	10,625	9,9	11
Япония	4,008	3,583	3,375	3,108	2,825	2,442	2,358	3,305
Казахстан	5,206	5,042	5,11	4,951	4,9	4,854	4,779	7,779
Корея	3,1	3,492	3,592	3,675	3,683	3,833	3,783	4,075
Кыргызская Республика	8,332	8,046	7,554	7,211	6,891	6,605	6,605	6,605
Россия	5,5	5,158	5,575	5,525	5,2	4,8	4,6	5,6
Южная Африка	24,725	25,1	25,35	26,725	27,45	27,125	28,7	36,989
Испания	26,095	24,443	22,058	19,635	17,225	15,255	14,105	16,805
Турция	9,041	9,915	10,279	10,907	10,904	10,955	13,709	14,622
Украина	7,172	9,275	9,143	9,45	9,65	9	8,5	11,037
Объединенное Королевство	7,575	6,2	5,375	4,875	4,425	4,075	3,825	5,375
Соединенные штаты	7,358	6,158	5,275	4,875	4,342	3,892	3,667	8,891

В Казахстане на сегодня система показателей статистики труда обеспечивает расчет основных индикаторов рынка труда (по методологии KILM – Key Indicators of the Labour Market). Разработанные единые методологические понятия и определения по этим показателям, содержащие как источники, так и порядок их расчета, основаны на рекомендациях и стандартах МОТ [6].

KILM представляет собой совокупность из 17 индикаторов рынка труда. Данная совокупность охватывает широкий спектр показателей занятости: статус; вид экономической деятельности; количество рабочих часов, наличие неформальной занятости, уровень безработицы и скрытой безработицы, работающие бедные, образование, заработная плата и др.

Таблица 2

Виды измерений Российской Федерации и Республики Казахстан по статистике неполной занятости

Методология Росстата по учету скрытой безработицы [2]	Методология Казстата по учету скрытой безработицы [6]
Численность работников, работавших неполное рабочее время по соглашению между работником и работодателем, с 2017 г.	В рамках показателя частичной занятости рассчитываются два показателя: доля частично занятых в общей численности занятого населения, называемая иногда «уровнем частичной занятости»; доля частично занятых женщин в их общей численности
Численность работников, работавших неполное рабочее время по инициативе работодателя, с 2017 г.	Показатель временной неполной занятости включает два относительных измерителя – доля недостаточно занятых в численности рабочей силы и доля недостаточно занятых в общей численности занятого населения

Согласно методологии Росстата, неполная занятость с точки зрения продолжительности рабочего времени включает россиян, которые фактически отработали меньше часов, чем установленный предел продолжительности рабочего времени, но при этом хотели и готовы были работать дольше. Однако, в обследовании рабочей силы ведомства не приводятся данные о численности россиян, которые были не полностью заняты с точки зрения продолжительности рабочего времени [3. С. 15].

«В зарубежной статистике помимо стандартного показателя безработицы обычно рассчитываются еще и несколько альтернативных, добавляет старший научный сотрудник Института социального анализа и прогнозирования РАНХиГС Виктор Ляшок. «Так, статистика США использует шесть определений – от узкой категории «безработных, ищущих работу более 15 недель» до широкой категории, включающей помимо официальных данных, например, «вынужденно занятых неполный рабочий день»». «Понятие «скрытая безработица» предполагает, что есть люди, которые работают, но не получают заработную плату – или получают, но с задержкой, заняты частично или неформально, – рассказывает президент Вольного экономического общества России Сергей Бодрунов. – Скрытая безработица сложно поддается статистическому измерению [4].

Росстат также определяет количество безработных в соответствии с рекомендациями Международной организации труда (МОТ). Безработными являются граждане в возрасте старше 15 лет, которые не имели работы (или доходного занятия), но занимались поиском работы в течение последних четырех недель и были готовы приступить к работе в течение обследуемой недели [5].



Рис. 1. Распределение социально-трудовых конфликтов по формам собственности на предприятиях с коллективным договором [7]

Далее проанализируем данные исследования Центра мониторинга и анализа социально-трудовых конфликтов Санкт-Петербургского гуманитарного университета профсоюзов, одной из важнейших причин которых и является перевод работника на неполную занятость по инициативе работодателя.

На рисунке 1 предоставлена информация названного центра о социально-трудовых конфликтах на предприятиях с коллективным договором по формам собственности (государственная и частная) в Российской Федерации в период 2016–2020 гг. [7].

Итак, доля социально-трудовых конфликтов на частных предприятиях выросла за 2019-2020 гг. на 7 процентных пунктов. В 2020 г. из числа федеральных округов РФ примерно равные доли от общего числа социально-трудовых конфликтов на государственную и частную форму собственности предприятий приходится на Центральный и Сибирский округа. Также отметим, что постепенно в России растет количество предприятий с коллективным договором.

Таким образом, выявлены проблемы дифференциации статистической оценки показателей занятости населения, на которые следует обратить внимание, к примеру, организовать должный учет скрытой безработицы в целях разработки мер государственной политики по снижению неполной занятости и уровня безработицы. Неполная занятость резко снижает трудовые доходы населения, девальвирует конституционные гарантии РФ по минимальным трудовым доходам. Изменение в Конституцию РФ от 6 июля 2020 г., одобренные в ходе общероссийского голосования) гласит: «Российская Федерация

уважает труд граждан и обеспечивает защиту их прав. Государством гарантируется минимальный размер оплаты труда не менее величины прожиточного минимума трудоспособного населения в целом по Российской Федерации» [8].

Литература

1. Britain's hidden army of under-employed. URL: <https://www.independent.co.uk/news/business/analysis-and-features/our-hidden-army-under-employed-10211368.html> (accessed: 23.02.2021).
2. Федеральная служба государственной статистики. URL: <https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/met-680.pdf> (дата обращения: 23.02.2021).
3. Приказ об утверждении Официальной статистической методологии формирования системы показателей трудовой деятельности, занятости и недоиспользования рабочей силы, рекомендованных 19-ой Международной конференцией статистиков труда : приказ от 31.12.2015 № 680 // Федеральная служба государственной статистики. URL: <https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/met-680.pdf>
4. Скрытой безработице дали оценку. URL: <https://www.vedomosti.ru/economics/articles/2020/10/05/842192-skritoi-bezrobotitse> (дата обращения: 23.02.2021).
5. Неофициальная безработица вдвое увеличила официальную. URL: <https://www.rbc.ru/newspaper/2020/10/01/5f7316249a7947dcbcb793ef> (дата обращения: 23.02.2021).
6. Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан. URL: <https://stat.gov.kz/edition/publication/collection> (дата обращения: 23.02.2021).
7. Проект «Социально-трудовые конфликты». URL: <http://industrialconflicts.ru/> (дата обращения: 23.02.2021).
8. Конституция Российской Федерации : принята всенар. голосованием 12 дек. 1993 г. URL: <https://rg.ru/2020/07/04/konstituciya-site-dok.html> (дата обращения: 22.03.2021).

МЕНЕДЖМЕНТ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

Занятость в современном мире: тенденции, закономерности, вызовы

О.И. Геворгян, аспирант, 3-й курс, ИЭМ ТГУ

Научный руководитель: д-р экон. наук, профессор Е.В. Нехода
E-mail: dobrynina_Oly@mail.ru

В настоящее время происходят радикальные изменения на рынке труда и занятости, которые связаны с процессами глобализации, Индустрией 4.0, быстрым развитием цифровых технологий, нестабильной экономической ситуацией. Стоит также выделить такие факторы как: демографические проблемы, обусловленные падением уровня рождаемости и старением населения; сокращение численности рабочей силы, дефицит ресурсов, эпидемиологический фактор, связанный с пандемией коронавируса. Трансформация форм занятости изменяет традиционную структуру занятости населения, способствует повышению мобильности трудовых ресурсов, распределение которых происходит под влиянием сложившихся рыночных условий на международном и национальном рынках.

Научным сообществом активно обсуждаются вопросы, связанные с изменением стандартной модели занятости. Так, в публикациях В.Н. Киселева, В.А. Михеева, В.Я. Саленко, В.Г. Смолькова, С.Н., А.А. Федченко, О.В. Зайцевой исследуются проблемы использования нетрадиционных форм социально-трудовых отношений, анализируются основные их понятия и сущность, взаимодействие и регулирование субъектов социально-трудовых отношений. Актуальные вопросы регулирования социально-трудовых отношений, проблемы распространения и применения новых кадровых технологий и нестандартных форм занятости на современном рынке труда рассматриваются в работах отечественных и зарубежных ученых и практиков, таких как Б.А. Аникин, И.Л. Рудая, Т. Пешкова, Д.В. Михайлов, С. Ефимова, Н. Коник, С. Рытик, Е. Аксенов, И. Альтшулер, Е.Ю. Сафарова, Ю.Л. Фадеева; Дж. Брайан Хейвуд. В научных трудах таких ученых, как Т.Т. Адриановская, Т.Ф. Вышеслава, Т.С. Кривцова, М.В. Мигачева, рассматриваются основные понятия, сущность и проблемы использования нетрадиционных форм социально-трудовых отношений.

Еврофондом было дано следующее определение нестандартной занятости – это общий термин для различных условий найма, которые отличаются от стандартной занятости. Они включают временную занятость; подработку и работу по вызову; работу по временному агентству и другие многосторонние трудовые отношения; а также скрытая занятость и самозанятость [1].

В 2015 году Еврофондом было выделено девять новых форм занятости, которые трансформируют традиционные отношения между работодателем и наемными работниками: 1) распределение работников (*employee sharing*); 2) распределение рабочих мест (*job sharing*); 3) ваучерная работа (*voucher-based work*); 4) временное управление (*interim management*); 5) случайная работа (*casual work*); 6) мобильная работа на основе ИКТ (*ict-based mobile work*); 7) работа платформы (*platform work*); 8) портфельная работа (*portfolio work*); 9) совместная занятость (*collaborative employment*) [2].

Причинами распространения нестандартных форм занятости являются выгоды, которые такие формы предоставляют для работодателей и работников. Конечно, в основном преимущества получают работодатели при использовании нестандартных форм занятости, поскольку они обеспечивают гибкость использования труда работников в зависимости от производственных циклов, сезонности и т.д. [3]. Кроме того, работодатели при использовании устной договоренности с работниками отказываются от их официального оформления, что позволяет им экономить на обязательных платежах в Пенсионный фонд и внебюджетные фонды, социальные отчисления, тем самым создавая дополнительные финансовые возможности для развития своего бизнеса.

Распространение нестандартных форм занятости связано и с целым рядом других причин, среди которых: особенности работы, предусматривающие нетипичную занятость; наличие определенного уровня умственной или физической нагрузки работников, что обуславливает ограничения в продолжительности рабочего времени; вынужденность работников проявлять большую «гибкость» на рынке труда в условиях низкого спроса на рабочую силу. Данная «гибкость» позволяет повысить шанс быть трудоустроенным и является альтернативой между полной занятостью и безработицей.

На российском рынке труда в последние годы отмечена тенденция значительного роста нестандартных видов занятости (таблица).

Структура Российской занятости, 2015–2019 гг., тыс. чел.

Нестандартная занятость	Год				
	2015	2016	2017	2018	2019
Неполная занятость	1161	1059,5	934,4	1050,1	1195
Занятость по договору ГПХ	617	609	594	630	822
Занятость на основе устной договоренности без оформления документов	2707	25130	2633	2559	26555
Дополнительная занятость	2019	2012	1790	1599	1757
Самозанятость*	-	-	936	2 123	4 676
Неформальная занятость	14827	16303	14098	14581	14800
Всего занятых	72354,0	73237,0	76285,4	76190,1	75397,9
					Итого: 74922,7

Источники: Росстат. URL: <https://rosstat.gov.ru/>; ФНС*. URL: https://www.nalog.ru/rn77/related_activities/statistics_and_analytics/selfemployed/ (дата обращения: 12.04.2021).

На основании данных, представленных в табл., можно сделать вывод, что происходит прирост неполной занятости, когда работник трудится неполный рабочий день и сокращенную рабочую неделю, а также на условиях срочного трудового договора. В то же время наибольшими темпами растет занятость в неформальном секторе, когда работник и работодатель не оформляют юридически свои отношения. Принятие курса на цифровизацию экономики только усилит данную тенденцию, так как активное внедрение в различные отрасли технологий будет сопровождаться высвобождением рабочей силы, которую начнут заменять компьютерами, роботами.

Возникновение на рынке труда избытка рабочей силы может сопровождаться развитием двух тенденций: во-первых, это может вызвать рост безработицы при сохранении низкого размера пособия по безработице; во-вторых, могут возникнуть новые предложения в секторе нестандартной занятости, где зарплата будет значительно превышать размер пособия по безработице, но условия труда будут значительно отличаться от стандартных. Следовательно, рынок труда может захлестнуть рост нестандартной занятости как следствие развития цифровых технологий в экономике.

Как уже было отмечено, влиянием процесса цифровизации происходит трансформация рынка труда и занятости населения. Ключевым трендом цифровой глобализации стало формирование гиг-экономики. Активное развитие информационно-коммуникационных технологий позволило вывести часть бизнес-процессов в онлайн, что привело к росту дистанционной занятости, а также к трансформации всей бизнес-модели, что и стало основой для возникновения новых форм социально-трудовых отношений. Также, в результате данных изменений все более распространенными становятся альтернативная занятость и альтернативная рабочая сила. Статистических данных по альтернативной занятости и альтернативной рабочей силе, на сегодняшний день нет, но согласно исследованиям, проведенным на основании опросов, можно сделать вывод, что данный вид занятости имеют тенденцию к росту и в дальнейшем данная категория работников станет мейнстримом на рынке труда [4. С. 2; 5. С. 14; 6].

Таким образом, нестандартная занятость получает все более широкое распространение в мире и России. Она представляет собой разрушение традиционной стандартной модели занятости, трудовых и социальных прав работника на защищенную и устойчивую занятость. Нестандартная занятость продолжит тенденцию к росту, так как широкое распространение информационных и компьютерных технологий усложняет уровень производства и технологий, вследствие чего происходит рост технологически сложного производства, требующего меньшего объема физического труда, но более высокой квалификации

Необходимо подчеркнуть, что российское трудовое законодательство в настоящее время не настроено на эффективное регулирование социально-трудовых отношений, возникающих в условиях нестандартной занятости, вследствие чего у работников возникает ущемление их трудовых и социальных прав, повышается неустойчивость занятости. Актуальной проблемой становится трансформация трудового, гражданского и другого законодательства, которая позволяла бы в условиях нестандартной занятости, характерной для занятости работников этого профиля, обеспечить соблюдение их трудовых и социальных прав и гарантий.

Литература

1. Non-standard employment // European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions. URL: <https://www.eurofound.europa.eu/topic/non-standard-employment#:~:text=Read%20more-,Non%2Dstandard%20employment%20is%20an%20umbrella%20term%20for%20different%20employment,employment%20and%20dependent%20self%2DEmployment> (accessed: 18.01.2021).

2. New forms of employment: 2020 update. URL: https://www.eurofound.europa.eu/sites/default/files/ef_publication/field_ef_document/ef20027en.pdf (accessed: 12.04.2021).
3. Варагина А.Е. Исследование роли малого и среднего бизнеса в России // Молодой ученый. URL: <https://moluch.ru/archive/210/51512> (дата обращения: 12.04.2021).
4. Katz L.F., Krueger A.B. The rise and nature of alternative work arrangements in the United States, 1995–2015. URL: <https://www.nber.org/papers/w22667> (accessed: 12.04.2021).
5. Lim K., Miller A., Risch M., Wilking E. Independent Contractors in the U.S.: New Trends from 15 years of Administrative Tax Data. URL: <https://www.irs.gov/pub/irs-soi/19rpindcontractorinus.pdf> (accessed: 12.04.2021).
6. The alternative workforce: It's now mainstream. URL: <https://www2.deloitte.com/us/en/insights/focus/human-capital-trends/2019/alternative-workforce-gig-economy.html> (accessed: 13.04.2021).

Новая занятость в условиях цифровизации: пример Китая

Пань Ли, аспирант, 1-й курс, ИЭМ ТГУ

Научный руководитель: д-р экон. наук, профессор Е.В. Нехода
E-mail: 549074437@qq.com

Цифровизация является одним из главных направлений будущего развития мировой экономики. С широким распространением информационных и цифровых технологий таких, как мобильный интернет, большие данные, облачные вычисления и др., появляются новые модели экономики. В этом контексте наглядно происходят и изменения в сфере занятости, которая интуитивно влияет на развитие отраслей и видов деятельности, социальную политику государства, устойчивость общества.

В последние годы цифровая экономика в Китае развивается особо быстрыми темпами. Будучи второй экономикой мира и страной с большим населением по мере инновационного сочетания информационных технологий, больших данных и промышленности (экономики в целом) в Китае формируется новая занятость. В подтверждение этой тенденции в стране появляется множество новых профессий и форм занятости, ставших важными каналами трудоустройства и роста доходов. В частности, после вспышки эпидемии COVID-19 новая занятость сыграла решающую роль в расширении каналов занятости и стабилизации ситуации с трудоустройством, минимизации рисков, связанных с потерей доходов. По данным китайского Госстата в конце 2020 г. все ключевые показатели развития «ушли в позитив». Вопреки удару коронавируса безработица вернулась на доэпидемический уровень и снизилась до 5,2% (на пике пандемии уровень безработицы в китайских городах достигал 6,2%) [1].

Таким образом, исследование особенностей новой занятости в Китае является актуальным для повышения качества принимаемых решений в этой области, обновления структуры новых форм занятости в условиях цифровизации.

В октябре 2015 г. на пятом пленуме Центрального комитета 18-го созыва Коммунистической партии Китая была впервые выдвинута концепция «развитие новой занятости», в которой отмечалось, что необходимо усилить поддержку гибкой занятости и новых форм занятости. В последние годы по мере стремительного развития цифровой экономики усиливается эскалация структур производства, способствующих интеграции информации, данных и отраслей, которые создают новые производства, новые формы хозяйственной деятельности и новые модели бизнеса такие, как платформенная экономика, экономика совместного использования, краудсорсинг, инновационное предпринимательство и др. В результате новые формы занятости характеризуются следующими особенностями: огромные возможности содействия трудоустройству, создающие новые модели занятости, новые профессии и более содержательная работа [2].

Данная политика способствует колоссальному изменению не только занятости, но и моделей труда, вызванных технологической революцией и промышленной трансформацией нового раунда на фоне цифровизации. В 2019 г. добавленная стоимость цифровой экономики с новыми отраслями и новыми бизнес-моделями достигла 28,8 трлн юаней (4,36 трлн долл. США). Согласно «Белой книге о развитии цифровой экономики и занятости Китая» (2018 г.), опубликованной китайской академией информационных и коммуникационных технологий, в 2016 г. в отраслях цифровой экономики количество новых рабочих мест увеличилось на 4,67 млн, а общее количество в этой отрасли насчитывалось 152 млн, в 2017–2018 гг. их количество уже достигло 171 и 191 млн соответственно (рис 1). По статистическим данным на каждые 100 рабочих мест в цифровой экономике приходится 72 обновленных

рабочих мест и 28 новых мест. При этом рабочие места в результате цифровой трансформации в сфере услуг увеличиваются быстрее всего. В 2018 году рабочих мест насчитывалось уже 134,26 млн, 65% от общего количества рабочих мест составили рабочие места в цифровой экономике. В первичных отраслях рабочих мест, связанных с цифровой трансформацией, насчитывалось примерно 19,28 млн, во вторичных отраслях – 52,21 млн [3, 4].

В 2019 г. в приложении Wechat платформенной компании Tescent, занимающей 7-е место в Топ-10 мировых самых дорогих компаний, было трудоустроено 29,63 млн чел., в том числе «прямая» занятость составила 26,01 млн чел. На данной платформе появилось много новых видов работы, связанных с новыми медиа. Новая занятость расширяет содержание работы, в связи с чем появляются новые профессии [5]. В мае 2020 г. в государственном реестре профессий Китая было добавлено 16 новых профессий, сформированных по мере развития цифровой экономики, особенно после распространения пандемии. Новые типы работ концентрируются на вакансиях по операциям новых медиа, цифровому управлению, онлайн заказу автомобилей, искусственному интеллекту, большим данными др. Эти новые профессии в основном охватывают новые технологии (большие данные, интернет и другие высокие технологии), новые промышленные области (промышленные роботы, оцифровка, управление информацией и традиционные области промышленной интеллектуальной модернизации) и области новых моделей бизнеса, связанных с новыми потребностями [6]. Новые технологии, новые модели экономики и новые отрасли в контексте цифровизации привели к появлению большого количества новых форм занятости, которые стали основным каналом содействия трудоустройству.

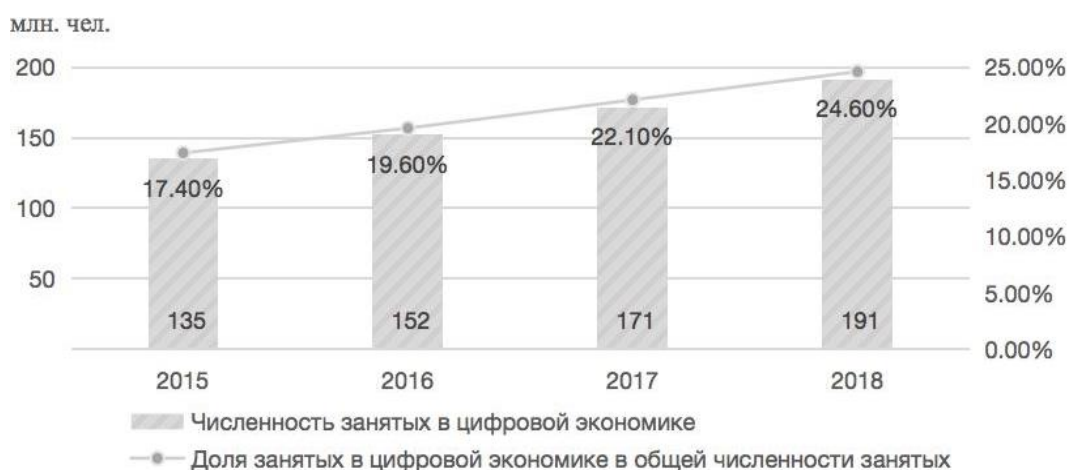


Рис. 1. Тенденции в развитии занятости в условиях цифровизации экономики

Новые формы занятости, по сути, отличаются новыми трудовыми отношениями и формами организации труда. В новых отношениях труда традиционные отношения между работодателем и работником превратились в непростые «ненаемные» отношения. Ведущая роль работодателя в этих отношениях игнорируется, работодатель и работник находятся в основном в отношениях совместной деятельности, в которой предоставляются ресурсы, связанные с данными. При таких новых отношениях труда распределение труда заменяется на управление совместной деятельностью, а ресурсы используются совместно для целей эффективной организации деятельности. Ввиду размывания пространственно-временных организационных границ соответственно меняются и организационные формы совместной деятельности, становясь более подвижными и гибкими, создавая новые возможности для производства и творчества. Такие трудовые отношения распространяются в новых моделях экономики, о которых говорилось выше (платформенная экономика, экономика совместного пользования, краудсорсинг).

Помимо этого, новые трудовые отношения касаются и совместного использования работников несколькими компаниями. Эти отношения сыграли важную роль в условиях вспышки новой пандемии для решения проблем неполной занятости и безработицы. В этом случае традиционные стандартные отношения труда меняются, работники могут работать на несколько работодателей, однако гибкость для работников в таком случае снижается [7].

Новая занятость в Китае имеет большой спрос для людей разного образования и дает относительно справедливые возможности при устройстве на работу и переходе из традиционных рабочих мест к работе в условиях цифровизации. Следует также отметить, что заработная плата в новой

занятости гораздо выше среднего уровня. Так, заработная плата на рабочих местах в цифровой экономике составляет 7060 юаней (1085 долл. США). По официальным данным среди занятых в цифровой экономике должности уровней бакалавра, магистратуры и аспирантуры составляют 37,8% от всех должностей; должности, требующие образование среднего колледжа – 27,8%; должности, требующие образование техникума – 5,5%, а должности со степенью средней школы и ниже – 28,9% (из них – 19% должностей не требуют какого-либо уровня образования). Распределение должностей с низким, средним и высоким уровнями квалификации в цифровой экономике относительно сбалансировано, что обеспечивает справедливые возможности трудоустройства и оплаты труда [8].

В условиях цифровизации в Китае формируется новая модель занятости, характеризующаяся небывалыми возможностями трудоустройства на основе новых производств, форм хозяйственной деятельности и моделей бизнеса. Однако стремительная трансформация отраслевой структуры и переход от традиционного производства к новым формам хозяйственной деятельности вызывают структурную безработицу. В связи с чем необходимо развитие навыков работников по применению цифровых технологий и развитие инновационных способностей для новых форм совместной деятельности.

Литература

1. Национальные экономические и финансовые данные. URL: http://www.stats.gov.cn/english/Statisticaldata/nsdp/201508/t20150819_1232260.html (дата обращения: 12.02.2021).
2. Коммюнике на 5-ом пленуме ЦК 18-го созыва КПК. URL: http://www.xinhuanet.com/politics/2015-10/29/c_1116983078.htm (дата обращения: 10.02.2021).
3. Белая книга о развитии цифровой экономики и занятости Китая (2018 г.). URL: <http://www.caict.ac.cn/kxyj/qwfb/bps/201904/P020190416411055759818.pdf> (дата обращения: 10.02.2021).
4. Белая книга о развитии цифровой экономики и занятости Китая (2019 г.). URL: <http://www.caict.ac.cn/kxyj/qwfb/bps/201904/P020190417344468720243.pdf> (дата обращения: 11.02.2021).
5. Доклад о воздействии занятости Wechat 2019–2020. URL: http://www.caict.ac.cn/kxyj/qwfb/ztbg/202005/t20200514_281774.htm (дата обращения: 17.02.2021).
6. Постановление о добавлении 16 новых профессий Министерством социального обеспечения и человеческого капитала. URL: http://english.www.gov.cn/policies/policywatch/202007/16/content_WS5f0f90e4c6d06c4091251240.html (дата обращения: 17.02.2021).
7. Фан Чжанчжунь. Специфика и тренды развития новых форм занятости Китая // Народный форум. 2020. № 26. С. 56–59.
8. Доклад об исследовании развития занятости в цифровой экономике Китая. URL: <http://www.caict.ac.cn/kxyj/qwfb/ztbg/202007/P020200728370380874808.pdf> (дата обращения: 15.02.2021).

Факторы, влияющие на эффективное использование трудовых ресурсов в условиях модернизации экономики

Д.Н. Нурматов, канд. экон. наук, доцент кафедры экономики
Андижанского государственного университета, Республика Узбекистан

E-mail: DNN71@mail.ru

Укрепление суверенитета Республики Узбекистан, обеспечение стабильности в развитии экономики обуславливают необходимость выработки научно-обоснованных мер по развитию и повышению эффективного использования трудовых ресурсов в регионах.

Мощь трудового потенциала региона определяется не только численностью лиц трудоспособного возраста, уровнем их занятости, образованием и квалификацией, но и состоянием их здоровья. В связи с этим улучшение здоровья населения непосредственно связано с использованием рабочего и свободного времени, его временная потеря (время нетрудоспособности) или на длительный срок (инвалидности) оказывает большое влияние на стабильность функционирования предприятий.

Воспроизводство, охрана, улучшение здоровья трудоспособного населения и их эффективное использование являются важнейшим резервом повышения эффективности производства.

Хорошее здоровье было важнейшей потребностью человека во все времена. Однако объективные изменения, происходящие в характере труда и жизнедеятельности работника в условиях рынка, неизмеримо повышают уровень социальных потребностей в охране и поддержании здоровья, в профилактических мероприятиях. Растет и субъективная оценка работником «ценности» собственного

здоровья в общей шкале потребностей. Состояние здоровья населения – это трудно восполнимый ресурс, который стал в последнее время лимитирующим фактором социально-экономического развития как отдельных территорий, так и всей страны в целом [1. С. 51].

Однако в современных условиях развития одной из актуальных проблем является обострение социально-экологической ситуации. Рассматривая потенциальные угрозы безопасности, Первый Президент Республики Узбекистан И.А.Каримов отмечал: «...ухудшение состояния природы не происходит сразу или моментально, этот процесс наблюдается в течение длительного времени, иными словами, экологическая ситуация накапливается постепенно. Экологическая проблема стала одной из острых глобальных социальных проблем современности...» [2. С. 110].

Особенно эту проблему можно увидеть на предприятиях, где сложившиеся социально-экологические факторы отрицательно влияют на эффективное использование трудовых ресурсов. Это отражается, в основном, в увеличении временной нетрудоспособности работников (заболеваемости), вследствие этого - потерях рабочего времени и снижении производительности труда. Влияние этого фактора можно наблюдать и на совместных предприятиях, где, несмотря на более благоприятные условия труда, заболеваемость среди работников увеличивается.

К числу основных причин, определяющих актуальность исследования, относится осложнившаяся за последнее время экологическая и демографическая ситуация в Республике Узбекистан, которая характеризуется относительно высоким уровнем рождаемости и увеличением отдельных видов заболеваний из-за обострения социально-экологической ситуации в стране. Данное положение обуславливает разработку новых подходов к проблеме эффективного использования трудового потенциала страны. Это, прежде всего, касается вопросов эффективного использования трудовых ресурсов на совместных предприятиях республики, изменения качественного состава, структуры, квалификации и половозрастной структуры кадров.

Проблема эффективного использования трудовых ресурсов является очень сложной и многогранной. И это совершенно правомерно, ибо эффективность использования трудовых ресурсов имеет не только экономические, но и глубокие социальные последствия: обогащение содержательности труда и улучшение его условий, увеличение свободного времени и рациональное его использование и т.д.

Понятие «использование трудовых ресурсов» рассматривается по двум направлениям. Первое – по видам занятости, по полу, возрасту, уровню образования, здоровью и т.д. Второе направление характеризуется эффективностью применения труда. Основным критерием оценки эффективного использования трудовых ресурсов на уровне предприятий является производительность труда, которая определяется объемом выпуска продукции за единицу времени.

Наши исследования показывают, что на изменение эффективности труда, наряду с материально-техническими, организационно-экономическими и социально-психологическими факторами непосредственное влияние оказывают социально-экологические факторы.

К внешним факторам относятся экологическая ситуация в регионе и уровень медицинского обслуживания. Экологическая ситуация характеризуется выбросами в почву, в атмосферу и в воду.

Внутренние и внешние факторы оказывают непосредственное влияние на эффективность использования трудовых ресурсов. Однако в современных условиях развития влияние внешних факторов велико.

Ухудшение здоровья и возникновение временной нетрудоспособности работников на промышленных предприятиях, вследствие ухудшения социально-экологической ситуации приводит, по нашему мнению, к определенным экономическим последствиям, которые можно сгруппировать следующим образом:

- увеличение расходов социального страхования на выплату пособий по временной нетрудоспособности при увеличении заболеваемости вследствие ухудшения окружающей среды;
- увеличение расходов социального страхования на выплату пенсий при росте инвалидности;
- увеличение расходов здравоохранения при росте заболеваемости и инвалидности;
- увеличение расходов на подготовку кадров в результате роста текучести кадров, выбытия работающих по инвалидности и необходимости их преждевременной замены;
- недопроизводство национального дохода вследствие недовыработки продукции работниками, выбывающими из производства по временной нетрудоспособности, ухудшение качества продукции, увеличение текучести кадров.

В целом, условия труда на этих совместных предприятиях удовлетворительны. В частности, своевременно проводится медицинский осмотр рабочих, функционируют медпункты, для рабочих, работающих на вредном производстве, систематически выдаются продукты питания (молоко, кефир и т.д.) и т.д.

Результаты опроса показали, что заболеваемость среди работников совместных предприятий зависит не столько от производственных факторов, сколько от экологической ситуации. Наличие экологического дисбаланса оказывает непосредственное влияние на здоровье работников совместных предприятий.

По нашему мнению, наряду с увеличением расходов на улучшение условий труда на совместных предприятиях необходимо улучшать и социально-экологическую ситуацию в регионе. При этом необходимо, чтобы совместные предприятия активно участвовали в улучшении экологической ситуации в регионе.

Результаты исследования позволили обосновать следующие меры по дальнейшему повышению эффективного использования кадрового потенциала за счет оздоровления работников и снижения временной нетрудоспособности на промышленных предприятиях:

- заболеваемость с временной утратой трудоспособности работников необходимо изучать по возрасту, полу, профессии, условиям труда и целому ряду других социально-экологических факторов, влияющих на формирование уровня заболеваемости рабочих, для чего необходимо вести регулярный мониторинг по этим показателям;

- ввести в практику профосмотры для работников. Особое внимание надо уделять возрастным группам рабочих 41–45 лет (мужчины и женщины) и служащих 46–50 лет (мужчины и женщины), так как у них регистрируются самые высокие уровни заболеваемости;

- работники с хроническими заболеваниями должны быть охвачены диспансерным наблюдением;

- повысить качество экспертизы временной нетрудоспособности и обоснованной выдачи больничных листов.

На основе выше приведенных выводов в целях эффективного использования кадрового потенциала на промышленных предприятиях, в условиях усложняющейся экологической ситуации необходимо:

- усилить работу по инспекционному и аналитическому контролю за загрязнением окружающей среды, использованием природных ресурсов и утилизацией отходов, что способствует снижению уровня загрязнения окружающей природной среды до эколого-гигиенических и санитарных норм. В этих же целях с учетом последних достижений науки и международных стандартов разработать систему оснащения (переоснащения) источников загрязнения окружающей среды эффективными очистными сооружениями и установками;

- достичь сбалансированности процессов природопользования, позволяющей сохранить относительную устойчивость экосистемы, на основе определения экологически допустимых пределов использования природных ресурсов. Рациональное и комплексное использование природных ресурсов, в том числе водных, земельных, минерально-сырьевых и биологических;

- внедрение экологически чистых и ресурсосберегающих технологий. Приоритетной задачей в этом направлении является разработка и использование технологий по получению альтернативных видов энергии (солнечная энергия, энергия ветра и т.п.), внедрение в производство относительно экологически безвредных видов топлива, особенно на транспорте (замена бензина на газ, электрификация железных дорог и др.). Это требует реинвестиции промышленных предприятий региона и дополнительных инвестиций в новую экологически чистую и ресурсосберегающую технологию;

- совершенствование экономического стимулирования мероприятий по охране окружающей среды региона на основе широкого и эффективного использования экономических методов регулирования;

- создание единой системы экологического мониторинга, прогноза и информации в регионе;

- развитие и совершенствование системы экологического образования и производственной культуры в регионе, то есть повышения производственно-экологической культуры трудовых ресурсов и профессиональной подготовки специалистов;

- определение рейтинга предприятий и уровня экологической безопасности в регионе, установить обязательность внедрения международных стандартов (ИСО: 9001:2000, 14001:2004, 18001:1991), что будет способствовать улучшению качества продукции, улучшению экологии предприятий, промышленной безопасности и здоровья работников;

- для снижения временной нетрудоспособности на предприятиях необходимо разрабатывать и внедрять комплекс мероприятий, связанных с улучшением условий труда, то есть организационно-методические, санитарно-технические, санитарно-гигиенические, общественно-индивидуальные и лечебно-профилактические мероприятия;

- улучшение деятельности функционирования медицинских служб предприятий. Для профилактики и выявления заболеваемости среди работников необходимо обеспечение современной медицинской техникой, оборудованием и лекарственными препаратами;
- совершенствование системы социального страхования в целях улучшения социально-экологической ситуации в регионе.

Литература

1. Узбекистан 2016 : доклад о человеческом развитии // авт. кол. под рук. Г.К-Т. Саидовой. 2017. 51 с.
2. Каримов И.А. Узбекистан на пороге XXI века: угроза безопасности, условия и гарантии прогресса. Ташкент : Узбекистон, 1997. 320 с.

Анализ корпоративных практик управления отношениями с заинтересованными сторонами компаний транспортно-логистической отрасли

А.И. Тюрина, магистрант, 2-й курс, СПбГУ

Научный руководитель: канд. экон. наук, доцент О.А. Канаева
E-mail: a.i.tyurina@mail.ru

За последние десятилетия теория заинтересованных сторон активно развивалась и сегодня широко применяется в стратегическом управлении компанией в разных странах. В основе теории лежит необходимость компании учитывать интересы и ожидания различных групп заинтересованных сторон, так как от них прямо или косвенно зависит развитие компании и её корпоративная устойчивость. На сегодняшний день наблюдается тенденция к повышению ответственности крупных компаний перед лицами, оказывающимися под влиянием деятельности компании, а также имеющих возможность оказывать влияние на саму компанию. Руководство компаний осознаёт, что общество является средой развития бизнеса, и его долгосрочное существование невозможно без учета интересов заинтересованных сторон компаний.

Эффективное управление отношениями с заинтересованными сторонами даёт организации ряд преимуществ. Оно позволяет формировать стратегию компании с учетом запросов ключевых групп стейкхолдеров, что впоследствии обеспечивает компании корпоративную устойчивость и развитие в долгосрочной перспективе. Именно этим и объясняется широкая популярность теории заинтересованных сторон в мире.

Актуальность исследования связана с возрастающим влиянием заинтересованных сторон и новыми возможностями для компаний создания дополнительных конкурентных преимуществ, а также объясняется необходимостью практического применения теории стейкхолдеров в России и формирования конкретных механизмов взаимодействия с заинтересованными сторонами, интегрируемых в стратегическое управление компаний с целью повышения эффективности и корпоративной устойчивости российского бизнеса.

Изучение зарубежных и российских научных публикаций позволяет сделать вывод о нехватке актуальных работ в области стейкхолдер-менеджмента, посвященных анализу и разработке именно механизма управления, а также методике оценки практик компаний в области стейкхолдер-менеджмента. В связи с этим данное исследование предполагает разработку авторской методик, основанной на рекомендациях международных стандартов в области стейкхолдер-менеджмента и составления нефинансовой отчетности, и сравнительный анализ практик компаний на основе предлагаемой методик.

Целью данного исследования является выявление существующих проблем и особенностей в подходах к управлению отношениями с заинтересованными сторонами компаний, а также оценка степени зрелости и комплексности механизма стейкхолдер-менеджмента, оценка системного подхода и соответствия рекомендациям ведущих стандартов в этой области.

Для анализа практики компаний в сфере управления отношениями с заинтересованными сторонами автором была выбрана транспортно-логистическая отрасль, а объектом исследования стали компании, осуществляющие международные перевозки грузов самых разных типов и габаритов, а также различными видами транспорта (авиационный, железнодорожный, морской, автомобильный).

Выборка компаний проводилась на основе трех критериев: 1) международные крупные компании (группы компаний, холдинги с мировыми масштабами деятельности); 2) наличие признаков корпоративной социальной ответственности и деятельности в этой области; 3) наличие корпоративного нефинансового отчета (или соответствующих разделов в общем годовом отчете) на русском или английском языках.

В результате были выбраны 10 зарубежных компаний и только 2 российские компании: Maersk, Evergreen, Cosco Shipping Lines, China Navigation Company, Kuehne+Nagel, DSV Panalpina, XPO Logistics, DHL, UPS, FedEx, ОАО «РЖД», Fesco.

Предметом исследования является, соответственно, механизм управления отношениями с заинтересованными сторонами компаний и его элементы. Поскольку механизм является элементом системы управления, интересно также обратить внимание на наличие в компаниях двух других важных элементов системы управления отношениями со стейкхолдерами: субъект и объект управления, что позволит нам сделать выводы о наличии или отсутствии системного подхода к стейкхолдер-менеджменту в компаниях.

В качестве основных методов данного исследования можно выделить качественный контент-анализ и бенчмаркинг, проводимые по следующим параметрам: субъект управления (организационная структура в сфере стейкхолдер-менеджмента в компании); объект управления (списки/карты заинтересованных сторон, существенные темы); механизм управления, включающий в себя цели, принципы, процессы, методы, инструменты и пр.); системный подход (общий вывод о наличии системы или ее признаков в управлении отношениями со стейкхолдерами); соответствие рекомендациям стандартов GRI и AccountAbility (качество раскрытия информации в отчетах).

Далее, проведя сравнительный анализ по каждому параметру, предлагается выставить количественные оценки по каждому параметру по шкале от 0 до 4, вывести суммарное значение по каждой компании и определить лидеров в области управления отношениями с заинтересованными сторонами среди исследуемых компаний, их общие и различные черты.

Выводы, сделанные на основе результатов данного исследования, позволят в дальнейшем разработать рекомендации и предложения по устранению пробелов и решению проблем в сфере управления взаимоотношениями со стейкхолдерами компаний, а также предложить универсальный подход по формированию механизма стейкхолдер-менеджмента для компаний транспортно-логистического сектора.

Источниками эмпирических данных для исследования стали:

- Национальный Регистр корпоративных нефинансовых отчетов Российского союза промышленников и предпринимателей;
- Нефинансовые отчеты транспортно-логистических компаний из базы Global Reporting Initiative (Sustainability Disclosure Database) и с официальных сайтов компаний;
- Официальные сайты исследуемых зарубежных и российских компаний;
- Стандарты Института социальной и этической отчетности AccountAbility AA1000 Stakeholder Engagement Standard (Стандарт взаимодействия с заинтересованными сторонами) и AA1000 Accountability Principles (Принципы нефинансовой отчетности);
- Руководство GRI (Global Reporting Initiative) по отчетности в области устойчивого развития G-4;
- Статьи, исследования в области логистики и рейтинги информационных, новостных порталов и изданий VC.RU, Alphaliner, Expert, Forbes, Retail.ru и др.;
- Статистические данные базы Statista;
- Федеральная целевая программа «Развитие транспортной системы России (2010–2021 годы)» и Постановление Правительства РФ от 31 марта 2020 г. № 398 «О внесении изменений в государственную программу Российской Федерации “Развитие транспортной системы”».

По основным результатам анализа и по итогам распределения оценок наибольший балл набрали тайваньская компания Evergreen (16 баллов) и ОАО «РЖД» (16 баллов), на втором месте – американская компания UPS (10 баллов), третье место заняла датская компания Maersk (9 баллов). Таким образом, можно сказать, что бесспорными лидерами в области стейкхолдер-менеджмента стали компании Evergreen и РЖД.

Действительно, компания Evergreen стала открытием в области стейкхолдер-менеджмента. На официальном сайте компании есть специальный раздел с онлайн-опросом заинтересованных сторон на предмет существенности тем [1]. 25 тем разделены на 6 тематических блоков, и у каждого стейкхолдера есть возможность оценить существенность каждой темы по шкале от 1 до 5, оставить свои контакты и пожелания. Кроме того, стоит обратить внимание на таблицу существенных тем в отчете.

По каждой теме раскрывается политика управления в компании, уже реализованные действия и будущие цели [2. С. 35]. Также довольно подробно раскрывается механизм стейкхолдер-менеджмента компании. И в отчете, и на официальном сайте по каждой группе заинтересованных сторон объясняется важность этой группы для компании, выделяются основные темы (проблемы), волнующие данных стейкхолдеров, далее, указываются частота и способы коммуникаций, а также должность и контакты ответственного лица. Последнее позволяет нам понять, что стейкхолдер-менеджмент интегрирован в общую систему управления компании. Комитет по КСО включает в себя группы, которые состоят из сотрудников привычных нам отделов: отдел по связям с общественностью, отдел аудита, отдел управления персоналом, отдел по работе с клиентами и т.д., каждый из которых отвечает за взаимодействие с той группой стейкхолдеров, с которой и так обычно работает. Здесь же компания кратко указывает ряд реализованных инициатив по взаимодействию с каждой группой стейкхолдеров.

Что касается ОАО «РЖД», то, если всё в реальности, действительно, так, как описано в нефинансовых отчетах, компания, на сегодняшний день, совсем не уступает зарубежным компаниям, наиболее продвинутым в сфере стейкхолдер-менеджмента.

Компания РЖД опубликовала сразу два отчета за 2018 год: годовой отчет (или интегрированный) и отчет о деятельности в области устойчивого развития. Интересующая нас информация по заинтересованным сторонам наиболее подробно изложена во втором отчете [3. С. 58–66]. Однако в годовом отчете тоже представлена таблица «подходов и механизмов взаимодействия» с каждой группой заинтересованных сторон [4. С. 95–97].

При подготовке отчета компания ссылается на стандарты GRI, а также составляет матрицу (карту) заинтересованных сторон, где по степени зависимости от компании и степени влияния на компанию распределяет стейкхолдеров и, далее, выделяет шесть наиболее приоритетных групп: акционеры, инвесторы, сотрудники, потребители, партнеры и дочерние компании.

В Компании действуют специализированные структуры управления взаимодействием с заинтересованными сторонами. Основная ответственность распределена между рядом департаментов Компании в соответствии с их компетенцией. Ключевыми подразделениями, ответственными за взаимодействие с внутренними заинтересованными сторонами, являются Департамент социального развития и Департамент управления персоналом. За взаимодействие с внешними заинтересованными сторонами основная ответственность лежит на Департаменте корпоративных коммуникаций, Департаменте по взаимодействию с федеральными и региональными органами власти, Правовом департаменте.

Существенные темы определяются в рамках диалогов с разными группами заинтересованных сторон (сотрудники и ключевые руководители в том числе). Так, были сформулированы следующие существенные аспекты деятельности Компании: повышение эффективности бизнес-процессов; повышение качества услуг; развитие инновационных направлений деятельности; внедрение перспективных технологий развития персонала; систематизирование корпоративной благотворительности. Также Компания использовала рекомендации GRI STS (Sustainability Topics for Sectors) для Железнодорожной отрасли, которые определяют 8 актуальных тем: энергоэффективность операций, шум и вибрация, загрязнение почвы, права на землепользование, безопасность труда женщин, пассажиры с особыми потребностями, корпоративное управление, учет политической ситуации.

Наименьшую оценку получила российская компания FESCO. На наш взгляд, у этой компании есть потенциал для внедрения КСО и стейкхолдер-менеджмента на стратегическом уровне в будущем с применением системного подхода. Компания уже занимается составлением отчетности, а также говорит о заинтересованных сторонах и пока не совсем четко, но всё же подразделяет их на группы. Однако корпоративная социальная деятельность, например, пока больше носит характер краткосрочных единичных проектов, мероприятий и благотворительности. Однозначно, компании такого уровня, с активами федерального значения (Дальневосточный порт, например) необходимо задуматься о полноценной системе стейкхолдер-менеджмента и триедином стратегическом подходе к КСО.

Таким образом, подводя итог, на основе анализа практик компаний можно сформулировать несколько выводов, отражающих особенности и ряд проблем, характерных для зарубежных и российских компаний транспортно-логистической отрасли.

1. Отсутствие каких-либо упоминаний «системы управления» и «механизма управления» отношениями с заинтересованными сторонами компании, подмена этих понятий, что объясняет отсутствие системного подхода в большинстве компаний.

2. Подмена механизма управления механизмом взаимодействия, коммуникации или просто методами и инструментами, что также делает подход к управлению более фрагментарным и говорит о незрелости и отсутствии комплексности механизма управления.

3. Компании не раскрывают подробно методику определения и ранжирования заинтересованных сторон, карты или матрицы стейкхолдеров представляются довольно редко. Также редко раскрывается информация об организационной структуре управления отношениями с ЗС.

4. Структура управления отношениями с ЗС компаний чаще всего является централизованной с элементами децентрализации, что, вероятно, наиболее удобно и эффективно для групп компаний или холдингов.

5. Разные подходы компаний к представлению информации по стейкхолдер-менеджменту и анализу существенных тем. Несмотря на наличие стандарта GRI, каждая компания всё равно раскрывает информацию по-своему с использованием самых разных инструментов. Так мы можем увидеть оригинальные творческие подходы менеджеров, а компании, в свою очередь, раскроют необходимую информацию с максимально выгодной для себя стороны.

6. Списки ЗС, существенные темы, а также методы и инструменты стейкхолдер-менеджмента, в целом, практически идентичны друг другу, что позволило сформировать обобщенный перечень по каждому пункту.

7. Низкая степень соответствия раскрытия показателей нефинансовой отчетности компаний международным стандартам, в частности, GRI, на который, как правило, все ссылаются при подготовке отчета, а также слабое соответствие организации стейкхолдер-менеджмента в компании международному стандарту AA1000SES, который, на наш взгляд, является единственным наиболее подробным, системным и эталонным примером внедрения стейкхолдер-менеджмента в основное управление компаний.

8. Российские компании исследуемой отрасли явно отстают от зарубежных компаний в вопросах корпоративной социальной ответственности и стейкхолдер-менеджмента, так как уже на этапе выборки компаний стало понятно, что российских компаний указанной сферы деятельности, соответствующих предложенным критериям, практически нет.

Таким образом, несмотря на главную проблему, связанную с отсутствием полноценного системного подхода к стейкхолдер-менеджменту, на наш взгляд, у компаний в данной отрасли есть все перспективы, для того чтобы в будущем начать выстраивать систему управления отношениями с заинтересованными сторонами. Это будет неизбежно и необходимо при открытии новых инфраструктурных объектов, транспортных путей, развитии международной торговли (даже несмотря на пандемию), увеличении конкуренции и возникновении новых вызовов и кризисов.

Литература

1. Stakeholder Materiality Survey. URL: https://csr.evergreen-marine.com/csr/jsp/CSR_Questionnaire.jsp (accessed: 21.12.2020).
2. Evergreen Marine Corp. (Taiwan) LTD. Corporate Social Responsibility Report 2019. URL: https://csr.evergreen-marine.com/csr/pdf/csr-policy-report/Evergreen_CSR_2019.pdf?v=010309 (accessed: 18.12.2020).
3. Отчет о деятельности в области устойчивого развития ОАО РЖД за 2018 год. URL: <http://www.rspp.ru/download/afc7c9cb60b223c51021aa52447c9600/> (дата обращения: 16.12.2020).
4. Годовой отчет ОАО РЖД за 2018 год (интегрированный отчет). URL: <http://www.rspp.ru/download/a018f58ac7dc3042dd9312a91fe682ad/> (дата обращения: 18.12.2020).

Применение цифровых инструментов управления адаптацией персонала в компаниях России

М.И. Мягкая, магистрант, 2-й курс,
Санкт-Петербургский государственный университет

Научный руководитель: канд. экон. наук, доцент В.В. Иванова
E-mail: mariamyagkaya@yandex.ru

В последнее время мы наблюдаем большое количество исследований в области изучения уровня цифровизации компаний в целом и системы управления человеческими ресурсами в частности. Наиболее широко изученным направлением является подбор персонала. Ежегодно консалтинговые компании анализируют основные цифровые инструменты, применяемые при подборе различными компаниями, масштабы и результаты их использования. Другой же, не менее важный организационный процесс, адаптация

персонала, нередко обходится стороной. Согласно исследованиям, 29% новых сотрудников покидают компанию в течение первых 90 дней работы [1. С. 11], при этом 98% опрошенных представителей компаний утверждают, что ключевым фактором в удержании персонала является процесс его адаптации [2. С. 1].

Актуальность анализа применения цифровых инструментов в управлении именно адаптацией, по нашему мнению, кратно возросла за последний год: карантинные меры обязывают выводить сотрудников на работу в удаленном режиме. Чтобы сделать этот процесс более эффективным, компании нередко прибегают к использованию цифровых технологий. Однако исследований, посвященных анализу результатов их внедрения в различных организациях, все еще нет.

В научной литературе на сегодняшний день не сформировалось определения понятия «цифровые инструменты управления адаптацией». На основе проведенного анализа исследований в области e-HRM [3. С. 507; 4. С. 57] нами было сформулировано собственное определение: цифровые инструменты (ЦИ) управления адаптацией представляют собой конкретные программные продукты, которые предназначены для управления данными, генерируемыми в ходе процесса адаптации сотрудников в компании, и направленные на повышение его эффективности. В качестве таких инструментов могут выступать облачный сервис, чат-бот, мобильное приложение, интранет-портал компании и т.д. Каждый из них обладает специфичным функционалом в области управления адаптацией, определенными преимуществами и недостатками.

Практический интерес вызывает поиск ответа на вопросы: как широко в российских компаниях применяются цифровые инструменты управления адаптацией, насколько это актуальное направление цифровизации? Какие цифровые инструменты используются, для чего и каких результатов помогают добиться компаниям? Ответ на данный перечень вопросов можно рассматривать как бенчмаркинг, результаты которого могут использоваться компаниями для принятия управленческих решений, касательно совершенствования текущего процесса управления адаптацией персонала.

Таким образом, цель нашего исследования состояла в определении уровня использования цифровых инструментов управления адаптацией персонала в компаниях России. Для достижения цели был поставлен ряд задач:

- выявить, какие цифровые инструменты управления адаптацией применяются в современных компаниях;
- охарактеризовать организации, которые внедрили ЦИ управления адаптацией, выявить их специфичные черты по сравнению с теми, кто не использует цифровые инструменты;
- изучить состояние процесса адаптации компаний, которые внедрили цифровые инструменты;
- определить цели и результаты внедрения, причины, по которым организации не применяют ЦИ управления адаптацией;
- выявить основные проблемы, с которыми столкнулись компании в процессе внедрения.

Методом реализации цели был выбран опрос представителей компаний, которые непосредственно связаны с функцией управления адаптацией. Опрос проводился в онлайн-формате с использованием инструмента GoogleForms. Поиск респондентов осуществлялся путем распространения анкеты в профессиональных каналах мессенджера Telegram. В опросе приняли участие 64 респондента – представителя различных компаний России. Проведем анализ результатов опроса.

Анкета включала несколько разделов. Первый посвящен характеристике респондентов и их компаний. Рассмотрим процентное распределение должностного состава участников опроса. По 19% опрошенных – HR-бизнес партнеры и руководители отделов в структуре HR. 16% – директора по персоналу, по 13% опрошенных являются рекрутерами и HR-специалистами, только 6% – руководители отделов, не связанных с HR. 16% респондентов работает в своих компаниях менее 1 года, большая часть опрошенных – 1-3 года (53%), 19% – 4-6 лет, 13% – более 6 лет. Подавляющее большинство респондентов имеют высшее образование разных уровней: 47% – бакалавриат или специалитет, 38% окончили магистратуру, 15% опрошенных имеют среднее профессиональное образование.

25% опрошенных – представители компаний сферы информационных технологий, по 9% – представители сфер финансы, банки, страхование и торговля, 6% – телекоммуникации, образование, ресторанный бизнес. Также в опросе приняли участие представители большинства сфер бизнеса.

Также были проанализированы такие характеристики компаний, как численность персонала, средний возраст сотрудников организации, тип капитала – частная или государственная компания.

Второй раздел опроса касался непосредственно характеристики систем управления адаптацией и используемых цифровых инструментов в компаниях. Для начала было решено определить, уровень использования ЦИ в управлении человеческими ресурсами в целом. Наиболее цифровизированным

процессом в компаниях респондентов является подбор персонала (63%), далее – обучение и внутренние коммуникации (53%), 50% компаний используют цифровые инструменты в кадровом делопроизводстве, 28% – при расчете заработных плат и премий. В 21% компаний цифровые инструменты вовсе не применяются в рамках HR-системы. Наименее цифровизированными оказались процессы управления эффективностью сотрудников (14%) и талантами (9%).

На рисунке 1 представлено распределение ответов респондентов на вопрос относительно применения цифровых инструментов управления адаптацией персонала в компании. 60% компаний уже внедрили ЦИ, еще 16% планируют. Такое распределение может свидетельствовать об актуальности данного направления. Интересен тот факт, что большая часть инструментов адаптации являются собственной разработкой компаний, вероятно, это может быть связано с необходимостью учета ее специфики, отсутствия подходящих решений на рынке.

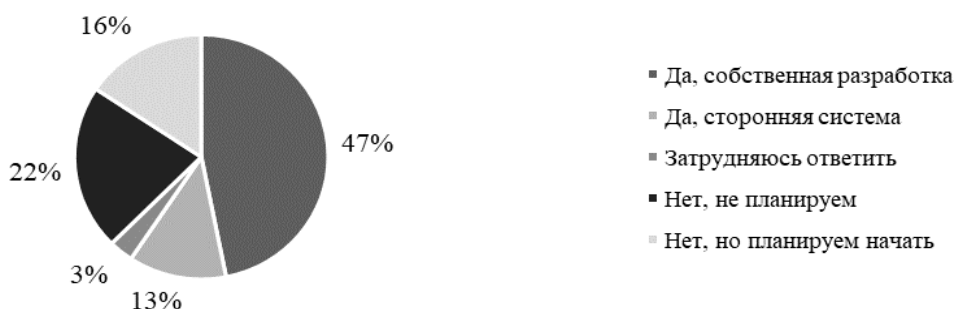


Рис. 1. Процент компаний, использующих цифровые инструменты управления адаптацией

Во всех компаниях, где разработана стратегия цифровизации, используются цифровые инструменты управления адаптацией персонала. 76% респондентов, в компаниях которых не используются цифровые инструменты адаптации, отметили, что стратегия цифровизации у них также не разработана.

Попытаемся также определить некоторые закономерности между уровнем цифровизации управления адаптацией и организационными характеристиками. Был проведен анализ внедрения цифровых инструментов управления адаптацией персонала в зависимости от численности сотрудников. Отметим, что крупные компании с численностью персонала выше 5000 сотрудников все внедрили цифровые инструменты управления адаптацией. Очевидно, что процесс онбординга сотрудников становится затратным в связи с большими объемами трудоустройства. Интересно, что в организациях меньшей численности также внедряются цифровые инструменты управления адаптацией. Это может говорить об их доступности и актуальности для компаний практически любых масштабов.

При анализе влияния сферы деятельности компаний на уровень цифровизации процесса адаптации не было выявлено определенных закономерностей. Можем предположить, что ЦИ могут быть актуальны для компаний различных сфер. Среди организаций, где сотрудники в основном среднего возраста только 50% внедрили цифровые инструменты управления адаптацией в то время, как процент внедрения в компаниях с более молодым кадровым составом составил 67%.

В анкете был представлен ряд вопросов для определения уровня формализации системы управления адаптацией персонала исследуемых организаций. Процент внедрения цифровых инструментов несколько выше среди тех компаний, которые имеют управляемый процесс адаптации: только у 43% компаний, которые не анализируют эффективность адаптации, не составляют планы на испытательный срок, внедрен цифровой инструмент. Среди тех, кто внедрили ЦИ, 63% создают планы адаптации на каждого сотрудника, а 37% – нет. Во всех компаниях, где используются цифровые инструменты управления адаптацией разработаны регламентирующие документы, в 57% проводится регулярный сбор обратной связи о результатах адаптации.

Наиболее часто встречающиеся причины, по которым компании не используют цифровые инструменты управления адаптацией персонала – сложный процесс согласования внедрения (67%), отсутствие бюджета (50%), отсутствие необходимости цифровизации (41%), недостаток информации о существующих на рынке системах (25%). Таким образом, перечень данных преград может пополнить список факторов, которые оказывают влияние на внедрение цифровых инструментов в управление адаптацией: бюджет службы персонала, не только наличие компетенций, но и обладание достаточной информацией о возможностях цифровизации, уровень бюрократизации в компании.

Теперь рассмотрим наиболее популярные конкретные цифровые инструменты, которые используются в исследуемых компаниях. 60% компаний используют вкладку на интранет-портале и курсы

на платформе e-learning, 25% автоматизированные системы, 20% – инструменты проведения онлайн-опросов (неспециализированные ресурсы, которые применяются для реализации сразу нескольких функций УЧР). 40% разработали чат-бота для адаптации сотрудников, 30% – мобильное приложение: эти инструменты чаще всего носят специализированный характер, направлены именно на адаптацию сотрудников. 5% компаний даже применяют технологии виртуальной реальности.

Сфера применения используемых цифровых инструментов в 60% компаний респондентов связана со всеми сотрудниками, 30% компаний используют инструменты только для адаптации офисных сотрудников, 5% – исключительно для персонала фронт-офиса, взаимодействующих с внешним клиентом фирмы. Можем говорить об универсальности цифровых инструментов управления адаптацией.

Путем внедрения цифровых инструментов управления адаптацией персонала компании хотели достичь следующих целей: повышение скорости протекания адаптации (85%), сокращение финансовых, временных издержек компании (65%), сокращение текучести сотрудников в первые месяцы работы (60%), повышение прозрачности процесса адаптации для сотрудников (50%), унификация процесса во всех подразделениях компании (40%), агрегирование необходимой новичкам информации в одном месте (35%).

Другие предложенные варианты опроса имели единичные ответы. По ответам на данный вопрос мы можем проследить не только причины, по которым компании внедряют ЦИ, но и их основные приоритеты в области управления адаптацией. Так, компании в большей степени придерживаются экономических целей – повысить скорость выхода сотрудников на требуемый уровень производительности, сократить финансовые издержки, текучесть персонала, что закономерно для любой коммерческой организации.

В вопросе определения трудностей внедрения цифровых инструментов у респондентов не возникло единодушия: ответы распределились примерно поровну между проблемами сопротивления персонала при внедрении (30%), отсутствия поддержки менеджмента (25%), нехватки финансирования и поиском подходящего провайдера услуг (10%). 35% опрошенных не сталкивались с проблемами вовсе. Результаты по данному вопросу демонстрируют мнение практиков относительно того, на какие факторы важно обращать внимание при организации процесса внедрения. Так, рекомендацией может стать работа с возражениями и сопротивлением персонала, организация обучения, поиск поддержки на этапах подготовки проекта со стороны менеджмента компании.

Используемые инструменты не лишены недостатков. Респонденты отметили отсутствие возможности интеграции с другими системами компании, блока аналитики, ограниченный функционал инструмента. На эти параметры важно обращать внимание другим компаниям при выборе того или иного ЦИ.

Для оценки эффективности внедренных цифровых инструментов в компаниях опрошенных анализируют следующие показатели: текучести персонала (60%), удовлетворенности новичков процессом адаптации (55%), а также наставников и линейных руководителей (50%), скорость выхода новичков на требуемый уровень производительности труда (45%). Никто из опрошенных не считает экономический показатель ROI, только единицы оценивают затраты на реализацию проекта.

Также были изучены позитивные последствия внедрения цифровых инструментов. По мнению 45% респондентов, в компании вырос уровень удовлетворенности персонала работой HR-подразделения, сократилось время выполнения рутинных операций (40%), 25% отметили, что выросла производительность труда сотрудников, 15% отмечают, что никаких изменений не произошло. Такой результат должен вызывать вопросы как к качеству аналитики результатов, так и внедренному цифровому инструменту.

По большей части (60%), опрошенные скорее удовлетворены работой цифровых инструментов управления адаптацией, однако 20% признались, что не удовлетворены некоторыми аспектами их использования. Вероятно, цели внедрения не были достигнуты в полной мере, что говорит о сложности данного процесса и необходимости его грамотной организации. Полностью удовлетворенных работой цифровых инструментов в ходе опроса выявлено не было.

Таким образом, в рамках рассмотренного опроса нами были проанализированы масштабы применения цифровых инструментов управления адаптацией в компаниях на территории России: 60% респондентов отметили, что в их компаниях используются ЦИ в адаптации, что ставит данную функцию на второе место по степени внедрения технологий после подбора персонала (63%). Наиболее популярными инструментами в адаптации отмечены внутрикорпоративный и e-learning порталы компании. С помощью ЦИ компании стремятся повысить производительность сотрудников и сократить затраты на адаптацию. Рассмотренные результаты опроса могут использоваться другими компаниями в качестве бенчмарков, вспомогательного источника информации при принятии решений о внедрении цифровых инструментов управления адаптацией.

Литература

1. Job Seeker Nation Study 2018: Labor market research // Jobvite. 2018. 27 p. URL: <https://www.jobvite.com/blog/jobvite-news-and-reports/job-seeker-nation-2018-the-candidate-recruiter-relationship/> (accessed: 15.03.2021).
2. Korn Ferry Futurestep Survey: 90 percent of executives say new hire retention an issue // Korn Ferry's survey. 2017. 21 p. URL: <https://www.kornferry.com/about-us/press/korn-ferry-Korn%20Ferry-survey-90-percent-of-executives-say-new-hire-retention-an-issue> (accessed: 15.03.2021).
3. Bondarouk T., Ruël H.J.M. Electronic Human Resource Management: challenges in the digital era // The International Journal of Human Resource Management. 2003. № 20 (3). P. 505–514.
4. Martin G. Technology, Outsourcing & Transforming HR. London : Routledge, 2017. 476 p.
5. Bauer T.N. Onboarding New Employees: Maximizing Success. URL: <https://www.shrm.org/foundation/ourwork/initiatives/resources-from-past-initiatives/Documents/Onboarding%20New%20Employees.pdf> (accessed: 15.03.2021).

Влияние интенсивности использования интернета на инвестиции в жилую недвижимость в Китае

Ю. Кэфэн, аспирант, 1-й курс, ИЭМ ТГУ

Научный руководитель: д-р экон. наук, доцент О.П. Недоспасова
E-mail: 85805685@qq.com

Введение

На фоне глобального развития новых технологий и бизнес-форматов (таких как 5G, облачные вычисления, большие данные, искусственный интеллект, блокчейн и др.), количество китайских интернет-пользователей из года в год растет. Согласно 47-му «Статистическому отчету о состоянии развития Интернета в Китае» Китайского информационного центра сети Интернет, по состоянию на декабрь 2020 года количество пользователей Интернета в Китае достигло 989 миллионов, а уровень его проникновения достиг 70,4%, увеличившись по сравнению с 2017 на 14% [1. С. 17] Интернет стал незаменимым ресурсом для экономического и социального развития и решения ежедневных задач для граждан и страны в целом. На макроуровне Интернет способствует углублению разделения и специализации труда, более эффективному распределению ресурсов и повышению производительности труда. Интеграция Китая в глобальную экономику и его общественные связи продолжают расширяться. Это привело к появлению новых возможностей интернета: для проведения финансовых операций, организации транспорта, развития образования, оказания государственных услуг, предотвращения эпидемий (в том числе профилактики COVID-19), формирования новых производственных моделей, организационных форм и методов управления. На микроуровне Интернет уменьшил асимметричность (неравномерное распределение) информации между участниками транзакций, снизил операционные издержки компаний на ведение бизнеса, а также изменил традиционные модели занятости, потребления, осуществления платежей и значительно повлиял на оценки субъективного благополучия жителей [2. С. 748]. В то же время Интернет, несомненно, стал для китайских семей наиболее удобным способом получения качественной информации при принятии инвестиционных решений. Многие китайские семьи используют информационные ресурсы Интернета для обоснования решений о распределении активов [3. С. 90; 4. С. 170] Однако, судя по результатам исследований, проводимых в Китае и за рубежом, основной акцент делается обычно на роли Интернета при принятии решений о вложениях домохозяйств в финансовые активы. При этом мало исследований, посвященных оценке влияния интенсивности использования Интернета на инвестиции в жилую недвижимость. Для изучения этого вопроса мы использовали микро-данные социальных обследований, проведенных в Китае.

Гипотеза. На основе существующих исследований мы обнаружили, что существует значительная корреляция между интенсивностью использования Интернета и участием домашних хозяйств в осуществлении инвестиций в финансовые активы. Основываясь на теории портфеля активов, у нас есть основания выдвинуть следующую гипотезу: интенсивность использования Интернета имеет значительную положительную корреляцию с осуществлением домохозяйствами инвестиций в жилую недвижимость.

Источники данных. Китайское комплексное социальное обследование (CGSS) – это самый длительный общенациональный проект по комплексному непрерывному опросу семей в Китае. Начиная с 2003 года исследователи ежегодно проводят анкетирование людей в 125 округах, 500 поселках

и городах, 1000 районных (деревенских) комитетах и 10000 домашних хозяйств по всей стране. Основываясь на данных, полученных на разных уровнях китайского общества (отдельных сообществ, семей и граждан), в CGSS обобщаются тенденции основных социальных изменений, характерные для китайского общества. Чтобы обеспечить сопоставимость данных в динамике, мы выбрали данные Китайского комплексного социального исследования (CGSS) за 2013, 2015 и 2017 годы и сделали их коррективу на пропущенные данные.

Анализируемые параметры и методы исследования

Мы выбрали для исследования следующие переменные: (1) Зависимая переменная: инвестиции в семейную недвижимость. Для нее были использованы ответы респондентов на вопрос: «Сколько всего у вас объектов недвижимости?» (2) Независимая переменная: интенсивность использования Интернета. Здесь были использованы ответы на вопрос: «Как часто вы пользовались Интернетом (включая мобильный Интернет) в прошлом году?» (3) В качестве контрольных переменных были использованы пол, возраст, физическое здоровье, семейное положение, уровень образования, размер семьи, количество несовершеннолетних детей, участие в городском и сельском медицинском страховании, участие в городском и сельском пенсионном страховании, общий доход семьи, субъективные оценки благополучия, а также особенности учета респондента в китайской системе регистрации домохозяйств¹. Основываясь на характеристиках выбранных переменных, данные были проанализированы в программе STATA 16 с использованием модель Ordered Probit Regression.

Влияние интенсивности использования Интернета на инвестиции в жилую недвижимость

Переменные	2013 г.		2015 г.		2017 г.	
	Coef.	dy/dx	Coef.	dy/dx	Coef.	dy/dx
Интернет-активность	0,027*	1,47E-02**	0,038***	0,512***	0,057*	0,032**
Пол	0,023	0,005	0,020	0,187*	-0,063	-0,050
Возраст	-0,001	-4,64E-04	-0,005***	-0,021***	-0,008**	-0,0037**
Состояние здоровья	0,030*	0,012*	2,08E-02	-0,002	0,070*	0,0400**
Образование	0,030***	0,011***	1,94E-02***	0,159***	0,016	0,010**
Нахождение в браке	-0,034**	-0,011*	-0,027*	-0,002	-0,062*	-0,034
Размер семьи	0,088***	0,035***	0,067***	0,072**	0,044	0,028**
Общий доход домохозяйства	1,90E-10	2,06E-10	2,12E-07***	3,33E-07***	2,42E-07***	1,97E-07***
Количество несовершеннолетних детей	-0,130***	-0,051***	-0,034	-0,010	-0,032	-0,017
Субъективное благополучие	0,116***	0,048***	0,134***	0,040	0,161***	0,097
Участие в социальном страховании	-0,087*	-0,035*	-0,058	-0,004	-0,109	-0,083
Наличие пенсии	-0,094***	-0,038***	-0,029	-0,095	-0,210**	-0,123
Участие в системе регистрации домохозяйств	-0,043**	-1,44E-02*	-0,031**	0,172***	0,040	0,034**

*, **, *** указывают на значимость на уровне 10, 5 и 1% соответственно.

Выводы и рекомендации

Результаты регрессионного анализа по данным за 2013, 2015 и 2017 годы представлены в таблице 1. Они показывают, что: (1) выдвинутая гипотеза верна, то есть чем выше интенсивность использования Интернета, тем больше вероятность участия домашнего хозяйства в инвестировании в жилую недвижимость. (2) Судя по демографическим характеристикам респондентов, состояние здоровья и уровень образования имеют значительную положительную корреляцию с интенсивностью использования Интернета и влияют на возможность и степень участия этих граждан в инвестициях в жилую недвижимость. Но с повышением возраста респондентов это влияние слабеет. (3) Индивидуальные характеристики респондентов (состояние в браке и количество несовершеннолетних детей) в значительной степени отрицательно коррелируют с возможностью и степенью участия граждан в инвестициях в жилую недвижимость, поскольку после вступления в брак и появления детей семьи в среднем тратят в два раза больше денежных средств на текущие семейные нужды, а не на инвестиции (в том числе

¹ Исторически сложившаяся в Китае система регистрации домохозяйств предполагает разделение людей в зависимости от места их проживания на городских и сельских жителей. Применение данной системы привело к тому, что граждане имеют неравные права на социальное обеспечение, получение образования и приобретение жилья. В последние годы Правительство реформирует эту систему.

в жилую недвижимость). Таким образом, здесь наблюдается эффект замещения потенциальных инвестиций в жилую недвижимость текущими расходами. Однако, по мере увеличения в домохозяйстве количества людей трудоспособного возраста, увеличиваются совокупные доходы, повышаются субъективные оценки благополучия и активность участия семьи в инвестициях в жилую недвижимость. (4) С точки зрения таких социальных характеристик, как участие граждан в добровольном медицинском и пенсионном страховании, оно ожидаемо увеличивает расходы семьи, тем самым уменьшая возможности и активность их участия в инвестициях в жилую недвижимость. Участие граждан в системе регистрации домашних хозяйств на их инвестиционную активность на рынке жилой недвижимости в разные годы исследования дало различные результаты. Отметим, что по этому параметру наблюдается динамика от отрицательной к положительной корреляции, что свидетельствует о позитивных результатах реформы системы регистрации домашних хозяйств, предпринимаемой в Китае в последние годы.

Обобщая полученные результаты, можно сделать следующие предположения о мерах, способствующих повышению инвестиционной активности граждан Китая на рынке жилой недвижимости: (1) Правительству следует продолжать реформу системы регистрации домохозяйств, снижая ограничения на мобильность рабочей силы и обеспечивая более справедливые условия для развития семей, проживающих в сельской местности. Необходимо увеличить долю государственных расходов на медицинское страхование и пенсионное обеспечение граждан, что снизит избыточное финансовое давление на семьи и повысит их инвестиционные возможности. (2) Финансовые компании должны более активно использовать Интернет-платформы для увеличения количества и разнообразия современных финансовых продуктов, предоставляя гражданам более широкие возможности инвестиционного выбора. Это позволит перераспределить структуру источников инвестирования в жилую недвижимость в пользу увеличения в ней доли частных инвестиций. (3) Семьям необходимо использовать Интернет, чтобы иметь хорошие знания об эффективных и надежных формах планирования бюджета, распределения семейных активов и осуществления инвестиций в жилую недвижимость. (4) Граждане должны использовать информационные ресурсы Интернета, чтобы учиться, расширять свои знания, в том числе в сфере управления личными финансами, обеспечивая себе и своим семьям возможности для получения в будущем высоких доходов, накопления и преумножения семейного богатства.

Исследование выполнено при финансовой поддержке Российского научного фонда в рамках научно-исследовательского проекта «Институты реализации ресурсного потенциала старшего поколения в экономике старения» (проект № 19-18-00300).

Литература

1. Статистический отчет о развитии Интернета в Китае // Информационный центр Китайской сети Интернет. URL: <http://www.cnnic.net.cn/hlwfzyj/hlwzxbg/> (дата обращения: 03.02.2021).
2. Lohmann S. Information technologies and subjective well-being: does the Internet raise material aspirations? // Oxford Economic Papers. 2015. № 3. С. 740–759.
3. Guangsu Zh., Qi L. Internet Use, Market Friction and Household Risky Financial Asset Investment // Journal of Financial Research. 2018. № 1. С. 84–101.
4. Congcong W., Chao D., Feng X., Lixin Zh., Wei D. Financial Innovation and Wealth Management in the Context of Internet Finance // Journal of Management World. 2019. № 12. С. 168–170.

Карта путешествия клиента как инструмент управления клиентским опытом

Е.С. Искандарова, магистрант, 1-й курс, ИЭМ ТГУ

Научный руководитель: канд. экон. наук, доцент Е.М. Каз
E-mail: e.panchukova@gmail.com

Термин Customer Journey Map (CJM) или карта путешествия клиента впервые был введен Р. Земке и Ч. Беллом в 1989 году в книге «Мудрость сервиса» [1]. В дальнейшем метод показал себя эффективным и получил широкое распространение благодаря возможности визуализации клиентского опыта и его улучшения.

Customer Journey Map – это описание пути клиента с момента осознания потребности и до повторных «касаний». Она составляется от имени покупателя и выглядит как график с точками и каналами его взаимодействия с продуктом, учитывает мысли, эмоции, цели и мотивы покупателя.

В Nielsen Norman Group выделяют 2 важных решения [2], которые нужно принять до начала составления карты пути клиента:

1. Какой опыт планируется отображать в карте: текущий или будущий?
2. Какой подход будет использован: основанный на исследованиях или на предположениях?

Первое решение определяет временное состояние карты (текущее или будущее), а второе – как, когда и кем будут собираться ресурсы и данные для формирования карты.

Карты текущего состояния представляют собой визуализацию опыта, который уже испытывают клиенты при попытке достичь цели, например, на веб-сайте в том виде, в котором он существует сегодня. Она позволяет выявить существующие проблемы, а затем определить решения, которыми компания располагает. Такая карта может подчеркнуть текущие болевые точки клиента, области разрыва связи в пути и пики эмоционального путешествия пользователя. Результаты такого картирования могут быть использованы для предоставления информации стейкхолдерам, дальнейшего углубленного анализа текущих клиентов, а также проведения работы по устранению разрывов и болевых точек.

Карта будущего состояния визуализирует тот лучший результат, идеальное состояние существующего или планируемого продукта, которого компания хочет достигнуть. Она используется для создания будущего видения, направления развития, к которому стремится компания. Карта будущего состояния может отображать способы коммуникации с новым сегментом клиентов или создания и предоставления новых предложений на рынок.

Подход, основанный на предположениях, начинается с обсуждения внутри команды, где используются уже существующие знания для создания карты гипотез. Основное преимущество такого подхода в том, что в процессе составления карты участвуют заинтересованные стороны, которые могут быть не знакомы с процессом, но помогают осуществить поддержку и взаимопонимание разрозненных членов команды. Для подхода, основанного на предположениях, важно наличие обширных, свежих, глубоких и полных знаний о пользователях и их поведении.

Подход, основанный на исследовании, начинается с первичного анализа пользователей, которое проводит команда UX или дизайнеров. Составление карты пути начинается с предварительного сбора информации о пользователях и генерации новых идей. Преимущество данного подхода состоит в том, что он обеспечивает отображение первичных данных вместо предположений заинтересованных сторон. Однако проведение полного цикла исследований, анализа и ознакомления с материалами всех заинтересованных сторон может быть длительным и дорогостоящим, а также не дает возможности привлечь большее количество людей к процессу.

При составлении карты путешествия клиента можно выделить следующие стандартные составляющие:

1. Портрет целевого клиента – собирательный образ для представления группы потенциальных клиентов. В случае, если данные о клиенте отсутствуют, то это может быть сформулированная гипотеза для проверки. При наличии данных необходимо учитывать сегменты потребителей (на каждый сегмент рекомендуется составить один или несколько портретов).

2. Фазы путешествия клиента – визуальное представление этапов и подэтапов путешествия клиента. Как правило, каждый из этапов соответствует модели AIDA.

3. Точки контакта – онлайн и офлайн взаимодействия с информацией о продукте или услуге.

4. Мысли и действия покупателя. На каждом этапе нужно учитывать, что клиент делает, думает и чувствует, чтобы добиться соответствия реальному клиентскому опыту.

5. Точки боли – то, что может остановить клиента на любом из этапов. Они могут быть очевидными и неочевидными.

6. Эмоции клиента. Эмоциональный окрас реакции на прохождение каждого этапа – ключевой показатель для определения зон улучшения и доработки.

CJM не имеет стандартизированного четкого вида – она создается разными группами людей и в зависимости от поставленной задачи может представлять собой рисунок, таблицу, график. Неизменно то, что используются точки/графы, обозначающие соприкосновения потребителя с товаром. Также отмечены и расписаны действия, впечатления, чувства потребителя и появившиеся проблемы [3].

Конечная цель создания CJM – выявить положительный потребительский опыт, а также создать непрерывное и успешное взаимодействие с продуктом. В исследовании необходимо выяснить, как и на каком этапе происходит трансформация потребности в продукт, получить ответы на вопросы: как человек выбирает? По каким параметрам? Что для него важно? В результате создания карты путешествия клиента команда должна получить список конкретных действий по преодолению барьеров, а после их внедрения необходимо на регулярной основе продолжать строить CJM для отслеживания точек взаимодействия покупателя с компанией и предотвращения возникновения новых барьеров.

Литература

1. Service Wisdom: Creating and Maintaining the Customer Service Edge. 1st ed. Hardcover : Lakewoods Pubns, 1989. 344 с.
2. Journey-mapping approaches: 2 critical decisions to make before you begin. 2020. URL: <https://www.nngroup.com/articles/journey-mapping-approaches/> (accessed: 15.04.2021).
3. Customer Journey Map: как понять, что нужно потребителю. 2018–2019. URL: <https://www.uplab.ru/blog/customer-journey-map/> (дата обращения: 15.04.2021).

Мотивация персонала как фактор повышения эффективности производства

К.О. Бахтина, студент, 2-й курс, ИЭМ ТГУ

Научный руководитель: канд. экон. наук Н.П. Макашева
E-mail: kb25014@gmail.com

В настоящее время одним из самых действенных способов повышения эффективности труда является мотивация персонала: замотивированный работник способен принести немалую пользу для своей организации. Менеджер, применяющий мотивационные приемы, дает подчиненным понять, что они важны для него, что их вклад в развитие организации велик. Если работник понимает, что руководство ценит его, у него будет стимул принимать участие в решении стратегических и тактических задач и проблем организации; он будет прикладывать усилия для того, чтобы фирма, в которой он работает, развивалась и становилась все более конкурентоспособной.

Значение мотивации в современном мире довольно велико, и тема статьи актуальна, так как главы многих организаций относятся к своим подчиненным как к инструменту получения прибыли и не утруждают себя вопросами мотивации и стимулирования или же используют отрицательные методы мотивации. Насколько высокой будет производительность труда в подобных организациях – вопрос риторический.

В современном менеджменте развитие мотивации, ориентированной на увеличение эффективности производства, занимает одно из центральных мест [3]. Если глава организации не способен стимулировать своих подчиненных, или если он мотивирует их недостаточно эффективно, будет проблематично удерживать высокую производительность труда. Понимание роли мотивации сотрудников и ее важности в управлении фирмой говорит о профессионализме руководителя [4]. Хороший руководитель, как правило, осознает, что экономический успех организации зависит от эффективной и плодотворной работы, которая, в свою очередь, не может существовать без применения методов мотивации и стимулирования.

В чем же состоит роль и цель мотивации? Одинаковы ли ответы на этот вопрос для работника и менеджера? Давайте разбираться.

Мотивация – это совокупность методов и приемов, помогающих стимулировать сотрудника работать более эффективно и продуктивно.

Любой менеджер заинтересован в том, чтобы его организация жила и процветала; в том, чтобы вверенный ему персонал принимал непосредственное участие в развитии компании и выводил ее на новый уровень. Также каждый руководитель хотел бы получать максимальную выгоду от имеющихся у него ресурсов. Так как мы говорим о связи мотивации с повышением эффективности труда и производства, стоит помнить, что в данном случае люди рассматриваются как трудовой ресурс, доходом от которого служит прибыль. Чтобы люди работали эффективно и приносили прибыль компании, надо разработать эффективную и действенную систему мотивации, дающую персоналу стимул трудиться

усерднее и приносить пользу своей компании. Значит, можно сказать, что цель мотивации для работодателя сводится к повышению эффективности производства.

Цель мотивации для работника несколько иная, так как, устраиваясь на работу, человек хочет, в первую очередь, исполнить свои честолюбивые мечты и желания: удовлетворить свою потребность в признании, престиже и реализовать собственные амбиции, а желание успеха для организации приходит позже. Если руководитель готов позволить своему подчиненному удовлетворять свои амбиции, показывать и реализовывать рабочий и творческий потенциал, то к сотруднику придет понимание: он важен для руководства, его работа ценна, и начальник заинтересован в его пребывании в организации. Осознавая это, работник начнет трудиться еще эффективнее, захочет быть частью команды, составленной из таких же творческих и амбициозных сотрудников компании, и пожелает вносить все больший вклад в развитие организации, повышая тем самым производительность труда и эффективность производства. В кратком итоге можно утверждать, что целью мотивации для работника служит осознание своей нужности и полезности для организации, без которого наладить эффективное производство будет проблематично.

Для налаживания эффективного производства, при разработке системы мотивации менеджер должен сопоставлять цели подчиненных с целями организации. На людей, чьи намерения не совпадают с целями фирмы, применяемые руководителем инструменты мотивации могут не оказать влияния, соответственно, эффективность труда может упасть. Менеджер должен четко осознавать, каковы его профессиональные цели, а также ценности организации, и, сопоставляя цели фирмы с целями работников, руководитель и должен решать, какие сотрудники нужны его компании в данный промежуток времени. Конечно же, будет наиболее простым и логичным вариантом собрать команду из людей с похожими целями и установками: так число конфликтов в коллективе сведется к минимуму, а работа людей, объединенных одной целью, принесет результат быстрее, и результат этот будет лучше.

Несмотря на то, что в компанию стоит отбирать людей, чьи цели схожи с целями организации, при создании системы мотивации необходимо уделять особое внимание личности подчиненных. Многие работодатели полагают, что денежного вознаграждения будет более чем достаточно для поддержания эффективности работы. Действительно, по результатам опросов денежная мотивация является самой сильной, а работать продуктивнее сотрудников заставляет, главным образом, материальное вознаграждение [5]. Но почему же некоторые работники, несмотря на то, что их труд неплохо оплачивается, покидают организацию? Ответ, по моему мнению, кроется в том, что руководитель недостаточно осведомлен в психологии людей и думает, что работники трудятся исключительно ради денег. Такие руководители мыслят стереотипно и не утруждают себя анализом потребностей, целей и поведения своих подчиненных. Они не дают своим сотрудникам развиваться в творческом и профессиональном плане, не выказывают свое доверие и не дают понять, что они важны для процветания и развития компании. Они просто платят своим подчиненным, чтобы они выполняли намеченный руководством план. Вряд ли работник захочет помогать развиваться организации, в которой он не получает благодарности, похвалы или поддержки, поэтому менеджеру для повышения и поддержания производительности труда надо уметь комбинировать методы мотивации и применять их, исходя из психологического портрета своих подчиненных.

Рассуждая о сочетании методов стимулирования персонала, нужно понять, какие способы мотивировать работников существуют [1. С. 34]. Как говорилось ранее, человек при поиске работы хочет в первую очередь удовлетворить собственные потребности, исходя из своих ценностей и моральных и мировоззренческих установок. Это желание называется внутренней мотивацией. Так как потребности человека безграничны, удовлетворяя свое желание самореализоваться и быть значимым и важным, сотрудник захочет большего признания со стороны руководства и будет работать еще эффективнее. Внутренняя мотивация тесно связана с внешней, ведь руководство и коллеги тоже оказывают большое влияние на личность сотрудника [6].

Смысл внешней мотивации заключается в применении руководителем компании различных мотивационных приемов, повышающих эффективность производства. Увеличить производительность труда можно с помощью материальных и нематериальных поощрений.

Под материальным методом мотивации понимается стимулирование эффективности производства с помощью материальных благ. Руководитель компании может повышать сотрудникам заработную плату, выплачивать им премии за продуктивную работу, удачно заключенные сделки или привлечение новых клиентов. Также видом материальной мотивации можно считать поощрение сотрудников подарками, путевками за счет компании или выплатами, необходимыми для компенсации крупных затрат сотрудников.

Материальная мотивация, как было сказано выше, является самой сильной и действенной и помогает решить множество задач. С помощью стимулирования материальными благами руководство компании создает положительную репутацию среди потенциальных сотрудников, что помогает ей привлекать в свой штат профессиональных работников, желающих принести пользу для организации, и понимающих, что здесь их труд будет оценен по достоинству. Также, мотивируя персонал деньгами и бонусами, руководитель может побудить сотрудника делать то, что организации необходимо в данный момент: работник, осознающий, что его труд в случае продуктивной работы будет хорошо оплачен.

Применяя метод вознаграждения с помощью материальных благ, не стоит забывать и о социальных и духовных потребностях работника. Оказание профессиональной поддержки и помощи сотруднику можно назвать нематериальной мотивацией. Благодаря подобным мотивационным приемам сотрудник сможет избавиться от возможных комплексов и осознает свою важность для фирмы. Оказывать нематериальную поддержку своим сотрудникам можно с помощью выходных и отпусков, где работник сможет отдохнуть, и впоследствии работать более продуктивно; также имеет место делегирование более сложных заданий, благодаря которым работник поймет, что доверие со стороны руководителя к нему возросло; еще видом нематериальной мотивации может служить профессиональное обучение сотрудника. Все описанные виды мотивации помогают работнику почувствовать свою значимость и повысить свою квалификацию. Высокий профессионализм работника и здоровая атмосфера в коллективе положительно сказывается на эффективности труда, ведь поддержка руководства и улучшение навыков помогают фирме развиваться и способствуют ее экономическому успеху.

Выше описывалось влияние положительных методов мотивации на производительность труда. Однако, добиться поставленных результатов можно не только оказывая поддержку или выплачивая материальное вознаграждение. Некоторые руководители, считая, что цель оправдывает средства, для повышения эффективности труда используют манипуляции, выговоры и так называемую «токсичную похвалу», заставляя сотрудника ощущать себя некомпетентным или вызывая у него страх перед начальником. Иными словами, такие работодатели прибегают к отрицательным методам мотивации. Подобные руководители полагают, что если они заставят подчиненного бояться потерять работу, пригрозят уменьшением зарплаты или после каждого выполненного задания будут подчеркивать, что он мог бы сделать его лучше, то добьются исполнения работником своих обязанностей на высоком уровне [2]. На первых порах, возможно, так и будет, однако потом работнику надоеет постоянное запугивание или обесценивание его работы. Если сотрудник находится в постоянном стрессе, то желание принимать участие в жизни организации сходит на нет, и производительность труда падает. Лишь немногие способны выполнять работу качественно из страха перед руководителем, значит можно говорить о том, что применение отрицательной мотивации негативно скажется на успехе фирмы и эффективности труда.

Мотивация – трудное искусство. Для поддержания и развития эффективности производства работодателю стоит проделать колоссальную работу: хорошо понимать психологию людей, быть в курсе современных тенденций в развитии профессиональных качеств и уметь грамотно комбинировать мотивационные приемы. Менеджер должен понимать, что служит мотивирующими факторами для его сотрудников, как рационально использовать стимулирование в работе, следить за тем, чтобы мотивирующие факторы не превратились в демотивирующие. Понимание и разумное применение этих принципов положительно скажется на производительности труда и эффективности производства: руководитель будет управлять сильной и конкурентоспособной организацией, полученной благодаря продуктивной и эффективной работе ее сотрудников.

Литература

1. Озерникова Т.Г. Системы мотивации и стимулирования трудовой деятельности. Иркутск : Байкал. гос. ун-т, 2016. 183 с.
2. Джигоева М. Отрицательная мотивация: определение, приемы, примеры. 2020. URL: <https://4brain.ru/blog/otricatel'naja-motivacija-opredelenie-priemy-primegy/> (дата обращения: 15.04.2021).
3. Ивановская Т.Ю. Михайловская В.А. Петрова Ю.О. Роль мотивации в повышении эффективности управления персоналом. 2016. URL: <https://izron.ru/articles/voprosy-i-problemy-ekonomiki-i-menedzhmenta-v-sovremenno-mire-sbornik-nauchnykh-trudov-po-itogam-me/sektsiya-19-upravlenie-i-razvitie-personala/rol-motivatsii-v-povyshenii-effektivnosti-upravleniya-personalom/> (дата обращения: 15.04.2021).
4. Рощина А.В. Влияние мотивации персонала на повышение уровня производительности труда // Современные научные исследования и инновации. 2019. № 12. URL: <https://web.snauka.ru/issues/2019/12/90801> (дата обращения: 15.04.2021).
5. Руднева М.С. Роль мотивации в повышении производительности труда // Молодой ученый. 2016. № 4.1 (108.1). С. 67–69. URL: <https://moluch.ru/archive/108/26404/> (дата обращения: 15.04.2021).
6. Смирнов Е. Нематериальная мотивация персонала: эффективные способы мотивировать сотрудников организации. 2021. URL: <https://delen.ru/interesnoe/nematerialnaja-motivacija-personala.html> (дата обращения: 15.04.2021).

Управление талантами как технология развития профессионального потенциала

С.Е. Володина, студент, 2-й курс, ИЭМ ТГУ

Научный руководитель: канд. психол. наук, доцент С.А. Литвина
E-mail: sofya.volodina.01@mail.ru

Термин «управление талантами» появился совсем недавно. Впервые он был использован Дэвидом Уоткинсом из компании Softscape в статье, которая была опубликована в 1998 году. Затем термин «управление талантами» был развит в 2004 году в книге Дэвида Уоткинса «Системы управления талантами». Несмотря на то, что данное понятие получило развитие в конце XX - начале XXI вв., связь между эффективностью структуры организации и развитием человеческих ресурсов была выявлена еще в 1970-х годах. А в конце 1990-х компанией McKinsey (международная консалтинговая компания) был опубликован отчет «Война за таланты» [4].

Управление талантами (Talent Management) – это «систематическое выявление, развитие, использование и удержание в организации тех людей, которые имеют для нее особую ценность либо с точки зрения своего высокого потенциала для будущего организации, либо потому, что они решают бизнес или операционные задачи, критически важные для организации» [3. С. 83].

В широком смысле многие исследователи понимают процесс управления талантами как «стратегический целостный подход к бизнес планированию и управлению человеческими ресурсами или как новый путь достижения организационной эффективности [2]. Консультанты и исследователи характеризуют управление талантами как «поиск, отбор, развитие, продвижение и удержание людей, осуществляемое в соответствии с текущими и будущими целями организации».

Если говорить о самом термине «управление талантами», то каждая фирма может понимать его по-своему. Для одних организаций под «талантами» понимают отдельных работников, обладающих особым потенциалом, другие говорят обо всем персонале в целом [4].

Термин потенциал в своем этимологическом значении происходит от латинского слова «potential» (скрытые возможности, мощь, сила).

Под профессиональным потенциалом понимают индивидуальную систему особым образом организованных внутренних возобновляемых ресурсов человека, обеспечивающих многообразие возможных векторов развития личности в процессе ее жизненного пути, а также проявляющихся и влияющих на достижение специалистом социально-значимых результатов в управленческой деятельности [6].

Профессиональный потенциал является ограничением личностно-профессионального потенциала человека исключительно сферой профессиональной деятельности. Личностно-профессиональный потенциал – максимально широкое понятие, включающее всю его жизнедеятельность. Такой подход предполагает значительное абстрагирование, так как в реальной жизни все сферы жизнедеятельности тесно связаны друг с другом. Нами профессиональный потенциал выделяется как модуль личностно-профессионального потенциала [1].

Используя подход В.Н. Маркова под профессиональным потенциалом будем понимать возобновляемую самоуправляющуюся систему внутренних ресурсов сотрудника, проявляющихся в профессиональных достижениях. Системность выступает ключевым качеством профессионального потенциала. Это позволяет разграничивать понятия «ресурс», «резерв» и «потенциал». Потенциал представляет собой структурированный ресурс определенной мощности [5. С. 48–57], обладающий системой управления, сочетающей сознательный и бессознательный уровень.

На основании такого понимания в структуре профессионального потенциала возможно внутреннее разделение на реализованный и нереализованный потенциалы. Реализованный профессиональный потенциал определяется профессиональным опытом и проявляется в виде накопленных знаний, умений, способностей, готовностей, качеств, позволяющих обеспечивать заданный уровень качества профессиональной деятельности. Нереализованный профессиональный потенциал определяется ценностно-мотивационной ориентацией и задает направления изменения профессионального потенциала [1].

Каждый сотрудник, зная свои сильные и слабые стороны, понимает, на какие позиции внутри компании он может и хочет претендовать. Компания при составлении программы развития учитывает его личные профессиональные цели и, в свою очередь, делает все, чтобы обеспечить максимальную конкурентоспособность на внутреннем рынке труда.

Литература

1. Адольф В.А., Степанова И.Ю. Развитие профессионального потенциала педагога в условиях обновления образовательной практики // Инновации в образовании. 2011. № 10. С. 14–24.
2. Климова А.В. Управление талантами: современные тенденции и подходы к применению в государственном секторе // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Сер. Социальные науки. 2016. № 3 (43). С. 26–37.
3. Ковалева Т.С., Родина Ю.В. Управление персоналом: как привлечь, удержать и мотивировать ценных сотрудников // Вторая региональная научно-практическая конференция : тез. докл. URL: <http://www.in-nov.ru/doc/conf-up-oct-2011.pdf>
4. Садова К.В. Управление талантами как современный подход к повышению эффективности компании // Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. 2016. Т. 2, № 3. С. 162–169.
5. Слободчиков В.И. Деятельность как антропологическая категория // Вопросы философии. 2001. № 3. С. 48–57.
6. Таташов Б.Б. Личностно-профессиональный потенциал специалиста: оптимизационный подход // Вестник Университета [Государственный университет управления]. 2014. № 4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/lichnostno-professionalnyu-potentsial-spetsialista-optimizatsionnyu-podhod> (дата обращения: 17.04.2021).

Образовательный проект, направленный на развитие предпринимательских компетенций школьников старших классов

В.К. Ендонова, магистрант, 1-й курс, ИЭМ ТГУ

Научный руководитель: канд. экон. наук, доцент М.В. Герман
E-mail: endonovav.98@mail.ru

Развитие предпринимательских компетенций у молодого поколения современного российского общества является одной из первостепенных задач в области образования и экономики. В Распоряжении Правительства РФ от 29.11.2014 № 2403-р «Об утверждении основ государственной молодежной политики Российской Федерации на период до 2025 года» отмечается необходимость «создания базовых условий для реализации предпринимательского потенциала молодежи, в том числе социального, а также создание и поддержка деятельности общественных объединений, направленной на развитие социально ориентированного молодежного предпринимательства». Под термином «молодежное предпринимательство» мы понимаем осуществление гражданами в возрасте до 30 лет предпринимательской деятельности, а также юридическими лицами – субъектами малого и среднего предпринимательства [1]. Согласно Федеральному государственному образовательному стандарту среднего общего образования (ФГОС) одним из требований освоения образовательного процесса является формирование предприимчивости, способность к личностному самоопределению и самореализации в области предпринимательства [2].

Таким образом, актуальность исследования определяется имеющимся запросом со стороны государства на развитие предпринимательских компетенций школьников старших классов. Именно в школьном возрасте легко осваиваются полученные знания. Формирование у старшеклассника предпринимательского мышления позволит выбрать наиболее эффективную траекторию дальнейшего обучения, даст возможность сделать осознанный и грамотный профессиональный выбор, а также раннее овладение предпринимательскими компетенциями позволит стать конкурентоспособным в выбранной сфере деятельности.

Для того, чтобы развить предпринимательские навыки, нами был проведен анализ научно-информационных источников [5]. Он позволил определить перечень компетенций, овладение которым позволит молодым людям не только попробовать себя в предпринимательской деятельности, но и будет способствовать успешной социализации и профессиональному самоопределению в целом. Данный перечень подразумевает развитие следующих компетенций:

- способность формулировать собственную бизнес-идею и ее основную цель;
- способность к эффективной коммуникации;
- способность использовать информационные ресурсы, распознавать и анализировать рыночные возможности;
- готовность и способность применения методов проектирования в практической жизни;
- умение приспосабливаться к новым условиям;
- способность создавать уникальный продукт и умение его продавать.

Следующим этапом исследования было изучение и анализ успешных практик реализации программ для школьников, способствующих повышению их знаний и навыков в предпринимательской деятельности (таблица).

Проведя анализ программ предпринимательской деятельности старшеклассников, можем сделать вывод, что они основаны на практическом опыте с использованием различного вида интерактивных форм: проведения игр (деловых, ролевых), решения кейсов, проведения тренингов и семинаров.

На основе критического осмысления образовательных программ, выделенных нами предпринимательских компетенций и форм интерактивного метода обучения, разработан проект для школьников, способствующий развитию предпринимательских компетенций. Реализация проекта осуществлялась на базе школы № 32 г. Томска.

Цель проекта заключается в развитии у старшеклассников предпринимательских компетенций с помощью выявления образовательного запроса и индивидуальных предпочтений, используя интерактивные формы обучения. Достижение предполагаемого результата в рамках деятельности проекта осуществляется с помощью последовательных этапов ее реализации. Каждый этап характеризуется определенными процедурами, отвечающими за эффективность проектной деятельности:

1. *Диагностический* (оформление образовательного запроса).
2. *Корректирующий* (преобразование содержания мероприятий).
3. *Развивающий* (интерактивное взаимодействие с проведением обратной связи).
4. *Аналитический* (анализ полученных результатов).

Успешные практики реализации программ развития предпринимательских компетенций школьников

Программа	Основная идея программы
« <u>Junior Achievement</u> »	Модель подхода к обучению: «учиться, делая». Сама программа делится на 3 блока: для начальной, средней и старшей школы. В программе для старшеклассников предусмотрено 10 моделей развития предпринимательских компетенций [7]
PRE Инкубатор	Идея организации познания и обучения через практику и опыт. Форма обучения подразумевает тренинги и игровое обучение, в рамках которых школьники погружаются в имитационные ситуации [4]
Программа-квест "Бизнес для школьников"	Цель программы - проведение первых осознанных продаж, пройдя 4 модуля. Основной метод - это практика зарабатывания денежных средств с первого же дня [3]
Модуль «Формирование предпринимательских компетенций у школьников в условиях социального партнерства»	Программа подразумевает прохождение 4 <u>предпрофильных</u> и профильных курсов. Модель системы социального партнерства помогает развивать предпринимательские компетенции школьников на конкретных практических примерах и делах в школьной среде [6]

В ходе реализации проекта были разработаны интерактивные формы занятий, соответствующие выделенному нами перечню предпринимательских компетенций. По окончании каждой встречи проводилась рефлексия с использованием различных дидактических материалов анализа деятельности.

Наша идея заключалась в том, чтобы развить предпринимательские компетенции с помощью интерактивных форм занятий, которые будут отвечать современным тенденциям развития образования. Созданные мероприятия должны обладать содержательной гибкостью, позволяющей соответствовать конкретному образовательному заказу. Для этого производился учет индивидуальных запросов школьников по содержательным аспектам интерактивных форм занятий. Так, разработанная программа мероприятий адаптировалась под интересы целевой аудитории:

1. **Мастер-класс «Кто такой предприниматель?»** Развитие компетенции: способность формулировать собственную бизнес-идею и ее основную цель. Первое мероприятие предполагало вовлечение школьников в обучаемую среду. Мастер класс направлен на ознакомление школьников с портретом предпринимателя. в ходе мастер-класса школьникам предлагается описать собственную бизнес-идею и основную цель это бизнеса.

2. **Ролевая игра «Мастер продаж».** Развитие компетенции: способность создавать уникальный продукт и умение его продавать. Игровой подход в развитии компетенций осуществляется с целью формирования и развития речевых навыков и умений обучающихся. Особенность этой формы обучения состоит в том, что каждый из участников может представить себя в предложенной ситуации, ощутить те или иные состояния более реально, почувствовать последствия тех или иных действий и принять взвешенное решение.

3. **Тренинг «Управленческий поединок».** Развитие компетенции: способность к эффективной коммуникации. Компетентность оценивается с позиции развития персональной коммуникабельности, умения убеждать и достигать поставленных целей коммуникации. Предприниматель должен не только

знать коммуникативные технологии, но и уметь их применять в заданной ситуации контенте и грамотно интерпретировать собеседника.

4. **Мастер-класс «Мой проект».** Развитие компетенции: Готовность и способность применения методов проектирования в практической жизни. Данная форма направлена на развитие способности публично представлять результаты и оценивать характер достигнутого продвижения, что дает большие возможности в развитии и проектировании своего профессионального и жизненного пути.

5. **Мозговой штурм «Поиск клиентов».** Компетенция: Способность использовать информационные ресурсы, распознавать и анализировать рыночные возможности. Задача мозгового штурма состоит в том, что нужно выслушать все версии по конкретной проблеме, не перебивая участников совместного диалога, после чего выбрать из них наиболее соответствующие правильному ответу. Метод мозгового штурма чрезвычайно полезен в работе в команде, так как генерация идей, выдвижение различных решений проблемных ситуаций в совокупности способствуют быстрому поиску подходящего решения.

6. **Кейс-стади «Трудности в проекте».** Компетенция: умение приспосабливаться к новым условиям. Данная техника обучения используется для описания реальной проблемной ситуации. По правилам кейс-стади, обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее среди них. Кейсы базируются на реальном фактическом материале, в данном случае содержание кейсов разрабатывалось на основе проблемных ситуаций школьного проекта, реализуемого в рамках городской программы по обучению школьников предпринимательским навыкам.

Итогом программы мероприятий по развитию предпринимательских компетенций стал реализованный проект школьников «Дизайнерский мерч». Старшеклассники разработали концепцию единой формы и осуществили договоренность с администрацией о ее выпуске. В процессе реализации проекта ребята продемонстрировали успешное владение предпринимательскими компетенциями. Таким образом, нашим продуктом исследования стала успешная реализация школьного проекта, который продолжает свое развитие и масштабирование.

Согласно проведенному анализу входного и выходного анкетирования 85% (32 из 37 школьников) участников проекта развили предпринимательские компетенции. По итогам рефлексивных описаний школьников, проводимых после каждого мероприятия, была выявлена 100% удовлетворенность проведенных мероприятий. Участники отметили, что использование различных форм интерактивного метода обучения стало важнейшим условием, способствующим достижению наибольших результатов. Продуктом нашей работы стала успешная реализация школьного проекта, получившего звание одного из лучших в рамках регионального проекта «Формирование предпринимательской компетентности детей и молодежи Томской области на 2016-2020 годы».

Таким образом, в заключении проведенного нами исследования можем сделать вывод, что успешность развития предпринимательских компетенций школьников определяется созданием благоприятных для этого условий. В них входят конкретизация содержания занятий со школьниками в соответствии с выявленными образовательными запросами, учет индивидуальных предпочтений, использование интерактивных форм обучения, отвечающих современным тенденциям развития образования.

Литература

1. Об утверждении Основ государственной молодежной политики Российской Федерации на период до 2025 года : распоряжение Правительства РФ от 29.11.2014 № 2403-р. URL: <https://cutt.ly/2vxLx8v> (дата обращения: 24.03.2021).
2. Федеральный государственный образовательный стандарт среднего общего образования // Федеральные государственные образовательные стандарты. М. : Ин-т стратегических исследований в образовании РАО, 2017. URL: <https://fgos.ru/> (дата обращения: 26.03.2021).
3. Бизнес для школьников. Программа 2019 // Бизнес для школьников. Электрон. дан. [Б. м.], 2019. URL: <http://teenstarter.com/> (дата обращения: 27.03.21).
4. Иващенко Н.П. Развитие предпринимательских навыков у школьников в рамках формирования инновационного кластера «вуз-школа-бизнес» // Новые образовательные программы МГУ и школьное образование : электрон. б-ка изд. программы «МГУ–школе». 2012. URL: <http://lib.teacher.msu.ru> (дата обращения: 21.03.2021).
5. Рубин Ю.Б. Компетентностный подход в обучении российской молодежи предпринимательству // Формирование профессиональных компетенций молодежи в процессе обучения предпринимательству. М., 2015. URL: <https://clck.ru/DUKvB> (дата обращения: 04.04.2021).
6. Формирование предпринимательских компетенций у школьников в условиях социального партнерства // Центр образовательного и научного консалтинга (ЦоиНК), М., 2015. URL: <https://conseducenter.ru/index.php/projekt> (дата обращения: 24.03.2021).
7. Junior Achievement Programs // High School Programs. Electronic data. 2014. URL: <https://www.juniorachievement.org> (accessed: 20.03.2021).

Повышение эффективности грузоперевозок в системе управления цепями поставок

А.Ю. Старцев, магистрант, 1-й курс, ИЭМ ТГУ

Научный руководитель: канд. экон. наук, доцент Н.Д. Шимширт
E-mail: a.y.startsev@mail.ru

Современный рынок, характеризующийся клиентоориентированностью в условиях усиливающейся конкуренции, выдвигает перед производителями все новые и новые задачи. Сегодня такой задачей, актуальной для большинства компаний, является внедрение концепции управления цепями поставок (Supply Chain Management). Те компании, которые в качестве конкурентного преимущества рассматривают в числе прочего концепцию управления цепями поставок, обеспечивают себе интеграцию ключевых бизнес-процессов, ведущих к непрерывному потоку создания потребительских ценностей.

Цепью поставок в современной экономической теории называют деятельность по управлению потоками информации, денег и материальных ценностей, проходящие от поставщика к потребителю [1. С. 1]. В данной статье рассмотрим место грузоперевозчика в общей модели управления цепями поставок (далее УЦП) на рынке товаров повседневного спроса, которые в международной практике обозначают краткой аббревиатурой FMCG (Fast Moving Consumer Goods).

Кит Оливер, автор идеи об управлении цепями поставок, определяет: «УЦП (SCM) – это правильно организованный процесс планирования, реализации и контроля операций с целью конечного удовлетворения всех потребностей потребителя посредством товара или услуги» [2. С. 2]. Он полагал, что данная цепочка должна охватывать все этапы от производства и хранения сырья до его поставки, реализации и, в случае необходимости, утилизации или замены. Обратимся к работе профессора Т. Т. Хашмана «Управление цепочками поставок», в которой определяются пять основных этапов в структуре работы SCM на практике [3. С. 7] (рис. 1).

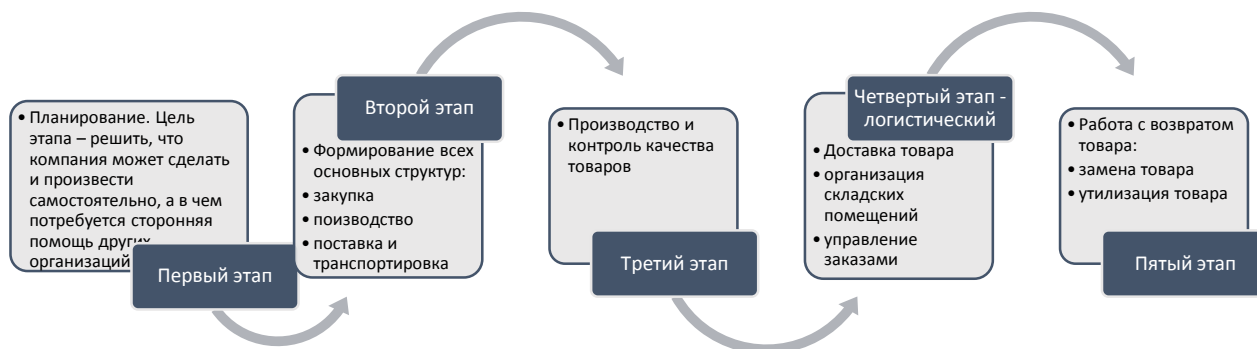


Рис. 1. Этапы SCM

Таким образом, УЦП – система планирования, контроля и реализации, направленная на повышение уровня удовлетворенности потребителя. Она подразумевает процессный подход в организации бизнеса, на основе интеграции и постоянного взаимодействия в интересах потребителя. Анализируя опыт крупных зарубежных компаний, являющихся признанными флагманами рынка по своему направлению (таких, например, как Honda, Coca-Cola), можно выделить следующие принципы цепи поставок [4. С. 2]:

- 1) необходимо выявить и исключить все факторы, потребляющие ресурсы (деньги, время и т.п.), но не приносящие вклада в создание потребительской ценности в цепи поставок;
- 2) объединить «полезные» операции в единый поток создания потребительской ценности и обеспечить непрерывное течение этого потока (цепи поставок);
- 3) создать механизмы, которые позволяют самому потребителю (партнеру) «запускать» поток создания ценности и получать нужный товар в нужное время (так называемый принцип вытягивания);
- 4) постоянно работать над совершенствованием потока создания ценности.

Клиентоориентированность данной системы, все более завоевывающей и наш отечественный рынок, поставила на повестку дня сегментацию рынка транспортных услуг. Сегментация заменит сегодняшнюю концепцию «один подходит всем», поскольку позволяет решать конкретные требования

клиентов [5. С. 128]. Используя технологию моделирования и создавая различные сценарии при планировании, система позволяет идеально настроить процесс транспортировки на конкретный сегмент.

Технологичность такого подхода предусматривает, что на каждом этапе обеспечивается информация в режиме реального времени, чтобы контролировать соответствующие события в цепи поставок и воздействовать на нарушения (технология SCeM – Управление событиями в цепи поставок), обеспечить согласованные уровни обслуживания.

Классическими критериями (признаками) сегментации рынка являются группировки по типам потребителей, видам продукции и основным конкурентам.

На российском рынке по мере роста зрелости бизнеса происходит выделение сегментов в логистике и управлении цепями поставок. Так произошло с выделением фармацевтической, агрологистики и т.д. Помимо общих закономерностей, методов и технологий в этих сферах существуют значительные различия, связанные с особенностями товара [6. С. 296].

В стратегии деятельности транспортной компании разделение грузоотправителей на сегменты позволяет более детально изучить их основные требования и проблемы, с которыми они сталкиваются на разных этапах осуществления перевозки и, таким образом, войти в систему управления цепями поставки данного грузоотправителя с учетом его целей и задач.

Выделение сегмента товаров повседневного спроса (или FMCG) также вполне закономерно. На рынке FMCG представлены десятки тысяч товарных позиций: продукты питания и напитки; декоративная и гигиеническая косметика; предметы личной гигиены; средства для стирки и уборки; фармацевтические товары; другие товары краткосрочного пользования. Основными каналами сбыта FMCG являются торговые сети. В силу ряда особенностей сегмента, среди которых можно отметить высококонкурентность товаров, потребность в их быстром и постоянном обновлении, максимальную ориентированность на конечного потребителя, можно утверждать, что на российском рынке именно здесь быстрее всего утверждается модель УЦП. Эффективность в цепи поставок напрямую влияет на свежесть и ассортимент представленной на полках продукции.

Уже сейчас мы наблюдаем, что крупные поставщики товаров повседневного спроса, экономя на затратах, и как правило, не обладая мощностями, удовлетворяющими потребностям, предпочитают прибегать к аутсорсингу транспортно-экспедиционных компаний. Между грузоотправителем и поставщиком транспортных услуг постепенно формируется долговременное партнерство, выходящее за рамки функциональных отношений. Каждый из участников цепи поставки вовлечен в создание общих ценностей, оптимизацию процессов и повышение эффективности (рис. 2).



Рис. 2. Критерии эффективности деятельности логистического оператора

Профессиональный поставщик транспортных услуг, организовывая доставку FMCG, обладая необходимыми мощностями, квалификацией, знанием требований, способен учитывать специфику данного сегмента рынка, демонстрирует гибкие решения, которые способны подстраиваться под сезонные и другие особенности спроса.

Безусловно, что система управления цепями поставок в сегменте FMCG, как и в любом другом, требует взаимодействия всех контрагентов по следующим направлениям:

- функциональное взаимодействие;
- правовое взаимодействие;
- информационное взаимодействие;
- организационно-техническое взаимодействие.

Опыт ведущих компаний мира показывает, что высокая степень интеграции, синхронизация бизнес-процессов лежит в основе управления цепями поставок в контексте циркулярной экономики. Долгосрочные взаимоотношения, вытекающие из взаимных обязательств, наличия общей информации, знаний, риска и вознаграждений между участниками формируют партнерство в поставках (рис. 3).

В качестве примера, рассмотрим ООО «Пивоваренная компания «Балтика», часть Carlsberg Group. «Балтика» — один из крупнейших производителей товаров народного потребления России. Ведущий экспортер российского пива: продукция представлена более чем в 75 странах мира, в 43 из которых компания – единственный российский поставщик в этой категории. Производственные предприятия «Балтики» расположены во многих городах России (Санкт-Петербург, Новосибирск, Воронеж и т.д.). География потребителей компании в России – вся территория страны. Логистика «Балтики» постоянно совершенствуется, благодаря тесной взаимосвязи и сотрудничеству с партнерами по хозяйственным связям, а также с поставщиками и оптовыми фирмами. Для достижения эффективного взаимодействия компания применяет передовую логистическую технологию. Она позволяет обеспечивать и контролировать доступность продукции для всего рынка сбыта при наличии значительного и при этом предсказуемого спроса на продукт. Цепь поставок при данной стратегии отвечает за регулярное обеспечение и повсеместную доступность продукции исходя из спроса и потребностей клиента. С целью мониторинга и координации действий всех структур компании, «Балтика» активно использует в своей работе информационные системы [8. С. 101]. Партнерами пивного гиганта являются профессиональные транспортные компании – поставщики во всех регионах России. Наиболее важный момент в их сотрудничестве – чтобы заказанные объемы продукции соответствовали полученным, чтобы доставка происходила вовремя. За счет повышения уровня сервиса, оказанного без задержек и в полном объеме, а также повышения гибкости реагирования компании удалось добиться снижения недопоставок и потерянных продаж.

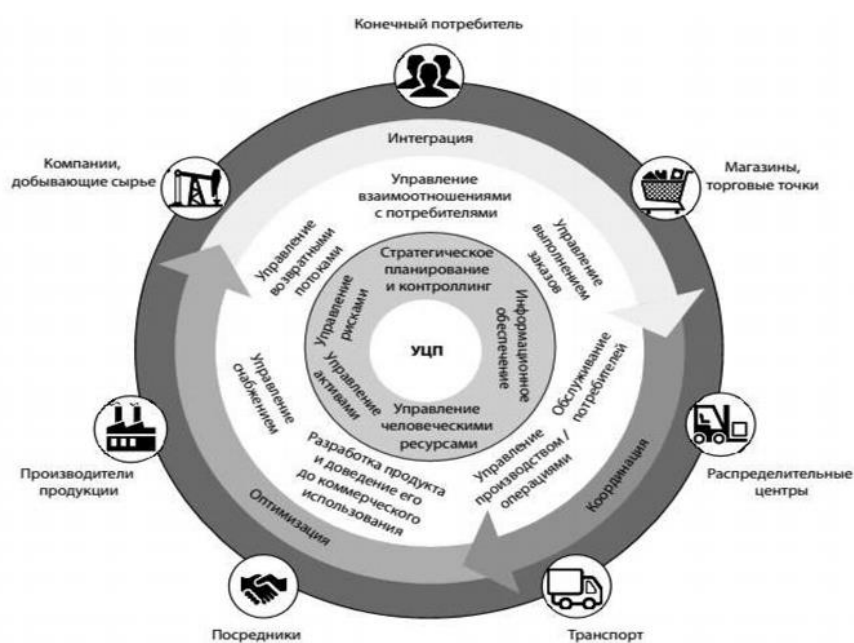


Рис. 3. Грузоперевозки в цепи поставок

Таким образом, в заключение следует сказать, что развитие эффективной цепочки поставок в сегменте FMCG невозможно без привлечения поставщиков, ориентированных на данный сегмент рынка. Этот же фактор является оптимальным способом сокращения затрат со стороны производителя, поставщика и торговых сетей [9. С. 59]. На текущий момент все больше производителей внедряют более совершенные интегрированные информационные системы, которые за счет обработки больших объемов данных повышают оперативность принятия решений и эффективность управления цепями поставок [10. С. 92]. Поставщикам транспортных услуг, ориентированным на развитие бизнеса, уже сегодня необходимо предпринимать определенные шаги в этом же направлении, чтобы в будущем интегрироваться в цепочки поставок.

Литература

1. Сидельников И.Д. Управление цепями поставок // Молодёжный научно-технический вестник МГТУ им. Н.Э. Баумана : электронный журнал. 2016. № 01. URL: <http://sntbul.bmstu.ru/doc/830454.html> (дата обращения: 23.03.2021).
2. Щербаков В.В. Логистика и управление цепями поставок. М. : Юрайт, 2015. 582 с. URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/380168> (дата обращения: 24.12.2019).

3. Слоун Р.Е., Дитман Дж.П., Менцер Д.Т. Новые идеи в управлении цепями поставок: 5 шагов, которые ведут к реальному результату. М. : Альпина Паблишер, 2015. 230 с.
4. Бушуев А. Стратегия, Маркетинг и Бережливое производство. URL: <http://www.cfin.ru> (дата обращения: 23.03.2021).
5. Гаторны Дж. Управление цепями поставок : справочник издательства Gower. М. : ИНФРА-М, 2008. 670 с.
6. Швайко И.Г. Маркетинг : конспект лекций URL: http://www.telenir.net/delovaja_literatura/marketing_konspekt_lekcii/index.php (дата обращения: 23.03.2021).
7. Сток Дж., Ламберт Д. Стратегическое управление логистикой. М. : ИНФРА-М, 2015. 866 с.
8. Антюшин С.М., Найдис О.А. Исследование стратегий управления цепями поставок // Организатор производства. 2020. Т. 28, № 3. С. 97–107.
9. Сообщество специалистов по логистике и управлению цепями поставок. URL: www.logistician.ru (дата обращения: 13.03.2021).
10. Шехтер Д., Сандер Г. Логистика. Искусство управления цепочками поставок. М. : Претекст, 2008. 230 с.

Проблема конфиденциальности данных в маркетинге

Е.В. Васильева, магистрант, 1-й курс, ИЭМ ТГУ

Научный руководитель: канд. экон. наук И.В. Краковецкая
E-mail: elizawetavas@gmail.com

Все больше потребителей осознают, что конфиденциальность их данных в Интернете – это серьезная проблема современного мира. Многие интернет-компании могут продемонстрировать глубокие знания о жизни потребителя, его делах, предпочтениях и привычках, подобная осведомленность не может не пугать. С одной стороны благодаря этой информации маркетологи могут разработать персонализированное сообщение, и потребитель будет только рад персональному предложению. С другой стороны, беспокойство о своих цифровых данных и о том, как информационные платформы их используют, вполне обосновано и реально. Утечек данных не становится меньше, а количество информации, которую собирают о пользователях в Интернете, поражает своим многообразием.

Джеффри Фаулер в 2019 году выпустил разоблачительную статью, в которой обвинил веб-браузер «Google Chrome» в шпионаже за пользователем. За неделю использования «Google Chrome» он обнаружил, что на его компьютер попало более 11 189 файлов cookies, которые помогают брендам отслеживать посещаемые пользователем веб-сайты и создавать профиль личности, ее интересов и доходов. Google зарабатывает большую часть средств за счёт таргетированной рекламы, поэтому неудивительно, что они не особенно стараются остановить слежку. Однако то, каким образом они используют cookies файлы, может действительно напугать потребителя в реальном мире. Исследование Джеффри показало, что cookies файлы способны влиять на цену продукта, которую вы видите на сайте: куртка, которая стоила 10 долларов, была предложена Джеффри за 100 долларов. И подобное 10-кратное увеличение цены не может не удивить обычного потребителя, хотя динамическое ценообразование и присутствует в некоторых отраслях [1].

Подобный запрос со стороны общественности не был проигнорирован политическими силами мира. Многие политики объединяют свои силы и продвигают законодательные предложения, которые обеспечат потребителям гораздо больше контроля над своими данными, чем у них было ранее. Наиболее важные меры, которые были предприняты, включают в себя GDPR (Общий регламент по защите персональных данных) и CCPA (Калифорнийский закон о конфиденциальности потребителей). Можно отметить и инициативы коммерческих компаний: ITP (Intelligent Tracking Prevention) от «Apple» и ETP (Enhanced Tracking Prevention) от компании «Firefox». Такого рода правила делают потребителей более осведомленными о том, кто собирает данные о них, чтобы потребитель мог контролировать, как эти данные используются, и решать, соглашаться ли на сбор данных о себе или отказаться, если это необходимо.

GDPR – это общий регламент по защите персональных данных в Европейском союзе, вступивший в силу с 25 мая 2018 года. GDPR значительно расширил определение того, что такое персональные данные (теперь оно включает в себя даже IP адреса), и предоставил пользователям полный контроль над своими данными. Скорее всего, большинство потребителей уже сталкивались с действиями, которые предприняли компании, чтобы не нарушить эти регламенты. Часто при посещении веб-сайта пользователь может всплывающее окно о том, что сайт использует сторонние cookies файлы для показа рекламы с учетом ваших предпочтений. Дальше идет ссылка на Политику использования файлов cookies

и кнопка, призывающая подтвердить, что потребитель согласен на обработку персональных данных. Это прямой результат GDPR, в результате которого повысилась осведомленность пользователей о конфиденциальности и сборе данных в Интернете. Даже несмотря на то, что регламент был принят в Европейском Союзе, он может повлиять на деятельность любой компании, так как имеет экстерриториальное действие. Эти правила распространяются на все компании, которые обрабатывают персональные данные резидентов или граждан ЕС. То есть даже представители малого бизнеса других стран могут попасть под его действие и заплатить штраф от 2 до 4% годового оборота компании за невыполнение.

Компания PWC провела детальное сравнение GDPR и 152-ФЗ «О персональных данных». Среди основных несоответствий: права субъектов на получение копии данных и перенос данных; обязанность контролера извещать регулятора и граждан о проблемах с данными. В ключевых требованиях к согласию в российском законе не учтены: простой и понятный язык, отдельность согласия от каких-либо других вопросов, родительское согласие на обработку данных детей до 16 лет для получения онлайн услуг и легкая процедура отзыва согласия [2]. Таким образом, российский закон не предоставляет такого же уровня прозрачности и контроля над данными для пользователя, а потому граждане ЕС защищены гораздо лучше.

ССРА – это американский аналог GDPR, вступивший в силу с 1 января 2020 года. Действие ССРА распространяется на компании, которые обрабатывают данные резидентов Калифорнии и получают больше 25 млн долларов годового дохода (либо имеют доступ к персональным данным более 50 тысяч человек). Основное отличие ССРА от GDPR в том, что компании не должны запрашивать согласие на обработку персональных данных, а лишь отвечать на запросы, полученные от потребителей. Новый закон дает потребителям право потребовать у компании удалить персональные данные, собранные о пользователе, а также не продавать их и не делиться с другими. Кроме того, американская директива разрешает поощрять тех пользователей, которые поделились своими данными, предоставляя им разные уровни цены товара. То есть Калифорнийский закон о конфиденциальности потребителей менее требовательный, чем европейское регулирование, но он, несомненно, значительно повлияет на отрасль. Существует опасность, что некоторые интерпретации этого закона могут поставить в невыгодное положение интернет-компаний, которые благодаря показу рекламы поддерживают многие бесплатные интернет-платформы, пользующиеся большой популярностью и ставшие действительно важной частью нашего цифрового опыта.

Сильный запрос со стороны общественности на приватность заставляет крупных игроков пересматривать главные принципы, на которых строится рынок онлайн-рекламы. ITP – это алгоритм от компании «Apple», который представляет большой интерес. Функция «Интеллектуальное отслеживание» – это пример обновления конфиденциальности персональных данных, который угрожает тому, на чем строится реклама в Интернете – cookies файлам. Файлы cookies используются при идентификации потребителей, для более таргетированной рекламы, но также и для измерения эффективности рекламы, которую видят потребители. Фактически ITP делает следующее: система в большинстве случаев примерно через семь дней блокирует и удаляет те файлы cookies, которые были загружены на ваш компьютер. Эффект удаления файлов cookies имеет довольно широкие последствия. Вся цифровая реклама будет казаться менее эффективной, так как конверсии из браузеров, поддерживающих функцию ITP, не будут учтены в общем результате. Конверсия по показам (VTC) и остальные метрики, отслеживающие перекрестную активность потребителей в Интернете за пределами принадлежащих компании сайтов, будут полностью потеряны без сторонних cookies файлов. Таким образом, во многих смыслах пострадают взаимоотношения с потребителем: без сторонних cookies у компаний не останется возможности вновь показать рекламное объявление тем потребителям, которые проявили интерес к их продукту.

Основной вопрос заключается в том, как новые правила конфиденциальности влияют на деятельность цифровых маркетологов. Масштаб того, как алгоритм «Интеллектуального отслеживания» действительно влияет на рекламодателей, можно увидеть по количеству пользователей «Firefox» и «Safari», предлагающих подобные решения. В марте 2021 года десктопными браузерами «Safari» пользуются 5,7%, а «Firefox» – 3,57% пользователей на территории Российской Федерации [3]. Это означает, что почти одна десятая трафика настольных браузеров была заблокирована, а все файлы cookies удалены. Если ранее бизнес полагался на оценку того, что люди смотрят в Интернете на компьютерах, то теперь у этих компаний стало на одну десятую данных меньше. Но это далеко не так важно, как то, что происходит в мобильных браузерах. В Российской Федерации в марте 2021 более 21,27% трафика поступает от браузеров Safari, в США – 55,94% [4], и при этом потребитель iPhone является кем-то очень привлекательным и важным для бренда. Таким образом, аудитория браузеров,

поддерживающих ITP и ETP, стала недоступной для маркетологов из-за нововведения: теперь они не могут отследить, какие сайты посещают эти пользователи, что сильно сказывается на масштабе и доступности рекламы.

Возможно, самый серьезный вызов для cookies файлов появился совсем недавно. В 2020 году технологический гигант «Google» заявил, что они последуют тенденции на приватность и в течение двух лет перестанут использовать сторонние файлы cookies. И если добавить к трафику «Safari» и «Firefox» долю рынка «Google Chrome» (66,26% для десктопных браузеров [3] и 59,7% для мобильных браузеров [4]), то четко прослеживается, что возможность использования сторонних cookies файлов для отслеживания различных действий пользователя в Интернете сведется к минимуму.

Всё это означает, что подобные изменения сильно повлияют на те компании, которые используют сквозную аналитику для оценки своих рекламных кампаний, потому что они перестанут видеть действия одного пользователя в разных точках касания. А если у компании была возможность объединять сегменты аудиторий и отчетов с разных устройств, то удаление cookies повлияет на эффективность их рекламы гораздо более сильными способами. Рассмотрим, как маркетолог может адаптироваться к новым условиям.

Самое важное, чем маркетологи могут заменить cookies файлы – это сбор first party data и second party data, то есть данных, которыми пользователи делятся с вами сами или которые о них собирают рекламные сервисы (из рекламных аккаунтов Facebook Ads, ВКонтакте, Яндекс.Direct и т.д.). Эти пользовательские данные с сайта / мобильного приложения, рекламных аккаунтов и из CRM нужно объединить в единой системе, чтобы можно было настроить продвинутую аналитику. Именно поэтому нужно мотивировать потребителей регистрироваться на вашем сайте и осуществлять вход в систему. Получение данных непосредственно от пользователя станет преобладающей мерой в процессе анализа данных, для чего будет необходимо убедить покупателя поделиться данными, в том числе за счёт программ лояльности и персонализированных скидок.

Удаление файлов cookies уже повлияло на отслеживание активности пользователей и эффективность таргетинга; еще одно важное последствие такого шага – снижение качества моделей атрибуции, которые оценивают поведение потребителей на основе личных данных пользователей. Модели атрибуции становятся менее правдоподобными, поскольку данных, которыми они могут оперировать, становится всё меньше. Из-за удаления cookies файлов те этапы потребительского пути, которые они раньше анализировали, теперь недоступны. Это означает, что они полагаются на неполные данные и становятся всё более зависимыми от вероятностных моделей при оценке поведения потребителя, из-за чего их точность можно поставить под сомнение.

Большинство заинтересованных сторон считают, что успешная экосистема должна уважать прозрачность и предоставлять пользователю возможность выбора и контроля над отслеживаемыми личными данными, защищая при этом потребность рекламодателей измерять рентабельность инвестиций в цифровые технологии. С точки зрения потребителей, интернет-платформы должны быть осведомлены о потребностях потребителей в безопасности, должны давать этим потребителям контроль и должны стремиться создавать лучший опыт. А с точки зрения рекламодателей, интернет-платформы должны разработать новые инструменты для эффективной цифровой рекламы. Сбалансировав потребности потребителей и рекламодателей, интернет-платформы должны найти новое решение, которое не будет опираться на инфраструктуру файлов cookies.

Таким образом, проблема того, что происходит согласия пользователя на обработку и анализ его персональных данных, заинтересовывает все большее количество людей. Потребители начинают предъявлять требования к прозрачности и возможности контроля над своими данными. Опасения потребителей по поводу отслеживания их действий в Интернете стало основной причиной вводимого в последние годы законодательного регулирования конфиденциальности данных. Крупные технологические гиганты удовлетворяют запросы своих пользователей и отказываются от использования cookies файлов, который позволяют осуществлять «шпионаж». Подобные решения непосредственно влияют на деятельность маркетологов: у них остается все меньше данных об активности пользователя на разных площадках, уменьшается эффективность таргетинга, значительно снижаются возможности для регаргетинга и снижается качество моделей multi-touch атрибуции, которым приходится всё больше полагаться на смоделированные модели поведения потребителей. Чтобы адаптироваться к новой реальности, маркетологам приходится прилагать усилия к сбору данных, которыми пользователи делятся добровольно. В это время интернет-платформы пытаются найти новое решение, способное собирать обезличенные данные на человека и которое при этом позволит не потерять эффективность в рекламе, а значит, и рекламодателей.

Литература

1. Fowler G. Goodbye, Chrome: Google's Web browser has become spy software // Washington Post. 2019. Electron. data. URL: <https://www.washingtonpost.com/technology/2019/06/21/google-chrome-has-become-surveillance-software-its-time-switch/> (accessed: 14.04.2021).
2. GDPR: Что нужно знать российскому бизнесу // PWC. 2017. Электрон. дан. URL: <https://sprrk.ru/content/news/1240/gdpr-review.pdf> (дата обращения: 14.04.2021).
3. Desktop Browser Market Share: March 2021 // Statcounter. 2021. Electron. data. URL: <https://gs.statcounter.com/browser-market-share/desktop/russian-federation> (accessed: 14.04.2021).
4. Mobile Browser Market Share: March 2021 // Statcounter. 2021. Electron. data. URL: <https://gs.statcounter.com/browser-market-share/mobile/russian-federation> (accessed: 14.04.2021).

Особенности и перспективы внедрения Agile в практику российских компаний

К.Р. Рахимова, студент, 3-й курс, ИЭМ ТГУ

Научный руководитель: канд. экон. наук, доцент Р.А. Эльмурзаева
E-mail: rakhimova.karina.271801@gmail.com

Успех бизнеса определяется скоростью изменений во внешней окружающей среде и готовностью компании адаптироваться к ним, что обуславливает поиск новых инструментов управления такими изменениями. До недавнего времени Agile рассматривался как один из методов управления, относящихся к разработке программного обеспечения в противоположность традиционным жестким методам управления. Эти принципы были зафиксированы в 2001 году в «Манифесте гибкой разработки» (Agile Manifesto) [9]. Спустя пятнадцать лет, в 2016 году, после признания Harvard Business Review, McKinsey и проекта Learning Consortium Project 2015 года Agile стал активно использоваться в практике не только компаний, занимающихся разработкой программного обеспечения.

В России Agile также набирает обороты. Согласно данным Отчета об исследовании Agile за 2020 год, компании, реализующие гибкие принципы управления преимущественно представлены в городах Москва – 41%, Санкт-Петербург – 14%, Пермь – 6,4%, Казань – 5,5%, Новосибирск – 5,4%, Волгоград – 3,7%, Саратов – 3,5%, другие города – 21%. В среднем, опыт применения Agile организациями в России сейчас составляет 3,2 года, в том время как во всем мире находится в диапазоне от 3,8 до 4,2 лет.

Популярность гибких методов управления на основе Agile объясняется выгодами, получаемыми от её применения. Например, заказчики проектов, как заинтересованные лица, отмечают возможность оперативно изменять требования к проекту и наблюдать, как продвигается выполнение работ. Также важной выгодой является возможность пользоваться промежуточными результатами, полученными в ходе изготовления конечного продукта. Инвесторы и спонсоры считают наибольшими выгодами обеспечение удовлетворённости потребностей клиентов, а также сокращение срока вывода продукта на рынок и уменьшение стоимости проектов [1. С. 13–14].

Повышение эффективности проектного менеджмента характерно и для самих компаний, использующих Agile. Наглядно это демонстрируют результаты опроса таких компаний в 2020 году (рис. 1).

Наиболее заметные улучшения после внедрения Agile произошли в управлении изменениями приоритетов и в прозрачности ведения проектов. Отличительной особенностью 2020 года стало особое внимание, оказываемое улучшению управления распределенными командами. Видимо, гибкие практики управления помогли компаниям перевести сотрудников на удаленную работу в связи с кризисом пандемии COVID-19.

Несмотря на то, что система Agile была разработана в IT-сфере, её применение возможно в управлении любыми другими проектами в различных отраслях: финансы, телекоммуникация, розничная торговля, строительство и даже атомный инжиниринг [4. С. 849]. Также гибкий подход к управлению проектами применяется при разработке продуктов и решений в различных компаниях. Связано это с необходимостью частой адаптации стратегии, портфелей, программ, крупных проектов под быстро изменяющуюся ситуацию в конкретных отраслях, в национальной и мировой экономике. В этом заключается первая особенность российской практики Agile.

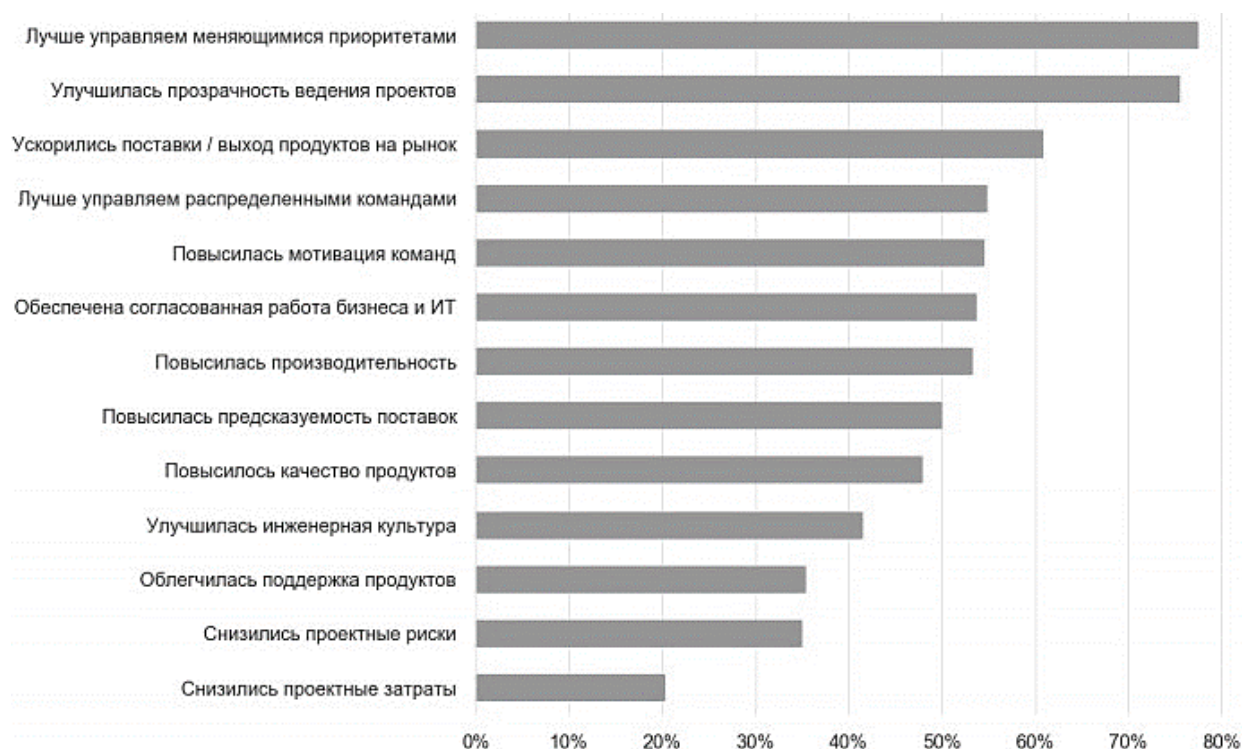


Рис. 1. Выгоды от внедрения Agile по мнению опрошенных компаний [6. С. 5]

В 2020 году сложилась следующая статистика использования методологии по отраслям [6. С. 2]:

- информационные технологии – 42%;
- финансы – 18%;
- промышленность – 8%;
- торговля – 7%;
- телекоммуникации – 5%;
- энергетика – 3,2%;
- консалтинг – 2,8%;
- другие отрасли – 15%.

Гибкие подходы применяются во внутренних проектах и в оказании услуг клиентам: государственным организациям (B2G) – 17%, другим компаниям (B2B) – 62%, конечным потребителям (B2C) – 40%. Рынок B2B в целом в России в 2-6 раз больше рынка B2C, а значит, Agile чаще применяется в B2C. Среди B2B Agile-практиков больше всего в ИТ-компаниях, а среди B2C — в телекоме и финансах [6. С. 24].

Рассмотрим конкретные кейсы применения методологии в российских компаниях. Гибкие практики управления также активно применяются и в банковском секторе. Например, за год в проектном офисе Центробанка в 2 раза увеличилась скорость достижения результатов, повысилась вовлеченность сотрудников, улучшилась прозрачность и управляемость изменений. Подобным опытом делится Райффайзен-Банк и Сбербанк. Предприятия нефтегазовой промышленности также активно используют Agile для повышения эффективности своих бизнес-процессов, открывая новые офисы и выстраивая работу филиалов по адаптивным принципам.

Примером внедрения Agile вне ИТ-сферы является туристический онлайн-сервис «Туту.ру». В 2013 году компания на стадии бурного развития столкнулась с управленческими проблемами: значительно увеличился штат отделов разработки и тестирования, из-за чего рабочие процессы стали запутанными, менеджеры постоянно боролись за опытных специалистов, а разработчики в погоне за множеством задач не успевали ничего. Тогда было решено разделить людей на команды по семь-девять человек ориентированные на создание конкретной функции сайта, полезной для клиента.

Использование методологии на всех уровнях позволило «Туту.ру» всего за три месяца разработать новый продукт «Автобусы», позволяющий покупать билеты на междугородные автобусные рейсы онлайн, быстрее конкурентов среагировать на появление новой линейки тарифов у авиакомпаний и добавить опцию поиска таких билетов [8].

В МТС об Agile задумались, когда компания стала выходить на новый для себя рынок – стала предлагать решения на стыке IT и телекоммуникаций. Обозначилась проблема скорости разработки продукта, тогда было принято решение о новом подходе к производству: в сжатые сроки выпускать минимально жизнеспособный продукт и тут же начинать улучшать его на основе обратной связи от клиентов. После чего компания столкнулась с новой проблемой: менеджеры сосредотачивались на ведении документации вместо удовлетворения потребностей пользователей. Кроме того, отсутствие эффективной коммуникации между ними тормозило все производственные процессы [5].

Работу организовали в многофункциональных командах, включающих в себя сотрудников разных направлений. Это упростило и ускорило процесс коммуникации и сделало работу над проектами эффективнее. Ключевым показателем успешности каждого сотрудника стало выполнение конкретной задачи, над которой работает его команда. Также существенно упростилась процедура финансирования проектов: вопрос о выделении относительно небольших для компании денег может решаться в течение одного дня вместо нескольких месяцев. При этом компания использует Agile не везде – работа над некоторыми проектами, требующими крупных вложений средств и времени, связанных с большими рисками, останется каскадной.

Подобная трансформация произошла в команде продукта Тинькофф Бизнес. За два года существования продукта для предпринимателей и юридических лиц количество пользователей выросло до 300 000 человек, а команда увеличилась с пяти человек до 200. Такие стремительные изменения повлекли ряд проблем: расслоение сотрудников по специализации, нарушение коммуникации между слоями, размывание видения будущего продукта. Команды по специализациям поделили по продуктам и микросервисам. Каждая команда должна иметь специалистов с хорошим пониманием всех уровней разработки, один бэклог и одного заказчика. Такой подход позволил команде Тинькофф Бизнес вернуться к первоначальному духу небольшого стартапа и решить проблемы с коммуникацией [7].

Однако удачные примеры внедрения Agile не гарантируют успех для любой компании, решившей использовать гибкие методы. Существуют примеры, когда такое решение оборачивалось провалом. Если компания следует трендам без четко обозначенной цели, внедрение Agile обернется пустой тратой большой суммы денег. В действительности на протяжении первых месяцев Agile-трансформации в компаниях царит хаос. Сотрудникам, столкнувшимся с новым порядком ведения дел неприятно и дискомфортно. Более того были примеры, когда сопротивление менеджеров было настолько сильным, что компаниям приходилось выбирать: либо сворачивать реформы, либо увольнять сопротивляющихся.

Вне зависимости от отрасли чаще всего выбирают инструменты Scrum и Kanban. Scrum является доминирующим управленческим фреймворком Agile, который использует кросс-функциональный подход на основе командной работы для создания ценности для организаций и потребителей. Особые роли отводятся владельцу продукта и scrum-мастеру. Вся ее деятельность основана на ответственности, глубоких межличностных отношениях и сотрудничестве, а менеджеры устраняют препятствия в работе и способствуют созданию ценности для клиентов. При этом команды сохраняют свой фокус и креативность [3. С. 48]. Kanban – это высокоадаптивный инструмент, для реализации которого обычно используют доску, размеченную по этапам работы над задачей. У каждого столбца-состояния команда указывает максимальное количество задач, которые могут в нем находиться. Таким образом, минимизируются переключения между задачами и связанные с этим потери при производстве [3. С. 49].

Перспективность развития этих методов подтверждается выбором самих предприятий. Согласно отчету об исследовании Agile в России 2020 года (рис. 2) самым популярным остается Scrum, но при этом доля Kanban уверенно растет. В качестве основного метода его применяют уже 23% участников исследования.

В качестве единственного подхода Kanban в России применяют уже 11% респондентов. И еще 20% участников российского исследования применяют его практики, используя также иной гибкий подход. В частности, 9,5% от общего числа участников используют Kanban в сочетании с собственным подходом и еще столько же — Kanban и Scrum.

Сегодня наблюдается слияние Scrum и Kanban. Kanban-доски стали практически обязательным элементом популярных систем управления проектами (Jira, Trello, Битрикс.24, Basecamp, Мегатлан и т.д.), которые, в том числе, поддерживают методологию Scrum.

В различных сферах бизнеса практикуется создание гибридных моделей управления проектами. В зависимости от поставленных целей и задач компании определяют наиболее подходящие средства.

Таким образом расширяются возможности применения Agile, т.к. отдельные инструменты могут использоваться в рамках других стандартов и методик. Комбинирование методологий и переход к собственной гибридной модели является второй особенностью российской практики Agile.

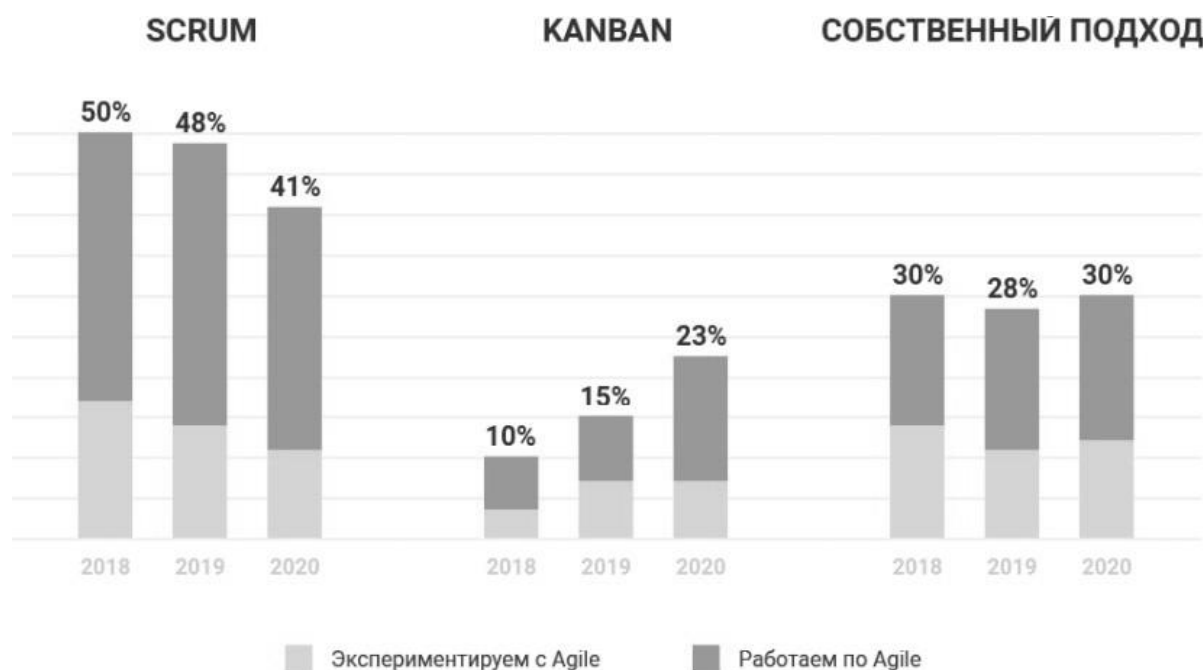


Рис. 2. Изменение популярности Scrum и Kanban со временем [6. С. 11]

Agile – это философия современного проектного мышления, которая несомненно интегрируется во все ключевые стандарты проектного менеджмента и становится неотъемлемой частью управления любыми проектами. Применение гибких подходов в России стремительно развивается, хотя и не все компании готовы к таким изменениям.

Таким образом, были выявлены две особенности внедрения Agile в практику российских компаний: кросс-отраслевое применение гибких подходов и гибридизация наиболее популярных методов Scrum и Kanban.

Литература

1. Александрова Т.В. Повышение эффективности проектного управления в организации на основе гибкой методологии Agile // Экономика и бизнес: теория и практика. 2019. № 9. Электрон. версия печат. публ. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/povyshenie-effektivnosti-proektnogo-upravleniya-v-organizatsii-na-osnove-gibkoj-metodologii-agile> (дата обращения: 27.02.2021).
2. Вольфсон Б.Л. Гибкое управление проектами и продуктами. СПб. : Питер, 2017. 100 с.
3. Деннинг С. Эпоха Agile. М. : Манн, Иванов и Фербер, 2018. 384 с.
4. Локтионов Д.А., Масловский В.П. Критерии применения Agile-методологии для управления проектом // Креативная экономика. 2018. № 6. Электрон версия печат. публ. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kriterii-primeniya-agile-metodologii-dlya-upravleniya-proektom> (дата обращения: 27.03.2021).
5. Медиа-центр МТС : официальный сайт. Электрон. дан. М., 2020. URL: <https://media.mts.ru/business/135261> (дата обращения: 08.04.2021).
6. Отчет о ежегодном исследовании «Agile в России 2020» // ScrumTrek: информ. портал. Электрон. дан. М., 2008–2020. URL: <https://scrumtrek.ru/userfiles/reports/AgileSurvey20.pdf> (дата обращения: 01.04.2021).
7. Тинькофф банк : официальный сайт. Электрон. дан. М., 2006–2021. URL: <https://www.tinkoff.ru> (дата обращения: 03.03.2021).
8. Туту.ру : официальный сайт. Электрон. дан. М., 2013–2020. URL: <https://company.tutu.ru> (дата обращения: 05.04.2021).
9. Manifesto for Agile Software Development. Electron. data. URL: <http://agilemanifesto.org> (accessed: 23.02.2021).

Понятие и принципы геймификации

Е.С. Сохарева, магистрант, 1-й курс, ШИП ТПУ

Научный руководитель: канд. филос. наук, доцент Л.Р. Тухватулина
E-mail: Evsokh@yandex.ru

Геймификация – использование игровых элементов и игровых процессов в неигровом контексте.
Кевин Вербах

Настоящая статья посвящена вопросам геймификации. Цель данной статьи – раскрыть значение термина «геймификация», перечислить его основные принципы, привести классификацию и указать область применения данного подхода к управлению персоналом. Для достижения поставленной цели был проанализирован практический опыт применения геймификации, рассмотрены научные статьи, а также выдержки из книг.

Геймификация – востребованный инструмент в различных сферах деятельности: от бизнеса до образования. Многие элементы настолько прочно внедрены в процессы, что не воспринимаются в качестве «геймифицированных». Вокруг концепции возникает много споров о рентабельности, негативных аспектах, отвлечении от основной работы и т.д.

Геймификация рука об руку идет с человеком с самого раннего возраста. Игровая деятельность свойственна человеку, приятна, понятна и увлекательна.

Одной из первых форм активности человека является игровая деятельность. С раннего возраста развитие ребенка происходит в игровой форме.

Так что же такое «геймификация»? Первые упоминания датируются с 1980-х годов, применяемых в онлайн-системах. По мнению профессора Эссекского университета Ричарда Батла первоначально значение термина «превращение чего-то, что не является игрой, в игру» [1].

Само понятие «геймификации» берет свое начало в 2003 году, когда британский разработчик игр Ник Пеллинг организовал консалтинговую фирму по созданию игровых интерфейсов для электронных устройств, используя механику геймификации как преимущество на рынке. Первоначально, вышеуказанный термин использовался в среде разработчиков игр в качестве научного описания визуализации некоторых персонажей. С развитием индустрии онлайн-игр значение расширилось. Под термином «игрофикация» стали понимать все расширения для пользователей, повышающие лояльность и удержания игроков [2].

К 2010 году термин становится широко известен. Именно в тогда начали впервые применять подход геймификации в образовательных курсах, мобильных приложениях, интернет-сайтах [3].

В настоящее время инструмент остается востребованным и популярным. Все больше компаний внедряют в свою систему, как внутри, так и для работы с клиентами.

Основные сферы применения: управления инновациями, образование, личное развитие, отслеживание показателей работы сотрудников, взаимодействие с клиентами [4].

По целеориентированности геймификация подразделяется на: [6]

1. Внешнюю – ориентация на клиента (пользователя) с целью вовлечения, повышения узнаваемости бренда, повышения лояльности.
2. Внутреннюю – ориентация на сотрудников, цель: сплочение коллектива, увеличение продуктивности работы, как следствие, объема продаж.
3. Меняющую поведение – ориентация как на клиентов, так и на сотрудников, целью которой является формирование новых привычек.

Среди основоположников концепции следует выделить автора книги «Actionable Gamification: Beyond Points, Badges, and Leaderboards» (Актуальная геймификация) Ю-Кай Чоу [5], признанного лучшим по версии Gamification Gurus Power 100 и трижды награжденный титулом Gamification Guru Всемирным конгрессом по геймифицированию и конференцией Gamification Europe. Чоу консультировал компании из списка Fortune 500: Lego, «Сбербанк», Volkswagen, Porsche, eBay, Huawei, Fidelity, AIG Japan, Ericsson, Cisco.

В книге выделены основные восемь принципов – октализ.

1. Эскейпизм. Своеобразный способ примерить на себя другую роль с элементами превосходства над другими. Уход от реальности «серых будней с бесконечным круговоротом задач».

2. Самосовершенствование. Человек получает удовольствие уже от одной мысли о развитии и достижении побед.

3. Креативность и быстрая обратная связь. Решив головоломки, заставляющие мозг активно работать, придумав что-то новое, люди получают удовольствие. Подкрепив положительный опыт обратной связью, запоминая алгоритм к достижению вознаграждения.

4. Обладание собственностью. Ценность приобретения больше, чем самого продукта. Собственность, как отражение результата трудов, достижения статуса. Тем самым, это одна из главных причин стремления к наилучшему.

5. Причастность, влияние социума. Человеку важно ощущение принадлежности к какой-либо группе, как и соревновательная составляющая.

6. Нужда и запрет. «Запретный плод» привлекает. Нетерпимость к получению приза стимулирует к активной деятельности.

7. Любопытство и неизвестность. Людям интересно узнать, что будет дальше.

8. Избежание негативного исхода. Никому не нравится потери, каждый ищет выгоду.

«Геймеры пытаются выиграть, разработчики же пытаются заставить геймеров играть» ©.

Основная задача концепции – побуждение к деятельности, совершенствование работы, наглядность и простота получения новых знаний, вовлечение сотрудников/ клиентов. Решение сложных задач в игровой форме. Развлечения мотивируют людей.

В настоящей статье было раскрыто значение термина «геймификация», перечислены основные принципы, приведена классификация по целеориентированности и указана область применения данного подхода к управлению персоналом. Выделены основные этапы становления и внедрения инструмента по хронологии.

Литература

1. Bartle R. Designing Virtual Worlds. New Riders, 2003. 741 p. [Перевод на рус. яз]. URL: <https://habr.com/ru/post/264469/> (дата обращения: 30.03.2021).
2. Богопелова М. Геймификация: история, цели и процесс внедрения в HR: сайт // HRTIME.RU. URL: <https://hrtime.ru/material/geymifikatsiia-istoriia-tseli-i-protsess-vnedreniia-v-hr-38957/> (дата обращения: 30.03.2021).
3. Геймификация // +1. URL: <https://plus-one.ru/sustainability/geymifikaciya> (дата обращения: 30.03.2021).
4. Артамонова В.В. Развитие концепции геймификации в XXI веке // ИСОМ. 2018. № 2-2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-kontseptsii-geymifikatsii-v-xxi-veke> (дата обращения: 30.03.2021).
5. Yu-kai Chou. Actionable Gamification: Beyond Points, Badges, and Leaderboards. 2018. 511 p. URL: <https://problem.ir/wp-content/uploads/2019/04/Actionable-Gamification-by-Yu-kai-Chou.pdf> (accessed: 30.03.2021).
6. Ираидина М. Игра – дело серьезное. Рассказываем про геймификацию // Skillbox. URL: https://skillbox.ru/media/management/igra_delo_seryeznoe_rasskazyvaem_pro_geymifikatsiyu/ (дата обращения: 30.03.2021).
7. Вербих К. Вовлекай и властвуй. М. : Манн, Иванов и Фербер, 2015. 224 с.

Развитие бизнес-экосистем в Российской Федерации

Е.С. Журавлева, студент, 3-й курс, ИЭМ ТГУ

Научный руководитель: канд. экон. наук, доцент Н.А. Редчикова
E-mail: chestorka@gmail.com

Бизнес-экосистемы в России в современном информационном мире находятся чуть ли не пике развития. Крупные бизнес-структуры стараются развивать свои собственные цифровые платформы и предлагают клиентам огромное количество возможных услуг.

Если рассматривать этапы эволюции бизнес-моделей, то изначально развитие бизнеса предполагалось через изучение взаимодействия организации и внешней среды, и вскоре выяснилось, что компании в состоянии менять эту среду, а также ценностное предложение своего продукта.

После этого стало понятно, что организации могут развиваться не только органически, но и с помощью поглощений и слияний. В 20-м веке наибольшего развития достигли горизонтально и вертикально-интегрированные компании. Однако при этом имя поглощенной организации могло сохраниться только, как товарная марка одной из групп товаров объединенной компании.

Далее развитие бизнеса стало происходить за счет кооперации, когда одна компания заказывает у другой, например, производство отдельных компонентов своих продуктов, беря на себя обязанности по остальной цепочке производства готового товара (сборка и продажа).

Во второй половине 20-го века начали распространяться стратегические альянсы – соглашения о сотрудничестве между несколькими независимыми организациями для получения синергетического эффекта. В таком случае, компании продолжают конкурировать между собой, но только в областях, не относящихся к направлению, где произошла кооперация.

В последующем, Ицхак Адизес привел параллель организации с живым организмом, чтобы построить модель жизненного цикла корпорации [1. С. 45]. Многие исследования показывают, что жизненный цикл организаций становится короче, потому что их адаптация к меняющимся условиям внешней среды становится все менее эффективной. В 1993 году в журнале Harvard Business Review была опубликована статья Джеймса Мура «Хищники и жертва: новая эволюция конкуренции», в которой он ввел понятие «бизнес-экосистема» [5]. Новым термином Д. Мур назвал экономическое сообщество участников рынка, производящих товары и услуги и выстраивающих свою деятельность в соответствии с общим стратегическим направлением, которое задается одним или несколькими ведущими игроками.

На данный момент наибольшей эффективности позволяет добиться развитие внешней среды вокруг бизнеса. Информация – это главный конкурентный ресурс. Метод работы с большими данными позволяют перенести на новый уровень анализ и создание новых товаров и услуг, а также модернизировать их. Очень важно, что сотрудничество компаний на основе сбора и обмена информацией создает принципиально новую основу для формирования бизнес-экосистем, что, в свою очередь, создает новые возможности для бизнеса [4].

По версии BCG существует ряд особенностей бизнес-экосистем по сравнению с предыдущими формами сотрудничества между компаниями:

1. Концентрация на «умных», интегрированных решениях вместо фокуса на товаре.
2. Инновационность продукта – главный приоритет.
3. Сотрудничество возможно без каких-либо культурных и географических барьеров.
4. Развитие новых форм сотрудничества – гибких и краткосрочных.
5. Совместное и продолжительное создание ценности для всех участников экосистемы.

Резюмируя, можно сказать, что экосистема старается удовлетворять потребности всех участников одной платформы. Эволюция бизнес-моделей перешла к более технологической и информационно-направленной модели с целью создания «единого окна» для приобретения товаров и услуг, одновременного использования нескольких товаров, повышения лояльности клиентов и уровня безрискового дохода, а также повышения непосредственно объема продаж при создании дополнительных каналов [3].

Экспертная группа компании McKinsey провела исследование роли цифровизации отечественной экономики экспертной группой. Потенциальный экономический эффект от цифровизации экономики России увеличит ВВП страны к 2025 году на 4,1–8,9 трлн руб. (в ценах 2015 года), что составит от 19 до 34% общего ожидаемого роста ВВП. Такие смелые экономические прогнозы связаны не только с эффектом от автоматизации существующих процессов, но и с внедрением принципиально новых, прорывных бизнес-моделей и технологий [2]. Нарастающее количество компаний старается уже не строить бизнес в одиночку, а становиться так называемыми дирижерами экосистем. Они становятся лидерами экосистемы, управляют ею и определяют стандарты качества.

Для благоприятного функционирования платформенного сегмента в российской экономике необходимо построить грамотную концепцию регулирования экосистем [7]. Таким образом, в России она должна содержать цели в соответствии со следующими направлениями:

1. Поддержка конкуренции между крупными экосистемами, наличие менее крупных платформ и нишевых участников, регулирование барьеров входа на платформенный рынок.
2. Защита прав и интересов всех участников экосистемы.
3. Беспристрастность к какой-либо определенной экосистеме со стороны государства.
4. Изучение международных методов платформенного регулирования, участие в их выработке.
5. Направленность на инновационное развитие экономики.

Для достижения поставленных целей необходимо будет принять следующий комплекс мер:

1. Построение отношений с международными регуляторами таким образом, чтобы иностранные экосистемы имели доступ на национальные рынки с обязательным условием для них – допуск в них национальных поставщиков.

2. Корректировка антимонопольных инструментов под отличительные особенности экосистем.

3. Регулирование процесса обработки данных, их защита.
4. Минимизация барьеров на переход пользователей между экосистемами в целях поддержания конкурентоспособности.
5. Развитие и создание равноудаленных технологических инфраструктур в целях содействия инновациям и повышению доступности сервисов для потребителей.

Регулирование экосистем должно проводиться в комплексной форме и надлежащим образом соблюдаться, чтобы минимизировать манипуляции со стороны участников экосистемы, а также свести к минимуму возникающие изъязны подобной бизнес-модели. Главными недостатками являются:

1. В связи с резким понижением возможности выбирать продукт в рамках одной экосистемы, клиент может получать товары не самого лучшего качества, потому что у оператора экосистемы нет мотивации по его улучшению.
2. Приучение потребителей к модели «бесконечного потребления», когда они соглашаются на покупку товаров и оказание услуг практически автоматически по причине грамотного анализа интересов потребителя.
3. Подписка / пакетное предложение услуг также ограничивает кругозор потребителя и навязывает ему товары и услуги только из предложенного списка.
4. Постепенно платформы становятся основным каналом продаж, и поэтому растут потенциальные негативные последствия от реализации рисков дискриминации поставщиков со стороны платформы.
5. Существенный переток спроса может спровоцировать срочную замену бизнес-модели или, по крайней мере, краткосрочное падение маржинальности, что может привести к финансовой неустойчивости.

Суммируя, можно подметить, что роль платформ на всех значимых сегментах рынка неумолимо увеличивается, и это в последующем приведет к необратимому изменению структуры. Государству необходимо вовремя реагировать на изменения и разрабатывать комплексные меры по регулированию и минимизации рисков. Несмотря на выигрышные, на первый взгляд, преимущества, можно уследить риск за каждым из них, поэтому каждому из участников бизнес-экосистемы необходимо внимательно относиться к развивающейся модели, чтобы не понести убытков или падения экосистемы вовсе.

Аналогичную ситуацию можно наблюдать на примерах развития отечественных бизнес-экосистем. В России можно четко определить лидеров в данной области: банки (Сбер) и бигтехи (Яндекс). В целом, можно заметить такую тенденцию: развитые организации трансформируются в технологические компании и обрастают экосистемами услуг. Также можно заметить их связь и работу над совместными проектами с интернет-компаниями.

Сбер занимает доминирующее положение на финансовом рынке. В 2020 году по охвату финансовых услуг Сбер обладает клиентской базой физических лиц в 98 млн пользователей, юридических лиц – 2,7 млн. Также является лидером в области цифровых сервисов и продаж, продолжая наращивать обороты и в нефинансовой сфере услуг: успешно разработана новая IT платформа, что подтолкнуло к интеграции бизнеса с отсутствием простоев; запущены новые платформы ИИ, что поможет оптимизировать работу сервисов и поможет предлагать клиентам более узконаправленные и подходящие услуги и предложения. Составленные Сбером стратегии развития до 2023 года выглядят многообещающе и оптимистично, делается упор на рост выручки и еще большее укрепление банковского сектора на рынке. Прогноз на период с 2020–2030 гг. заявляет рост размера целевого рынка Сбера практически в 4 раза с 8 трлн руб. до 23–25 трлн руб. [6]

Развивая свою экосистему и создавая новые сервисы, включая совместные предприятия с другими компаниями, Сбер тщательно анализирует востребованность определенных рынков на данный момент с помощью анализа запросов потребителей. Предвидя технологические изменения в будущем, Сбер стремится реализовать свой потенциал и цифровизует покупаемые сервисы. Все сервисы экосистемы Сбера имеют единые элементы, и многие из них экспортируются вовне. Объединяющим инструментом служит Сбербанк ID, с помощью которого можно подключиться к сервисам Сбера. У экосистемы есть выбор из 26 направлений, разделенных на 2 группы: для розничных клиентов и для корпоративных клиентов и государства, где найдется множество сервисов для удовлетворения любых потребностей.

Анализируя доминирующее положение Сбера на финансовом рынке – клиентская база более 100 млн пользователей, контроль P2P-переводов и оборота торгового эквайринга – можно заключить, что экосистема Сбера развивается именно за счет полученных ранее преимуществ, включая транзакционную информацию о своих клиентах. Экосистема также делает все больший акцент на информационных технологиях, интегрированных элементах и предоставлении подписки на сервисы для удержания клиентов.

Второй лидирующей российской бизнес-экосистемой можно назвать Яндекс. Берет компания начало с интернет-поисковика, который потом трансформировался в крупнейшую технологическую компанию и эффективно функционирующую бизнес-экосистему, имеющую в своем распоряжении более 80 различных сервисов и приложений по множеству направлений. В наши дни спектр услуг компании очень широкий: от развлекательных сервисов до разработок в области компьютерного зрения, и самыми популярными сервисами в данный момент являются: «Яндекс.Поиск», «Яндекс.Диск» и «Яндекс.Карты». Заметен сильный прогресс в распознавании биометрии и таргетированной рекламе, с помощью которой пользователю попадаетея уникальная и предпочтительная информация. Постепенно Яндекс планирует разработать все необходимое для создания экосистемы «умного дома», позволяющей управлять различными электроприборами на расстоянии.

Таким образом, успешному и эффективному развитию технологической экосистемы компании Яндекс послужило изначальное функционирование в информационном портале и дальнейший упор на разработку технологических инновационных проектов. Трансформируясь в экосистему, компания не только смогла сформировать гигантскую клиентскую базу из-за большого количества сервисов, доступных по подписке и следящих за предпочтениями пользователей, но и в состоянии проводить дальнейшие разработки по искусственному интеллекту и другим алгоритмам для повышения эффективности экосистемы.

Бизнес-экосистемы – это единое пространство с большим количеством интегрированных элементов и своеобразной структурой управления. Получая в наши дни сильнейшее развитие, новейшие бизнес-модели требуют своевременных корректировок в комплексных мерах по их регулированию во избежание подавления честной конкуренции и возникновения рисков. Отечественные бизнес-экосистемы в лице Яндекса и Сбера показывают доминирующие результаты на национальном рынке в своих областях, что является стимулом к дальнейшему укреплению положения, модернизации существующих систем и сервисов, корректировке модели управления в соответствии с трансформацией экосистемы и наращиванию клиентской базы.

Литература

1. Адизес И. Управление жизненным циклом корпораций. М. : Манн, Иванов и Фербер (МИФ), 2014. 700 с.
2. Аптекман А., Калабин В., Клинцов В. Цифровая Россия: новая реальность // McKinsey & Company. 2017. URL: <https://www.mckinsey.com/~/media/mckinsey/locations/europe%20and%20middle%20east/russia/our%20insights/digital%20russia/digital-russia-report.ashx> (дата обращения: 13.04.2021).
3. Гайсина Д.В., Аболенцев А.В., Борухов С.А. Предпосылки создания и основные характеристики экосистем // Трансформация современных бизнес-моделей в сторону экосистем. 2017. URL: <https://www.businessstudio.ru/upload/iblock/7e6/Гайсина.pdf> (дата обращения: 13.04.2021).
4. Как бизнес пришел к экосистемам // SberKnowledge : новые тренды в менеджменте. 2019. № 19. URL: <https://sberbank-university.ru/sber-knowledge/vypusk19-1/> (дата обращения: 13.04.2021).
5. Moore J.F. Predators and Prey: A New Ecology of Competition // Harvard Business Review. 1993. May–June. URL: <https://hbr.org/1993/05/predators-and-prey-a-new-ecology-of-competition> (accessed: 15.04.2021).
6. Стратегия развития СберБанка на период 2021–2023 // СберБанк : официальный сайт. 1997–2021. URL: https://www.sberbank.com/common/img/uploaded/files/info/sber_investor_day-strategy_2023_ru.pdf (дата обращения: 14.04.2021).
7. Экосистемы: подходы к регулированию // Банк России : официальный сайт. 2021. URL: https://cbr.ru/Content/Document/File/119960/Consultation_Paper_02042021.pdf (дата обращения: 14.04.2021).

Развитие интернет-маркетинга в условиях формирования цифровой экономики

А.Р. Исаакян, студент, 3-й курс, ИЭМ ТГУ

Научный руководитель: канд. экон. наук, доцент И.В. Краковецкая
E-mail: avastly@bk.ru

В настоящее время, в условиях цифровой экономики, когда информационные технологии внедряются во все отрасли экономики, бизнеса, государственного управления, маркетинг становится цифровой сферой деятельности. Именно маркетинг продуктов или услуг с использованием цифровых технологий, в основном в Интернете, включая также мобильные платформы, медийную рекламу и любые другие цифровые носители называют интернет-маркетингом.

Важность интернет-маркетинга обусловлена следующими причинами: точки взаимодействия с потребителями в реальном мире все чаще подключены к цифровому пространству (QR-коды,

Bluetooth-маячки, технология беспроводной передачи данных (NFC), умные кнопки (Amazon Dash Button)); переход на цифровую экономику становится определяющим фактором лидерства на международном рынке (цифровая трансформация бизнеса завоевывает даже крупные рынки, например, компании Uber и Яндекс.Такси на рынке услуг такси); и, наконец, все больше традиционных по форме продуктов получают цифровые компоненты.

Стоит заметить, что даже те компании, продукты которых совсем не связаны с цифровой экономикой, зависят от того, как они представлены в интернете. Методы рецензирования и коллективной оценки брендов, характеризующиеся наличием диалога потребителей, позволяют создавать пятизвездочную репутацию (SERM, ORM), что превращает репутацию бренда в объект продажи и меняет бренд-менеджмент [1. С. 1].

Также в условиях цифровизации повышается эффективность бизнес-процессов, понимание потребностей клиентов и прибыльность существующих и создаваемых активов. Ежегодно появляются все новые тенденции и преимущество достается их уверенным последователям. Отстающие же компании теряют шансы на лидерские позиции. Именно потому интернет-маркетинг является высококонкурентной средой.

Применение цифровых технологий в маркетинге позволяет обеспечивать постоянную обратную связь, разработку индивидуальных предложений, увеличение интереса потребителей к маркетинговым программам, сокращение количества контактов с потребителями, что радикально улучшает маркетинговые результаты. Таким образом, основными стратегическими целями, которые преследует интернет-маркетинг, является следующее:

1. Изменение объема продаж в лучшую сторону, с помощью внедрения электронной коммерции в режиме online.

2. Продвижение и реклама продукта с целью изменения объема продаж в лучшую сторону известными способами.

3. Сокращения издержек на ведение бизнеса.

4. Создание положительного, современного имиджа компании [3. С. 1].

Современные цифровые технологии могут практически полностью преобразовать существующий традиционный маркетинг и устранить имеющиеся ограничения и недостатки. Лидеры мирового бизнеса уже освоили новый инструментарий или находятся в процессе его активного освоения. Действительно, некоторые направления маркетинга такие, как: сайты, e-mail-рассылки, социальные медиа, реклама в интернете и ее программируемая логика, интерактивный контент, SEO-оптимизация, в последние десять лет стали относиться к цифровому маркетингу [2. С. 1].

Заметим, что глобальной тенденцией на ближайшие годы является мультимедийное продвижение в сети Интернет. Так проекты, использующие в своей стратегии только сайт, значительно проигрывают конкурентам с развитой сетью медиаканалов. Также не стоит забывать, что рынок не стоит на месте и маркетинг должен постоянно успевать за ним и создавать новые инновационные методы маркетингового исследования и способы продвижения.

Литература

1. Гущина Е.Г., Чеботарева С.С. Методика формирования стратегии продвижения бренда компании с использованием инструментария интернет-маркетинга // Вестник АГТУ. Сер. Экономика. 2018. № 2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metodika-formirovaniya-strategii-prodvizheniya-brenda-kompanii-s-ispolzovaniem-instrumentariya-internet-marketinga> (дата обращения: 12.02.2021).
2. Комарчева О.С. Оценка степени готовности предприятий торговли и сферы услуг к цифровой трансформации // Вестник КемГУ. Сер. Политические, социологические и экономические науки. 2020. № 3. С. 375–386. URL: <https://e.lanbook.com/journal/issue/313805> (дата обращения: 15.02.2021).
3. Коротков А.В. Маркетинговые исследования : учебник для бакалавров. 3-е изд., перераб. и доп. М. : Юрайт, 2016. 595 с.

Развитие организационной системы управления знаниями

В.А. Голов, студент, 1-й курс, ИЭМ ТГУ

Научный руководитель: д-р экон. наук, профессор Е.В. Нехода
E-mail: golovv98@gmail.com

Развитие общества пережило три промышленные революции: первую (с 1760-х по 1840-е гг.), вторую (кон. XIX – нач. XX в.), третью (1960-е гг.) и на данный момент находится на пороге четвертой промышленной революции – Индустрии 4.0. С каждой новой вехой развития общества с новой силой

вставал вопрос о ценности, создаваемой хозяйственными организациями. Так, начиная со второй и подкрепляемое в третьей, глобально встает вопрос информации – что несет в себе информация, каковы способы ее аккумуляции, варианты аналитики и каковы последствия принимаемых компаниями решений. Точнее это можно отследить по мере развития человечества, при переходе от одного типа общества к другому в таком порядке: индустриальное–постиндустриальное–информационное–ноосферное (хотя данная терминология в научных кругах небесспорна). Переход от эпохи массового производства и массового сбыта и доминирования крупных индустриальных компаний традиционных отраслей (добывающие отрасли, энергетика, металлургия) к современному этапу общественного развития отмечается ростом разного рода услуг в экономической деятельности, далее – ростом данных и информации и доли услуг, связанных с извлечением, хранением, обработкой, передачей представлением информации, и к ноосферному – увеличение интеллектуальной деятельности, направленной на получение новых знаний. Критерием перехода может служить объем инвестиций в определенный вид деятельности. Например, в экономике США в 1991 году впервые инвестиции в информационные технологии превысили капиталовложения в производственные технологии (112 против 107 млрд дол. США) [1].

Смело можно заявить, что информация и знания всегда являлись основой деятельности экономических систем, но факт того, что создатель этих факторов – человек – приобрел статус ключевого в обеспечении конкурентоспособности фирмы, стало ясным на пороге XXI века. Отечественный ученый В.Л. Иноземцев отмечает: «Наука и знания стали непосредственной производительной силой, их носители – олицетворением высшей власти, существующей в обществе, а ценности, связанные с образованностью и интеллектуальной деятельностью, непререкаемыми свидетельствами человеческого достоинства» [3].

Глобально такое можно объяснить выходом конкурентной борьбы на существенно новый уровень – конкуренцию умов, или гиперконкуренцию [2], основанную на создании наукоемких и знание-емких продуктов и услуг. Также можно выделить следующие причины подобной трансформации. Во-первых, развитие науки и техники, появление новых наукоемких продуктов, создание новых производственных технологий, рост производительности труда, изменение культуры труда. Во-вторых, информационный прогресс, повышение доступности для широких слоев населения информации, развитие и повсеместное применение информационных технологий с помощью соответствующей техники. В-третьих, общий рост образовательного уровня людей и их интеллектуального потенциала. В-четвертых, снижение запасов, у которых низкие издержки получения. В-пятых, рост процессов глобализации, вовлечение все большего количества людей мира в разные процессы развития общества.

Таким образом, современный этап развития общества стоит на пороге повсеместной информатизации (и впоследствии – цифровизации), которую А.Д. Урсул понимает как «системно-деятельностный процесс овладения информацией как ресурсом управления и развития деятельности человека с помощью средств информатики с целью создания информационного общества и на этой основе – дальнейшего продолжения процесса цивилизации» [4]. К традиционным факторам производства, таким образом, добавляются информация и знания, позволяющие получать дополнительную ценность. В табл. 1 систематизированы этапы развития экономики.

Таблица 1

Этапы развития экономики

Параметр	Эра сельского хозяйства	Эра индустрии	Эра информации	Эра знаний
Ключевой актив (источник прибыли)	Земля	Заводы	Информация	Знания
Управление активами на уровне	Владельцев ферм	Иерархии управленцев	Матрицы уполномоченных	Сообществ и команд
Ключевые технологии	Сельскохозяйственные технологии	Производство и машиностроение	ИКТ	Технологии сотрудничества
Ключевые продукты	Продовольственные товары	Промышленные товары	Информационные продукты и услуги	Интеллектуальные продукты и услуги
Ключевые ресурсы	Сельскохозяйственные рабочие	Промышленные рабочие и инженеры	Информационные носители	Проводники идей, творчества, инноваций и знаний

Экономика знаний – экономика, создающая, распространяющая и использующая знания для обеспечения своего роста и конкурентоспособности. Это такая экономика, которая широко использует знания в разнообразных формах, при этом знания обогащают все отрасли, все секторы и всех участников экономических процессов.

Важно понимать, что понятия «информация» и «знания» не тождественны, но взаимосвязаны. Можно сказать, что информация – это родовое понятие по отношению к знаниям. Первоочередная модель предполагала краткий переход от данных к знаниям через переходную трансформацию первых в информацию (Данные → Информация → Знания). Далее была выделена конечная категория – «Мудрость» (Данные → Информация → Знания → Мудрость), которая определяется, как понимание общих принципов, то есть высшая степень развития понимания происходящего (когда знания определяются пониманием шаблонов, например). И окончательно, модель приобрела вид «Сведения-Мудрость», где первая категория, которая и была добавлена, характеризуется, как необработанный информационный массив (Сведения → Данные → Информация → Знания → Мудрость).

Повышение значимости знаний в экономике и цепочке создания стоимости (ценности) актуализировало новый вид деятельности в компаниях, новую функцию – управление знаниями и проектирование системы знаний в компаниях (Данные → Информация → Знания → Действия → Ценность). Управление знаниями (англ. – Knowledge Management) трактуется как новая управленческая функция, которая заключается в систематическом и целенаправленном формировании, обновлении и применении знаний для максимизации эффективности компании и прибыли от активов, основанных на знаниях (человеческий капитал, организационный капитал, рыночный капитал). В табл. 2 показан цикл управления знаниями в организации.

Таблица 2

Обобщенный цикл управления знаниями

Задачи управления знаниями	Действия объектов управления знаниями для решения этих задач
Диагностика и анализ знаний, которыми располагает организация	Составление карты знаний (идентификация имеющихся в компании знаний всех видов); оценка интеллектуального потенциала организации; определение потребности организации в знаниях для достижения тактических и стратегических целей и задач; планирование системы управления знаниями в организации; анализ потребностей пользователей в знаниях
Получение необходимых знаний	Содействие в поиске информации, осведомление о ее наличии; обучение сотрудников; создание ценностей обучающейся организации; автоматизированное приобретение знаний; извлечение знаний; приобретение и покупка знаний
Создание системы управления знаниями	Мотивация к обмену знаниями и опытом; создание структуры организации, облегчающей обмен знаниями; создание атмосферы доверия для обмена знаниями; структурирование знаний; распространение знаний
Использование системы управления знаниями	Поощрение нововведений (инноваций); организация командной работы, сотрудничество; создание условий для проведения экспериментов; создание структур, методов повторного использования знаний на основе баз данных, архивов и хранилищ; развитие систем поддержки рабочих групп; ревизия знаний

Рассматривая практические примеры создания систем управления знаниями отметим, что широкое внедрение подобных систем в западных практиках стало происходить, начиная с 2000-х годов. Создание и развитие систем управления знаниями сегодня – важный фактор инновационного развития высокотехнологичных компаний во всем мире. Это такие гиганты, как IBM, Ford, World Bank, BP, Pfizer. Куда скромнее опыт отечественных компаний, которые пошли на такой ответственный шаг и занялись вопросом построения внутренней системы управления знаниями (это, прежде всего, крупные частные и государственные корпорации – ЛУКОЙЛ, Сбербанк, Ростатом, МТС). В табл. 3 систематизированы практики управления знаниями на примере МТС и Сбербанка.

Таблица 3

Практики управления знаниями на примере ПАО «Сбербанк» и ПАО «МТС»

Компания	Институциональная система управления знаниями	Инструменты системы управления знаниями	Создание условий в компании для обмена опытом
ПАО «Сбербанк»	<ul style="list-style-type: none"> – АНО «Корпоративный университет Сбербанка» (г. Москва). – Филиалы корпоративного университета в 16 территориальных банках. – Центры управления талантами (центры компетенций). – Институт мультипликаторов. – Вертикаль подразделения по развитию ПСС (Производственной системы Сбербанка) 	<ul style="list-style-type: none"> – Единый новостной портал для сотрудников. – Портал Корпоративного университета Сбербанка. – Система очного и дистанционного обучения. – Система тестирования и контроля знаний. – Модель корпоративных компетенций. – Наличие матриц обязательных обучающих курсов для каждой должности. 	<ul style="list-style-type: none"> – Краудсорсинговая площадка для сотрудников. – Система поддержки инновационных идей сотрудников. – Форумы, блоги по узким направлениям. – Профессиональные сообщества. – Стратегические конференции. – Видеоконференции по направлениям деятельности.

Компания	Институциональная система управления знаниями	Инструменты системы управления знаниями	Создание условий в компании для обмена опытом
		<ul style="list-style-type: none"> – Штатные тренеры. – Институт мультипликаторов (сотрудники, которые обладают уникальными знаниями, проводят обучение в дополнении к своим основным обязанностям). – Система наставничества и мониторинга. – Обратная связь с руководителями всех уровней. – Библиотека Сбербанка. – Виртуальная школа для руководителей. – Единая внутренняя почтовая электронная система. – Лидеры учат лидеров. – Лекции от мировых экспертов. – Изучение опыта международных компаний. – Обучающие программы для руководителей, совместно с мировыми бизнес-школами 	<ul style="list-style-type: none"> – Конкурсы проектов, инновационных идей. – Внешние краудсорсинговые системы. – Работа в проектных группах. – Слеты инноваторов
ПАО «МТС»	Корпоративный университет МТС (8 учебных центров розничной сети)	<ul style="list-style-type: none"> – Система дистанционного обучения и тестирования. – Вебинары на различные темы. – Библиотека книг (бумажных, электронных). – Наставничество. – Интерактивный электронный журнал «Запросто». – Наличие внутреннего портала для сотрудников 	<ul style="list-style-type: none"> – Формат клубного развития. – Площадка для регистрации идей сотрудников – Фабрика идей. – Форум инноваторов

Сост. на основании данных и информации из открытых источников.

Наиболее распространенными целями системы управления знаниями в организациях являются сохранение и передача знаний сотрудникам, коллективное использование знаний в операционной деятельности, повышение скорости создания инновационных продуктов, коммерциализация знаний.

Анализируя отечественный опыт, можно выделить несколько типичных проблем, то есть так называемых стартовых трудностей. Первое: нехватка информации о деятельности подразделений компаний – тематика исследований и работ известна, но общего свободного каталога, доступного через корпоративные сети, не создано, что приводит к дублированию работ и к аналогичным функциям разных подразделений. Далее в качестве проблемы отмечается то, что у сотрудников большинства компаний теряется понимание значимости созидания новых знаний. Это складывается из-за того, что многие относят создание новых знаний к фундаментальным аспектам науки, когда в свою очередь у представителей бизнес-среды одной из центральных задач является извлечение прибыли. Поэтому создаваемые знания нужно идентифицировать, оценивать, ставить на баланс и реализовывать на рынке. И третье: разрушение института наставничества, который имел весомую роль в аккумулировании и передаче опыта молодым специалистам. С развитием общества разрыв преемственности поколений растет, к тому же на рынке появляются новые области знаний, носители которых являются первыми в своем роде.

В заключение отметим, что в современной экономике все большее количество организаций осознают, что поддерживать конкурентные преимущества и развивать организацию в долгосрочной перспективе более эффективно при должном управлении когнитивными ресурсами. По этой причине менеджмент компаний должен понять, как он может идентифицировать и оценивать существующие знания и активы знаний (знаниевые активы) и как управлять ими с целью достижения долгосрочной конкурентоспособности. Знаниевые активы позволяют создавать уникальную ценность, включая динамические способности организации и ее ключевую компетенцию (возможность создавать новые виды бизнеса за счет творческого комбинирования знаний, навыков и умений).

Литература

1. Бедников М.А., Фролов И.Э. Рынки высокотехнологичной продукции: тенденции и перспективы развития // Маркетинг в России и за рубежом. 2001. № 2. URL: <http://www.cfin.ru/press/marketing/2001/02/02.shtml>. (дата обращения: 14.04.2021).
2. Деревянников В.А. Управление знаниями организации: учебное пособие. М. : КРОНУС, 2016. 344 с.
3. Иноземцев В.Л. За пределами экономического общества. Постиндустриальные теории и постэкономические тенденции в современном мире. М. : Academia-Наука, 1998. 614 с.
4. Урсул А.Д. Информатизация партии: необходимость концепции и принципы разработки // Кадры партии. 1990. № 2.

Реализация целей устойчивого развития: европейский и российский опыт

А.А. Звенарева, студент, 3-й курс, ИЭМ ТГУ

Научный руководитель: канд. экон. наук, доцент Н.А. Редчикова
E-mail: nzvenareva@mail.ru

Экономический рост происходит за счет природных ресурсов, социальной справедливости, а для части общества – за счет благосостояния человека. В результате такой тенденции роста в мире наблюдаются параллельные кризисы в экологической, экономической и социальной сферах: глобальное потепление, истощение или деградация природного капитала, высокие уровни загрязнения и безработицы, распространение бедности, неравенства и социальная изоляция. Эти кризисы, очевидно, взаимосвязаны: когда база природных ресурсов разрушена, обеспечение экономического развития и социальной справедливости становится все труднее [1].

Указанные факты привели к формированию парадигмы устойчивого развития, которое позволяет удовлетворять потребности нынешних поколений, не нанося при этом ущерба возможностям, оставляемым в наследство будущим поколениям для удовлетворения их собственных потребностей. Оно включает в себя три взаимосвязанных основы – экономическое развитие, социальное развитие и охрану окружающей среды. Данные направления не могут быть эффективными, если они рассматриваются как конкурирующие программы. В рамках парадигмы устойчивого развития меняется подход к инвестициям и государственной политике: например, энергетическая политика имеет значение не только для промышленности и окружающей среды, но и для общественного здравоохранения и равноправия с точки зрения доступа к источникам энергии и занятости [2].

Постепенные изменения, которые могут привести к положительным результатам, включают:

1. Обеспечение доступа к устойчивым источникам энергии для всех. Основной проблемой является обеспечение доступа к стабильным, надежным, безопасным и доступным источникам энергии, а также их наличие в странах с низким уровнем доходов и отдаленных районах со средним уровнем доходов.

2. Переход к «зеленой» экономике: в рамках «зеленой» экономики повышение уровня доходов и занятости должно опираться на государственные и частные инвестиции, которые будут способствовать сокращению выбросов углекислого газа и загрязнения окружающей среды, повышению энергоэффективности и эффективности использования ресурсов, а также предотвращению потери биоразнообразия и экосистемных услуг [3].

Для стран Европейского региона с более высоким уровнем доходов «зеленый» переход будет означать поддержание сложившегося высокого уровня человеческого развития с гораздо меньшим экологическим следом. Для стран-экспортеров энергии задача будет состоять в сокращении использования ископаемого топлива в рамках консолидации человеческого развития. Для стран с низким уровнем доходов основной задачей будет сохранение низкого уровня экологического следа в рамках ускорения темпов устойчивого экономического роста и развития человеческого капитала.

Мы можем наблюдать несколько тенденций в рамках устойчивого развития.

Тенденции в области выбросов парниковых газов. В Европейском регионе исторически сложился высокий уровень выбросов парниковых газов (ПГ), который способствует глобальному потеплению. В настоящее время около половины мировых выбросов парниковых газов приходится на данный регион.

В регионе также были предприняты важные шаги для уменьшения деградации окружающей среды, которые привели к впечатляющим результатам: улучшению качества воздуха в городах; поэтапному отказу от озоноразрушающих веществ; расширению использования возобновляемых источников энергии; улучшению управления водными ресурсами, а также расширению охраняемых

территорий. Большинство стран региона подписали или являются сторонами основных глобальных и региональных конвенций и протоколов об охране окружающей среды и изменении климата.

Тенденции в области биоразнообразия. Четверть всех лесов мира находится в Европейском регионе, из которых примерно 4/5 в Российской Федерации. Общая площадь охраняемых лесов составляет примерно 40 млн га, 17,5 млн из которых находятся в Российской Федерации. Леса обеспечивают такие водосборные услуги, как хранение, очистку и выпуск воды в поверхностные водоемы и подземные водоносные горизонты, а также способствуют замедлению эрозии и опустынивания. Площадь лесов расширяется в основном за счет масштабных программ облесения и лесовозобновления. Однако, лесной покров в большинстве этих стран остается незначительным и должен конкурировать с другими видами землепользования.

Разнообразные морские и прибрежные экосистемы региона, от Средиземного моря до Арктики, также находятся под угрозой, во многом из-за чрезмерной эксплуатации рыбных ресурсов. Около 45% от оценочных запасов рыбы в Европе находятся под угрозой исчезновения в результате неэффективного рыболовства. В то же время, воздействие изменения климата становится все более очевидным в последние годы [4].

По всей Европе были определены сельскохозяйственные территории высокой природной ценности и существуют опасения, что без надлежащих стимулов для фермеров, эти районы с высоким уровнем биоразнообразия могут быть утрачены. Агроэкологические меры и другие механизмы стимулирования в рамках Общей сельскохозяйственной политики ЕС обеспечивают стимулы для сохранения биоразнообразия и устойчивого ведения сельского хозяйства, но они редко встречаются в странах Восточной Европы и Азии.

Тенденции в области управления водными ресурсами. В большей части Европы за последние 20 лет качество воды улучшилось благодаря более эффективному регулированию, инвестициям в очистные сооружения, в основном в Западной Европе, в том числе в новых государствах-членах. Во всем регионе производство стало чище, что привело к уменьшению загрязнения от промышленных предприятий.

Дания имеет репутацию мирового лидера в сфере освоения альтернативных источников энергии и реализации задач устойчивого развития. Удачный пример – город Сённерборг, который планирует достичь углеродной нейтральности к 2029 году. Проект (Project Zero) предполагает активную координацию усилий местного бизнеса и жителей, а также финансовое партнерство местного муниципалитета и датских энергетических компаний. По данным наблюдателей, контролирующих переход к углеродной нейтральности, к сегодняшнему дню выбросы двуокиси углерода в городе сократились на 40%. Властям предстоит найти решение в отношении остающихся 700 тысяч тонн. Большие надежды связаны с новым ветропарком, который к 2025 году позволит избавиться от 300 тысяч тонн выбросов. Проект накладывает обязательства не только на местный бизнес, но и на горожан. Задача номер один – перевести жилищный фонд на безопасные платформы энергообеспечения. В числе решений – электричество из возобновляемых источников, обращение к фотовольтаике. В авангарде перехода на новый тип энергопотребления социальные кварталы города. В Сённерборге проект перехода к углеродной нейтральности предполагает сближение промышленных потребителей энергии с ее поставщиками. К примеру, в городе строятся два предприятия по производству биогаза. В качестве сырья здесь используют отходы сельхозкомпаний и жилых кварталов [5].

Технологии и традиции создают сельское хозяйство будущего, которое предполагает новую модель европейского сельского хозяйства, гарантируя прибыльное производство, здоровую пищу и устойчивый подход. Для этого разработана европейская стратегия «От фермы до стола», предполагающей объединение инновационных методов производства и передовых технологий, которые позволяют добиться здоровой и экологически чистой системы питания. Пример «Фермы будущего» находится в Лелистаде (Нидерланды), где исследователи из Вагенингенского университета разрабатывают экосистему решений для фермеров. Программа реализуется в партнерстве с финансируемым ЕС проектом Nefertiti, который направлен на стимулирование внедрения инноваций для более конкурентоспособного, устойчивого и экологически безопасного сельского хозяйства. Еврокомиссия в рамках стратегии «От фермы до стола» стремится провести интернет в сельской местности к 2025 году.

В рамках программы Under Horizon Europe ЕС предлагает потратить 10 миллиардов евро на НИОКР в области продуктов питания, биоэкономики, природных ресурсов, сельского хозяйства, рыболовства, аквакультуры и окружающей среды, а также на использование цифровых технологий и природных решений для агропродовольственного сектора. Вдохновленные циклической биомоделью

перехода к климатически нейтральным стандартам исследователи «Фермы будущего» внедряют несколько решений для производства возобновляемой энергии для техники. На фермах уже установлены солнечные батареи, вырабатывающие электричество, но предстоящий проект будет максимально использовать потенциал ветряных мельниц. Речь идет о заводе по производству водородного топлива, который будет работать за счет ветряной энергии. Ветряные турбины часто производят излишки энергии, которые невозможно хранить, в этих случаях ветряные мельницы останавливаются. Таким образом, электричество, производимое ветром, можно инвестировать в производство водорода посредством электролиза, который можно легко хранить.

Сокращение пищевых отходов. Снижение вдвое пищевых отходов на душу населения в розничной торговле и на уровне потребителей – одна из основных задач ЕС на 2030 год в рамках целей в области устойчивого развития. Евросоюз также взял на себя обязательство сократить потери продуктов питания в цепочках производства и поставок продуктов питания. В рамках этой стратегии ЕС также стремится повысить продовольственную безопасность и сделать здоровые и устойчивые продукты питания более доступными для всех европейцев.

Поскольку пищевых отходов в разных регионах очень много, существуют различные способы борьбы с ними. Примером борьбы с пищевыми отходами является немецкая некоммерческая организация *Restlos Glücklich*, выступающая за более устойчивое потребление продуктов питания [6]. Они забирают в магазинах продукты питания, срок годности которых близок к истечению или которые выглядят непривлекательными, используя их для образовательных проектов. В своей штаб-квартире в Берлине они учат людей готовить хорошую и полезную еду благодаря такой «восстановленной» пище. Демонстрация того, как дать новый шанс «недооцененным» ингредиентам, это один из способов сократить количество пищевых отходов. Рассмотрим пример того, как вести бизнес, избегая пищевых отходов. Супермаркеты *Sirplus* в Берлине продают продукты питания, которые выглядят непривлекательно, имеют неправильную маркировку, просрочены или близки к этому. Все они проверяются на предмет безопасности для употребления перед продажей в супермаркете или через Интернет. Супермаркет также продает товары благотворительным организациям, управляющим центрами для беженцев и бесплатными столовыми, которым нужна дешевая еда. Продаваемые здесь продукты могут быть на 70% дешевле, чем в обычных супермаркетах [7].

В России необходимость радикальных изменений в модели мирового развития и страны также осознается. Для России само понятие «зеленая экономика» является новым, и оно фактически не используется в официальных документах. Тем не менее намеченные страной цели на ближайшие 10–20 лет во многом корреспондируют с целями перехода к зеленой экономике. Это отражается в общей политике использования ресурсов и охраны окружающей среды на перспективу, имеющихся правовых и экономических инструментах. Для перехода к «зеленой» экономике России понадобится долгий период трансформации и модернизации существующей модели экономического развития. В связи с этим важной задачей является снижение издержек такого перехода и радикальное повышение эффективности использования природных ресурсов. Здесь можно выделить два направления.

Во-первых, необходимо усилить действенность государственного регулирования природопользования в сфере добычи и использования ресурсов. Во-вторых, важную положительную роль в переходном периоде могут сыграть создание конкурентной среды, обострение конкуренции между производителями, уход от преобладающего сегодня монополизма в энергетике и всей экономике. Облегчить и ускорить переход к «зеленой» экономике государство может с помощью экологически устойчивых / сбалансированных экономических реформ и создания соответствующей экономической среды на макроуровне.

Повестка дня на период до 2030 года – это далеко идущий план масштабных преобразований, включающий 17 взаимосвязанных и неразделимых целей и задач в области устойчивого развития. Важно отметить, что эта повестка дня универсальна и касается всех стран.

Повестка дня в области устойчивого развития на период до 2030 года была разработана для того, чтобы добиться улучшения жизни и будущего всех людей во всем мире. Благодаря этому сегодня в распоряжении мирового сообщества имеются не только принятые Генеральной Ассамблеей и Советом Безопасности резолюции по поддержанию мира, но и «дорожные карты». Устойчивое и всеохватное развитие — это не только самостоятельная цель, но и наилучший из имеющихся в распоряжении международного сообщества инструментов предупреждения возникновения самых разных проблем.

Для достижения Целей в области устойчивого развития необходимы совместные усилия правительств, частного сектора, гражданского общества и жителей Земли.

Литература

1. Долгушева А.В. Региональная экономика и управление : учеб.-метод. пособие. Благовещенск : Из-во Амур, гос. ун-та, 2010. 156 с. URL: http://irbis.amursu.ru/DigitalLibrary/AmurSU_Edition/6344.pdf (дата обращения: 14.04.2021).
2. Плисецкий Е.Л. и др. Региональная экономика : учебник. М. : Юрайт, 2015. 584 с.
3. Чернышев К.А. Типология депрессивных регионов в социально-экономических исследованиях. 2015. № 2. С. 14–20.
4. Европа ускорит движение к целям устойчивого развития ООН. URL: <https://ru.euronews.com/2020/03/11/european-semester> (дата обращения: 14.04.2021).
5. Технологии и традиции создают сельское хозяйство будущего. URL: <https://ru.euronews.com/2021/03/30/ru-farm-to-fork-inno-agri-netherlands> (дата обращения: 15.04.2021).
6. Как сократить количество пищевых отходов и почему это так важно. URL: <https://ru.euronews.com/2021/04/13/how-to-reduce-food-waste-and-why-it-is-so-important> (дата обращения: 15.04.2021).
7. Бережное отношение к еде – подспорье климату. URL: <https://ru.euronews.com/2021/04/13/let-s-save-food-for-the-climate> (дата обращения: 16.04.2021).

Рынок маркетинговых услуг в России: тенденции и перспективы развития

П.Р. Горина, студент, 3-й курс, ИЭМ ТГУ

Научный руководитель: канд. экон. наук И.В. Краковецкая
E-mail: gorina.p@icloud.com

Маркетинг затрагивает жизнь каждого из нас. Маркетинг включает в себя широкий спектр деятельности, включая исследования рынка, разработку продуктов, ценообразование, продвижение и сбыт. Маркетинговые исследования – это систематический поиск, сбор, обработка, анализ и уточнение внутренней и внешней информации, необходимой для использования маркетинговых инструментов, созданных рынком [2].

Аналитическая функция маркетинга связывает потребителей, конкурентов и общественность с маркетологами через информацию, которая используется для достижения следующих целей:

- признание и идентификация возможностей и проблем;
- разработка, оптимизация и оценка маркетинговых кампаний;
- определение эффективности комплекса маркетинга.

Маркетинговые исследования связаны с принятием решений по всем аспектам маркетинговой деятельности, они снижают уровень неопределенности и касаются всех элементов комплекса маркетинга, внешней и внутренней среды предприятия.

Компания может проводить маркетинговые исследования самостоятельно, или обратиться к услугам специализированных организаций. Наиболее типичными задачами маркетологов являются: изучение характеристик рынка, измерение потенциала рынка, анализ распределения долей рынка между компаниями, анализ продаж, изучение тенденций бизнеса, изучение продукции конкурентов, краткосрочное прогнозирование, изучение реакции на новый продукт и его объем, долгосрочный прогноз, изучение ценовой политики.

Стоит отметить, что в практике зарубежных фирм постоянно отслеживаются ежемесячные данные о емкости рынка и доле фирм. Эти индикаторы воссоздают целостное представление о состоянии рынка и во многом определяют всю маркетинговую деятельность. Они необходимы для адаптации к рыночным условиям и разработки стратегии выхода на рынок или увеличения доли рынка.

Сегодня маркетинговые исследования рынка являются важнейшим источником информации о внешней операционной среде любой компании. В процессе маркетингового исследования рынка решается множество задач, основные из которых рассматриваются [2]:

- 1) определение общей емкости рынка;
- 2) расчет рыночной доли предприятия, выступающего в качестве заказчика исследования или самостоятельно его проводящего;
- 3) анализ спроса и потребительского поведения в целом;
- 4) изучение рыночных поставщиков – конкурентов продукции;
- 5) сегментация рынка;
- 6) анализ каналов сбыта и общей эффективности их использования и пр.

Рынок маркетинговых услуг в России является крайне разнородным: здесь тысячи игроков, которые занимаются различным видом деятельности: аналитика, разработка маркетинговой стратегии,

SEO и работа с сайтом, ведение контекстной рекламы, медийная реклама, работа с репутацией, SMM, E-mail маркетинг, видеореклама, спецпроекты и бизнес-консалтинг.

Традиционно в конце года эксперты из всех отраслей подводят итоги и пытаются спрогнозировать будущее своих секторов. В большинстве случаев прогнозы, основанные на данных, сбываются и позволяют выявить тенденции и оценить степень их влияния на рынок. Объем рынка маркетинговых услуг по итогам 2018 года составил около 328 млрд рублей. Это на 13% больше, чем за соответствующий период прошлого года [1]. Объем рынка маркетинговых услуг, по данным Российской ассоциации маркетинговых услуг (РАМУ), достиг 60,6 млрд рублей.

Сегодня современный маркетинг движется в сторону цифровизации. По мнению экспертов интернет-технологии в 2021 году окажут значительное влияние на стратегии компании. Во всем мире растет число пользователей мобильного Интернета и социальных сетей. В результате эффективность встроенных видео и нативной рекламы увеличивается.

Количество рекламодателей в малых городах уже превышает столичный. По данным аналитиков Яндекса, четверть всех доменов, использующих контекстную рекламу, была представлена исключительно региональной аудиторией. Это связано как с растущим осознанием важности интернет-рекламы местными рекламодателями, так и с массовой экспансией крупных агентств на региональные рекламные рынки.

Сегодня цифровой маркетинг использует все доступные цифровые каналы для продвижения конкретных компаний, брендов или любого продукта. Инструменты здесь – это все, что нас окружает в повседневной жизни, и источник информации - от обычных радио- и телестанций - до Интернета, мобильных приложений и онлайн-игр.

Основными игроками на рынке маркетинговых услуг в России являются: ГФК, КОМКОН, TGI, РОМИР, Группа компаний monitoring.ru, RLMS. Данные компании занимаются как исследованиями поведения потребителей, так и рынка в целом.

В целом, если оценивать рынок маркетинговых услуг, можно сказать, что это сектор, наиболее диверсифицированный в Москве и Санкт-Петербурге, что, очевидно, связано с динамикой экономического развития страны. В областных центрах преобладают две-три исследовательских компании. Они контролируют рынок заказов и живут за счет организации и проведения маркетинговых исследований.

Существует три «современных» взгляда на российский маркетинг [3]:

1. Ориентация на продажи (сбыт) как основа прибыли. В основе – коммерция. Массовое понимание: продавать товар. Основные средства: цена, распределение, реклама. Менталитет конъюнктуры рынка, рыночной ситуации (принцип «догонять рынок»).

2. Ориентация на спрос как основа прибыли. Удовлетворять рыночный спрос в условиях конкуренции. Менталитет запросов рынка. Основные средства: товар, цена, реклама (принцип «соответствовать рынку»).

3. Ориентация на ценности как основа прибыли. Выявлять и удовлетворять постоянно растущие потребности. Постоянно совершенствовать продукт, услугу. Менталитет ценностей для рынка. Основные средства: формирование взаимовыгодных партнерских взаимоотношений (принцип «упреждать рынок»).

На конец 2020 года расходы на рекламу в интернете в России составили 244 млрд рублей, что соответствует увеличению на 20% и половине всех рекламных бюджетов страны. Об этом свидетельствует Ассоциация российских коммуникационных агентств (АКАР) [4].

В течение 2020 года бюджеты на интернет-рекламу росли только от квартала к кварталу. Субсегмент видео рекламы быстро рос. Компании потратили 103,7 млрд рублей (+ 17%) на контекстную рекламу, 14,7 млрд рублей (+ 23%) на видео (в потоке), тогда как эксперты классифицировали категорию «прочее» на 125,5 млрд рублей (+ 23%). Рекламные бюджеты, связанные с интернет-услугами, в 2020 году увеличились на 21% по сравнению с 2019 годом, достигнув 213 миллиардов рублей [3].

Выручка от телеканалов, основной платформы, используемой производителями для продвижения своих товаров повседневного спроса, в 2020 году упала на 6%, до 175 млрд рублей [4].

С появлением Интернета электронная коммерция приобретает все большее значение в экономике – это форма доставки товаров, при которой товары отбираются и заказываются через компьютерные сети. Интернет – это новое слово в сфере общения. Обеспечивает мгновенный доступ к любому информационному ресурсу. Интернет сам по себе является огромным и оперативным источником информации. Почти каждая западная организация, компания или компания имеет свое представительство в сети [5].

В связи со сложившейся эпидемиологической ситуацией в стране необходимо заботиться не только о клиентах, но и о сотрудниках. Поэтому многие компании перешли на удаленную работу. Среди них Twitter, Google и другие гиганты. На удаленное обучение перешли школьники и студенты.

Сегодня любая уважающая себя компания в России и странах СНГ должна иметь собственный сайт, чтобы в скором будущем не оказаться вне мирового бизнеса. Создавая свой сайт, компании и индивидуальные представители приобретают уникальную возможность рассказать о себе всему миру.

Нынешний кризис, обусловленный коронавирусной инфекцией, заставит многие компании скорректировать свои стратегии и интернет - маркетинговые планы. Большой ошибкой будет полностью отказаться от продвижения, поскольку для рынка, кризис — это не гибель, а изменяющаяся среда. Кто сможет приспособиться к изменениям и главное — подготовиться к следующему этапу, того ожидает успех. Но действовать нужно осмотрительно и с прицелом на будущее.

Литература

1. Арёхина Е.А. Анализ рынка маркетинговых услуг и условия их формирования в 2018 году // Молодой ученый. 2019. № 7 (245). С. 9–11. URL: <https://moluch.ru/archive/245/56542/> (дата обращения: 12.04.2021).
2. Багиев Г.Л., Успенский И.В., Ченцов В.И. Интерактивные модели маркетинговых решений на виртуальных рынках. СПб. : СПГУЭиФ, 2020. 152 с.
3. Дурович А.П. Маркетинг в предпринимательской деятельности. Минск : Финансы, учет, аудит, 2019. 464 с.
4. Кент П. Internet / пер. с англ. В.Л. Григорьева. М. : Компьютер, 1996. 368 с. (Компьютерный мир XXI века).
5. Панкрухин А.П. Маркетинговые исследования: вчера, сегодня, завтра // Практический маркетинг. 2019. № 11. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/marketingovye-issledovaniya-vchera-segodnya-zavtra> (дата обращения: 12.04.2021).

Меры поддержки малого и среднего бизнеса для преодоления последствий новой коронавирусной инфекции

И.В. Макаров, студент, 3-й курс, ИЭМ ТГУ

Научный руководитель: канд. экон. наук И.В. Краковецкая
E-mail: vanya-makarov-00@bk.ru

Малые и средние предприятия (МСП) – это предпринимательская деятельность, осуществляемая юридическими лицами (потребительскими кооперативами, коммерческими организациями, за исключением совместных государственных и муниципальных предприятий) и физическими лицами (индивидуальными предпринимателями), с тем чтобы не превышать пределы, установленные критериями.

Развитие малого и среднего предпринимательства оказывает влияние на развитие экономики страны. Малый бизнес обеспечивает гибкость, необходимую для рыночной экономики в целом, благодаря быстрой реакции на изменения рыночных условий, а также способствует развитию конкурентной среды и, таким образом, снижает степень монополизации экономики. Из-за своего небольшого размера и разнообразия, малые предприятия монополизировать гораздо сложнее, чем массовые производства крупных предприятий [5].

В России насчитывается почти 6 млн субъектов МСП. За 2016–2019 гг. численность МСП существенно не изменилась, а оборот рос в среднем на 9% [3].

При этом 57% от суммарного оборота сектора МСП занимается торговлей. На долю обрабатывающих производств приходится – 10,6%. Четверть от не торговой части сектора МСП составляет отрасль строительства, еще одну четверть – обрабатывающие производства. Доли от 5% до 10% неторгового оборота занимают сектора деятельности по операциям с недвижимым имуществом (9,8%), транспорта и хранения (8,9%), профессиональной, научной и технической деятельности (8,0%), сельского хозяйства и рыболовства (5,3%) [3].

Развитие малого и среднего бизнеса оказывает большое влияние на развитие экономики страны, так как является одним из основных и массовых секторов экономики.

Но, начиная с 2020 г. количество МСП стало сокращаться, как и ключевые показатели их деятельности [3].

Вспышка заболевания COVID-19 привела к довольно серьезным изменениям во всех сферах жизни современного общества. В значительной степени эпидемиологический кризис 2020 года нанес серьезный ущерб главным сферам народного хозяйства, и, прежде всего, экономике России.

Введенные карантинные меры, как правило, затронули сферы бытовых рыночных услуг, как общественного питания и розничной торговли непродовольственными товарами, внутреннего и иностранного туризма, гостиничного хозяйства, городского и межгородского пассажирского транспорта.

В меньшей степени, ограничения коснулись отраслей реального сектора экономики. Ввиду чего на федеральном уровне были приняты отдельные меры для поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства.

Малый и средний бизнес оказался в ситуации, когда система поддержки предпринимательства стала весьма малоэффективной и не позволяет, тем самым, сохранить бизнесу его текущее состояние без каких-либо потерь. Ситуация осложняется еще также тем, что в настоящее время невозможно с точностью спрогнозировать и рассчитать все убытки компаний.

Можно назвать следующие ключевые виды поддержки малого и среднего предпринимательства в условиях пандемии COVID-19. Их можно разделить на две основные категории, а именно, финансовые и нефинансовые.

Заседание Правительственной комиссии по развитию малого и среднего предпринимательства в связи со сложившимися условиями в стране приняли ряд мер.

Во-первых, это предоставления шестимесячной отсрочки по всем налогам, кроме налога на добавленную стоимость. А для микропредприятий – ещё и отсрочки по страховым взносам в социальные фонды. Для всех других субъектов малого и среднего предпринимательства ставка таких взносов была снижена в два раза с той суммы, которая превысит МРОТ.

Во-вторых, был введен мораторий на начисление штрафов до конца 2020 года. Если они уже были начислены, то начиная с 1 апреля 2020 года их оплату стало возможным отложить – также до конца года. Одновременное снижение налоговых платежей и двукратное сокращение страховых взносов помогут сохранить уровень занятости и в целом поддержат бизнес. Также принято решение о временной отсрочке платежей для малого и среднего бизнеса при аренде государственного и муниципального имущества, а также за коммерческие площади в торговых центрах [4].

В настоящее время действуют различные фонды по поддержке отечественного бизнеса, каждый из которых самостоятельно устанавливает размер ставки и диктует свои условия. Как правило, ставки снижены для субъектов малого и среднего бизнеса, которые ведут свою деятельность в сфере инноваций, производства и социально-ориентированного предпринимательства.

Субсидирование части затрат зачастую оказывается производственным организациям с целью возмещения затрат по оплате лизинговых платежей, либо же процентов по кредитам, которые были взяты на строительство либо приобретение основных средств. Заявление о получении субсидии подается через личный кабинет налогоплательщика на сайте Федеральной налоговой службы либо же почтой.

Были расширены кредитные продукты, которые уже были созданы для небольших компаний. Для этого существенно были упрощены требования для подключения к программе льготного кредитования. Разрешается рефинансировать не только займы на инвестиции, но и те, которые бизнес взял для обеспечения производства. Была представлена докапитализация региональных гарантийных фондов и государственных микрофинансовых организаций.

В числе первоочередных мер также продление моратория на плановые проверки бизнеса. Снижение административной нагрузки приведет к продлению действия лицензий и иных разрешений.

Банк России принял целый ряд мер, которые направлены на сохранение уровня кредитования малого и среднего бизнеса. В том числе снижена регуляторная и надзорная нагрузка на банки.

Банки и микрофинансовые институты реструктурируют займы малому и среднему бизнесу без создания дополнительных резервов и без ограничения отраслей. Реструктуризация кредита не приведет к ухудшению их кредитной истории и не повлияет на индивидуальный кредитный рейтинг гражданина.

Планируется предоставить малым и средним предприятиям специальный кредитный продукт. Это беспроцентный заем на неотложные нужды, в первую очередь – на выплату заработной платы сотрудникам. Для этого запущена программа субсидирования кредитов с нулевой ставкой для предпринимателей. Главное условие такого кредитования – это сохранение численности работников.

Программа по заработной плате предлагает тем субъектам малого бизнеса, кто хоть раз уплачивал налоги, дать возможность взять кредит под 0%. При этом максимальная величина кредита будет определяться исходя из численности занятых и минимального размера оплаты труда в расчёте на шесть месяцев. То есть как минимум МРОТ на шесть месяцев – такой ресурс у предприятий должен быть, и это стало возможным благодаря принятому решению о том, что 75% гарантийного покрытия возьмёт на себя государство. Были снижены ставки для банков с 6% до 4% [4].

Предусмотрены кредитные каникулы, которые предполагают перенос каждого платежа на полгода и при этом процентные платежи будут тоже распределены: треть субсидируется за счёт федерального

бюджета, треть берут на себя кредитные организации благодаря тому, что со стороны Банка России предоставлена дополнительная ликвидность под 4%, треть берёт на себя заёмщик [4].

Было разрешено предоставление кредитов на оборотные цели торговым микропредприятиям. В том числе эти меры были распространены и на те предприятия, которые работают с подакцизными товарами. В дополнение к кредитам на инвестиционные цели было разрешено также рефинансирование кредитов на оборотные цели.

Что касается нефинансовых мер поддержки малого и среднего предпринимательства, то принято решение о полугодовом моратории на банкротство. Предусмотрены существенные изменения в законодательстве о госзакупках, которые действовали до конца 2020 года. Если поставщик не сможет закрыть контракт, то сроки его исполнения могут быть скорректированы. А штрафные санкции применяться не будут.

К нефинансовым видам поддержки малого и среднего бизнеса следует отнести разнообразные консультации по вопросам маркетинга, патентно-лицензионного сопровождения финансового планирования, а также ведения бизнеса и правового обеспечения предпринимательской деятельности в нашей стране, организация конференций, форумов на дистанционной основе для малого и среднего предпринимательства, оказание помощи в выдвигании товаров на экспорт в условиях пандемии, организация семинаров, тренингов на дистанционной основе; проведение выставок для товаров и услуг субъектов малого и среднего предпринимательства [4].

Тем не менее, несмотря на поддержку со стороны государства субъектов малого и среднего бизнеса, ограничительные меры, введенные на фоне пандемии COVID-19, оказали внушительное влияние на развитие предпринимательства, что в итоге привело к целому ряду негативным экономическим тенденциям. Такие негативные тенденции обусловлены, прежде всего, тем, что помимо уже имеющихся проблем, существенно ограничивающих развитие отечественного предпринимательства, появились совершенно новые, вызванные распространением COVID-19.

Государство, общество и предпринимательство оказались в весьма сложной ситуации. Невзирая на то, что государство создает все условия, которые безусловно помогают сохранить и поддержать субъекты малого и среднего бизнеса, эффективность предоставляемых мер весьма неоднозначна.

Литература

1. О развитии малого и среднего предпринимательства в РФ от 24.07.2007 № 209-ФЗ // КонсультантПлюс : справочная правовая система. URL: <http://www.consultant.ru> (дата обращения: 10.03.2021).
2. Федеральная служба государственной статистики : официальный сайт. URL: <http://www.gks.ru> (дата обращения: 10.03.2021).
3. Балдина Ю.А. Роль и место субъектов малого и среднего предпринимательства в современных экономических условиях // Вестник Удмуртского университета. Сер. Экономика и право. 2018. № 4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-i-mesto-subektov-malogo-i-srednego-predprinimatelstva-v-sovremennyh-ekonomicheskikh-usloviyah> (дата обращения: 10.03.2021).
4. Виленский А.В. Российское малое и среднее предпринимательство в начале коронавирусного кризиса: федеральный и региональный аспекты // Вестник Института экономики Российской академии наук. 2020. № 4. С. 46–57.
5. Суворова М.Д., Суджаева Г.И. Проблемы функционирования малого бизнеса в России в современных условиях // Научные исследования и разработки. Экономика фирмы. 2020. № 2. С. 13–16.

Экологизация цепей поставок в рамках циркулярной экономики

М.С. Волоскова, магистрант, 1-й курс, ИЭМ ТГУ

Научный руководитель: д-р экон. наук, доцент О.П. Недоспасова
E-mail: mvoloskova11@gmail.com

В силу развивающегося с каждым годом стремления использовать окружающую среду разумно и эффективно, обеспечивая при этом будущую стабильность поколений, необходимо уже сейчас создавать условия для ее охраны и защиты. В настоящее время все большее количество организаций поддерживают дух экологизации. Это связано не только со стремлением обеспечить достойное отношение к окружающей среде, но и с желанием компаний получить выгоду от увеличения эффективности и снижении издержек. Данная тенденция охватывает разные аспекты деятельности организации, в том числе и логистическую, являющуюся связующим звеном между производством и сферой обращения. В настоящее время логистика приобретает все большее значение в процессе реализации деятельности компании, осуществляя перемещение материальных потоков посредством транспортировки, складирования,

консолидации грузов, таким образом являясь неотъемлемой частью процесса формирования ценности конечного продукта или услуги. Опыт зарубежных стран позволяет констатировать, что применение ресурсосберегающих технологий в логистике позволяет сократить запасы материалов на 40–60%, ускорить оборачиваемость оборотных средств на 20–40%, сократить транспортные расходы на 7–20%, снизить расходы на погрузочно-разгрузочные и складские работы на 15–30% [1. С. 34].

Процесс экологизации логистики компании отождествляют с термином «зеленая» логистика, появившимся в конце 80-х – начале 90-х годов прошлого столетия. На современном этапе «зеленая» логистика рассматривается как практика управления цепями поставок с ориентацией на снижение экологической нагрузки и имеет большое количество различных модификаций (логистика обратных потоков, логистика рециклинга, реверсивная логистика, экологистика, логистика переработки и утилизации отходов, управление обратными цепями поставок и тому подобное). На данный момент существует множество определений термина «зеленая» логистика. Все они являются близкими по сути и непротиворечивыми. Наиболее точное определение дано Зарецкой Л.М. [3. С. 94]: «научно-практическая деятельность, предполагающая формирование эффективного механизма интеграции экологического и социально-экономического аспектов на всех этапах планирования, проектирования и управления цепями поставок товаров с целью минимизации эколого-экономического ущерба и повышения потребительской ценности продукции с помощью применения энерго- и ресурсосберегающих технологий логистики». С этой точки зрения экологизация логистики рассматривается как результат синергетического эффекта экологической и социально-экономической составляющей организации, посредством внедрения энерго- и ресурсосберегающих технологий в деятельность.

Экологизация логистики компаний является особенно актуальной в эпоху перехода от линейной экономики к циркулярной или экономике замкнутого цикла, которая является самовосстанавливающейся по своей природе и работает за счет снятия жесткой причинно-следственной зависимости между ростом (производства) и потребностью в ресурсах [9. С. 21]. Переход к циркулярной экономике рассматривается как часть Четвертой промышленной революции, благодаря которой процесс пользования ресурсами станет более рациональным. Данная трансформация экономики подразумевает совместное пользование продукцией и покупку услуг, а не товаров. Компании повторно используют материалы, продукция на выходе рассчитана на длительный срок службы, при этом в ходе производства количество отходов сводится к минимуму (рис. 1). Основными принципами циркулярной экономики является возобновление ресурсов, переработка вторичного сырья, а также переход на возобновляемые источники энергии (использование ветрогенераторов, ветряных мельниц, энергии водного потока, солнечных батарей и тому подобное).



Рис. 1. Концепция циркулярной экономики [6. С. 31]

Идея циркулярной экономики охватывает все большее количество стран. В 2015 году на генассамблее ООН были приняты цели в области Устойчивого Развития (ЦУР), призывающие к необходимости перехода с традиционной модели производства, функционирующей по принципу «добыть, использовать, выбросить», на новую модель – циркулярную экономику. Если говорить о России, то в качестве примера хотелось бы привести продовольственный сектор, где на данный момент треть всех производимых продовольственных товаров пропадает или идет в отходы, что является угрозой продовольственной безопасности и питания, а также усиливает экологическую нагрузку. По данным 28-й Международной специализированной выставки «Ураковка 2020» энергия, используемая для

производства продовольствия, попадающего в конечном счете в отходы, составляет примерно 10% от общего энергопотребления в мире, а ежегодный объем парниковых газов достигает 3,5 гигатонн в эквиваленте CO₂ [8]. В настоящее время в России реализуется национальный проект «Экология» на период с 2019 по 2024 г., включающий в себя 11 федеральных проектов («Чистая страна», «Комплексная система обращения с ТКО», «Инфраструктура для обращения с отходами 1–2 класса опасности», «Чистый воздух», «Чистая вода», «Оздоровление Волги», «Сохранение озера Байкал», «Сохранение уникальных водных объектов», «Сохранение биологического разнообразия и развития экологического туризма», «Сохранение лесов», «Внедрение наилучших доступных технологий»).

Однако не только государство предъявляет новые требования к организациям. Потребитель также осознает важность сохранения и бережного отношения к окружающей среде, поэтому все чаще отдает предпочтение продукции или услугам экологически ответственных организаций. По данным аналитической компании Nielsen Media Research 73% участников онлайн-исследования готовы поменять потребительские привычки в случае, если это уменьшит негативное влияние на экологию. В настоящее время потребитель готов заплатить большую сумму за органическую продукцию (41%), товары, не наносящие вред природе (38%) и поддерживающие социальную ответственность (30%) [10]. Исходя из данных можно сделать вывод о трансформации потребительского поведения в области устойчивого развития, что соответственно оказывает влияние на экологическую политику компании в целом и экологизацию логистики в частности. В связи с этим субъектам бизнеса, необходимо акцентировать внимание на развитие «зеленой» логистики, посредством применения ресурсосберегающих технологий и экологической оценкой воздействия на окружающую среду процессов переработки ресурсов.

В целях улучшения качества логистики, посредством ее «озеленения» компании необходимо системно подойти к реализуемой логистике в настоящий момент, обратить внимание на основные отрасли: логистика снабжения, информационная логистика, производственная логистика, логистика складирования, распределительная логистика, транспортная логистика. Каждое из этих направлений чаще всего подразумевает внедрение особых технологий в рамках экологизации (рис. 2).

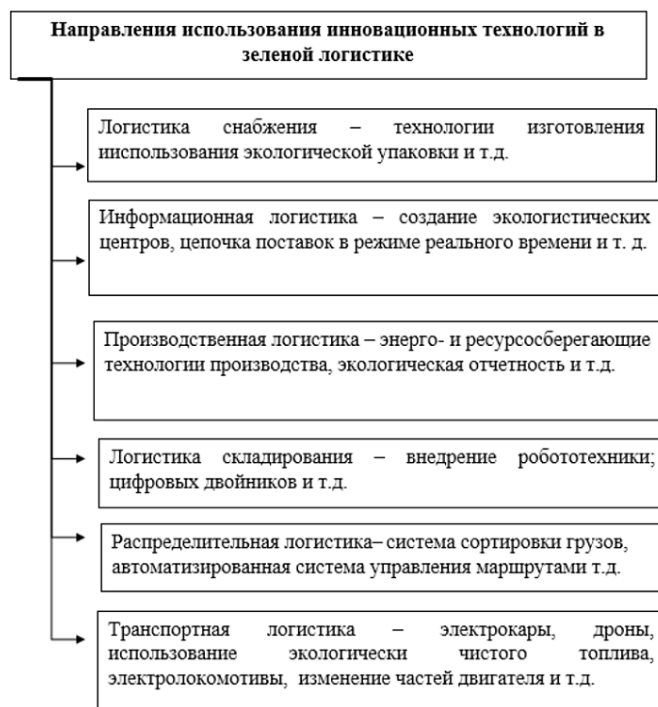


Рис. 2. Направления использования инновационных технологий в «зеленой» логистике [4. С. 128]

Подобные инновационные технологии играют особую роль в экологизации логистики. И все это благодаря всеобъемлющей цифровизации общества. Интеграция двух направлений (экологизации и цифровизации) в настоящее время вышла за пределы просто информационно-коммуникативных технологий. Цифровые решения внедряются во всех звеньях цепи поставок. В России цифровые технологии крайне затронули процесс транспортировки. В качестве примера можно привести реализацию программы «Цифровая экономика», основанную на цифровых системах и инфраструктуре ОАО «РЖД»

в период с 2019 по 2022 г. Целевое назначение данной программы – разработка и запуск единой платформы транспортного комплекса, позволяющей отслеживать перемещение грузов в реальном времени, а также формировать документационное обеспечение [7. С. 94]. О необходимости снижения количества бумажной документации говорят и в ПАО «Мегафон». Сравнительно недавно компания запустила проект «Без бумаг – 2020». С помощью системы электронного документооборота «Контур.Диадок» в части управления персоналом удалось перейти на безбумажное заключение трудовых договоров, перемещение товарно-материальных ценностей, заполнение авансовых отчетов, а также внедрение цифровой подписи.

Таким образом, экологизация логистики в настоящее время стремительно проникает в деятельность компаний. Этому способствует не только желание возможного сокращения издержек и меняющееся представление общества об охране окружающей среды, но и всеобщий переход к циркулярной экономике. По моему мнению в скором времени каждая организация будет вынуждена рассмотреть возможность внедрения «зеленой» логистики в свою деятельность, а проникающая во все сферы жизни цифровизация, поддержит этот переход. Однако, следует отметить отсутствие системного рассмотрения проблемы экологизации логистической деятельности.

Литература

1. Борисова В.В, Кононенко Е.С. Логистика и ресурсосбережение. Ростов н/Д : Изд-во РГЭУ «РИНХ», 2003. 159 с.
2. Годовой отчет ПАО «Мегафон» 2019. URL: https://ar2019.megafon.ru/download/full-reports/customers/ar_ru_annual-report_pages_megafon_2019.pdf (дата обращения: 10.04.2021).
3. Зарецкая Л.М. Исследование возможностей применения «зеленых» технологий при управлении цепями поставок // Торгово-экономический журнал. 2015. Т. 2, № 2. С. 94–98.
4. Кочешнов А.С. Перспективы применения инновационных технологий в зеленой логистике // Russian Economic Bulletin. 2020. Т. 3, № 5. С. 126–131.
5. Национальные проекты: целевые показатели и основные результаты. М., 2019. С. 47–55. URL: <http://static.government.ru/media/files/p7nn2CS0pVhvQ98OOwAt2dzCIAietQih.pdf> (дата обращения: 08.04.2021).
6. Ратнер С.В. Циркулярная экономика: теоретические основы и практические приложения в области региональной экономики и управления // Инновационная экономика. 2018. № 9 (239). С. 29–37.
7. Теоретические и концептуальные проблемы логистики / М.С. Агабабаев, Е.Г. Вольхин, Т.Е. Евтодиева [и др.]; Межотраслевой науч.-информ. центр Пензенского гос. аграрного ун-та (МНИЦ). Пенза : Пензенский гос. аграрный ун-т, 2019. 152 с.
8. Циркулярная экономика признана инструментом сокращения продовольственных потерь и отходов // Продовольственная и сельскохозяйственная организация Объединенных Наций. 2020. URL: <http://www.fao.org/russian-federation/news/detail/ru/c/1258865/> (дата обращения: 08.04.2021).
9. Шваб К. Четвертая промышленная революция. М. : Эксмо, 2016. 139 с.
10. Эволюция менталитета: как забота об экологии приводит к измеримым успехам // Nielsen. 2018. URL: <https://www.nielsen.com/ru/ru/insights/article/2018/evolyuciya-mentaliteta-kak-zabota-ob-ekologii-privodit-k-uspehu/> (дата обращения: 13.04.2021).

ИННОВАЦИИ И ОБЩЕСТВЕННОЕ БЛАГОСОСТОЯНИЕ

Пандемия COVID-19 – вызов для телемедицинских технологий

О.К. Благовещенская, соискатель, ИЭМ ТГУ

Научный руководитель: д-р экон. наук, профессор Н.А. Скрыльникова

E-mail: 8952807555O@gmail.com

Крупномасштабная пандемия COVID-19 предъявляет необычайные требования к мировым системам здравоохранения. Тяжелая эпидемиологическая обстановка несет беспрецедентные риски для всего населения, в особенности для тех, кто проживает в отдаленных местах без своевременной и высококвалифицированной медицинской помощи [1]. Наиболее подходящим и доступным решением в сложившейся ситуации стала телемедицина.

Всемирная организация здравоохранения в широком смысле определяет телемедицину как предоставление медицинских услуг всеми профессионалами здравоохранения, использующими технологии обмена достоверной информацией для диагностики, лечения и предотвращения заболеваний и травм.

Рынок электронного здравоохранения стремительно развивается, о чем свидетельствуют данные: объем мирового рынка телемедицинских услуг в 2019 г. составил \$45 млрд. В ближайшее время он будет расти в среднем на 19,3% в год и может превысить \$175 млрд к 2026 г. И, если за 2019 год объем российского телемедицинского рынка оценивается в 1,5 миллиарда рублей, то к 2025 году он может вырасти более чем в 60 раз, достигнув 96 миллиардов рублей" [4].

До COVID-19 главными барьерами на пути развития рынка телемедицинских технологий были: низкая информированность пациентов, недоверие технологиям [2] и несовершенство правового регулирования. Пандемия COVID-19 обнажила проблемы здравоохранения в большинстве развитых стран. Из-за тяжелой эпидемиологической обстановки мировым системам здравоохранения пришлось оперативно реагировать и принимать соответствующие необычайные меры. Уже в первые недели пандемии в России были предприняты срочные меры по адаптации законодательства в сфере здравоохранения к вызовам COVID-19:

– была легализована дистанционная продажа лекарственных препаратов (стало возможным осуществление дистанционной продажи безрецептурных препаратов при получении официального разрешения надзорного органа на такой вид продажи) [7];

– в Государственную Думу РФ был внесен законопроект, расширяющий возможности телемедицины в период пандемии (например, в условиях необычайной ситуации и (или) при возникновении угрозы распространения заболевания, представляющего опасность для окружающих, устанавливать особенности оказания медицинской помощи с применением телемедицинских технологий) [5];

– федеральный проект модернизации здравоохранения предусматривает предоставление жителям России бесплатных телемедицинских консультаций.

Безусловно, вышеперечисленные законодательные меры способствовали развитию телемедицинских консультаций, но по-прежнему закон не покрывает все спорные вопросы, возникающие в связи с использованием телемедицинских технологий и необходима дальнейшая комплексная работа над совершенствованием законодательства в данном направлении.

Пандемия COVID-19 в значительной степени повлияла на формирование потребности россиян в телемедицинских услугах. Телемедицина позволяет принять следующие меры в борьбе с COVID-19:

1. Для самоизолированных граждан и пациентов, находящихся на домашнем лечении (хронических больных, больных COVID-19 или другими заболеваниями в легкой форме, не требующих лечения в стационаре): дистанционный мониторинг течения заболевания 24/7 и контроль лечения врачом, онлайн общение и видео-консультации. Возможность с помощью онлайн анкет и консультаций определить необходимость в госпитализации и скорой помощи.

3. Для пациентов, перенесших COVID-19 и выписавшихся из стационара: последующее наблюдение лечащим врачом за состоянием здоровья пациента.

4. Для врачей с легкой формой COVID-19: возможность работать с пациентами удаленно, консультировать работающих в стационаре коллег.

5. Для врачей-новобранцев: возможность контролировать информацию через приборную панель / автоматизированную матрицу для оценки ситуации в режиме реального времени (с возможностью вовремя вмешаться в процесс лечения более опытным специалистом), использование электронных учебных пособий и видеотрансляций для ускорения работы новобранцев.

Изменился подход телемедицинских сервисов в предоставлении своих услуг. Некоторые сервисы стали оказывать бесплатные телемедицинские услуги. Например, франко-германская компания Doctolib, которой принадлежит одноименный сервис для связи с различными специалистами сферы здравоохранения, объявила об отмене ежемесячной платы для профессионалов за пользование ее сервисом видеоконсультаций [3]. В России медицинская организация «Доктор рядом» и инвестиционная компания VEB Ventures объявили о запуске пилотного проекта по включению услуг телемедицины в региональные территориальные программы обязательного медицинского страхования [6].

Менее чем за десять лет мир столкнулся с такими болезнями, как вирус MERS, Эбола, вирус Зика и COVID-19. Последний из них ввиду скорости и масштабности распространения особенно показал важность телемедицинских технологий в борьбе с новыми вызовами для системы здравоохранения.

Важно подчеркнуть, что оказание медицинской помощи с применением телемедицинских технологий не является отдельным видом медицинской деятельности: они используются как ее технологическая составляющая. Ключевые заинтересованные стороны должны принять технологию и сделать ее неотъемлемой частью системы здравоохранения. Это поможет работать над повесткой дня в области цифрового здравоохранения, а также подготовиться к возможной чрезвычайной ситуации. Именно такая подготовка позволит избежать коллапса системы здравоохранения в связи с беспрецедентной нагрузкой на лечебные учреждения и медицинских работников, оперативно погасить вспышки заболевания и избежать его стремительного распространения.

Темпы развития телемедицины не должны быть приостановлены или замедлены после того, как мир справится с пандемией. Нельзя оставлять телемедицину на уровне временного решения, так как в случае очередной необходимости это приведет к ожидаемым последствиям – больницы и врачи будут перегружены. Экономия времени, гибкость, обеспечиваемые инструментами телемедицины, принесут пользу пациентам, которым неудобны посещения врача, и пациентам с хроническими заболеваниями, которые могут испытывать панику, дезориентацию и травму во время транспортировки в медицинское учреждение.

Широкое внедрение телемедицинских технологий повысит эффективность системы здравоохранения, а это ключевой фактор успешной борьбы с таким вызовом как пандемия.

Во многих странах борьба с пандемией идет на пределе возможностей, и дальнейшая жизнеспособность системы здравоохранения требует кардинальных перемен. Кризис системы здравоохранения во время пандемии показывает всем его участникам возможности телемедицины, ее удобство и преимущества.

Сейчас перед развитием телемедицины стоят вызовы: поддержит ли законодательство те темпы развития технологии, которые она набирает, на каком уровне будет удовлетворенность потребителей (пациентов) после использования телемедицинских технологий в период пандемии, сохранится ли спрос на том же уровне, что в период пандемии и, в противном случае, какое будет отклонение от спроса в период опасной эпидемиологической обстановки и после ее стабилизации.

Литература

1. Hosh A., Gupta R., Misra A. Telemedicine for diabetes care in India during COVID19 pandemic and national lockdown period: Guidelines for physicians // *Diabetes Metab Syndr: Clin Res Rev*. 2020. Vol. 14, is. 4. P. 273–276.
2. Доктор онлайн: правовые аспекты телемедицины в России // ГАРАНТ : информационно-правовой портал. URL: <https://www.garant.ru/article/1405237/> (дата обращения: 06.04.2021).
3. Крупнейший сервис телемедицины во Франции стал бесплатным на фоне коронавируса // ТАСС. URL: <https://tass.ru/obschestvo/7928373> (дата обращения: 06.04.2021).
4. Перехожу на прием // Российская газета. URL: <https://rg.ru/2020/09/07/kak-razvivaetsia-rynok-telemeditsiny-v-rossii.html> (дата обращения: 06.04.2021).
5. Проект Федерального закона N 930215-7 «О внесении изменений в Федеральный закон “Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации”». URL: <http://www.consultant.ru/law/hotdocs/61143.html/> (дата обращения: 06.04.2021).
6. Телемедицина в период пандемии // Connect WIT. URL: <https://www.connect-wit.ru/vtoroe-dyhanie-telemeditsiny.html> (дата обращения: 06.04.2021).
7. О внесении изменений в статью 15-1 Федерального закона «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» и Федеральный закон «Об обращении лекарственных средств» : федеральный закон от 03.04.2020 № 105-ФЗ. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_349322/

Перспективы развития «зеленой» энергетики в России

Е.В. Суразакова, студент, 3-й курс, ИЭМ ТГУ

Научный руководитель: д-р экон. наук, профессор Е.А. Фролова
E-mail: surazakovaekaterina@mail.ru

Введение

С каждым годом все очевиднее становится тот факт, что в скором времени такие полезные ресурсы как нефть, газ, каменный уголь, закончатся, поэтому необходимо сокращать использование ископаемых источников энергии. Однако доля продукции альтернативной энергетики в нашей стране не превышает 1%. Это можно аргументировать тем, что Россия богата углеводородами и, как следствие, хорошо развита традиционная энергетика. Но если обратить внимание на опыт зарубежных стран, то там ситуация складывается по-другому. Например, Норвегия также обладает огромными запасами нефти и газа, как и Россия, тем не менее, 60% всей выработки электроэнергии приходится на альтернативную энергетику. С чем связан такой медленный переход к «зеленой» энергетике в России? Возможно ли, что в будущем энергобаланс нашей страны будет базироваться на альтернативной энергетике? Цель данного исследования заключается в изучении перспектив развития экологически чистой энергетики в России. В работе были использованы такие методы исследования, как обзор научной литературы, сравнительный анализ, количественные измерения.

Результаты

В ходе анализа проблем и перспектив развития альтернативной энергетики в РФ выявлено увеличение объемов производства электроэнергии из возобновляемых источников энергии в 2019 году по сравнению с 2005 годом (рис. 1), но преимущественно продолжают использоваться традиционные источники энергии, такие как газ, уголь, нефть. Это объясняется тем, что Россия обладает большими объемами именно этих невозобновляемых ресурсов, что создает преимущества в использовании ресурсов традиционной энергетике, поскольку снижается себестоимость выработки электроэнергии, однако закрепляется ресурсная зависимость экономики. В связи с этим в нашей стране большинство крупных энергетических компаний специализируется в сфере нефтегазодобычи, соответственно и довольно большая доля ВВП производится в этой отрасли, что затрудняет переход к «зеленой» энергетике.

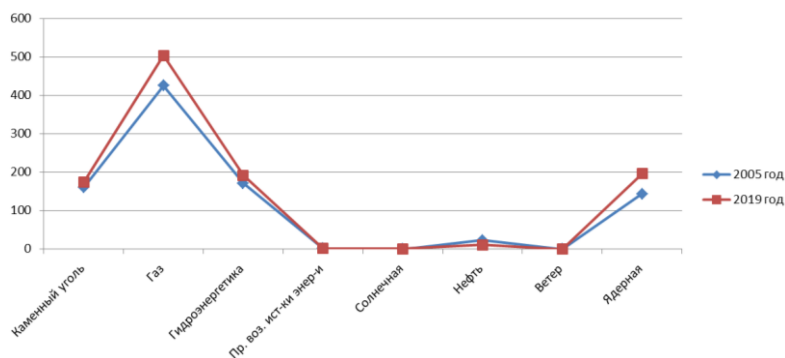


Рис. 1. Производство электроэнергии в РФ по основным источникам, ТВтч [7]

Однако, добыча природных ресурсов (нефть, газ) в России составляет 13 386 ТВтч, в Норвегии – 2 054 ТВтч, а на производство электроэнергии с помощью альтернативных источников энергии (солнце, ветер, биотопливо и пр.) в России приходится около 1,82 ТВтч, в Норвегии – 5,91 ТВтч [7]. Если сопоставить данные показатели, то становится понятно, что проблема заключается вовсе не в обеспеченности углеводородами.

Важнейшей задачей является поиск ответа на вопрос: «Каким образом можно стимулировать производителей и потребителей создавать и покупать «зеленую» энергию?» Анализ мирового опыта показывает наличие различных инструментов в реализации политики экологизации энергетического сектора. Один из них - установление квот на выбросы для сокращения объемов загрязнения атмосферы. С помощью квот на вредные выбросы в атмосферу государство сможет стимулировать переход предприятий на «зеленые» технологии и использование энергии, произведенной из возобновляемых источников

энергии. Еще один способ, применяемый правительством стран в рамках реализации концепции «зеленой» энергетики, это сокращение инвестиций и различных субсидий нефтегазовым предприятиям. Например, правительство Норвегии сократило объем инвестиций в ценные бумаги компаний, которые добывают нефть, газ и уголь, одновременно вложив около \$20 млрд в акции предприятий, производящих электроэнергию из возобновляемых источников [4]. В России также можно отметить действия государства, направленные на реализацию концепции «зеленой» энергетики. Действующим законодательством РФ предусмотрена плата за негативное воздействие на окружающую среду (НВОС) [1].

Все же недостаточно тех мер, которые пытается принимать правительство России, поскольку стоит кардинально менять политику, проводимую в сфере энергетики. Пока основная доля дохода страны поступает из нефтегазовой отрасли (поставки нефти и газа за рубеж), в связи с этим не применяются какие-либо ощутимые санкции к компаниям, добывающим и экспортирующим данные ресурсы, что в свою очередь, тормозит процесс перехода к «зеленой» энергетике.

Рогалев Н.Д. видит перспективы развития «зеленой» энергетики в нашей стране через использование конкурентных рыночных процедур и стимулов. По его мнению, необходимо [6. С. 24]:

1. Пересмотреть нормы действующего законодательства, которое существенно ограничивает свободу предпринимательства.

2. Ввести свободное ценообразование, основанное на взаимодействии поставщиков и покупателей.

3. Сократить субсидирование крупных компаний в данной отрасли.

4. Ограничить государственное вмешательство в рыночные процессы.

И.Ф. Миненко в своей работе пишет [5. С. 75]: «“Зеленые” сертификаты представляют собой новый инструмент регулирования электроэнергетических рынков в России». В России на данный момент законопроект по «зеленым» сертификатам находится в разработке. Однако в прошлом году компания ПАО «ЭН+ГРУП» начала выпускать международные сертификаты возобновляемой энергии I-REC (International Renewable Energy Certificate), которые обеспечивают привлечение средств извне. Они гарантируют, что энергия, произведенная компаниями, входящими в En+Group, отвечает всемирно признанным «зеленым» стандартам.

Рынок «зеленых» облигаций также является перспективным инструментом на пути реализации концепции устойчивой энергетики. Одно из самых важных преимуществ данного инструмента в том, что все риски, связанные с выполнением обязательств по «зеленым» облигациям, несет эмитент. Таким образом, это обеспечивает финансовую безопасность для держателей данных облигаций, гарантируя получение прибыли в любом из исходов. Современные инвесторы озабочены истощением невозобновляемых источников энергии, так как они не смогут получать прибыль, когда полезные ресурсы будут полностью исчерпаны. Исходя из этих рассуждений, большинство инвесторов диверсифицируют свои вложения, вкладывая свои денежные средства в несколько проектов разной направленности. По данным о размещении «зеленых» облигаций на 21 апреля 2020 года можно отметить, что российскими эмитентами выпущено «зеленых» облигаций общей суммой 7,55 млрд руб. Практически 80% всех размещенных облигаций приходится на сферу энергетики: «зеленая» энергетика, солнечные электростанции, возобновляемые источники энергии, «зеленые» технологии. Исходя из этого, «зеленые» облигации можно считать одним из основополагающих инструментов в развитии устойчивой энергетики [5. С. 80].

Заключение

Россия, следуя мировым тенденциям по переходу на «зеленую» энергетику, ставит довольно важные и амбициозные задачи, которые требуют решительных действий со стороны государства и значительных инвестиций для их решения. Перспективными направлениями развития рынка возобновляемых источников энергии могут стать долговые механизмы финансирования предприятий с использованием «зеленых» облигаций, что позволяет диверсифицировать риски развития альтернативных источников энергии и не создавать дополнительных угроз в обеспечении энергобезопасности страны. Также необходимо совершенствование нормативно-правовой базы регулирования рынка электроэнергии в части создания преференций производителям и потребителям «зеленых» источников энергии как с использованием механизмов субсидирования, так и формируя у потребителей ценности экологически устойчивого развития. Введение ограничений на производство и потребление энергии из традиционных источников может также стать дополнительным фактором сокращения доли ископаемых видов топлива в общем объеме энергетических ресурсов. Анонсированный в ЕС с 2023 года углеродный налог призван выровнять уровень экономической эффективности традиционных и альтернативных источников энергии.

Литература

1. Об установлении сроков уплаты платы за негативное воздействие на окружающую среду : приказ Ростехнадзора от 08.06.2006 № 557 // Консультант Плюс: справочная правовая система. URL: <http://www.consultant.ru> (дата обращения: 07.12.2020).
2. Данилов-Данильян В.И. Устойчивое развитие: новые вызовы. М. : Аспект пресс, 2015. 336 с.
3. Гайдаровский форум // Студия Матрица. 2021. URL: <https://gaidarforum.ru> (дата обращения: 15.01.2021).
4. Концессии и инфраструктурные инвестиции. М., 2021. URL: <https://investinfra.ru> (дата обращения: 01.02.2021).
5. Миненко И.Ф. Перспективы внедрения «зеленых» сертификатов как метод государственного стимулирования развития энергетики на основе возобновляемых источников энергии // Актуальные проблемы экологического права. 2018. № 3 (83). С. 73–81.
6. Рогалев Н.Д. Цифровая энергетика: новая парадигма функционирования и развития. М. : Изд-во МЭИ, 2019. 300 с.
7. Our World in Data. London, 2020. URL: <https://ourworldindata.org> (accessed: 27.03.2020).

Цифровизация избирательного процесса

Н.А. Гневыхшев, студент, 4-й курс, ИЭМ ТГУ

Научный руководитель: канд. техн. наук, доцент Н.Л. Ерёмкина
E-mail: samsagtp3110@gmail.com

Современным информационным технологиям в избирательном процессе в наше время уделяется особое внимание. Вполне закономерно, что данный факт порождает потребность в адекватном правовом регулировании в условиях тренда на цифровизацию общества в целом, и избирательного процесса в частности. Технологии, основанные на применении различных программных продуктов, используются на протяжении длительного периода времени.

Движение к цифровой экономике, вероятнее всего, и в дальнейшем будет оказывать существенное влияние на процессы, протекающие в цифровизации избирательного процесса. Однако, цифровизация такого важного политического процесса как выборы, затрагивающего интересы обширных групп населения страны, не может быть быстрой и тем более не может протекать вне правового поля, которое создает избирательное право. Существенные преобразования в институционально-правовом поле являются необходимым условием успешного развития. Можно с уверенностью заявить, что потребность в применении передовых технологий в политическом процессе обуславливает интеграцию цифровых технологий в избирательный процесс.

Переход к электронному голосованию имеет ряд преимуществ:

- он влечет за собой упрощение процедуры подсчета голосов избирателей;
- позволит исключить возможные ошибки фальсификации со стороны рядовых членов избирательных комиссий при подсчете бюллетеней;
- в отличие от обычного «бумажного» способа голосования, избиратель не сможет выразить свой протест, намеренно испортив бюллетень, ему придется сделать выбор.

Главным же узким местом является тот факт, что даже несмотря на все меры предосторожности и защиты, все равно сохраняется угроза вмешательства в систему извне с целью похищения, повреждения (равно как и полного уничтожения), подмены данных

Развитие электронного голосования – важнейшее условие становления цифровой демократии. Законодательство России предусматривает возможность проведения электронного голосования [1. П. 15 ст. 64]. Уже сейчас можно сделать вывод о том, что за последние 10 лет в России был проделан большой путь, направленный на цифровизацию избирательного процесса. В 2011 г. ЦИК определила, что электронное голосование – голосование при помощи избирательных машин, комплексов для электронного голосования [3]. Процедура совершенствуется, проводятся эксперименты, направленные на оценку текущей работы системы электронного голосования [2]. Уже сейчас проходит активное тестирование системы [4]. дистанционное электронное голосование на выборах в Госдуму в сентябре пройдет в шести субъектах России, включая Москву. Остальные пять регионов, в которых пройдет такое голосование, еще не анонсированы. Жители столицы в сентябре 2021г. смогут проголосовать на отдельной платформе, а остальных субъектов – на федеральной, которую разрабатывает Центризбирком совместно с «Ростелекомом» и Министерством цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации.

В ходе исследования нами были сформированы предложения, реализация которых способна усовершенствовать методики голосования онлайн.

В связи с развитием информационных процессов актуальным стал вопрос о возможности применения технологии «блокчейн» при проведении выборов [5]. Электоральный блокчейн – это децентрализованная база электоральных данных, у которой технические устройства хранения электоральных данных не подключены к единому серверу, а рассредоточены в равном статусе по нескольким серверам дислокации. Главное преимущество технологии электорального блокчейна - в технологической и электоральной безопасности, так как практически никто не может подделать, подменить или несанкционированно изменить зафиксированную с помощью этой технологии электоральную информацию. Идея применения указанной технологии заключается в обеспечении возможности для каждого гражданина РФ проголосовать лишь единожды и всегда иметь возможность отследить свой голос в единой системе.

На начальном этапе электоральный блокчейн должен дополнять существующие технологические элементы и компоненты стандартного избирательного процесса. В том числе - во взаимодействии с ГАС «Выборы» в рамках расширения сферы применения сети Интернет. Возможная перспектива развития – переход к организации избирательных процессов без присутствия избирательных комиссий.

Такой подход исключает практически любые возможности исказить результаты реального волеизъявления избирателей, так как система является децентрализованной и на нее не получится повлиять из какого-либо отдельного центра. Изменение отдельного голоса извне невозможно без изменения всей цепочки принятых решений, что в условиях, когда функцией голосования воспользовалось большое количество человек, становится практически невыполнимым.

В настоящее время на федеральных и региональных выборах применяются интернет трансляции из помещений для голосования. Протоколы избирательных комиссий составляются в электронном виде на компьютерах с установленным специальным программным обеспечением. Таким образом, техническое оснащение практически всех избирательных комиссий РФ пригодно для использования систем электронного голосования. Главная проблема – отставание в компьютерной грамотности наиболее ответственного и активного электората России и вытекающий из этого факт недоверия цифровым методам осуществления голосования.

На наш взгляд, все эти технологии могут привлекать новых избирателей: молодёжь, граждан, которые по определенным причинам не в состоянии посетить избирательный участок в день голосования. Государство заинтересовано в том, чтобы как можно больше людей принимало участие в формировании органов власти, чтобы повышать легитимность выборов, значимость и ответственность самих людей за осуществленный выбор.

Литература

1. Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации : федеральный закон от 12.06.2002 № 67-ФЗ (ред. от 01.04.2020). URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_37119/
2. О проведении эксперимента по организации и осуществлению дистанционного электронного голосования в городе федерального значения Москве : федеральный закон от 23.05.2020 № 152-ФЗ. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_353204/
3. О порядке электронного голосования с использованием комплексов для электронного голосования на выборах, проводимых в Российской Федерации : постановление ЦИК РФ от 07.09.2011 г. № 31/276-6. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_119607/
4. В России началось тестирование системы онлайн-голосования // РБК. 2021. 17 апр. URL: <https://www.rbc.ru/rbcfreenews/604f6b519a7947ab78798ca7>
5. Выборы на блокчейне: как это работает и что дает избирателям // Rusbase. 2017. 18 окт. URL: <https://rb.ru/story/vybory-vyboru/>

Зависимость между ВВП и ИЧР

А.И. Родичев, студент, 2-й курс, ИЭМ ТГУ

Научный руководитель: канд. техн. наук, доцент А.Л. Богданов

E-mail: music.sas@yandex.ru

В данной работе рассматривается связь между приростом ВВП и приростом индекса человеческого развития для выявления степени зависимости роста благосостояния от экономического роста.

Для этого были взяты данные, рассчитаны приросты ИЧР и ВВП и посчитан коэффициент корреляции. Затем были построены графики.

В 90-х годах 20 века была предложена концепция устойчивого развития, которая предполагает равномерное развитие человечества в трёх сферах: экономической, социальной и экологической. Предпосылками данной концепции являются: неразумное использование природных ресурсов и производство, которое наносит вред природе. Первое официальное упоминание данной концепции произошло на Саммите в Рио-де-Жанейро в 1992 году. С тех пор концепция изменялась, приобретала новые цели, задачи, индикаторы, которым можно было бы судить о развитии человечества. На саммите тысячелетия в 2000 году были приняты цели устойчивого развития. В 2015 году они были пересмотрены и на настоящий момент самым актуальным документом по устойчивому развитию является резолюция, принятая Генеральной Ассамблеей 25 сентября 2015 года, в которой определены 17 целей-ориентиров для человечества и 169 задач, решение которых приблизит нас к устойчивому развитию. На мой взгляд, данная концепция даёт понимание того, что является целью человечества, при достижении которой можно будет сказать о высоком развитии общества.

Но как оценить насколько люди близки к данным целям? С этой целью созданы различные индикаторы устойчивого развития, которые показывают текущее положение вещей по различным аспектам устойчивого развития. Наиболее используемыми индикаторами в мировой практике являются интегральные показатели, которые позволяют агрегировать данные из разных сфер в один показатель – индексы. Самым известным индексом из этой группы индикаторов является *индекс человеческого развития* (далее, ИЧР). Он был разработан группой экономистов в рамках Программы устойчивого развития ООН в 1990 году и представляет собой среднее геометрическое трёх показателей: ожидаемой продолжительности жизни, ожидаемой продолжительности обучения и уровня жизни, выраженного через валовый национальный доход на душу населения по ППС. Индекс публикуется в ежегодных отчётах Программы развития ООН.

В настоящее время ИЧР используется достаточно часто при сравнении стран. В этом плане, он выступает некоторой альтернативой другому известному показателю – ВВП, одному из основных экономических показателей, показывающих рыночную стоимость всех конечных товаров и услуг, произведенных на территории государства. Часто, именно по ВВП судят об экономическом развитии той или иной страны. Но, также, его принимают за общий показатель уровня развития стран. В связи с этим возникает вопрос: Можно ли судить о развитии страны по сугубо экономическому показателю? То есть, развивается ли страна с высоким ростом и или приростом ВВП?

Для ответа на этот вопрос мы решили провести анализ прироста ИЧР и прироста ВВП и посмотреть, насколько они коррелируют между собой. Для это были собраны данные по ИЧР на сайте Программы развития ООН по ВВП на сайте всемирного банка в период с 1990 года по 2019 так как ИЧР рассчитывается только с 1990 года. Далее они были загружены в программу Excel и обработаны: были удалены страны с недостающими за нужный нам период данными, страны были пронумерованы согласно значениям ИЧР и разделены на группы по данному показателю. Деление по группам стран: страны с очень высоким ИЧР (более 0,8), с высоким ИЧР (от 0,7 до 0,8), со средним ИЧР (от 0,55 до 0,7) и низким ИЧР (ниже 0,55). Страны с более высоким ИЧР считаются более развитыми. Для каждой страны мы высчитали прирост ИЧР и ВВП. Используя полученные данные, был рассчитан коэффициент Пирсона по формуле:

$$r_{xy} = \frac{\sum(x_i - \bar{x}) * (y_i - \bar{y})}{\sqrt{\sum(x_i - \bar{x})^2 * \sum(y_i - \bar{y})^2}}$$

где x_i – значения, принимаемые переменной x ; y_i – значения, принимаемые переменной y ; \bar{x} – среднее по x ; \bar{y} – среднее по y .

Данный коэффициент отражает силу линейной связи между переменными. В нашем случае переменными выступают прирост ИЧР и прирост ВВП. Стоит отметить, что корреляции практически нет, если коэффициент принимает значение от 0 до 0,3 по модулю, слабой корреляцией является значения от 0,3 до 0,5 по модулю, умеренной от 0,5 до 0,7 и сильной от 0,7 до 1. Корреляция бывает отрицательной или положительной. При положительной корреляции имеет место прямая зависимость, при отрицательной – обратная.

После вычисления коэффициентов корреляции мы построили графики, на которых на вертикальной оси расположены страны в порядке убывания коэффициента корреляции, на горизонтальной оси расположены значения ИЧР. Всего получилось четыре графика для стран с разным уровнем ИЧР, они представлены на рис. 1–4.

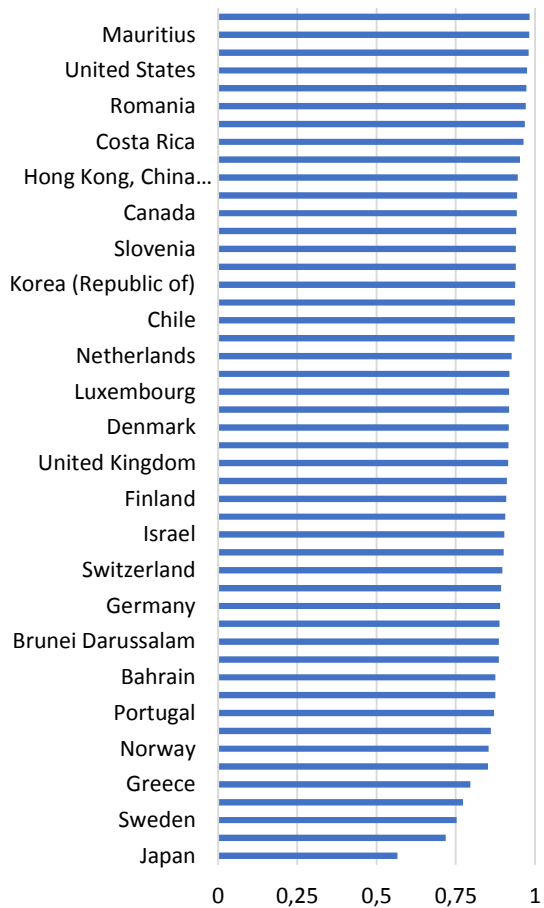


Рис. 1. Страны с очень высоким ИЧР

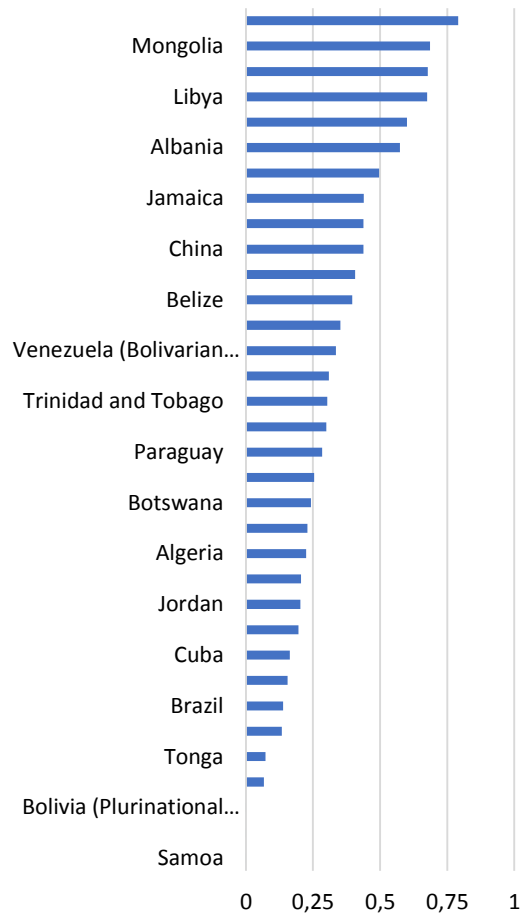


Рис. 2. Страны с высоким ИЧР

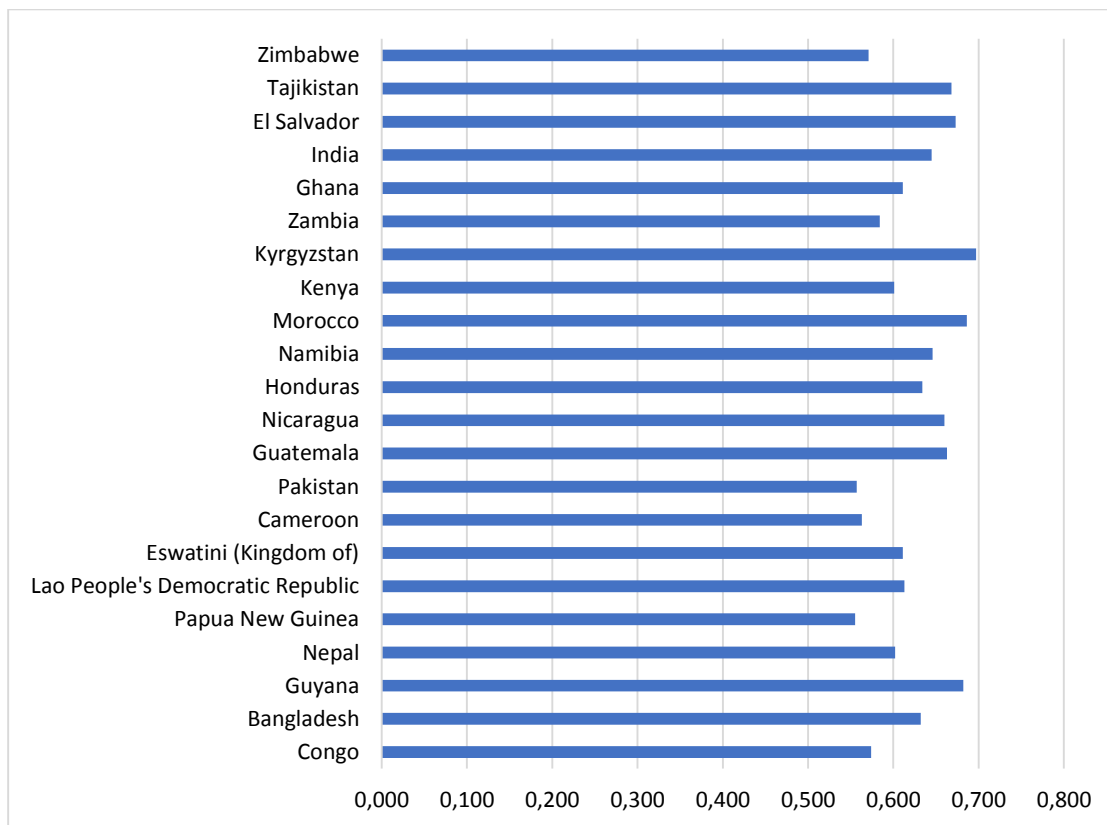


Рис. 3. Страны со средним ИЧР

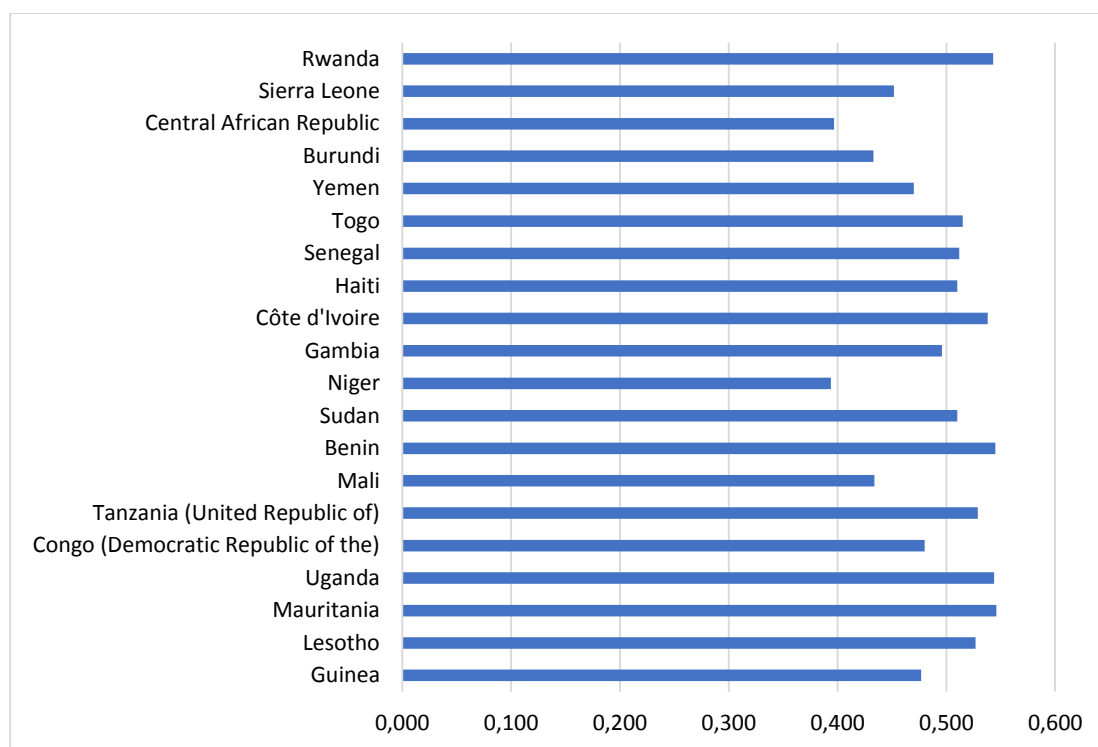


Рис. 4. Страны с Низким ИЧР

Сразу можно заметить, что корреляция внутри группы не зависит от значения ИЧР. Более сильную корреляцию имеют как страны с бóльшим ИЧР, так и страны с меньшим ИЧР в группе.

Если сравнивать доли стран со слабой или практически отсутствующей корреляцией, то ситуация выглядит по-другому. Доля развитых стран, в которых коэффициент корреляции попал в зону почти отсутствующей или слабой корреляции составит 92%. В случае стран с высоким ИЧР ситуация не такая однозначная. Для стран с высоким ИЧР доля слабой или практически отсутствующей корреляции составляет 79%, что меньше, чем в случае с развитыми странами. Для стран со средним ИЧР доля стран со слабой или практически отсутствующей корреляцией составляет 82%, то есть данные сопоставимы с данными по странам с высоким ИЧР. Для стран с низким ИЧР доля стран со слабой или практически отсутствующей корреляцией составляет 90%.

Как можно заметить для большинства стран корреляция между приростом ИЧР и приростом ВВП слабая. Из этого можно сделать несколько выводов.

Первый вывод: Прирост ВВП не вызывает такого же прироста ИЧР. Это может означать то, что рост экономики не ведёт к такому же росту благосостояния. Как предполагает концепция устойчивого развития для равномерного развития человечества нужно задумываться и о качестве экономического роста, то есть экологичности данного роста, развития социальных институтов. Чтобы оценивать степень развития человечества и уровень благосостояния общества не хватает только экономических показателей, нужны более агрегированные показатели, например, тот же ИЧР.

Второй вывод: в странах с очень высоким или низким ИЧР более слабая корреляция между приростом ИЧР и приростом ВВП, чем для стран с высоким и средним ИЧР. Это, скорее всего, связано с бóльшим упором этих стран именно на экономическое развитие. Так как одним из составляющих ИЧР является ВНД, который зависит от ВВП, то можно сделать следующее заключение: страны с высоким и средним ВВП развивают экономику больше, чем остальные сферы, тем самым они увеличивают ИЧР преимущественно, за счёт роста ВВП, а соответственно и ВНД, что и объясняет более высокую корреляцию между приростом ВВП и приростом ИЧР. Страны с очень высоким ИЧР развивают все три сферы, что приводит к увеличению роста ИЧР не только за счёт ВНД, но и с помощью развития других сфер, что и служит причиной низкой корреляции прироста ВВП и прироста ИЧР.

В заключении, стоит сказать, что на данный момент ещё не создано полноценного индикатора, который смог бы оценить насколько человечество приблизилось к устойчивому развитию. До появления концепции устойчивого развития было принято оценивать развитие страны по её экономическим показателям. Но, сравнение ВВП как основного экономического показателя и ИЧР показало, что определение уровня развития страны с сугубо экономической стороны не даёт полной картины. То есть

развитие только экономики не приведёт к общему развитию человечества. Это значит, что странам нужно перестать делать упор только на экономический рост. Им следует уравновесить развитие во всех сферах. Только тогда можно будет сказать, что общество движется в направлении высокого общественного благосостояния и устойчивого развития. Как мы видим движение в этом направлении уже начато, так как большинство развитых стран имеет слабую корреляцию между приростом ИЧР и приростом ВВП, то есть делают упор не только на экономическое развитие, но и социальное.

Литература

1. Марфенин Н.Н. Устойчивое развитие человечества. М. : МГУ, 2007. 624 с.
2. Бобылев С.Н. Устойчивое развитие: методология и методики измерения : учеб. пособие. М. : Экономика, 2011. 358 с.
3. Human Development Index. URL: <http://hdr.undp.org/en/indicators/137506> (accessed: 13.04.2021).
4. Валовой внутренний продукт // Всемирный банк. URL: <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.PP.CD> (дата обращения: 13.04.2021).

Концепция «Умный дом»: выгода и барьеры

З.И. Сатабаева, студент, 3-й курс, НГУЭУ

Научный руководитель: д-р экон. наук, профессор И.Б. Адова

E-mail: satabaeva.zalina@mail.ru

Комфорт всегда был одним из двигателей прогресса, заставляя человеческую мысль изобретать все новые и новые приспособления для облегчения собственной жизни. Начиная с древнейших времен, человек всегда стремился обустроить свой дом так, чтобы получать максимум комфорта, прилагая для этого минимум усилий. Данная статья посвящена возможностям системы «Умный дом».

Ключевые слова: инженерные системы, автоматизация, Умный дом.

Современные технологии характеризуется активным развитием цифровых инструментов, которые пронизывают экономику и проникают во все сферы жизни человека. Наибольшей популярностью пользуются такие инструменты цифровой экономики, как блокчейн, интернет вещей, искусственный интеллект и другие.

За рубежом процесс цифровизации развивается гораздо быстрее, нежели в России, так как в зарубежных странах у экспертов нет мнения о ненадежности системы Умного дома, поэтому люди активно внедряют его в свою жизнь и несмотря на высокую стоимость они активно приобретают систему «Smart Home», облегчая себе жизнь [1]. Именно за рубежом люди активно пользуются данными технологиями, основной причиной является тот факт, что в Европе и США ценность комфорта и безопасности особенно велика, а охрана окружающей среды и экономия энергоресурсов обрели особую важность.

В России с популярностью использования данных систем дела обстоят немного труднее, причиной этому является неготовность населения к изменениям. Люди достаточно настороженно относятся к новым технологиям и, можно сказать, их опасаются.

Умный дом – это технология, которая позволяет человеку управлять системой, включающей в себя различные инструменты, повышающие уровень комфорта и безопасности жизни человека [1]. Все инструменты работают слаженно, а система распознаёт любые изменения в доме и реагирует на них. Возможность подсоединить все устройства в одну такую систему — основная особенность технологии, как и возможность, управлять ею удалённо.

Важной особенностью и свойством «Умного дома», отличающим его от других способов организации жизненного пространства, является то, что это наиболее прогрессивная концепция взаимодействия человека с жилым пространством, когда человек одной командой задает желаемую обстановку, а уже автоматика в соответствии с внешними и внутренними условиями задает и отслеживает режимы работы всех инженерных систем и электроприборов. Согласно другому определению, «умный дом-это управление системами жизнеобеспечения с помощью автоматических устройств» [6].

Стоит отметить преимущества и недостатки использования умных домов.

Говоря о ключевых преимуществах описываемой системы, следует обратить внимание на ее многозадачность. Она решается за счет применения, предлагаемого потенциальному покупателю, функционального набора характеристик. Например, «Умный дом:

- берет на себя обязанность по обслуживанию приборов и коммуникаций;
- облегчает эксплуатацию современной бытовой техники;
- контролирует работу осветительных приборов и установку времени их автоматического отключения, или включения, если в этом возникает необходимость;
- поддерживает комфортную температуру и влажность в помещении;
- управляет обогревающими системами;
- управляет охранными системами;
- предотвращает возникновение опасных утечек в инженерных системах дома;
- управляет автоматическими воротами, ставнями, и прочими функциональными возможностями;
- имеет свойство сопряжения с мобильными устройствами, что позволяет управлять системой на расстоянии» [3].

Такая многофункциональность приносит пользу людям пожилого возраста и людям с ограниченными возможностями.

В то же время стоит отметить барьеры:

«– Высокая стоимость, не только требуемого для установки оборудования, но также расходы на монтажные работы, настройку, техническое и сервисное обслуживание.

– Монтаж вспомогательных приборов в виде датчиков, сенсоров, проводов, выполняемый профессионалами.

– Технология имеет способность к быстрому моральному износу.

– Незапланированный перегрев может навсегда испортить систему Умного дома

– Недоверие граждан к новым технологиям» [3].

Многие не понимают принцип работы системы и относятся с большой осторожностью. Люди, которые могут позволить себе приобрести Умный дом, зачастую находятся в пожилом возрасте, для них достаточно сложно разобраться с цифровыми технологиями, которые в свою очередь, постоянно совершенствуются [1].

Барьеры перехода населения к умному дому обосновываются тем, что большинство людей в России не готовы отдать существенную сумму за автоматизацию домашних – бытовых функций, несмотря на возможность комфорта.

На основе проведенного исследования среди людей возраста 18–25 лет [4], цель которого – определить популярность использования концепции «Умный дом», результаты оказались следующими:

70,8% людей относятся положительно к системе Умных домов; 25% – нейтрально; 4,2% негативно. Из всего числа опрошенных выяснилось, что 83,3% не пользуются данными технологиями умных домов; 8,3% используют часто в быту; 8,3% используют редко.

На вопрос «Важно ли внедрение технологий умного дома в современную жизнь человека?» «да» ответили 87,5% опрошенных; «нет» – 12,5%.

58,3% считают, что не стоит на 100% доверять технологиям, которые сами могут управлять техникой, а 41,7% считают, что это вполне надежно и практично.

На вопрос «На ваш взгляд, что выступает самым главным барьером в использовании системой Умного дома?» 58,3% ответили, что это высокая цена; 25% считают, что главный барьер – недоверие граждан к новым технологиям; 12,5% – сложность понимания технологий; а 4,2% считают, что просто в этом нет необходимости у людей.

Представленные выше результаты свидетельствуют о том, что среди людей технологии Умного дома не особо пользуются популярностью, люди не готовы пока принять и активно использовать данную концепцию.

На вопрос «Умный дом сегодня – это роскошь или вполне доступная функция?» разные авторы отвечают по-разному:

Иван Красавин, генеральный директор компании Art-In: «Рынок умных домов находится в стадии бурного развития. В течение последних нескольких лет он расширился и вылез за пределы сегмента роскоши. Сейчас умный дом представлен во всех сегментах: от простых решений для самостоятельной установки до действительно дорогих систем» [2].

Владимир Абраменко, президент компании A.P. Technology: «Это не функция – это стиль жизни. Без всего можно обойтись, ездить на лошади и жить в шалаше, но ездят на хороших машинах и строят

умные дома. Конечно, это не дешевая штука, но и функционал разный. Сейчас много производителей, в основном китайских, которые разные дешевые гаджеты называют умным домом. Но если строить действительно умный дом, то это стоит денег» [2].

Александр Булавин, СТО Ready for Sky: «Все зависит от того, что именно понимать под умным домом. Если воспринимать его как футуристический концепт жилища, которое автоматически подстраивается под вкусы владельца и изменения окружающей среды, например, постепенно усиливает освещение с затуханием дневного света, то это, действительно, роскошь» [2].

Михаил Гусев, CEO компании MiMiSmart: «Ввиду экономической ситуации умный дом как «продукт для большинства», конечно, роскошь. Человек с зарплатой 50 тыс. рублей вряд ли сможет себе позволить, но важно понимать, что умный дом состоит из элементов автоматизации. А вот их позволит себе каждый, мы всем рекомендуем это использовать» [2].

Подводя итог, можно отметить, что в России темпы развития технологии сдерживают такие факторы, как низкий уровень доходов населения, дороговизна технологии, отсутствие специалистов по установлению и обслуживанию технологии, а также недоверие людей к новым инструментам цифровой экономики.

Для того чтобы рынок «Умных домов» в России начал более динамично развиваться и привлекать инвесторов, которые пытаются поддерживать такие технологии, нужно понимать своего клиента и его цели. Базовые элементы «Умных домов», например, дистанционно управляемая система видеонаблюдения или теплый пол, уже вошли в быт людей и пользуются популярностью. В будущем это может способствовать повышению спроса на полноценные «Умные дома» в России, так же, как и за рубежом [6].

Сейчас «умный дом» – одно из передовых достижений в технике. Самое главное – то, что главной целью таковой автоматизации дома является комфорт, поскольку запомнить и осуществить кучу небольших и не совсем домашних дел – от температуры и поддержания влажности до полива и кормления рыбок зимнего сада – на это требуется не только время, но и постоянное внимание хозяев, не говоря уже о необходимой безопасности. Исходя из этого совокупность умного дома – это самая комфортная совокупность управления офисом и домом на сегодня.

Литература

1. Крюкова А.А., Шматок К.О. Особенности развития концепции «Умный дом»: российский и зарубежный опыт. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-razvitiya-kontseptsii-umnyy-dom-rossiyskiy-i-zarubezhnyy-opyt> (дата обращения: 12.04.2021).
2. Блиц-опрос: Системы «умный дом». Зачем это все надо? URL: <https://robogeek.ru/intervyu/blits-opros-sistemy-umnyi-dom> (дата обращения: 12.04.2021).
3. Основные тенденции и перспективы развития рынка Smart City. URL: https://json.tv/ict_telecom_analytics_view/osnovnyetendentsii-i-perspektivy-razvitiya-rynka-smart-city-20200115041201 (дата обращения: 12.04.2021).
4. Опрос на тему «Умный дом». URL: <https://clck.ru/UH2Dv> (дата обращения: 12.04.2021).
5. Динамика популярности систем Smart city и Smart home. URL: <https://trends.google.com/trends/explore?date=all&geo=RU&q=SMART%20city,smart%20home> (дата обращения: 12.04.2021).
6. Китаев А.Е., Миронова И.И. Потребительские предпочтения на российском рынке умных домов: эмпирическое исследование. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/potrebitelskie-predpochteniya-na-rossiyskom-rynke-umnyh-domov-empiricheskoe-issledovanie> (дата обращения: 12.04.2021).

ФИНАНСЫ И КРЕДИТ

Источники финансирования строительства жилого фонда в современных условиях

К.А. Татарникова, магистрант, 1-й курс, ИЭМ ТГУ

Научный руководитель: канд. физ.-мат. наук, доцент Е.А. Андриенко
E-mail: kseniya.andreewna@mail.ru

Одним из важнейших направлений экономической политики Российской Федерации в последние годы является развитие жилищного строительства. Право на жилище – одно из социальных и экономических прав человека. Согласно статье 40 Конституции Российской Федерации «1. Каждый имеет право на жилище. Никто не может быть произвольно лишен жилища. 2. Органы государственной власти и органы местного самоуправления поощряют жилищное строительство, создают условия для осуществления права на жилище. 3. Малоимущим, иным указанным в законе гражданам, нуждающимся в жилище, оно предоставляется бесплатно или за доступную плату из государственных, муниципальных и других жилищных фондов в соответствии с установленными законом нормами» [3]. Для удовлетворения жилищных потребностей граждан реализуется государственная программа «Обеспечение доступным и комфортным жильем и коммунальными услугами граждан Российской Федерации» утвержденная постановлением Правительства от 30 декабря 2017 года № 1710 [1]. Таким образом, важной задачей является увеличение объемов жилищного строительства с использованием наиболее эффективных и экономически безопасных источников финансирования.

На современном этапе развития рыночных отношений существует несколько основных источников финансирования строительства. Это внутренние и внешние источники. К внутренним источникам относится собственный капитал строительной организации, которого явно не хватает для строительства дома, в лучшем случае только для возведения фундамента. Именно поэтому строительные организации в основном используют внешние источники. К внешним источникам относятся привлеченные и заемные средства, которые подразделяются на три вида. Первый вид финансирования – это «привлеченные средства инвесторов», который распространен в основном в крупных городах, таких как Москва, Санкт-Петербург и другие. Второй вид финансирования – «заемные средства кредитных учреждений». Такой вид финансирования представляет собой прямое кредитование строительных организаций и ипотечное жилищное кредитование физических лиц с целью строительства или приобретения жилья. Третий вид финансирования – «привлеченные средства долевых участников». Долевое строительство – это особая форма инвестиционной деятельности, которая позволяет застройщику привлекать денежные средства граждан для строительства объектов недвижимости. Долгое время долевое строительство являлось очень рискованным вложением. Специально организовывались строительные компании для сбора денег с людей, а затем эти компании осуществляли «двойные продажи» и вели финансовые пирамиды. Для Правительства было важно решить проблему обманутых дольщиков. Так, 30 декабря 2004 года был принят Федеральный закон «Об участии в долевом строительстве многоквартирных домов и иных объектов недвижимости и о внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации» № 214-ФЗ [4]. Конечно, рассматриваемый закон позволил покупателям выбирать более надежных застройщиков, но, тем не менее, проблемы до конца так и не решил. Таким образом, Президент Российской Федерации Владимир Путин подписал закон об усилении контроля в долевом строительстве жилья с 1 июля 2018 года. Закон об усилении контроля в сфере долевого строительства и переходе к проектному финансированию с использованием эскроу-счетов 21 июня приняла Госдума, а 27 июня одобрил Совет Федерации [6]. Счет эскроу – это специальный счет в банке, на котором хранятся денежные средства дольщиков до выполнения определенных обязательств застройщиком. Применение эскроу-счетов регламентируется законом в § 3 главы 45 ГК РФ [2]. Чтобы открыть эскроу-счет, необходимо подписать трехсторонний договор между банком, покупателем и застройщиком. Но некоторые застройщики даже после подписания закона об усилении контроля в долевом строительстве жилья могут получать деньги напрямую и сразу же ими распоряжаться. Правительство установило критерии, кто и в каких случаях может работать без счета эскроу: 1. Если застройщик построил дом на 30% и продал 10% площадей, он может принимать деньги напрямую; 2. По некоторым объектам

минимальная степень готовности составляет 6 или 15%; 3. Степень готовности должна быть подтверждена официальным заключением; 4. Долю проданных площадей проверяют в Росреестре; 5. Если есть заключение и застройщик не использует счет эскроу, он обязан заплатить взносы в фонд защиты дольщиков; 6. Квартиру в новостройке нужно оплачивать только после регистрации ДДУ в Росреестре; 7. Даже при прямом финансировании без счетов эскроу оплачивать нужно через банк [7]. Очевидные преимущества перехода на проектное финансирование: безопасность, страховые выплаты, прозрачный рынок, целевое использование средств [5. С. 232].

Сегодня рынок недвижимости меняется в лучшую сторону. Переход к проектному финансированию обеспечит снижение степени риска, как для покупателей, так и для застройщиков, откроет новые возможности, обеспечит повышение доступности жилья для населения, что в свою очередь позволит достигнуть положительного эффекта в социально-экономической перспективе и будет способствовать развитию строительного сектора экономики Российской Федерации.

Литература

1. Государственная программа «Обеспечение доступным и комфортным жильём и коммунальными услугами граждан Российской Федерации» : постановление Правительства от 30.12.2017 № 1710 // Система ГАРАНТ. Электрон. дан. URL: <http://gov.garant.ru/SESSION/PILOT/main.htm>
2. Гражданский Кодекс Российской Федерации (часть вторая) : федеральный закон от 26.01.1996 № 14-ФЗ: (ред. от 09.03.2021) // КонсультантПлюс : справ. правовая система. Электрон. дан. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_9027/960160b8ec67dfe5b3bff3bb1a15a74da53161f2/
3. Конституция Российской Федерации : принята всенар. голосованием 12.12.1993, с изм., одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020 // КонсультантПлюс : справ. правовая система. Электрон. дан. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399/d54c3955f5a6b8840a9141245a4bae9ad7d531b1/
4. Об участии в долевом строительстве многоквартирных домов и иных объектов недвижимости и о внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации : федеральный закон : федеральный закон от 30.12.2004 № 214-ФЗ // КонсультантПлюс : справ. правовая система. Электрон. дан. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_51038/
5. Алексеева Е.А. Преимущества и недостатки перехода к проектному финансированию строительства жилья // Актуальные вопросы права, экономики и управления : сборник статей XIX Международной научно-практической конференции. Пенза : Наука и Просвещение, 2019. С. 231–233.
6. Путин подписал закон о долевом строительстве жилья // РБК : Новостной портал. Электрон. дан. URL: <https://realty.rbc.ru/news/5b3cad359a79479d681b49ce>
7. Квартира в новостройке: когда можно платить напрямую застройщику // Т-Ж : журнал про ваши деньги. Электрон. дан. URL: <https://journal.tinkoff.ru/news/novostroika-bez-eskrou/>

Критерии и принципы эффективности внутреннего аудита финансовой отчетности предприятия

Д.О. Ларионова, магистрант, 2-й курс, ИЭМ ТГУ

Научный руководитель: канд. экон. наук, доцент В.Б. Романюк
E-mail: daria-larionova-daria@yandex.ru

Актуальность внутреннего аудита финансовой отчетности обусловлена усилением конкуренции, ростом экономики, интеграционными процессами и глобализацией бизнеса, а также других факторов, которые способствуют повышению роли корпоративного управления в компании, одним из инструментов которого является внутренний аудит.

Нормативно-правовой базой организации внутреннего аудита корпорации служат:

- статья 19 Федерального закона «О бухгалтерском учете» № 402 (ред. от 01.01.2020) «Организация внутреннего контроля в хозяйственной жизни экономического субъекта»;
- профессиональный стандарт «Специалист по внутреннему контролю (внутренний контролер)», утвержден приказом Минтруда России от 22.04.2015 № 236н;
- профессиональный стандарт «Внутренний аудитор», утвержден приказом Минтруда России от 24.06.2015 № 398н;
- рекомендации Минфина РФ по организации и осуществлению внутреннего контроля, документ № ПЗ-11/2013, письмо МФ РФ от 25.12.2013 № 07-04-15/57289;
- приказ Минфина России от 21.11.2019 № 196н «Об утверждении федерального стандарта внутреннего финансового аудита «Определения, принципы и задачи внутреннего финансового аудита»;

– рекомендации Банка России по организации управления рисками, внутреннего контроля, внутреннего аудита, работы комитета совета директоров по аудиту в публичных акционерных обществах от 01.10.2020 № ИН-06-28/143.

Эффективность внутреннего аудита напрямую зависит от соблюдения общепринятых стандартов деятельности, а также выполнения нормативных требований. Согласно Приказу Минфина России от 21.11.2019 № 196н «Об утверждении федерального стандарта внутреннего финансового аудита «Определения, принципы и задачи внутреннего финансового аудита» основными принципами внутреннего финансового аудита являются [10]:

– принцип законности, выраженный в строгом и полном соблюдении законодательства Российской Федерации, а также правовых актов;

– принцип функциональной независимости означает отсутствие условий, создающих угрозу беспристрастному и объективному проведению аудита;

– принцип объективности, выраженный в недопущении конфликта интересов любого рода, при планировании и проведении аудиторских мероприятий, а также при формировании заключений и годовой отчетности о результатах деятельности;

– принцип компетентности, выраженный в применении совокупности профессиональных знаний, навыков и других компетенций, позволяющих осуществлять внутренний финансовый аудит;

– принцип профессионального скептицизма подразумевает критическую оценку надежности и достаточности полученных аудиторских доказательств и направлен на минимизацию возможности упущения подозрительных обстоятельств, сделать неоправданные обобщения при подготовке выводов;

– принцип системности заключается в том, что при планировании и проведении аудиторских мероприятий бюджетные и коррупционные риски периодически анализируются по всем бюджетным процедурам;

– принцип эффективности – проведение аудиторских мероприятий должно быть основано на необходимости достижения целей осуществления внутреннего финансового аудита и обеспечения полноты заключения о результатах проведения;

– принцип ответственности – аудитор несет ответственность за предоставление полных и достоверных выводов и предложений, позволяющих достичь цели и задачи осуществления внутреннего финансового аудита;

– принцип стандартизации – внутренний финансовый аудит осуществляется в соответствии с федеральными стандартами внутреннего финансового аудита.

Создание эффективной системы внутреннего аудита в компании позволит обеспечить устойчивость и максимальное развитие организации в условиях многоплановой конкуренции; сохранить и эффективно использовать ресурсы и потенциал организации; своевременно выявить и минимизировать коммерческие, финансовые и иные риски в управлении организацией; сформировать, в условиях постоянно меняющихся современных тенденций, адекватную хозяйствующую систему информационного обеспечения всех уровней управления, позволяющую своевременно адаптировать функционирование организации к изменениям во внутренней и внешней среде[4. С. 15].

Оценке результативности и эффективности внутреннего аудита компании уделяется отдельное внимание. На практике нет универсальных критериев оценки внутреннего аудита, поэтому состав и целевые назначения конкретных показателей устанавливается руководителем компании. Таким образом, результативность и эффективность работы внутреннего аудита оценивается по следующим процессам и целям (рис. 1).



Рис. 1. Процессы и цели оценки результативности и эффективности внутреннего аудита

Основываясь на вышеописанных процессах и целях в практике, могут быть применены следующие критерии для оценки внутреннего аудита [2. С. 40].

Для оценки результативности:

- соблюдение стандартов деятельности;
- разработка, утверждение и исполнение риск-ориентированного плана работ;
- удовлетворенность аудируемой стороны;
- практические рекомендации, влияющие на добавленную стоимость компании;
- защита или увеличение стоимости компании в результате контроля над бизнес-средой, снижение затрат и потерь, увеличения денежного потока и т.д.;
- эффективная коммуникация с аудируемой стороной и руководством.

Для оценки эффективности:

- исполнение утвержденного бюджета;
- своевременное начало аудиторских проверок, соблюдение сроков и объемов выполнения работ, планирование и использование ресурсов для охвата ключевых бизнес-процессов;
- соблюдение сроков предоставления отчетов;
- профессионализм персонала и исполнение программы профессионального развития;
- своевременное и верное выявление рисков системы внутреннего контроля компании;
- оперативное реагирование на аудиторские риски;
- знание бизнеса, операционных процессов компании и индустрии.

Особенностью зарубежного аудита является то, что в зарубежном законодательстве дается более детальная классификация видов аудита. Внутренний аудит представляет собой осуществляемую в интересах организации независимую деятельность внутренних аудиторов по проверке и оценке работы организации.

В 1941 г. в США группой единомышленников, увлеченных изучением сущности внутреннего аудита, был основан Институт внутренних аудиторов, который к настоящему времени превратился в международную профессиональную ассоциацию внутренних аудиторов со своими отделениями и филиалами более чем в 150 странах мира, в том числе и в России. Многообразие направлений, специфичность методов, применяемых внутренними аудиторами, и необходимость специальных знаний для объективного понимания отчетов внутренних аудиторов привело к необходимости создания специализированной структуры, отвечающей за взаимодействие между высшим менеджментом компании, которая получила название аудиторский комитет. Впервые аудиторские комитеты появились в структуре крупных компаний в США, затем в Европе, а затем в российских компаниях [3. С. 135].

На примере зарубежного опыта необходимость внутреннего аудита можно обосновать нижеследующими факторами:

1. Внутренний аудит является менее доступным, на данный момент, и в то же время недооцененным ресурсом, правильное использование которого может повысить эффективность деятельности предприятия;

2. Громкие корпоративные скандалы в США и Западной Европе, дали основания считать, что институт внешнего аудита может дать серьезные сбои, вследствие которых, терпят банкротства даже крупнейшие компании;

3. Наличие в предприятии хорошего корпоративного управления, где одним из неотъемлемых звеньев становится внутренний аудит, — положительный сигнал для потенциальных инвесторов и кредиторов, повышающий инвестиционную привлекательность предприятия.

Подводя итоги, хочется отметить, что эффективность внутреннего аудита напрямую зависит от соблюдения общепринятых стандартов деятельности, а также выполнения нормативных требований. В то время, как оценка эффективности внутреннего аудита – это совокупная задача, которая решается не по результатам формальной инспекционной проверки, а в ходе длительного и творческого процесса, учитывающего стратегические задачи, стоящие перед организацией.

Литература

1. Региональная экономическая интеграция : учеб. пособие / М.Ф. Ткаченко [и др.]; под ред. М.Ф. Ткаченко. СПб. : Троицкий мост, 2016. Гл. 4: Финансовая интеграция. С. 93–118.
2. Бурцев В.В. Особенности организации отдела внутреннего аудита // Справочник экономиста. 2017. № 9. С. 37–41.
3. Риполь-Сарагоси Ф.Б., Реутов В.Ю. Особенности организации систем внутреннего аудита в предприятиях и организациях с учетом зарубежного опыта // Учет и статистика. 2007. № 1 (9). С. 133–138.
4. Хромов В.Е., Пашковский Д.А. Эффективность деятельности службы внутреннего аудита // Управление в кредитной организации. 2011. № 5. С. 12–26.

5. Об утверждении федерального стандарта внутреннего финансового аудита «Определения, принципы и задачи внутреннего финансового аудита» : приказ Минфина России от 21.11.2019 № 196н // КонсультантПлюс : справ. правовая система. URL: <http://www.consultant.ru/> (дата обращения: 13.02.2021).
6. Рекомендации Банка России по организации управления рисками, внутреннего контроля, внутреннего аудита, работы комитета совета директоров (наблюдательного совета) по аудиту в публичных акционерных обществах : от 01.10.2020 № ИН-06-28/143 // Центральный банк РФ. URL: <https://cbr.ru/> (дата обращения: 13.02.2021).
7. О бухгалтерском учете : федеральный закон от 01.01.2020 № 402. Ст. 19: Организация внутреннего контроля в хозяйственной жизни экономического субъекта // КонсультантПлюс : справ. правовая система. URL: <http://www.consultant.ru/> (дата обращения: 13.02.2021).
8. Профессиональный стандарт «Специалист по внутреннему контролю (внутренний контролер)» : приказ Минтруда России от 22.04.2015 № 236н // КонсультантПлюс : справ. правовая система. URL: <http://www.consultant.ru/> (дата обращения: 13.02.2021).
9. Профессиональный стандарт «Внутренний аудитор» : приказ Минтруда России от 24.06.2015 № 398н // КонсультантПлюс : справ. правовая система. URL: <http://www.consultant.ru/> (дата обращения: 13.02.2021).
10. Рекомендации Минфина РФ по организации и осуществлению внутреннего контроля, документ № ПЗ-11/2013 : письмо Минфина России от 25.12.2013 № 07-04-15/57289 // КонсультантПлюс : справ. правовая система. URL: <http://www.consultant.ru/> (дата обращения: 13.02.2021).

Модель финансового поведения населения региона (на примере Томской области)

А.М. Тюлюбердинова, студент, 3-й курс, ИЭМ ТГУ

Научный руководитель: канд. экон. наук, доцент Т.Ю. Осипова
E-mail: atyulyberdinova@gmail.com

Домашние хозяйства являются основными профицитными экономическими единицами, предоставляя свободные денежные ресурсы на финансовый рынок через посредников, основным из которых является коммерческий банк. Интерес представляет проанализировать показатели доходов и расходов населения региона страны на примере Томской области во взаимосвязи с показателями регионального банковского сектора. Результатом такого анализа станет базовая модель финансового поведения населения региона как одна из составляющих профиля финансового рынка региона. Под моделью финансового поведения населения в данном исследовании понимается совокупность показателей по размещению и привлечению денежных средств в коммерческих банках региона в сравнении с показателями доходов и расходов населения региона.

Сбережения граждан являются источником инвестиций для всего региона, поэтому изучение процессов, которые связаны с трансформацией денежных сбережений в них, а также разработка определенных рекомендаций по более эффективному использованию ресурсов денежных сбережений населения в инвестиционных целях, имеет и теоретическую и практическую ценность [1. С. 330–333].

Цель данного исследования – формирование модели финансового поведения населения региона.

Объект исследования – показатели финансов домашних хозяйств региона.

Предмет исследования – показатели доходов, расходов населения региона и объемов средств физических лиц, размещенных и привлеченных коммерческими банками региона.

Методы исследования – анализ статистических данных ЦБ РФ и Росстата.

Рассмотрим соотношение денежных доходов и расходов населения Томской области за период с 2016 по 2020 г. [4].

Таблица 1

Соотношение и структура использования доходов и расходов населения Томской области, млн руб.

Показатели	2016	2017	2018	2019	2020
Денежные доходы населения	314 633,2	345 540,4	353 060,7	367 387,2	371 115,1
Денежные расходы населения	293 633,2	300 508,2	325 177,1	339 490,2	339 386,8
в том числе сбережения:	20 439,1	41 358,9	21 766,0	27 800,4	30 954,3
Превышение доходов над расходами доходов и расходов	21 000,0	45 032,2	27 883,6	27 897,0	31 728,3

По данным таблицы 1 можно сказать, что в 2016 г. сбережения составляли 20,5 млн руб., в 2020 г. они возросли в 1,5 раза и составили почти 31 млн руб. Объем денежных доходов населения имеет тенденцию стабильного роста из года в год, в 2016 г. по сравнению с 2020 г. он вырос на 56,5 млн руб. или на 15,2%. Увеличение размера сбережений говорит о повышении сберегательной активности населения.

Теперь стоит рассмотреть подробнее структуру доходов и расходов граждан региона за тот же период времени [5].

Таблица 2

Структура использования доходов и расходов населения Томской области, %

Показатели	2016	2017	2018	2019	2020
Денежные доходы – всего	100	100	100	100	100
в том числе:					
доходы от предпринимательской деятельности	9,0	7,8	7,6	7,6	7,7
оплата труда	46,2	62,9	64,3	63,8	64,0
социальные выплаты	24,6	23,4	23,2	23,5	23,8
доходы от собственности	7,0	3,5	3,3	3,1	3,2
другие доходы	13,2	2,4	1,6	2,0	2,0
Денежные расходы и прирост сбережений – всего	100	100	100	100	100
в том числе:					
покупка товаров и оплата услуг	64,3	67,6	79,7	79,3	80,1
обязательные платежи и разнообразные взносы, прочие расходы	12,9	13,9	12,5	15,4	16,5
приобретение недвижимости	2,5	3,3	1,5	2,9	3,6
прирост финансовых активов	20,3	15,2	6,3	2,4	3,2

По данным таблицы 2 можно отметить следующее: растет удельный вес оплаты труда в общей сумме доходов населения, в 2020 г. по сравнению с 2016 г. произошел рост на 17%. Обратная динамика наблюдается у доходов от собственности – снижение показателей почти в 2 раза. Если посмотреть в динамике с прошлым 2019 г., то к концу 2020 г. показатели по всем видам доходов выровнялись и стали больше, пусть и не на много. По видам расходов можно сказать, что граждане стали больше выделять средств на приобретение недвижимости, на покрытие обязательных платежей и различных взносов. Прирост финансовых активов имеет тенденцию к снижению за рассматриваемый период, но к концу 2020 г. ситуация была стабильной.

Влияние депозитов населения на все процессы в экономике велико и разнообразно. Во-первых, привлеченные денежные доходы населения в виде вкладов являются источником ресурсов кредитных организаций, необходимых для их деятельности. Во-вторых, они влияют на процессы на валютном и товарном рынках, рынке недвижимости и т.д. В-третьих, они играют огромную роль в образовании инвестиций в экономике. В инвестиции они превращаются после того, как превратятся в инвестиционные кредиты или в инвестиционные ценные бумаги (акции, облигации, векселя со сроком гашения более года и т.д.) [2].

Ключевыми объектами, предоставляющими финансовые услуги и новые продукты, являются банки. На конец 2020 года в России числится 406 действующих банков. В Томской области насчитывается 47 действующих банков, с множеством филиалов в количестве – 160 (ПАО «Сбербанк» – 47, ВТБ – 9, Альфа-Банк – 4, Банк «Открытие» – 9, Банк Левобережный - 2 и т.д.) [4, 5]. У большинства финансовых организаций есть возможность приобретения услуг в сети интернет, поэтому реальное предложение финансовых услуг жителей Томской области шире, чем представленные только физическими офисами (филиалами).

Для накопления, сбережения и преумножения накопленных денежных средств население России отдает предпочтение банковским депозитам. Банковские депозиты или вклады – это доступный и надежный способ получения пассивного дохода. Для банка основными проблемами по привлечению новых вкладов являются: невысокая финансовая обеспеченность населения; сохранение доверия вкладчиков; низкая ставка по вкладам. В таблице 3 представлены данные Центрального Банка РФ о привлеченных средствах юридических и физических лиц за последние пять лет (по Томской области) [3].

Таблица 3

Банковские депозиты (вклады) и другие привлеченные средства юридических и физических лиц в рублях (по Томской области), млн руб.

Год	Средства клиентов, всего	Депозиты юридических лиц	Вклады (депозиты) физических лиц	Цепной прирост (по депозитам физ. лиц)	Доля сбережений физических лиц региона в виде депозитов (%)	Базисный прирост (по депозитам физ. лиц)
2016	136 020	16 252	96 898			
2017	143 466	12 575	106 302	9 404	22,7	9 404
2018	174 390	15 176	116 010	9 708	44,6	19 112
2019	178 167	17 320	127 390	11 380	41	30 492
2020	203 815	21 764	133 884	6 494	21	36 986

По данным таблицы 3 можно сказать, что вклады населения в Томской области не прекращают своего роста и с 2016 по 2020 гг. выросли на 36 986 млн руб., что в относительном выражении составляет почти 40%, а это означает, что у населения повысился уровень дохода. В том числе всего на конец 2020 года в коммерческих банках лежат средства физических лиц в размере более чем 130 трлн руб. Но, с другой стороны, если рассматривать депозиты физических лиц по показателям цепного и базисного прироста, то можно заметить, что 2020 год по сравнению с 2019 годом менее «успешный». Виден достаточно резкий разбег между показателями, т.е. в 2020 году взгляды граждан на инвестирование и накопление собственных средств изменились.

Объем сбережений населения по всей России за период с 2016 по 2020 гг. имеет следующий вид: 2016 год (23,9 трлн руб.); 2017 год (29,5 трлн руб.); 2018 год (33,6 трлн руб.); 2019 год (35,7 трлн руб.); 2020 год (40 трлн руб.). Можно отметить, что динамика роста наблюдается и по средствам клиентов в банках, и по объему сбережений граждан. К тому же, причиной роста сбережений населения в 2020 г. являлся не рост благосостояния, а неуверенность в завтрашнем дне, которая заставила граждан затянуть потуже пояса для обеспечения запаса прочности в финансовом плане.

Далее внимание стоит обратить на объемы кредитования физических лиц. В таблице 4 представлены объемы кредитов, предоставленные физическим лицам за последние 5 лет [3].

Таблица 4

Объем задолженности по кредитам, предоставленным физическим лицам по РФ и Сибирскому федеральному округу (СФО), млн руб.

Год	По кредитам, всего		По жилищным кредитам		Цепной прирост (по кредитам)		Базисный прирост (по кредитам)	
	РФ	СФО	РФ	СФО	РФ	СФО	РФ	СФО
2016	10 585 867	1 475 385	4 389 056	591 343				
2017	11 855 189	1 587 909	5 049 032	650 193	1 269 322	112 524	1 269 322	112 524
2018	14 602 275	1 719 331	6 346 141	725 168	2 747 086	131 422	4 016 408	243 946
2019	17 305 096	1 988 024	7 399 207	818 265	2 702 821	268 693	6 719 229	512 639
2020	19 716 515	2 258 138	8 942 674	971 439	2 411 419	270 114	9 130 648	782 753

Из таблицы 4 видно, что за объем кредитов физическим лицам растет. В 2020 году он вырос на 13,5% и составил почти 20 трлн рублей. Для сравнения – за 2019 год рост кредитного портфеля физическим лицам составил 18,6%. Ипотека остается основным драйвером роста розничного кредитного портфеля, как из-за популярности программы «льготная ипотека под 6,5% годовых», так и из-за общего снижения ставок. Процентная ставка по кредитам на новостройки за год упала с 8,3% до 5,9% годовых, а по кредитам на вторичном рынке – с 9,3% до 8% годовых. По итогам 2020 года рост объема ипотечного кредитного портфеля даже с учетом плановых погашений и рефинансирования составил 25%.

В процессе проведения исследования столкнулись с проблемой сопоставимости данных Центрального банка РФ и Федеральная служба государственной статистики – ЦБ РФ показывает накопленные средства клиентов и объектом его отчетности являются коммерческие банки, а Росстат, в свою очередь, объем сбережений в год и объект его отчетности являются доходы физических лиц. Для достоверности получаемых выводов необходимо дополнительное изучение методологии сбора данных и формирования отчетности данных ведомств.

На основе полученных данных были выявлены следующие характеристики базовой модели финансового поведения населения региона:

1. Доля сбережений в доходах населения составляет 8% или 9% в расходах.
2. Только около 32,5% сбережений остается в банковской системе региона в виде депозитов.
3. Объем кредитования растет.

Таким образом, можно сделать вывод, что население региона обладает свободными денежными ресурсами, которые позволяют им делать сбережения и брать кредиты.

Литература

1. Гондик Н.Ю. Финансовое поведение населения: теоретические аспекты // Master's journal. 2016. № 1. С. 330–333.
2. Шендановина О.В. Анализ состояния современного рынка банковских депозитов и их роль в ресурсной базе современных коммерческих банков // Общество. Экономика. Культура: актуальные проблемы и пути решения : сб. ст. и тез. докл. науч.-практ. конф. студентов / отв. ред. Л.А. Краус. Красноярск, 2020. С. 24–26.
3. Центральный банк Российской Федерации : официальный сайт. Электрон. дан. М., 2000–2021. URL: <https://cbr.ru/> (дата обращения: 12.04.2021).
4. Федеральная служба государственной статистики : официальный сайт. Электрон. дан. 1999–2021. URL: <https://www.gks.ru/> (дата обращения: 14.04.2021).
5. Федеральная служба статистики Томской области : официальный сайт. Электрон. дан. 1999–2021. URL: <https://www.tmsk.gks.ru/> (дата обращения: 14.04.2021).

Организация эффективного внутреннего аудита финансовой отчетности

А.А. Кривочручко, студент, ИЭМ ТГУ

Научный руководитель: канд. экон. наук, доцент В.Б. Романюк
E-mail: ann_kauer@inbox.ru

Контроль – это один из важнейших аспектов управления предприятием. Одним из самых эффективных его инструментов является внутренний аудит. В настоящее время внутренний аудит позволяет решать не только вопросы правильности ведения бухгалтерского учета и составления бухгалтерской отчетности, но и организации предприятия, а также повышения эффективности управления. Стоит отметить, что доверие государства и инвесторов к предприятиям, на которых работают внутренние аудиторы, заметно выше, чем к тем, кто пренебрегает подобной возможностью.

Появление внутреннего аудита на предприятиях было связано, в первую очередь, с развитием крупного и среднего предпринимательства. В подобных организациях руководители подразделений отвечают только за свой участок работы, а внутренний аудит позволяет предоставить консолидированную информацию о действиях всех подразделений в целом и показать все взаимосвязи между ними.

В настоящее время система эффективного внутреннего аудита в России находится на этапе становления, что и определяет актуальность этого исследования.

Согласно МСА 610, целями внутреннего аудита являются: корпоративное управление; управление рисками; внутренний контроль.

Согласно же информационному письму Банка России [2] цель внутреннего аудита – это проведение независимых и объективных внутренних аудиторских проверок на основе риск - ориентированного подхода, предоставление консультаций и обмен знаниями. Задачами же выступают: оценка корпоративного управления и предоставление рекомендаций по его совершенствованию; оценка надёжности и эффективности управления рисками и внутреннего контроля и предоставление рекомендаций по её совершенствованию.

Одним же из важнейших и, возможно, самым масштабным этапом внутреннего аудита является разработка его стратегии и планирование. Разработка общей стратегии помогает аудитору определиться с необходимыми ресурсами, в основном, человеческими, распределить специалистов по областям аудита и обозначить объём проверки и количество затрачиваемых на неё часов, также определяется, когда следует использовать имеющиеся ресурсы и то, каким образом будет организовано управление ими. По завершении разработки общей стратегии аудита начинается разработка его плана, который включает в себя более подробное описание характера, сроков и объёма выполняемых процедур, а также оценку рисков и предварительное рассмотрение раскрытия информации [3]. Отсутствие грамотного планирования внутреннего аудита может повлиять на его эффективность в негативном ключе, как и, наоборот, разумное и подробное планирование сделает проверку максимально эффективной.

Первым слабым местом планирования можно считать подбор команды, т.к. специалисты могут быть некомпетентны, ангажированы, возможна также недостаточность технических ресурсов и нерациональное распределение рабочей нагрузки. Для этого Сафохина Е.А. рекомендует ряд мероприятий, которые следует регулярно проводить. Например, это постоянное обновление технических, информационных и программных ресурсов, регулярное повышение квалификации сотрудников, задействованных в процедуре внутреннего аудита, проверка этих сотрудников на коррупционную составляющую, а также обеспечение укомплектованности штата и грамотное распределение рабочей нагрузки.

Следующим возможным пунктом, влияющим на эффективность внутреннего аудита может быть используемая информация, база документов. Для проводимого аудита очень важно удостовериться в точности и реальности источников информации для целей аудита, т.е. определить их существенность. Согласно МСА 320, уровень существенности формируется в ходе выполнения аудиторских процедур с целью определения оценки рисков существенного искажения отчетности и определяется расчетным путем. Уровень существенности определяется исходя из определенных долей от базовых показателей: баланса или показателей бухгалтерской отчетности. Обычно это балансовая прибыль, выручка, валюта баланса, собственный капитал, общие затраты организации.

Так же, крайне важным для планирования эффективного аудита является оценка аудиторского риска. Согласно МСА 315, аудиторский риск определяется путем перемножения риска существенного искажения, зависящего от эффективности системы внутреннего контроля организации, и риска обнаружения, характеризующего риск допущения ошибки со стороны аудиторской организации.

Желаемый аудиторский риск или общий аудиторский риск (AR) – это риск предоставления несоответствующего аудиторского заключения при существенном искажении финансовой отчетности. Этот риск имеет три составляющие:

- неотъемлемый риск или предполагаемый присущий риск;
- риск контроля или запланированный предполагаемый контрольный риск;
- риск не обнаружения.

Общий аудиторский риск определяется по формуле:

$$AR = IR \times CR \times DR$$

Эта формула представляет собой модель аудиторского риска. Из данной формулы можно определить риск не обнаружения:

$$DR = AR / (IR \times CR)$$

(значение показателей приводится в долях).

Риск контроля – это риск того, что искажение, которое может иметь место в сальдо счетов или классах операций, не будет своевременно предотвращено или выявлено и исправлено системами бухгалтерского учета и внутреннего контроля.

Риск не обнаружения состоит в том, что аудиторские процедуры по существу не обнаружат искажение, имеющееся в сальдо счета или классах операций, которое может быть существенным в отдельности или в совокупности с искажениями в других сальдо счетов или классах операций.

DR: чем ниже этот показатель, больше процедур по существу должно быть выполнено аудитором и тем больше должен быть объем выборки; этот показатель никогда не должен быть исключен полностью, поскольку это результат ошибки человека. Рассмотрим на примере определение риска не обнаружения ошибки аудитором (таблица).

Определение риска не обнаружения ошибки аудитором, %

Наименование показателя	Направления учетной политики организации					
	A	B	C	D	E	F
1.Желаемый аудиторский риск AR	1	2	5	4	3	6
2.Предполагаемый присущий риск (неотъемлемый риск) IR	20	50	30	30	40	20
3.Запланированный предполагаемый уровень контрольного риска CR	50	40	20	50	10	50
4.Риск не обнаружения ошибки аудитором DR	1,43	2,22	10,00	5,00	6,00	8,57
Ранжирование риска DR по трудоёмкости аудиторских процедур (место)	1	2	6	3	4	5

Также, при оценке аудиторских рисков необходимо учитывать отраслевую специфику предприятия, характер организации, регуляторные и прочие внешние факторы, которые могут влиять на достоверность этой оценки.

Можно заметить, что представленные выше критерии и факторы, которые необходимо учитывать при планировании эффективного внутреннего аудита, основаны на Международных стандартах аудита и являются, в некотором роде, довольно общими и касаются, в основном, финансовой отчетности. В настоящее время всё больше применяется методика риск-ориентированного планирования внутреннего аудита [4]. Её идея состоит в том, что при планировании будущих проверок необходимо ориентироваться, в первую очередь, на те сферы деятельности компании или подразделения, где уже были выявлены и (или) спрогнозированы факторы, влияющие на совершение значительных правонарушений, особенно если эти правонарушения связаны с финансовой или управленческой информацией организации.

Но откуда же берётся информация об источниках рисков? В первую очередь, наличие этой информации обеспечивается формализованной оценкой рисков, которую необходимо проводить, как минимум, раз в год. Если же такие проверки по тем или иным причинам не проводились, то тогда вся ответственность за принятие решения о том, с какого подразделения начинать проверку, ложится на плечи аудитора, а он, в свою очередь, руководствуется собственным опытом и профессиональными суждениями. Также, в подобной ситуации решение может приниматься, исходя из пожеланий совета директоров и исполнительного органа компании.

При применении данной методики рационализируется сам процесс внутреннего аудита, так как вместо «ковровой бомбардировки», т.е. сплошной, детальной, трудоёмкой и довольно долгой проверки, усилия команды аудиторов концентрируются на уже известных проблемных точках, которые могут стать причиной более масштабных проблем по всей организации.

Как ещё один способ подхода к риск-ориентированному планированию внутреннего аудита в Практических указаниях Международного института внутренних аудиторов [7] отмечается разработка

и корректировка «вселенной аудита». Вселенная аудита – это перечень всех возможных заданий, которые может выполнить служба внутреннего аудита. Информацию для её составления аудитор может получить, в том числе от совета директоров, и от исполнительного органа компании. Эта вселенная может разрабатываться с учетом стратегии развития компании, которая учитывает влияние внешних факторов и связанных с ними рисков.

Суть подхода состоит в том, что из всей имеющейся информации о подразделениях компании, их количестве и т.д. можно составить простую таблицу с набором критериев, с помощью которых и будет определяться значимость того или иного объекта для бизнеса компании, а, соответственно, обозначить приоритетные направления для проверки. Критерии для составления таблицы, в основном, утверждаются органами управления компании. Таким образом, из этой большой вселенной аудита формируется реально выполнимый и продуманный риск-ориентированный план внутреннего аудита.

Подводя итоги исследования, можно отметить, что в настоящее время наблюдается тенденция перехода от формализованного внутреннего аудита, нацеленного, в основном, на проверку достоверности и адекватности финансовой отчетности, к той системе, когда внутренний аудит также оценивает риски предприятия, при этом концентрируясь на конкретных его слабых точках, таким образом помогая руководству наладить систему управления организацией и разрабатывать новые стратегии её развития.

Литература

1. О введении в действие международных стандартов аудита на территории Российской Федерации и о признании утратившими силу некоторых приказов Министерства финансов Российской Федерации : приказ Минфина от 09.01.2019 № 2н // Российская газета. 2019. 1 фев.
2. О рекомендациях по организации управления рисками, внутреннего контроля, внутреннего аудита, работы комитета совета директоров (наблюдательного совета) по аудиту в публичных акционерных обществах : информационное письмо от 01.10.2020 № ИН-06-28/143 // Банк России URL: https://cbr.ru/statichhtml/file/59420/20201001_in_06_28-143.pdf (дата обращения: 20.03.2021).
3. Калинина И.Н., Мокосеева М.А., Дулуц К.А. Планирование внутреннего аудита // Естественно-гуманитарные исследования. 2021. №33. С. 242–246.
4. Орлов С.Н. Внутренний аудит в современной системе корпоративного управления компанией : практическое пособие. М. : Инфра-М, 2019. 284 с.
5. Пивень И.Г., Грабивчук В.Я. Внутренний аудит и его роль в системе внутреннего контроля // Экономика и бизнес: теория и практика. 2021. № 1-2. С. 51–54.
6. Сафохина Е.А. Проблемы организации внутреннего контроля и аудита экономического субъекта // Вестник экономической безопасности. 2020. № 3. С. 307–310.
7. Международные основы профессиональной практики внутреннего аудита : практические указания // Институт внутренних аудиторов. URL: www.ii-a-gu.ru (дата обращения: 21.03.2021).

Средневзвешенная цена капитала компании как показатель эффективности финансового управления

Э.Ш. Багдасарян, студент, 4-й курс, ИЭМ ТГУ

Научный руководитель: канд. экон. наук, доцент Н.Д. Шимширт
E-mail: elen_bagdasaryan@mail.ru

Концепция стоимости капитала исходит из того, что капитал как один из ключевых факторов производства имеет определенную стоимость, которая существенно влияет на уровень инвестиционных и текущих расходов предприятия. Данная концепция является одной из базовых в системе управления финансами. Как указывает Ван Хорн «Стоимость капитала – это ставка доходности для различных типов финансирования бизнеса, требуемая поставщиками капитала. Стоимость капитала фирмы в целом представляет собой средневзвешенное отдельных значений требуемых ставок доходности (затрат на привлечение капитала)» [1].

Стоимость капитала компании выражает пропорциональное значение стоимостей различных источников финансирования ее коммерческой деятельности. Заметим, что уровень стоимости капитала предприятия – это один из важнейших элементов рыночной стоимости этого предприятия. Снижение стоимости капитала приводит к соответствующему возрастанию рыночной стоимости предприятия, и наоборот. Эта зависимость отражается на деятельности акционерных предприятий открытого типа,

цена на акции которых поднимается и падает при соответственно снижении или росте стоимости их капитала.

Определение стоимости капитала организации проводится в несколько этапов:

- 1) определяется цена каждого источника капитала;
- 2) определяется средневзвешенная цена капитала на основании удельного веса каждого компонента в общей сумме инвестированного капитала;
- 3) разрабатываются мероприятия по оптимизации структуры капитала и формированию его целевой структуры.

Рассмотрим определение стоимости собственного и заемного капитала подробнее. Нужно отметить, что стоимость источника «собственный капитал» измерить несколько сложнее, нежели стоимость заемного капитала.

Обыкновенные акции являются более рискованным финансовым инструментом, потому что они имеют более низкий приоритет в выплате дивидендов.

Существует множество моделей для расчета цены обыкновенных акций, мы рассмотрим следующие:

1. Модель Гордона.
2. Модель оценки долгосрочных (капитальных) активов CAPM.
3. Кумулятивная модель.

В основе модели Гордона лежит метод определения стоимости акций путем дисконтирования потока дивидендов. В этой модели выделяют три варианта динамики прогнозных значений дивидендов: дивиденды не меняются (модель нулевого роста); дивиденды возрастают с постоянным темпом прироста (модель постоянного роста); дивиденды возрастают с изменяющимся темпом прироста (модель переменного роста).

Следует отметить, что применение модели нулевого роста на практике несколько ограничено, поскольку для этого прибыль и дивиденды компании должны быть стабильными, что нереально в настоящее время для российских эмитентов. Модель постоянного роста дивидендов используется стабильными, успешно развивающимися компаниями, которые находятся на стадии зрелости. Модель переменного роста дивидендов является наиболее сложной, а ее применение на практике ограничено. Из названия модели следует, что предприятие планирует в различные периоды своей деятельности разные темпы роста дивидендов [2].

Модель CAPM (автор У. Шарп) основывается на подходе, который учитывает оценку риска. Согласно этой концепции, соотношения доходности и риска большинство инвесторов на рынке действуют рационально, являются противниками риска, то есть за больший риск требуют и большую доходность.

CAPM нельзя назвать идеальной, однако многие её характеристики делают её применимой и полезной в ряде случаев. Чаще всего расчёт критикуют за нереалистичность, но результат расчёта CAPM несложно вычислить и подвергнуть стресс-тесту. В совокупности с другими аналитическими инструментами он даёт представление о многих важных сведениях, и на их основе принимается решение о целесообразности инвестиций.

Для непубличных компаний, для которых применение предыдущих моделей не представляется возможным, используется кумулятивная модель, либо метод кумулятивного построения. В данной модели премия за риск определяется на основе отнесения компании к одной из категорий риска. Индикаторами отнесения предприятия к той или иной категории являются показатели, которые характеризуют финансовый, рыночный, операционный и инвестиционный риски. Но недостатком данной модели является то, что она носит субъективный характер.

Изучив основные модели для определения стоимости обыкновенных акций, стоит заметить, что для повышения точности расчетов рекомендуется использовать несколько методов одновременно, сравнивая результаты. Финансовый менеджер может ориентироваться на средние значения, если появились незначительные расхождения. В случае, когда отклонения значительны, следует осуществить дополнительный анализ, уточнив некоторые исходные параметры и т. д.

Таким образом управление ценой собственного капитала – это процесс формирования стоимостной структуры капитала. А цель данного управления – минимизация цены собственного капитала и отдельных его элементов.

Анализ цены заемного капитала по праву считается одной из наиболее важных составляющих политики управления финансовой деятельностью предприятия. Традиционными видами заемных источников формирования капитала предприятия являются кредиты банков и облигационный займ. Стоимость

большинства заемных источников можно определить на основе чистой суммы привлеченных средств и потока платежей по их погашению.

Важнейшее свойство любых видов займа заключается в том, что в общем случае процентные платежи по их обслуживанию входят в издержки, относимые на себестоимость продукции, которые вычитаются из налогооблагаемой базы. Поэтому цена заемного капитала корректируется на поправочный множитель с целью отражения данного эффекта. Также отдельно определяется цена таких источников как: размещения предприятием облигаций, стоимость товарного кредита, кредиторскую задолженность по оплате труда и др.

Средневзвешенная стоимость капитала (WACC) показывает минимальную норму прибыли, которую ожидают инвесторы от собственных инвестиций. Проекты, выбранные для реализации, должны обладать не меньшей доходностью, чем WACC. WACC устанавливают как средневзвешенную величину индивидуальных стоимостей (цен), в которые обходится организации привлечение различных источников средств: облигационных займов, акционерного капитала, нераспределенной прибыли, банковских кредитов и др. [1].

WACC также некоторые авторы рассматривают как некоторый измеритель, который применяется с целью оценки эффективности финансово – хозяйственной деятельности (WACC сравнивают с экономической рентабельностью активов), оценки стоимости бизнеса (WACC применяется как ставка дисконтирования для нахождения стоимости компании и экономической прибыли), определения минимально необходимого уровня рентабельности активов, который вычисляется на основе цены заемного капитала и желаемого уровня рентабельности собственного капитала.

Стоимость капитала всего предприятия определяется по следующей формуле:

$$WACC = \sum_{i=1}^n r_i d_i, \quad (1)$$

где r_i – стоимость i -го источника средств в %; d_i – удельный вес i -го источника средств в общей сумме в долях; n – количество источников средств, шт. [3]

Таким образом, использование цены капитала в финансовых расчетах позволяет оценить эффективность финансового обеспечения деятельности предприятия, выявить факторы, которые обеспечат достижение такой эффективности и разработать необходимые мероприятия с учетом конкретных условий функционирования организации.

Перейдем непосредственно к расчёту цены капитала ПАО «Магнит». Уставный капитал ПАО «Магнит» составляет 1 019 113,55 руб. и состоит из 101 911 355 обыкновенных именных бездокументарных акций номинальной стоимостью 0,01 рубля каждая [4]. Рассчитаем цену данного источника, применив модель Гордона, рассмотренную выше.

В таблице приведены необходимые показатели для расчета цены обыкновенных акций.

Показатели ПАО «Магнит» для расчета цены обыкновенных акций, тыс. руб. [4]

Показатель	2017г.	2018г.	2019г.
Величина выплаченного дивиденда	251,01	304,16	304,19
Рыночная цена обыкновенной акции	9052,77	4476,52	3636,83

Приведенные в таблице значения рыночной цены обыкновенных акций являются средней ценой акции в год. По данным значениям, мы видим, что рыночная цена обыкновенной акции с каждым годом становится все ниже. Чаще всего это происходит из-за плохой отчетности компании (инвесторы боятся, в частности, что снижение прибыли повлечет за собой уменьшение размеров дивидендов), снижения интереса к отрасли, снижения спроса на акции данной компании и так далее.

На рисунке 1 представлена динамика цены обыкновенных акций. Для того, чтобы понять причины снижения или роста цены акций проанализируем размер чистой прибыли и чистого долга ПАО «Магнит».

Учитывая факт снижения чистой прибыли в 2018 году относительно 2017 года и увеличения данного показателя в 2019 году на 17,5%, размер дивидендов в 2018 году значительно вырос, а в 2019 он остался примерно равным 2018 году. При этом параллельно наблюдается тенденция увеличения чистого долга компании. То есть компания зарабатывает все меньше, а выплату дивидендов производит за счет новых займов.

Таким образом, за счет этих факторов цена источника обыкновенные акции становится все выше и выше, что не может хорошо сказываться на привлекательность данной компании для инвесторов. Это объясняется тем, что повышение цены капитала приводит к снижению рыночной стоимости предприятия, что в свою очередь влияет на цену акции (она снижается).

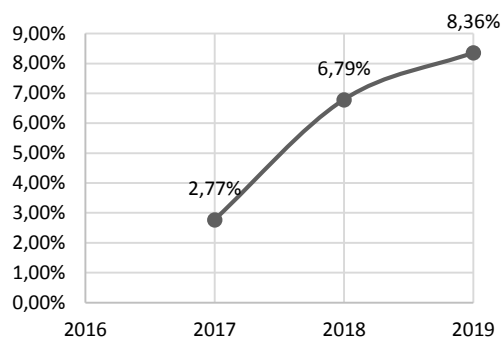


Рис. 1. Цена обыкновенных акций в 2017–2019 гг.

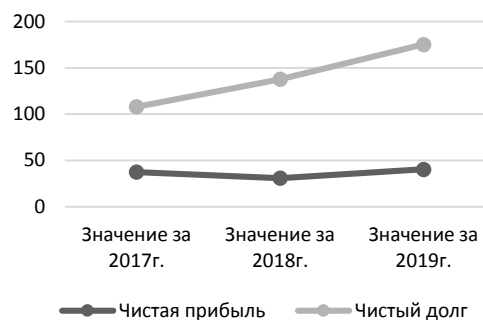


Рис. 2. Изменение показателей чистой прибыли и чистого долга в 2017–2019 гг., млрд руб.

Ввиду незнания многих параметров относительно источников формирования заемного капитала (размеры скидок, дни просрочки выплат по налогам, ставка по кредиту и другое), рассчитаем общую цену заемного капитала.

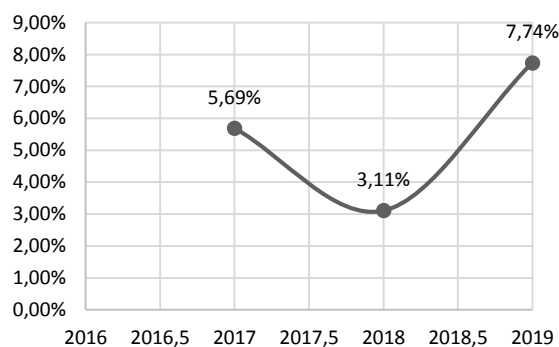


Рис. 3. Цена заемного капитала в 2017–2019 гг.

Как мы видим на рисунке 3, к 2019 году цена заемного капитала выросла и составила 7,74%, это говорит о том, что издержки, связанные с привлечением заемного капитала, выросли по сравнению с предыдущими годами.

На рисунке 4 представлена динамика WACC, а на рисунке 5 отображено то, сколько процентов в средневзвешенной цене капитала составляет цена заемного и собственного капитала в каждый год.

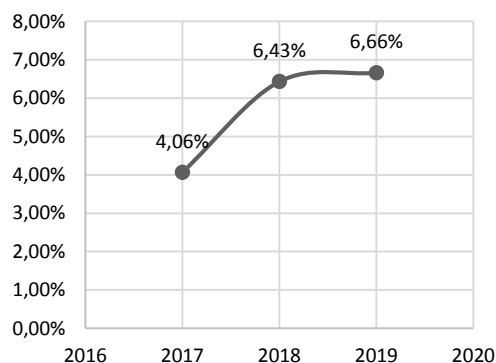


Рис. 4. Динамика WACC в 2017–2019 гг.

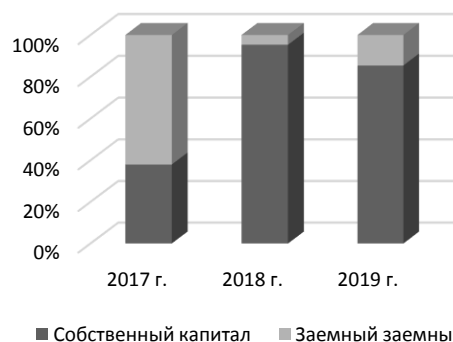


Рис. 5. Доля цены собственного и заемного капитала в общей цене капитала

Построим диаграмму, в которой отобразим сколько процентов в средневзвешенной цене капитала составляет цена заемного и собственного капитала в каждый год.

После проведенных расчетов можно сделать следующие выводы. Средневзвешенная цена капитала с каждым годом становится выше. Цена заемного капитала в общей структуре цены капитала в 2018 году значительно ниже цены заемного капитала в 2017 и 2019 годах. Также следует отметить, что значение показателя WACC позволяет говорить о том, что все инвестиционные решения, доходность которых превысила 4,625%, 6,434% и 6,663% в соответствующих годах были выгодны для компании.

Литература

1. Абрамова К., Козенкова Т. Методические подходы к определению стоимости капитала // Риск: ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. 2012. № 4. С. 466–471.
2. Гаджиев М.М., Яковлева Е.А., Бучаев Я.Г. Анализ стоимости капитала предприятия для оценки экономической эффективности // Управление экономическими системами : электронный научный журнал. 2013. № 10 (58). С. 100–118.
3. Гурфова С.А., Бариева А.Х. Цена капитала в оценке эффективности инвестиций // Направления модернизации современного инновационного общества: экономика, социология, философия, политика, право : материалы Междунар. науч.-практ. конф. : в 3 ч. / отв. ред. Н.Н. Понарина, С.С. Чернов. Саратов, 2015. С. 111–114.
4. ПАО «Магнит» : официальный сайт компании. URL: <http://magnit-info.ru/> (дата обращения: 05.04.2020).
5. Шимширт Н.Д. Современная теория и практика финансового менеджмента : учебник. Томск : Изд-во Том. ун-та, 2011. 348 с.

Формирование индивидуальных инвестиционных счетов пенсионной направленности

К.А. Иванова, студент, 2-й курс, ИЭМ ТГУ

Научный руководитель: канд. экон. наук, доцент О.С. Беломытцева
E-mail: ivanovakarina94@mail.ru

Индивидуальный инвестиционный счет (далее ИИС) – это счет внутреннего учета, который предназначен для обособленного учета денежных средств, ценных бумаг клиента – физического лица, обязательств по договорам, заключенным за счет указанного клиента. Счет открывается и ведется брокером или управляющим на основании отдельного договора на брокерское обслуживание или договора доверительного управления ценными бумагами, которые предусматривают открытие и ведение ИИС [1].

Данный счет предполагает особый инвестиционный налоговый вычет - уменьшение налоговой базы при совершении сделок с ценными бумагами [2. С. 99].

С учетом особенностей открытия и предоставляемых налоговых вычетов в настоящее время на рынке ценных бумаг России выделяется два типа ИИС. Они условно обозначаются как «тип А» и «тип Б». Первый тип предназначен для более консервативных инвесторов, второй – для тех, кто активно торгует на фондовом рынке.

От ЦБ РФ поступило предложение создать новый третий тип ИИС, который будет рассчитан на инвестиции на срок от 10 лет [3]. Одной из приоритетных задач Банка России является создание и развитие института длинных денег, поэтому ИИС – это один из инструментов трансформации сбережений граждан в долгосрочные и устойчивые инвестиции. Однако данный инструмент требует развития, чтобы процесс создания длинных денег ускорился.

Для удобства ЦБ предлагает не вводить ограничения по объемам средств, которые ежегодно можно вносить на ИИС третьего типа. Налоговый вычет по налогу на доход физических лиц (НДФЛ) в новом типе ИИС будет являться комбинированным:

– в размере ежемесячно внесенных средств на ИИС типа III (не более 6% от дохода) через работодателя (налоговый агент), а также в размере самостоятельно внесенных средств (не более 120 тыс. рублей в год);

– из дохода при осуществлении целевого расходования средств с ИИС III типа.

Как полагают исследователи ИИС 3 типа будет способен решить следующие задачи [4]:

– создать механизм долгосрочных сбережений для более широкой группы граждан РФ (в т.ч. «средний» класс и «самозанятые граждане»);

– повысить коэффициент замещения при выходе на пенсию;

– привлечь новые «длинные» деньги;

– закрепить собственность граждан на активы;

– повысить качество сервиса и эффективности за счет механизмов конкуренции с индустрией пенсионного обеспечения.

Кроме того, для ответа на вопрос может ли существовать место для ИИС III типа является анализ иностранного опыта. Так, в Великобритании примером может стать Lifetime ISA, в Канаде – RRSP, в Японии – iDeCo, в Австралии – Superannuation (таблица) [4].

Сравнительная характеристика финансовых продуктов зарубежных стран.

Lifetime ISA (Великобритания)	RRSP (Канада)	iDeCo (Япония)	Superannuation (Австралия)
<ul style="list-style-type: none"> – существование с базовыми ISA (cash, stock & shares, innovative finance); – существование с SIPP (self-invested personal pension); – открытие возможно в период с 18 до 40 лет; – невозможность пополнения после 50 лет; – максимальный взнос – £4000 в год, правительство добавляет от себя 25%; – возможность снятия без налогов на доход от инвестиций только после 60 / на покупку первого дома / неизлечимая болезнь с прогнозом на 12 месяцев; – снятие в др. случаях с комиссией 20 %; – инвестирование в те же инструменты, что и в обычном ISA 	<ul style="list-style-type: none"> – существование параллельно с CPP и OAS (пенсионные программы) и TFSA (аналог ИИС); – разрешается вносить до 18 % от дохода за предыдущий год, но не более \$26,500 в год; – внесение средств до 71 года; – льготное налогообложение – pre-tax взносы, доходы от инвестиций не облагаются, пока находятся на счете; – возможность выведения средств (взимается налог). Искл.: вывод для покупки жилья и образования 	<ul style="list-style-type: none"> – существование параллельно с Nenkin (пенсионная программа) и NISA (аналог ИИС); – максимальный взнос от ¥144,000 до ¥816,000 в год (в зависимости от типа занятости), минимум - ¥5000 в месяц; – получение средств по достижению 60 лет либо целиком, либо фиксированными выплатами, либо комбинацией этих вариантов; – открытие возможно в период с 20 до 59 лет; – pre-tax взносы, доходы по счету также не облагаются налогом; – возможность инвестирования в фонды (ETF/RTF/ПИФ), НСЖ и депозиты в любых пропорциях. Пропорции определяет гражданин, средства размещает финансовый институт 	<ul style="list-style-type: none"> – возможность сделать свой небольшой «фонд» (self-managed superfund), в фонде может быть до 4 человек включительно; – обязательные взносы от владельцев счета и перечисления от работодателя; – минимальный возраст снятия без штрафов и налогов – 60 лет; – сложный комплекс налоговых вычетов. Взносы могут быть и pre-tax и post-tax; – возможность вывода tax-free после 60 лет, а также той части, которая подлежит налогообложению

Анализируя данную таблицу, мы можем сделать вывод о том, что финансовый продукт каждой страны имеет свои «плюсы» и «минусы». Например, существенным минусом Lifetime ISA является невозможность пополнения средств после 50 лет, в то время как в RRSP (Канада) внесение средств возможно до 71 года. Отличительной особенностью Superannuation (Австралия) является то, что фактически существует возможность сделать свой небольшой фонд (self-managed superfund). В таком фонде может быть до 4 человек включительно. Подавляющее большинство фондов - именно self-managed. Поэтому какой «образец» выберет ЦБ, на основании какого зарубежного опыта будет создан новый третий тип ИИС стоит только догадываться.

Остается также много нерешенных вопросов, например, будет ли возможность досрочного снятия средств, гарантированность активов и возможна ли дифференциация льгот в зависимости от срока пенсионного возраста. На эти и другие вопросы придется ответить по ходу внедрения в России нового типа ИИС. Так как успешность ИИС III типа зависит от его параметров, поэтому Банк России открыт к диалогу с экономической общественностью для выработки эффективных решений по данному вопросу [5].

Таким образом, внедрение ИИС III типа позволит удовлетворить потребности физических лиц в понятных и эффективных инструментах долгосрочных инвестиций на российском финансовом рынке и может представлять стимул для выбора долгосрочных инвестиционных стратегий, что в свою очередь дает возможность эмитентам ценных бумаг предлагать новые условия при привлечении долгосрочного финансирования.

Литература

1. О рынке ценных бумаг: Федеральный закон от 22.04.1996 № 39-ФЗ (ред. от 31.07.2020) // Собрание законодательства РФ. 1996. № 17. Ст. 1918.
2. Беломытцева О.С. Развитие системы инвестиционных налоговых вычетов в Российской Федерации для стимулирования инвестиций в ценные бумаги // Вестник Томского государственного университета. Экономика. 2016. № 2 (34). С. 99–113.
3. ЦБ предложил создать новый тип инвестиционных счетов для граждан. URL: <https://www.rbc.ru/finances/29/10/2020/5f9aaf759a7947675d4766eb> (дата обращения: 15.04.2021)
4. Индивидуальный инвестиционный счет III типа : материалы круглого стола // НАУФОР. URL: <http://www.naufor.ru/getfile.asp?id=13870&hk=20200713> (дата обращения: 15.04.2021)
5. Концепция совершенствования механизма индивидуального инвестиционного счета для стимулирования долгосрочных инвестиций в Российской Федерации : инфор.-аналит. материал. URL: https://www.cbr.ru/Content/Document/File/113355/con_29102020.pdf (дата обращения: 15.04.2021).

6. Беломытцева О.С. Система индивидуальных инвестиционных счетов в Российской Федерации: первые результаты и перспективы // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. 2016. № 1 (34). С. 89–94.
7. Боднер Г.Д. Индивидуальные инвестиционные счета: первые результаты и дальнейшие перспективы // Научный вестник: финансы, банки, инвестиции. 2017. № 1. С. 85–91.
8. Рябикина С.Е. Возможности и перспективы индивидуальных инвестиционных счетов // Синергия наук. 2020. № 43. С. 98–106.

Рейтинговая оценка золотовалютных резервов ведущих стран мира и России

Э.А. Кудрина, студент, 5-й курс, ИЭМ ТГУ

Научный руководитель: канд. экон. наук, доцент В.Б. Романюк
E-mail: eriyska@mail.ru

Одним из маркеров эффективности государства в финансовой сфере, и в целом экономической безопасности страны, является достаточность золотовалютных резервов, оптимальность их структуры, способствующая обеспечению качественного выполнения экономических, геополитических и международных задач государства. С точки зрения функционального значения золотовалютные резервы являются институтом обеспечения устойчивости финансовой системы страны. Как справедливо отмечал С. Наркевич, ключевой функцией золотовалютных резервов являются поддержание ликвидности валютного рынка, противодействие шокам платежного баланса и стимулирование экспортоориентированного роста [1. С. 97]. Золотовалютные резервы являются страховым запасом, защищающим национальную экономику от макроэкономических рисков, находясь, при этом, под угрозой влияния рисков мирового масштаба. О значимости золотовалютных резервов можно говорить и в свете финансово-экономических проблем эмитентов резервных валют, носящих долговременный характер, что актуализирует вопросы качества накопленных международных резервов и необходимости выработки обоснованных подходов к управлению им в условиях глобальных рисков [2].

Ведущие страны мира, в том числе и Российская Федерация, накопили колоссальные золотовалютные резервы, потребность в которых обусловлена зависимостью экономики конкретной от конъюнктуры мирового рынка (таблица). В настоящее время лидером по абсолютным и относительным объемам международных резервов является Китай, который на начало 2021 г. накопил 3 222 900 млрд долларов, увеличив этот показатель с 2019 г. на 54 907 млн долларов. На втором месте находится Япония с запасами 1 322 443 млрд долларов, на третьем – Швейцария – 854 804, на четвертом – Россия с приростом 85 864 млн долларов и объемом в 554 359 млн долларов (справедливости ради укажем, что сейчас международные резервы России находятся на уровне исторического максимума, отмечается рост их запасов в десятки раз.), на пятом Саудовская Аравия – 514 843 долларов, затем США – 513 694 долларов (приведенные цифры не являются постоянными, соответствуют определенной отчетной дате и составлены на основе статистических данных Центрального банка Российской Федерации – годовых отчетов, ежеквартальных Обзоров деятельности ЦБ РФ, статистических сборниках).

Рейтинговая оценка международных резервов ведущих стран мира [3]

Страна	Международные резервы, млн долларов США		Динамика
	на 01.01.2020	на 01.01.2019	
КНР	3 222 900	3 167 993	+54 907
Япония	1 322 443	1 270 975	+51 468
Швейцария	854 804	786 940	+67 864
Российская Федерация	554 359	468 495	+85 864
Саудовская Аравия	514 843	509 441	+5 402
США	513 694	448 400	+4 253
Тайвань	482 371	479 204	+3 167
Индия	460 209	395 591	+64 618
Гонконг	441 349	424 670	+16 679
Республика Корея	408 500	403 694	+4 806
Бразилия	356 884	374 715	-17 831
Сингапур	285 431	292 700	-7 269
Таиланд	224 322	205 641	+18 681
Германия	223 833	198 243	+25 590

Страна	Международные резервы, млн долларов США		Динамика
	на 01.01.2020	на 01.01.2019	
Франция	188 865	166 669	+22 196
Италия	175 256	152 506	+22 750
Великобритания	173 568	191 364	-17 796
Чешская республика	149 855	141 512	+8 343
Индонезия	129 183	120 654	+8 529
Израиль	126 008	115 326	+10 682
Турция	105 620	93 027	+12 593
Малайзия	103 613	101 444	+2 169
Канада	85 297	83 926	+1 371
Испания	74 175	70 655	+3 520
Норвегия	66 946	63 139	+3 807
Дания	66 818	70 935	-4 117
Австралия	58 742	53 874	+4 868
Швеция	55 490	60 499	-5 009
Нидерланды	43 285	38 507	+4 778

Отметим, что структура международных резервов формируется либо посредством незначительной доли золота при значительном размере международных резервных активов (примеры таких стран – Россия, Китай, Япония), либо посредством большой доли золота при меньшем объеме резервов, что характерно, например, для Португалия, Италия, Франция [4. С. 218]. На приведенном рисунке 1 показана структура международных резервов России, составленная на основе открытых данных Банка России [3].

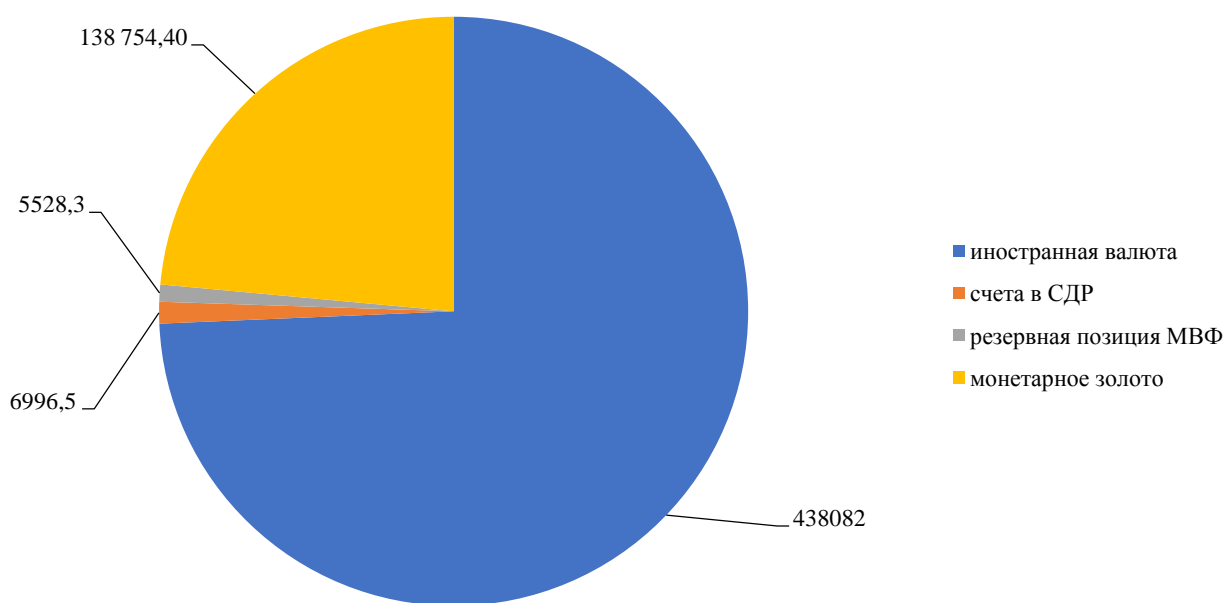


Рис. 1. Структура золотовалютных резервов России по состоянию на 01.01.2021

Золото, хоть и перестало быть мировой денежной единицей (в результате перехода к Ямайской валютной системе), но своей резервной функции не утратило, и именно в золоте хранят значительную часть своих резервов Центральные банки ведущих стран мира. Лидером по запасам золота является США, обладающие им в гораздо большем объеме, чем европейские страны: его почти 3,5 раза больше, чем в Италии и Франции, почти в 2,5 раза больше, чем у Германии и почти в 4,5 раза больше, чем у Китая. При этом за двухлетний период запасы золота в Китае выросли на 95,8 тонн, Индии – на 35,3 тонны, Турции на 34,7 тонн, Австралии на 19,9 тонн. Самые высокие показатели доли золота в общем объеме резервов у США, Германии, Италии, Франции, Нидерландах, Португалии и Австрии. США незначительно нарастил его долю – всего на 2,3%. В некоторых европейских странах в этом отношении чуть более заметная динамика: Германия увеличила его долю на 3,5%, Нидерланды на 3,7%, Португалия на 11,6%, Великобритания на 2,3%, Бельгия на 3,5%, Франция на 2,78%, Швеция на

2,5%, Турция на 4%, Австрия на 8,2%. В остальных странах положительная динамика в пределах – 2,1–0,2%. Более 60% международных резервов золота составляет в США, Германии, Италии, Франции, Нидерландах, Португалии. Россия с запасами золота в 2 271,2 тонн занимает третье место, после США и Германии, с его долей в 19,9% в общем объеме своих международных резервов и приростом на 1,4% по сравнению с началом 2019 г. (доля золота в структуре резервов составляет почти 1/5 часть от их общего объема, причем это максимальное значение за последние 20 лет).

МВФ и Всемирный банк разработал ряд критериев, оценивающих адекватность и достаточность золотовалютных резервов, которая должна составлять 10% годового объема экспорта, 30% краткосрочного долга, определенный процент долгосрочных долгов и валютизации активов. В этом смысле объем золотовалютных резервов России почти вдвое выше рекомендованного. По этому критерию Россия находится на 3 месте после Саудовской Аравии и Швейцарии. В отношении достаточности резервов для покрытия импорта товаров и услуг, лидерами по этому показателю являются Саудовская Аравия, Швейцария и Россия, затем Япония и Тайвань. Примечательно, что ни США, ни развитые европейские страны не входят в число лидеров (коэффициент достаточности резервов на уровне 2). Однако стоит оговориться, что причина такой ситуации кроется в высоком объеме импорта этих стран, который, при этом имеет и Китай, но его резервы столь значительные, что во много раз перекрывают среднемесячный объем импорта [5. С. 64] (по этому критерию лидером являются США, на втором месте – Китай, на третьем – Германия).

По величине соотношения международных резервов к ВВП (размер золотовалютных привязывают к ВВП, при этом уровень запасов не должен быть ниже 9 % от указанного показателя) Россия занимает 11 место (32,6%), поднявшись на две позиции по сравнению с 2018 г., лидерами являются Швейцария, Гонконг, Тайвань, Сингапур, Саудовская Аравия. США занимает 67 место с показателем 2,4%, Германия 56 место (5,8%), Франция – 52 место (7%), Китай – 22 место с показателем 22,5%, Япония – 17 место с показателем 26% (все данные приведены на 2019 г.).

В заключении укажем, что динамические изменения разнонаправленного характера международных резервов предопределены внешними факторами, названными О.Б. Балашовой и А.Н. Беликовой «конъюнктурой международных товарных и финансовых рынков и факторы геополитические» [6. С. 250]. В этой связи несмотря на санкции в отношении России, пандемию COVID-19, падение нефтегазовых доходов в 2020 г. рост международных резервов продолжился за счет роста котировок золота (на 27% – с начала 2020 г. – по 12 сентября 2020 г.) и ослабление доллара к ряду резервных валют, в том числе к евро (за этот же период евро вырос на 6,3%). При этом Россия остается в числе стран, занимающих ведущие позиции по объему международных резервов. При этом в структуре международных резервов преобладают валютные активы с показателями более 79%, доля золота достигает почти 20%. В большинстве стран мира отмечается тенденция удержания золотого запаса на высоком уровне и стремление к его увеличению. Такая ситуация связана и со стабильным ростом цен на золото, и с диверсификацией резервов в кризисных условиях.

Литература

1. Наркевич С. Золотовалютные резервы страны: история, определение, состав и современные функции // Вопросы экономики. 2015. № 4. – С. 86–105.
2. Малкина М.Ю. Управление официальными международными резервами государств в условиях глобальных рисков // Труды Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева. 2010 № 2 (81). С. 286–293. Электрон. версия печат. публ. Доступ из науч. электрон. б-ки eLibrary.ru (дата обращения: 21.03.2021).
3. Центральный банк Российской Федерации : официальный сайт. URL: <https://cbr.ru/> (дата обращения: 23.03.2021).
4. Денисов Н.Ю. Золотовалютные резервы в условиях геополитической напряженности // Проблемы экономики и юридической практики. 2015. № 1. С. 217–219. Электрон. версия печат. публ. Доступ из науч. электрон. б-ки cyberleninka.ru (дата обращения: 23.03.2021).
5. Федулова С.Ф. Анализ динамики и структуры международных резервов стран мира // Вестник Удмуртского университета. 2018. № 1 (28). С. 61–66. Электрон. версия печат. публ. Доступ из науч. электрон. б-ки eLibrary.ru (дата обращения: 21.03.2021).
6. Балашова О.Б., Беликова А.Н. Динамика международных резервов РФ // Известия Тульского государственного университета. 2016. № 2-1. С.247–257. Электрон. версия печат. публ. Доступ из науч. электрон. б-ки cyberleninka.ru (дата обращения: 24.03.2021).

МАТЕМАТИЧЕСКИЕ МОДЕЛИ ПРИНЯТИЯ БИЗНЕС-РЕШЕНИЙ

Анализ программных продуктов по проверке благонадежности контрагентов

В.О. Степаненко, магистрант, 2-й курс, ИЭМ ТГУ

Научный руководитель: канд. физ.-мат. наук, доцент Е.А. Андриенко
E-mail: vb2929@yandex.ru

Практически любая деятельность подразумевает сотрудничество и взаимодействие с другими организациями. Следует помнить, что взаимосвязь с контрагентами всегда сопряжена с рисками. Контрагент может нарушить условия договора, выполнить их не в полном объеме или же может оказаться «фирмой-однодневкой».

Отдельно следует отметить необходимость подтверждения должной осмотрительности перед сотрудничеством с контрагентом во избежание споров с налоговыми органами, которые касаются необоснованной налоговой выгоды. Именно поэтому оценка благонадежности контрагента является актуальной на практике.

Одним из инструментов проверки контрагентов является использование сервиса по оценке благонадежности организаций.

На данный момент на российском рынке существует множество программных продуктов, которые формируют оценку благонадежности организации, исходя из собственных алгоритмов и расчетов. Наиболее популярные из них – «СПАРК», «Rusprofile», «За честный бизнес», «СБИС».

Наиболее масштабный по количеству пользователей сервис – «СПАРК». Оценка уровня надежности контрагента в системе «СПАРК» реализуется с помощью показателей, которые индивидуально рассчитываются для каждой организации: индекс должной осмотрительности, индекс финансового рычага, индекс платежной дисциплины [5].

Индекс должной осмотрительности отражает вероятность того, что компания является «фирмой-однодневкой». Принимает значение от 1 до 99, где более высокое значение отражает большую вероятность того, что компания создана не для уставных целей, а в качестве «транзакционной единицы», не имеющей существенных собственных активов и операций, или является «брошенным» активом.

Индекс финансового риска производит оценку вероятности неплатежеспособности организации. Принимает значение от 1 до 99, где более высокое значение указывает на наличие признаков неудовлетворительного финансового состояния, которые могут привести к тому, что компания утратит платежеспособность.

Индекс платежной дисциплины отражает своевременность оплаты компанией счетов. Источником информации для расчета индекса являются данные о своевременности погашения дебиторской задолженности покупателей, полученные от поставщиков товаров/услуг – участников проекта «Мониторинг платежей» (бюро платежных историй от сервиса «СПАРК»).

На основе этих трех показателей и статуса организации (банкротство, состояние ликвидации и прочее) формируется сводный показатель риска – совокупная оценка благонадежности компании, которая принимает значения «высокий», «средний» или «низкий».

Еще одним крупным сервисом проверки является «Rusprofile». Уровень благонадежности формируется за счет совокупности фактов, которые программа делит на группы: отрицательные, требующие внимания и положительные. Для оценки финансовой устойчивости и платежеспособности рассчитывается ряд финансовых показателей, среди которых, например, коэффициент финансовой автономии, коэффициент соотношения собственного и заемного капитала, коэффициент финансовой устойчивости и прочее. Также учитываются нефинансовые факты, связанные с документацией и хозяйственной деятельностью, например, наличие судебных дел, сведения об учредителях и производстве и прочее.

На основе предоставленных фактов программа формирует ряд рекомендаций, например, проверить наличие общедоступной информации об организации или запросить копии лицензий.

Главным недостатком сервиса является достаточно сжатый анализ финансовой отчетности, за счет этого страдает качество оценки.

Портал «За честный бизнес» предоставляет информацию об организации из официальных открытых источников, один из них – портал ФНС. Экспертами портала составлена рейтинговая модель, который формирует оценку благонадежности контрагента. По результатам оценки, программа присваивает один из трех уровней надежности – «низкий», «средний», «высокий». Значение рейтинга основано на скоринговой системе, анализирующей информацию о деятельности организаций, с использованием численных статистических методов.

Основные параметры по определению благонадежности контрагента, по мнению экспертов сервиса «За честный бизнес», выглядят следующим образом [6]:

- 1) организация должна быть действующей;
- 2) организация не должна находиться в специальных реестрах налоговой службы;
- 3) срок деятельности организации в идеале должен быть более года (это обусловлено тем, что по статистике, каждая 3-я компания, прекращает деятельность в течение первого года, следовательно, риски выше);
- 4) организация должна находиться по адресу регистрации;
- 5) виды деятельности организации должны совпадать по смыслу с реальной деятельностью компании;
- 6) количество сотрудников должно быть адекватным для размера организации;
- 7) средняя заработная должна быть сопоставима с видом деятельности организации;
- 8) наличие регистрации во внебюджетных фондах;
- 9) чем уставный капитал больше, тем меньше рисков при работе с контрагентом;
- 10) оценка финансовых результатов за последние годы деятельности организации;
- 11) наличие судебных дел по неисполнению обязательств и исков о взыскании денежных средств.

«За честный бизнес» – один из наиболее информативных бесплатных сервисов по оценке благонадежности контрагента.

«СБИС» оценивает благонадежность организации по двум разделам – плюсы и минусы, за каждый из которых организация может получить от 0 до 100 баллов.

Степень надежности показывает шкала с позитивными и негативными результатами оценки. Одни из них влияют на оценку сильнее (критичные), другие меньше (дополнительные), это зависит от присвоенных экспертами весов показателей. Критичные показатели прямо указывают на ненадежность компании – например, если она не ведет деятельность или предоставила в госорганы недостоверные данные.

«СБИС» один из немногих сервисов, показывающий блокировки на расчетных счетах контрагентов. Данная функция позволяет оценить, имеет ли потенциальный покупатель или заказчик выполнить свои обязательства по оплате, своевременно внести аванс за услуги. Для определения вероятной задержки оплаты применяется методика Конана-Голдера [4].

Обобщенная информация о программных продуктах по проверке контрагентов позволяет сделать ряд выводов.

Во-первых, практически все сервисы при оценке благонадежности организации опираются на результаты финансового анализа бухгалтерской отчетности. Данный факт может искажать оценку, потому что систему можно обойти в случае фальсификации отчетности. Если же фирма и вовсе не сдала отчетность, то алгоритмы сервисов действуют по-разному: дают оценку по отчетности за предыдущий год или занижают оценку из-за отсутствия данных. Также затруднительной будет проверка контрагента, который не обязан предоставлять финансовую отчетность.

Во-вторых, ряд показателей, которые используют системы для характеристики благонадежности, представляет собой историческую информацию – факты хозяйственной деятельности, которые происходят на протяжении определенного временного отрезка. Тогда предприятия, зарегистрированные недавно, на многих сервисах будут автоматически получать высокую надежность за счет отсутствия информации о каких-либо негативных фактах. В такой ситуации сервис вряд ли поможет снизить риски.

В-третьих, мошенники могут приобрести фирму с хорошей репутацией для того, чтобы в дальнейшем погрузить ее в долги и обанкротить. Конечно, когда организация будет близка к банкротству, сервисы отобразят этот факт. Но несколько лет «временного лага» позволят получать высокий балл благонадежности и тем самым вводить в заблуждение контрагентов.

Таким образом, программные продукты имеют свои минусы и не всегда достоверно оценивают благонадежность организации, поэтому необходимо совершенствовать существующие модели или разрабатывать новые.

Литература

1. О рекомендациях по применению положений статьи 54.1 Налогового кодекса Российской Федерации : письмо ФНС России от 31.10.2017 № ЕД-4-9/22123 // Консультант Плюс : справ.-правовая система» (дата обращения: 10.04.2021).
2. Колтайс А.С., Горяев А.В., Шатрова А.А., Тен Д.С. Анализ источников информации о контрагенте // Приоритетные направления инновационной деятельности в промышленности : сб. науч. ст. по итогам второй междунар. науч. конф. Казань, 2020. С. 109–112.
3. Мартюшева Ю.Ф. Сервисы проверки контрагентов как инструмент анализа и оценки // Инновационный потенциал развития науки в современном мире : сб. ст. по материалам междунар. науч.-практ. конф. Уфа, 2019. С. 63–70.
4. Сервис проверки контрагентов СБИС. URL: <https://sbis.ru/contragents> (дата обращения: 10.04.2021).
5. Сервис проверки контрагентов СПАРК. URL: <https://www.spark-interfax.ru/features/indexes> (дата обращения: 10.04.2021).
6. Сервис корпоративной информации «За честный бизнес». URL: <https://zachestnyibiznes.ru/all-services> (дата обращения: 10.04.2021).
7. Сервис проверки контрагентов Rusprofile.ru. URL: <https://www.rusprofile.ru/> (дата обращения: 10.04.2021).

Корреляционный анализ социально-экономических показателей, отражающих благополучие молодых специалистов в регионах РФ

А.В. Милошенко, магистрант, 2-й курс, ИЭМ ТГУ

Научный руководитель: канд. физ.-мат. наук, доцент Е.А. Андриенко
E-mail: anastasia.miloshenko@mail.ru

В последние годы не было разговоров об экономической стабильности в российских регионах, даже наоборот, зафиксировано заметное снижение большинства экономических и социальных показателей. Однако в этих условиях ситуация на разных территориях может существенно отличаться в среднем по округу. Отдельными авторами были предложены способы градации рейтинговой шкалы, позволяющей учитывать характер изменения позиции региона в рейтинге.

В силу различия в социально-экономическом уровне развития субъектов Российской Федерации ситуация на региональных молодежных рынках труда резко дифференцирована. Разница по уровню молодежной безработицы среди субъектов РФ достигает 15 и более раз, что является существенной причиной выбора молодыми специалистами регионов, где уровень безработицы ниже остальных [3. С. 145].

Также можно отметить отсутствие конкретных методик объединения социально-экономических показателей, влияющих на благополучие молодых специалистов. В отечественной литературе предпринимались попытки построения обобщающих рейтингов российских регионов на основе индексов человеческого развития и качества жизни в регионах. Некоторые авторы предлагают в своих работах отбор большого количества показателей благополучия и разработку методики сведения их к интегральному показателю. Результатом таких исследований чаще всего является карта регионов РФ по уровню социального благополучия.

Однако благополучие нельзя измерить только экономическими показателями, это аргументирует необходимость выявления взаимосвязи экономических, социальных и инновационных показателей с помощью корреляционного анализа, что и является целью данного исследования.

Для информационной базы проводимого исследования взяты сведения из сборника статистических данных о социально-экономическом положении субъектов Российской Федерации за 2017–2019 гг., который представлен на официальном сайте Федеральной службы государственной статистики [4–6].

Для оценки уровня благополучия рассмотрены два округа: Центральный федеральный округ, так как по оценкам большинства авторов работ по темам, связанным с благополучием населения, регионы ЦФО обладают самым высоким рейтингом качества жизни, а также Сибирский федеральный округ из-за интереса уровня благополучия областей округа проживания исследователя. Показатели по городу

Москва и по Московской области учитываться не будут, поскольку они существенно отличаются от показателей остальных регионов.

Таким образом, в выборку попали следующие субъекты:

1. Центральный федеральный округ: Белгородская область, Брянская область, Владимирская область, Воронежская область, Ивановская область, Калужская область, Костромская область, Курская область, Липецкая область, Орловская область, Рязанская область, Смоленская область, Тамбовская область, Тверская область, Тульская область, Ярославская область.

2. Сибирский федеральный округ: Республика Алтай, Республика Тыва, Республика Хакасия, Алтайский край, Красноярский край, Иркутская область, Кемеровская область, Новосибирская область, Омская область, Томская область.

Для оценки взаимосвязи следует выбрать социально-экономические показатели, которые в большей степени оказывают влияние на благополучие молодых специалистов. Из основных экономических характеристик субъектов можно выделить следующие показатели:

П1 – среднемесячная номинальная заработная плата работника организации, руб.;

П2 – ВРП (валовой региональный продукт) на млн человек, млн руб.;

П3 – среднедушевые денежные доходы (в месяц), руб.;

П4 – потребительские расходы на душу населения (в месяц), руб.;

П5 – уровень безработицы, %.

Неотъемлемой частью благополучия молодого специалиста будет являться инновационная привлекательность регионов, а также уровень развития в сфере ИТ [1. С. 40]. К таким факторам можно отнести следующие:

П6 – внутренние затраты на научные исследования и разработки на млн человек, млн руб.;

П7 – затраты на информационные и коммуникационные технологии на млн человек, млн руб.;

П8 – затраты на технологические инновации на млн человек, млн руб.

Следует также отметить важность спорта и культуры в жизни молодого специалиста, к показателям такого плана из социально-экономических могут быть отнесены следующие:

П9 – число спортивных залов на млн человек;

П10 – число туристических фирм на млн человек;

П11 – число плавательных бассейнов на млн человек.

Раскроем некоторые из них более детально.

Внутренними затратами на исследования и разработки признаются затраты на исследования и разработки, выполненные собственными силами организаций региона, включая текущие и капитальные затраты, в течение отчетного года независимо от источника финансирования.

Затраты на информационные и коммуникационные технологии представляют собой выраженные в денежной форме фактические расходы организаций региона, связанные с закупкой вычислительной техники и программного обеспечения, оплатой услуг связи, обучением сотрудников разработке и применению ИКТ, оплатой услуг сторонних организаций и специалистов региона, а также прочие расходы на ИКТ, включая затраты организаций региона на разработку программных средств собственными силами.

Затратами на технологические инновации считаются выраженные в денежной форме фактические расходы, связанные с осуществлением различных видов инновационной деятельности, выполняемой в масштабе региона. В составе затрат на технологические инновации учитываются текущие и капитальные затраты.

Для определения статистической взаимосвязи между показателями рассчитаем выборочные коэффициенты корреляции по следующей формуле [2. С. 23]:

$$r_{xy} = \frac{\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})(y_i - \bar{y})}{\sqrt{\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^2 \sum_{i=1}^n (y_i - \bar{y})^2}},$$

где x_i – значение первого показателя из пары для i -го региона в соответствующем году; y_i – значение второго показателя из пары для i -го региона в соответствующем году; выборочные средние значений первого и второго показателей соответственно:

$$\bar{x} = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n x_i \text{ и } \bar{y} = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n y_i.$$

Результаты расчётов представлены в таблицах 1 и 2 в виде эмпирических нормированных корреляционных матриц выбранных показателей.

Корреляционная матрица социально-экономических показателей для регионов ЦФО

	П1	П2	П3	П4	П5	П6	П7	П8	П9	П10	П11
П1	1,00										
П2	0,72	1,00									
П3	0,59	0,84	1,00								
П4	0,60	0,71	0,89	1,00							
П5	-0,34	-0,26	-0,45	-0,53	1,00						
П6	0,66	0,37	0,23	0,16	-0,02	1,00					
П7	0,50	0,22	0,20	0,15	-0,20	0,39	1,00				
П8	0,49	0,67	0,54	0,48	-0,35	0,24	0,17	1,00			
П9	-0,23	-0,23	-0,24	-0,19	0,37	-0,24	-0,05	-0,29	1,00		
П10	0,23	-0,21	-0,39	-0,41	0,30	0,36	0,34	-0,04	-0,13	1,00	
П11	0,21	0,41	0,26	0,13	-0,17	-0,10	0,21	0,23	0,35	-0,14	1,00

Проанализируем полученные результаты для регионов ЦФО:

1. Между следующими показателями наблюдается сильная статистическая связь, так как величины выборочных коэффициентов корреляции по модулю больше 0,7: П1 и П2, П2 и П3, П2 и П4, П3 и П4.
2. Показатели, абсолютные величины выборочных коэффициентов корреляции которых принимают значения ниже 0,3, практически не коррелированы, то есть связь между ними слабая.
3. Между показателями, модули выборочных коэффициентов корреляции которых принадлежат отрезку $[0,3; 0,7]$, наблюдается средняя статистическая связь.

Таблица 2

Корреляционная матрица социально-экономических показателей для регионов СФО

	П1	П2	П3	П4	П5	П6	П7	П8	П9	П10	П11
П1	1,00										
П2	0,84	1,00									
П3	0,51	0,81	1,00								
П4	0,49	0,75	0,96	1,00							
П5	-0,32	-0,63	-0,80	-0,84	1,00						
П6	0,48	0,57	0,66	0,55	-0,36	1,00					
П7	0,48	0,64	0,65	0,56	-0,41	0,62	1,00				
П8	0,51	0,65	0,61	0,52	-0,38	0,53	0,30	1,00			
П9	-0,42	-0,35	-0,22	-0,26	0,33	-0,15	-0,35	0,14	1,00		
П10	0,21	0,53	0,65	0,59	-0,50	0,52	0,60	0,43	-0,10	1,00	
П11	-0,47	-0,33	-0,32	-0,36	0,17	-0,25	-0,24	-0,12	-0,09	-0,03	1,00

По аналогии рассмотрим тесноту связи между парами показателей регионов СФО:

1. Сильная статистическая связь наблюдается между следующими показателями: П1 и П2, П2 и П3, П2 и П4, П3 и П4, П5 и П3, П5 и П4.
2. Между показателями П9 и П3, П9 и П4, П9 и П6, П9 и П8, П10 и П1, П10 и П9, П11 и П5, П11 и П6, П11 и П7, П11 и П8, П11 и П9, П11 и П10 можно отследить слабую статистическую связь, так как модули выборочных коэффициентов корреляции данных показателей принадлежат полуинтервалу $[0; 0,3)$.
3. Абсолютные величины выборочных коэффициентов корреляции для остальных показателей принадлежат отрезку $[0,3; 0,7]$. Исходя из этого, между данными показателями существует средняя статистическая связь.

В дальнейшем исследовании на основе изученных показателей предполагается сформировать сводный индикатор уровня благополучия молодых специалистов ЦФО и СФО Российской Федерации.

Литература

1. Боос В.О., Гохберг Л.М., Исланкина Е.А. и др. Рейтинг инновационной привлекательности мировых городов: 2020. М. : НИУ ВШЭ, 2020. 216 с.

2. Дудин М.Н., Лясников Н.В., Лезина М.Л. Социально-экономическая статистика : учебник и практикум для вузов. М. : Юрайт, 2020. 233 с.
3. Кузнецов С.В., Растова Ю.И., Растов М.А. Рейтинговая оценка качества жизни в российских регионах // Экономика региона. 2017. № 1. С. 137–147.
4. Регионы России. Социально-экономические показатели // Gks.ru. Электрон. дан. М., 2018. URL: https://www.gks.ru/storage/mediabank/Region_Pokaz_2017.pdf (дата обращения: 27.03.2021).
5. Регионы России. Социально-экономические показатели // Gks.ru. Электрон. дан. М., 2019. URL: https://www.gks.ru/storage/mediabank/Region_Pokaz_2018.pdf (дата обращения: 27.03.2021).
6. Регионы России. Социально-экономические показатели // Gks.ru. Электрон. дан. М., 2020. URL: https://www.gks.ru/storage/mediabank/Region_Pokaz_2019.pdf (дата обращения: 28.03.2021).

Прогнозирование банкротства компаний на основе модели логистической регрессии

К.И. Пак, студент, 4-й курс, ИЭМ ТГУ

Научный руководитель: канд. физ.-мат. наук, доцент Е.В. Чаусова
E-mail: kirill.pak8@gmail.com

Одной из актуальных проблем, возникающих при анализе деятельности предприятий, является как можно более ранняя диагностика риска банкротства. Важность максимально ранней диагностики состоит в том, чтобы иметь достаточно времени для принятия управленческих решений, позволяющих уменьшить риск банкротства, либо наиболее безболезненно пройти процедуру банкротства. Прогноз вероятности банкротства предприятия полезен не только владельцам бизнеса и менеджменту компании, он необходим инвесторам и кредиторам для принятия инвестиционных и кредитных решений, партнерам предприятия для выстраивания взаимоотношений и реализации совместных проектов, органам власти для выявления проблемных предприятий и секторов экономики, разработки и реализации программ поддержки бизнеса. Особенно интересно посмотреть на предиктивные модели в 2020 году и их качество прогноза, какие факторы стали наиболее важны, ведь в условиях локдауна пострадали и вполне успешные бизнесы (турагентства, авиаперевозчики, рестораны и другие).

Согласно Федеральному закону № 127-ФЗ «О несостоятельности (банкротстве)» понятие банкротства определено следующим образом: «Несостоятельность (банкротство) – признанная арбитражным судом неспособность должника в полном объеме удовлетворить требования кредиторов по денежным обязательствам и (или) исполнить обязанность по уплате обязательных платежей» (ст. 3) [1].

Существует множество моделей прогнозирования банкротства, среди них выделяют классические модели Альтмана, Лиса, Беликовой-Давыдова [2, 5, 6], и более современные: искусственные нейронные сети, дерево решений, матрицы опорных векторов, логистическая регрессия [3, 8]. В данной работе для прогнозирования вероятности банкротства предприятия используется модель логистической регрессии (логит-модель) [7, 9, 10]. Эта модель является довольно простой для понимания и построения, и на практике показывает высокую прогностическую силу. Все расчеты были сделаны на языке программирования для анализа данных Python.

Логит-модели относятся к классу моделей бинарного выбора, в которых выходная переменная принимает только два возможных значения:

$$y \in \{0, 1\},$$

где 0 – активная компания, 1 – компания-банкрот. Вероятность наступления банкротства рассчитывается с помощью логистической функции:

$$p = P\{y = 1 / x_1, x_2, \dots, x_n\} = \frac{1}{1 + e^{-z}},$$

где p – вероятность наступления банкротства (принимает значения от 0 до 1), $z = \beta_0 + \beta_1 x_1 + \dots + \beta_n x_n$ – интегральный показатель (принимает значения от $-\infty$ до $+\infty$), x_i – предикторы модели, β_i – параметры, которые требуется оценить, $i = 1, \dots, n$. Для определения значения бинарной переменной y применяют пороговое отсечение. Когда значение p меньше порога, считают, что прогнозируемое значение выходной переменной равно нулю, в противном случае – единице. В случае отсутствия априорных предположений о данных, обычно пороговое значение полагают равным 0,5.

В качестве источника данных для построения прогнозной модели была использована информационно-аналитическая система СПАРК [4]. Рассматривались только российские непубличные компании из четырех отраслей экономики: обрабатывающие производства, строительство, торговля оптовая

и розничная; ремонт автотранспортных средств и мотоциклов (в системе СПАРК определяются как одна отрасль), деятельность по операциям с недвижимым имуществом. Данные отрасли являются ведущими и главенствующими в экономике России. По организационно-правовой форме были выбраны только компании, являющиеся коммерческими корпоративными организациями.

Мы взяли отчетность компаний за 2019 год с прогнозом на 2020 год, при этом данные компаний с отрицательным уставным капиталом и пустыми значениями в строках баланса убирались как непригодные. Итоговая выборка по отраслям представлена в таблице 1.

Таблица 1

Итоговая выборка по отраслям

Название отрасли	Обозначение	Действующие компании	Компани-банкроты	Итого
Оптовая и розничная торговля	commerce	2 565	68	2 633
Строительство	building	1 135	50	1 185
Недвижимость	real estate	1 841	53	1 894
Обрабатывающие производства	manufacture	2 216	38	2 254

На основании полученной выборки был сформирован набор предикторов из двенадцати финансовых коэффициентов и одного нефинансового (возраст компании). Коэффициенты представлены в таблице 2.

Таблица 2

Выбор предикторов для моделей

Группа	Переменные	Обозначение
Рентабельность	Рентабельность активов	roa
	Рентабельность собственного капитала	roe
	Рентабельность продаж	om
	Операционная маржа	ebit
Ликвидность	Коэффициент быстрой ликвидности	qr
Деловая активность	Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности	rtr
	Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности	aptr
	Коэффициент оборачиваемости активов	atr
	Доля внеоборотных активов	snca
Финансовая устойчивость	Коэффициент автономии	er
	Доля нераспределенной прибыли в выручке	sreg
Возраст	Возраст компании	age

Прежде чем приступить к анализу и последующему прогнозированию данных о компаниях, нужно принять во внимание большое количество неточностей и ошибок в отчётах, которые в сумме могут привести к некорректным выводам. Поэтому необходимо отчистить данные от явных несоответствий и пропусков.

При изучении данных мы столкнулись с рядом проблем – резкие выбросы в данных и мультиколлинеарность. Последняя решалась путем исключения переменных с высокой корреляцией из выборки, поэтому в разных отраслях количество предикторов отличается. Сложнее было избавиться от выбросов. Было принято решение взять перцентиль на уровне значимости $\alpha = 0,01$ или $\alpha = 0,05$ для некоторых переменных, что позволило снизить показатель p-value в модели.

Учитывая разницу представленных классов (компаний банкротов меньше, чем действующих), выборка была сбалансирована при помощи алгоритма оверсэмплинг.

Для оценки параметров модели и качества прогноза выборка была поделена на обучающую и тестовую. Размер обучающей выборки обычно выбирают от 10 до 30% от исходной, лучшие результаты показала тестовая выборка в размере 30%. Для каждой модели была построена матрица классификации, ее структура представлена в таблице 3.

Таблица 3

Матрица классификации

		Прогнозируемые значения	
		0	1
Реальные значения	0	Действующее предприятие прогнозируется как не банкрот	Действующее предприятие прогнозируется как банкрот
	1	Предприятие-банкрот прогнозируется как не банкрот	Предприятие-банкрот прогнозируется как банкрот

Далее представлены матрицы классификации по отраслям.

Оптовая и розничная торговля

1 037	593
398	1 232

Строительство

509	229
126	612

Недвижимость

645	299
143	801

Производство

1 058	333
265	1 126

Уравнения для каждой отрасли имеют следующий вид:

$$Z_{commerce} = 0.0095x_{age} - 0.8601x_{roa} - 0.4694x_{roe} - 2.4093x_{om} - 1.8887x_{ebit} + 0.0139x_{qr} - 0.0113x_{rtr} - 0.1885x_{aptr} + 0.2349x_{atr} + 1.3476x_{snca} + 0.9561x_{er} - 0.2407x_{srer},$$

$$Z_{building} = 0.0513x_{age} - 14.4214x_{roa} + 0.0672x_{roe} + 4.4343x_{om} + 0.2361x_{ebit} - 0.7918x_{qr} - 0.3999x_{rtr} - 0.5106x_{aptr} + 1.3937x_{atr} - 1.4135x_{snca} + 1.731x_{er} + 0.0766x_{srer},$$

$$Z_{real_estate} = 0.0251x_{age} + 4.2572x_{roa} - 4.3404x_{roe} - 1.3484x_{om} + 3.0488x_{ebit} - 0.0205x_{rtr} - 0.0531x_{aptr} - 2.9092x_{atr} + 1.25x_{snca} + 1.5080x_{er} - 0.3799x_{srer},$$

$$Z_{manufacture} = 0.0414x_{age} - 16.3735x_{roa} + 0.4595x_{roe} + 6.1759x_{ebit} + 0.0519x_{rtr} + 0.0159x_{aptr} - 0.6585x_{atr} - 1.2773x_{snca} + 0.4643x_{er} - 1.6178x_{srer}.$$

Для оценки моделей мы использовали ROC-кривую, а точнее значение площади под ней (AUC). На рисунке 1 представлен пример ROC-кривой для отрасли недвижимости.

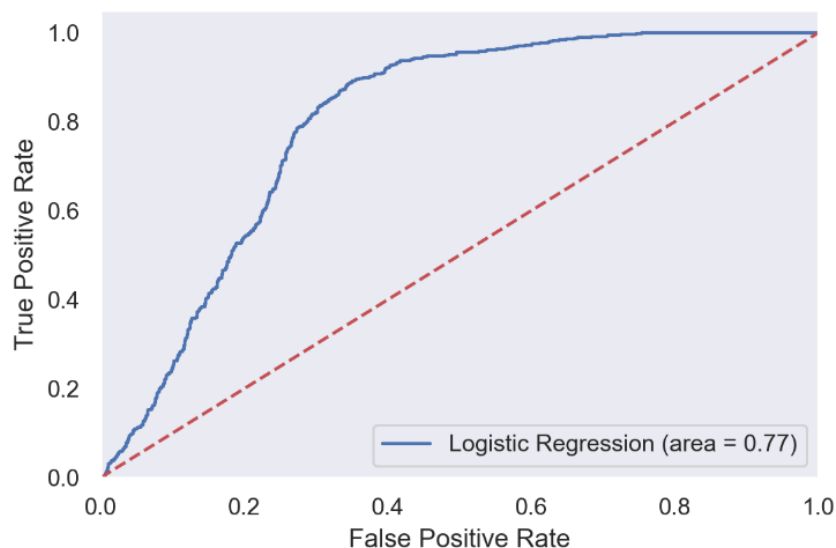


Рис. 1. ROC-кривая для отрасли недвижимости

Площадь под ROC-кривой примерно одинакова для всех отраслей и составляет около 3/4. Несмотря на то, что мы делали прогноз на кризисный 2020 год, модель показала хорошую прогнозную силу.

По результатам проделанной работы можно сделать следующие выводы: на устойчивость компаний высокое влияние оказывает показатель рентабельности активов, особенно это выражено для строительной отрасли. Для отрасли оптовой и розничной торговли наибольшее влияние оказывают показатели рентабельности продаж и доли внеоборотных активов, что логично для торговли. Модели более склонны к ошибкам первого рода. Возраст компаний во всех случаях не оказал значимого влияния на устойчивость. В целом логистическая регрессия показала хороший результат прогнозной силы.

Литература

1. О несостоятельности (банкротстве) : федеральный закон от 26.10.2002 № 127-ФЗ с учетом изм. URL: <https://base.garant.ru/185181/>
2. Богданова Т.К., Алексеева Ю.А. Прогнозирование вероятности банкротства предприятий с учетом изменения финансовых показателей в динамике // Бизнес-информатика. 2018. № 1 (15). С. 50–60.
3. Демешев Б.Б., Тихонова А.С. Прогнозирование банкротства российских компаний: межотраслевое сравнение // Экономический журнал Высшей школы экономики. 2017. № 3 (18). С. 359–386.
4. СПАРК : информационный ресурс. URL: <http://www.spark-interfax.ru/> (дата обращения: 21.04.2021).
5. Исик Л.В. Банкротство и финансовое оздоровление : учеб. пособие. М. : Дело и Сервис, 2013. 272 с.
6. Клинов Н., Назаров Д. Реорганизация и ликвидация юридического лица. СПб. : Питер, 2003. С. 89–102.
7. Лыгин А.О., Рожнев В.Р. Прогнозирование банкротств юридических лиц в Российской Федерации // Экономический вестник Восточно-Сибирского государственного университета технологий и управления. 2018. № 6. С. 11–20.
8. Перерва О.Л., Степанов С.Е., Незимова С.С. Сравнение эконометрических моделей и методов бизнес аналитики предсказания банкротства предприятий // Наукоедение : интернет журнал. 2017. Т. 9, № 6. Электрон. дан. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sravnienie-ekonomicheskikh-modeley-i-metodov-biznes-analitiki-predskazaniya-bankrotstva-predpriyatiy/viewer> (дата обращения: 21.04.2021).
9. Тотмянина К.М. Обзор моделей вероятности дефолта // Управление финансовыми рисками. 2011. № 1. С. 12–24.
10. Prediction of default probability for construction firms using the logit model / P. Tserng [et al.] // Journal of Civil Engineering and Management. 2016. Vol. 20, № 2. P. 247–255. DOI: 10.3846/13923730.2013.801886

Статистическое обоснование мероприятий государственной политики РФ в пищевой индустрии

В.В. Наседкин, студент, 5-й курс, ИЭМ ТГУ

Научный руководитель: д-р экон. наук А.В. Ложникова
E-mail: valerynasedkin@gmail.com

28 февраля 2021 года компания Bloomberg опубликовала статью [1], в которой отнесла Россию к «горячим точкам» (англ. «Hotspots») по росту цен на продукты. Помимо России, к таким странам, по мнению Bloomberg, относятся Бразилия, Нигерия, Турция и Индия – страны со средним уровнем дохода населения, жители которых тратят на еду большую часть потребительской корзины [2]. Однако, Министерство экономического развития РФ назвало выводы Bloomberg о ценах на продукты спекулятивными [3]. В таблице 1 видно, что даже искусственно заниженные официальные индексы потребительских цен в России на минимальную продуктовую корзину в 2021 году приняли более высокие значения, чем годом ранее, учитывая, что данные имеются только по двум месяцам. В связи с этим, данные Bloomberg нельзя считать обоснованными.

Таблица 1

**Стоимость условного (минимального) набора продуктов питания за 2015–2021 гг.
по данным ЕМИСС [4], руб. (индекс цен, %)**

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021 (январь–февраль)
РФ	3 668,29 (117,92%)	3 695,28 (100,74%)	3 850,44 (104,20%)	3 918,11 (101,76%)	4 165,18 (106,31%)	4 320,12 (103,72%)	4 545,31 (105,21%)
Москва	4 395,09 (119,38%)	4 455,52 (101,38%)	4 698,72 (105,46%)	4 815,00 (102,47%)	5 137,60 (106,70%)	5 315,81 (103,47%)	5 499,89 (103,46%)
Томская область	3 733,15 (117,59%)	3 716,04 (99,54%)	3 814,74 (102,66%)	3 829,88 (100,40%)	4 065,47 (106,15%)	4 250,64 (104,55%)	4 435,98 (104,36%)

Одной из важнейших продуктовых групп для детей и взрослых в России по традиции остаётся молочная продукция, вопреки обрушившемуся после распада СССР внутреннему производству сырого молока, что привело к его хроническому дефициту на протяжении всех последующих лет. В доказательство этому можно привести, во-первых, следующие официальные статистические факты по сектору животноводства (таблица 2): поголовье коров снизилось с 20,6 млн голов в РСФСР в 1990 году до 8 млн голов в 2019 году. То есть за данный период поголовье коров сократилось более чем в 2,5 раза (!). Во-вторых, явление хронического дефицита сырого молока демонстрируют данные таблицы 3. Из неё видно, среднегодовая производственная мощность по большинству подотраслей пищевой промышленности, использующих молоко в качестве основного сельскохозяйственного сырья, колебалась

в 2017–2019 гг. в пределах от 24,98% (!) до 68,32% при среднем значении 47,75%. Аналогичная ситуация наблюдается по данным 18-летнего динамического ряда 1992–2009 гг. [5] и 7-летнего динамического ряда 2010–2016 гг. [6].

Таблица 2 –

Поголовье коров в хозяйствах всех категорий за 1990-2019 гг., по данным ЕМИСС [7], млн голов

1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
20,6	20,6	20,2	19,8	18,4	17,4	15,9	14,5	13,5	13,1
2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
12,7	12,3	11,9	11,1	10,2	9,5	9,4	9,3	9,1	8,9
2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
8,7	8,8	8,7	8,4	8,3	8,1	8,0	8,0	7,9	8,0

Таблица 3

Уровень использования среднегодовой производственной мощности с 2017 г. (в соответствии с ОКПД2), по данным ЕМИСС [8], %

Виды деятельности	2017	2018	2019
Молоко, кроме сырого	49,56	50,91	50,85
Сливки	28,81	30,46	34,76
Сыры	48,34	46,08	54,68
Творог	33,89	34,44	36,20
Продукты кисломолочные (кроме творога и продуктов из творога)	48,72	51,05	54,57
Мороженое	48,29	48,98	46,66
Продукция молочная для детского питания	48,41	51,13	48,61
Масло сливочное и пасты масляные	37,90	35,84	38,15
Продукты молочные сгущенные	68,32	68,18	56,83
Маргарин	67,37	62,46	58,03
Молоко и сливки сухие, сублимированные	26,60	24,98	40,12

В данный момент в России существует несколько организаций, отслеживающих состояние рынка молочной продукции и молока сырого, начиная от Федеральной службы государственной статистики (Росстат) и заканчивая негосударственными организациями. В качестве примера последних можно привести компанию The Dairy News, которая рассчитывает индекс средневзвешенных цен на сырое молоко – DIA [9]. Данный индекс предназначен исключительно для компаний-производителей сырого молока, которые предоставляют данные по ценам на свою продукцию и взамен получают информацию по средневзвешенной стоимости сырого молока в своем регионе. Однако, стоит отметить тот факт, что система не будет учитывать цены, превышающие более чем на 30% средневзвешенную цену на молоко по региону. Подобное ограничение есть и по объемам производства – изменение не должно превышать 10%. Считаем, что подобные ограничения могут не учитывать особенностей производства молока в данном регионе, исказить эмпирические данные и нарушать объективность расчета индекса.

Индекс себестоимости производства молока в России RMCИ рассчитывается Национальным союзом производителей молока. Он отражает ежемесячное изменение себестоимости производимого сырого молока под влиянием изменения ключевых статей затрат в структуре себестоимости и вычисляется в процентах. Динамика индекса представлена на рисунке 1.

К дальнейшему росту себестоимости продукции приведет обязательная маркировка молочной продукции без субсидирования новых затрат государством. Тем не менее, добровольная маркировка уже осуществляется с 20 января 2021 года, а обязательную – планируется ввести поэтапно для разных категорий молочных продуктов. Сроки запуска маркировки указаны на сайте Национальной системы цифровой маркировки «Честный знак» [11–12]. Мобильное приложение «Честный знак» позволяет конечному покупателю узнать всю информацию о зарегистрированном в системе товаре и принять решение о покупке такого товара.

Несмотря на то, что государство декларирует поддержку внутреннего производства сырого молока, проблема его 30-летнего дефицита в России на деле решается вовсе не в государственном, а в частном секторе экономики – иностранными (в большей степени) и отечественными (в меньшей

степени) компаниями-производителями продукции широчайшего ассортимента с использованием заменителей молочного жира.



Рис. 1. Динамика индекса RMCИ [10. С. 13]

ФТС РФ зарегистрировала в 2019 году максимальный объем импорта пальмового масла (1 061 000 тонн) за наблюдаемый период с 1990 года. Производство сырого молока в РФ, наоборот, в 1990 г. составило максимальное значение в 55 715 000 тонн молока [13. С. 504], после чего ежегодно снижалось. На рисунке 2 можно увидеть сравнение относительных объемов импорта пальмового масла и производства молока в РФ, выраженных в % к соответствующему максимальному значению. Подчеркнем, что уменьшение объемов производства молока в РФ не просто происходит на фоне увеличения объемов импорта пальмового масла, а между этими двумя явлениями в результате проведенного регрессионного анализа обнаружена тесная связь.

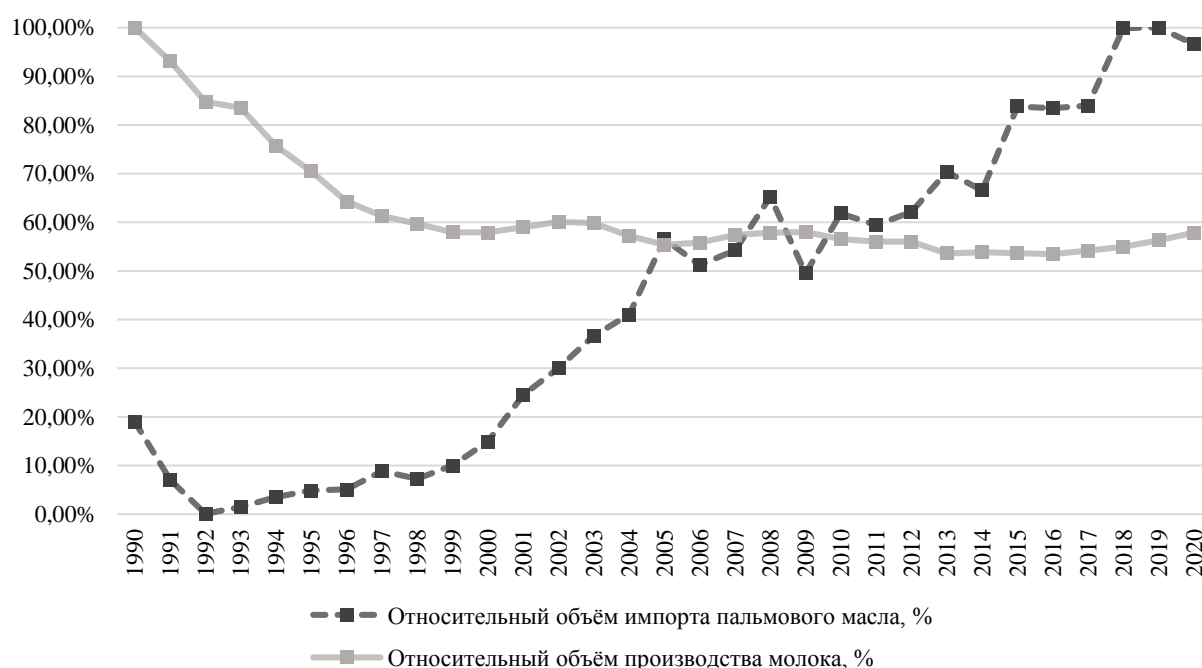


Рис. 2. Сравнение относительных объемов импорта пальмового масла и производства молока в РФ, выраженных в % к соответствующему максимальному значению

Литература

1. The Five Hotspots Where Food Prices Are Getting People Worried. URL: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2021-02-28/the-five-hotspots-where-food-prices-are-getting-people-worried?smd=premium-europe&sref=Y0jVLCFo> (accessed: 12.04.2021).
2. Bloomberg отнес Россию к «горячим точкам» по росту цен на. URL: <https://www.rbc.ru/economics/28/02/2021/603bb1a29a794716a52e4bf6> (дата обращения: 12.04.2021).
3. Минэкономики назвало спекулятивными выводы Bloomberg о ценах на продукты // РБК. URL: <https://www.rbc.ru/economics/28/02/2021/603be9fa9a794722a20a4605?from=newsfeed> (дата обращения: 12.04.2021).
4. Стоимость условного (минимального) набора продуктов питания // Единая межведомственная информационно-статистическая система. URL: <https://fedstat.ru/indicator/31481> (дата обращения: 12.04.2021).
5. Уровень использования среднегодовой производственной мощности по 2009 г. // Единая межведомственная информационно-статистическая система. URL: <https://fedstat.ru/indicator/31532> (дата обращения: 12.04.2021).
6. Уровень использования среднегодовой производственной мощности с 2010 г. по 2016 г. (в соответствии с ОКПД) // Единая межведомственная информационно-статистическая система. URL: <https://fedstat.ru/indicator/40641> (дата обращения: 12.04.2021).
7. поголовье скота и птицы в хозяйствах всех категорий // Единая межведомственная информационно-статистическая система. URL: <https://fedstat.ru/indicator/31325> (дата обращения: 12.04.2021).
8. Уровень использования среднегодовой производственной мощности с 2017 г. (в соответствии с ОКПД2) // Единая межведомственная информационно-статистическая система. URL: <https://fedstat.ru/indicator/58629> (дата обращения: 12.04.2021).
9. Index DIA – статистика цены на молоко. URL: <https://www.dairynews.ru/company/country/russia/index/> (дата обращения: 12.04.2021).
10. Индекс себестоимости производства молока в России RMCI. URL: <https://milknews.ru/img/index-RMCI.pdf> (дата обращения: 12.04.2021).
11. На обязательную маркировку молока предложили выделить средства из бюджета. URL: <https://www.rbc.ru/business/11/03/2021/6048cb0b9a7947482b331235> (дата обращения: 12.04.2021).
12. Маркировка молока и молочной продукции. URL: https://честныйзнак.рф/business/projects/dairy/markings_dates/# (дата обращения: 12.04.2021).
13. Народное хозяйство СССР в 1990 г. : стат. ежегодник / Госкомстат СССР. М. : Финансы и статистика, 1991.

CURRENT ISSUES IN MODERN ECONOMICS AND MANAGEMENT: FRESH LOOK AND NEW SOLUTIONS

Russian housing market in the context of the economic growth

A.M. Rakhlevskiy, 3rd year student, IEM TSU

Scientific Supervisor: Ph.D. in Physics and Mathematics, Associate Professor E.V. Chausova
E-mail: art.rakh@gmail.com

Deliberating on the economic growth of Russia after the turbulence and stagnation overcome, induced by the year of the resistance on coronavirus, it is worth paying attention to the economic branches that have got an appropriate impulse to develop on contrary to the general trend to decline. Particularly, the point is the housing market.

The housing construction comprises a so-called multiplicative element that affects the entire economy. That is the construction, as a process, that constitutes using large volumes of resources produced in other segments of economy. For instance, a single house construction requires as much work force (that presents the influence on a labour market) as well-qualified specialists, materials (that presents the impact on the industry complex), transportation of raw materials (both the effect on a fuel and energy sector and machinery), promotion of results of construction within the housing market. The self-isolation effect has been duly noted in a case of diversification of ways of market promotion, that has become 'more digital'. According to the Federal Service for State Registration, Cadastre and Cartography, the share of e-approval of mortgages has increased from 9% to 40% since the beginning of 2020. That has already surpassed the figures declared in national project 'Housing and Urban Environment' for 2021 [5].

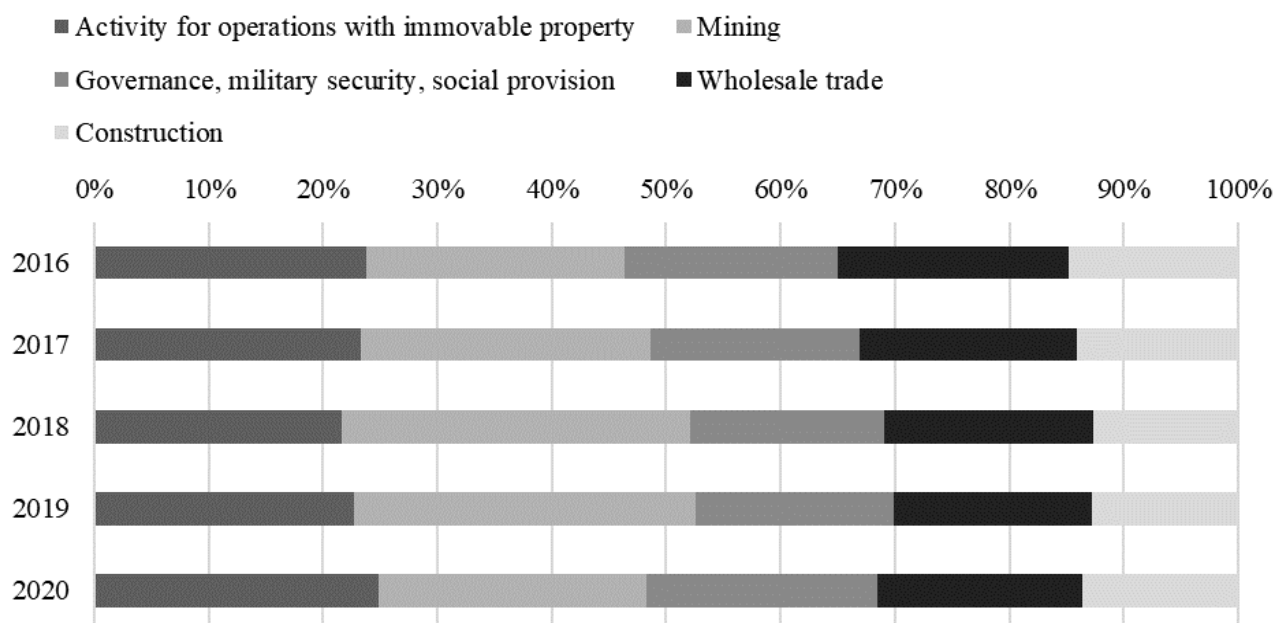


Fig. 1. The shares of top-5 capacity economic branches in a structure of the gross added cost (the whole share of five branches is 100%), made up by the author according to Rosstat [6]

Moreover, such sectors as 'Construction' and 'Activity for operations with immovable property' were in the upper of the most capacity economic segments list in a structure of gross added cost (picture 1) at the end of 2020. Apparently, such significant economic branches as 'Mining', 'Governance, military security, social provision' as well as 'Wholesale trade' have been reduced within 2020 in comparison with the growth of 'Construction' and 'Activity for operations with immovable property'. A detailed approach [7] to the Russian housing market has presented that after the pandemic drawback the market was rehabilitated unprecedentedly by the end of 2020. The highly increasing demand in the market has been stimulated by 42 percent by means of more construction of blocks of flats (in 2020) comparing with the previous year.

Would a housing construction be a driver the Russian economy after the pandemic? In fact, there is a potential for the development in the sector. Firstly, the low share of ‘new’ housing stock, built after 1991, is approximately 25% [8]. Secondly, the main factor for the construction process is mortgage lending that has become popular in Russia as well. The influence on the popularity is detected by the strengthening of housing consumers’ confidence due to institutional changes in the housing market. They were enabled via the realisation of an escrow-account programme. The escrow accounts have appeared because of a conception legislative [1] movement from construction financing by direct funds from future houseowners to the bank-as-an-intermediary project financing. In this case, it is regarded that banks are presented as an adjusting representative in the relations ‘owner – building company’. This, in its turn, has prompted a filtration of construction companies in the housing market [8]. Only the big builders with enormous land banks have been able to exist (for instance, owing to a requirement to secure primary investments in a construction project no less than 10% of a project’s appraisalment – by law [1]). Furthermore, large players are more able to respond to the shifts in clients’ demand that has allowed a complex building model to have appeared. Nowadays customers would like to get housing with a set of options such as social and road infrastructure, drawing attention to street spaces available to use without an exit of an apartment, zoning house territory, placement of coworkings and services to self-manage of a house. Therefore, huge developers have offered ‘a city within a city’, so the high sensitivity to the demand tends to increase.

In addition, except for both diminishing risks of ‘deceived shareholders’ and the relatively poor growth of cost price [2] on housing after the legislative statement of the project way of construction the mortgage expansion were provided with:

- The state programme of mortgage lending bailout (since April 2020).
- The multifactorial delayed demand for housing, stimulated by the lockdown (e. g. people have had to be at their apartments more time than before, so they recognized the need for the improvement of housing conditions). Some factors of demand are about the average population provision of housing in Russia nearly 27 square metres by a person [7] versus 40-80 square metres for a citizen of a developed country [3]. Besides, the housing has stood a highly demanded way of investing amid Russians; approximately 50% would prefer to make investments into the housing sector to avoid the risks of fluctuations in stock markets, a ruble devaluation, caused by the instability in the oil and gas markets, a decrease in a bank deposit return [4].
- The lack of speculative motive to buy an apartment. 67% of Russians would like to purchase an apartment on the basis ‘buy and live’ [4].

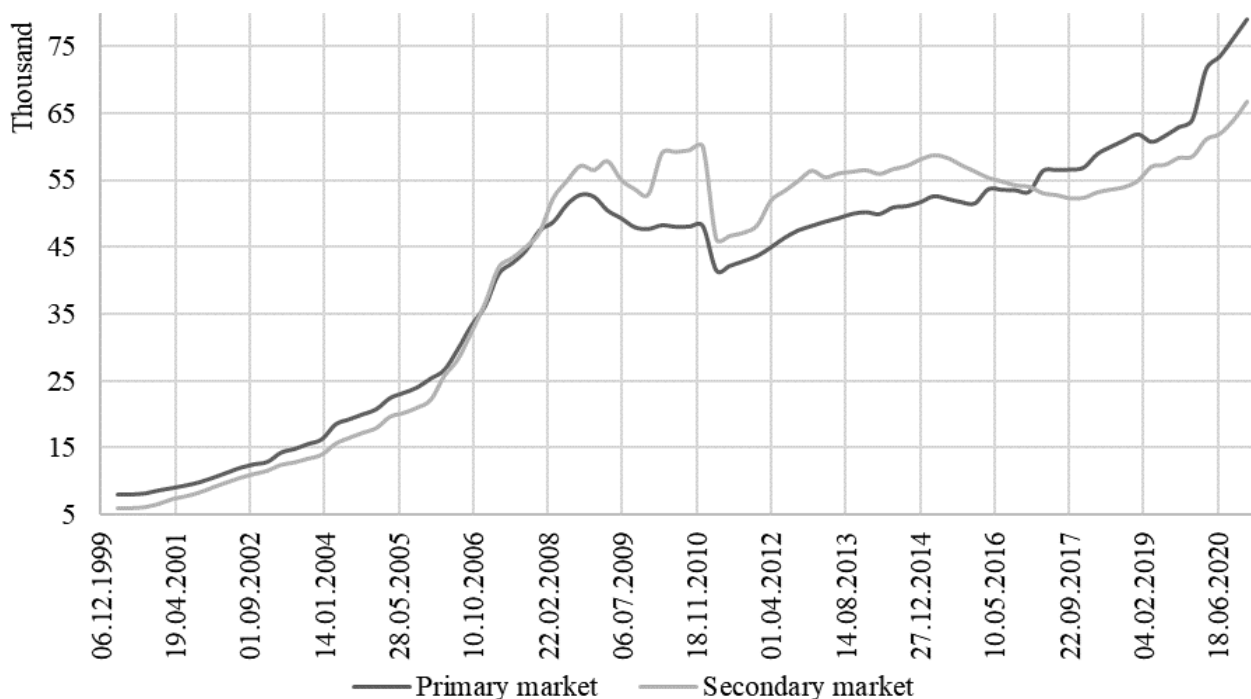


Fig. 2. The price dynamics on 1 square metre of an apartment in average, all types, in rubles [9]

Thus, the construction sector has been growing along with the housing prices (picture 2). Such a process would be a prudent one due to the multifactorial demand in case of the centralisation (thanks to the filtration

of developers) of supply. However, the boom of demand has been accompanied by the decrease in real incomes of population [10]. That allows raising the question about the identification of unsecured mortgages in the Russian market. The factors of demand negatively affect the 'quality' of loaners. The process of an extreme price variation of housing in the market under conditions of facilitating factors could be considered as a bubble.

References

1. Ob uchastii v dolevom stroitel'stve mnogokvartirnykh domov i inykh ob'ektov nedvizhimosti : feder. zakon Rossiiskoi Federatsii ot 30.12.2004 № 214-FZ (red. ot 30.12.2020) // Konsul'tantPlyus: spravoch'naya pravovaya sistema. URL: <http://www.consultant.ru> (accessed: 08.02.2021).
2. Analiz vliyaniya ispol'zovaniya eskrou-schetov na sebestoimost' i rentabel'nost' prodazh v stroitel'stve zhil'ya // PwC v Rossii. M., 2018. URL: <https://www.pwc.ru/ru/publications/analiz-vliyaniya-ispolzovaniya-eskrow-schetov.html> (accessed: 08.02.2021).
3. Gurkov A. Zhil'e v Germanii: u pensionerov – 60 kvadratnykh metrov na cheloveka // Deutsche Welle. Politika. Germaniya. 2021. URL: <https://p.dw.com/p/3pybS> (accessed: 27.02.2021).
4. Zhil'e kak ob'ekt vlozheniya sredstv // AO DOM.RF: ofitsial'nyi sait. Elektron. dan. M., 2021. URL: <https://dom.rf/analytics/mortgage> (accessed: 09.01.2021).
5. Kolichestvo sdelok na vtorichnom rynke Rossii za 3 kvartala 2020 goda vyroslo bolee chem na 50% // Federal'naya sluzhba gosudarstvennoi registratsii, kadastra i kartografii : press-tsentr. M., 2020. URL: <https://rosreestr.gov.ru/site/press/news> (accessed: 15.02.2021).
6. Natsional'nye scheta. Ofitsial'naya statistika // Federal'naya sluzhba gosudarstvennoi statistiki. M., 2021. URL: <https://rosstat.gov.ru/accounts> (accessed: 02.02.2021).
7. Rynki zhil'ya i ipoteki: predvaritel'nye itogi 2020 goda // AO DOM.RF: ofitsial'nyi sait. Elektron. dan. M., 2021. URL: <https://dom.rf/analytics/mortgage> (accessed: 08.01.2021).
8. Selina O. My investiruem v tekhnologii, a ne stroitel'nye kombinaty [interv'yu s pervym zamestitelem gendirektora gruppy «Samolet»] // Vedomosti&. M., 2020. 17 dek. URL: <https://www.vedomosti.ru/partner/characters> (accessed: 08.01.2021).
9. Srednyaya tsena 1 kv. m obshchei ploshchadi kvartir na rynke zhil'ya // Federal'naya sluzhba gosudarstvennoi statistiki: sait EMISS. Elektron. dan. M., 2021. URL: <https://www.fedstat.ru> (accessed: 06.03.2021).
10. Starostina Yu., Tkachev I. Rosstat otsenil masshtab snizheniya real'nykh raspolagaemykh dokhodov rossiyan // RosBiznesKonsalting : inform. agenstvo. M., 2021. URL: <https://www.rbc.ru/economics> (accessed: 03.02.2021).

Problems of forming financial culture in Russia

M.Yu. Zaguzina, 3rd year student, IEM TSU

Scientific Supervisor: PhD, Assoc. Prof. T.Yu. Osipova
E-mail: zaguzinamu@gmail.com

At the present time, the issue of financial culture is relevant in view of rapid changes in the financial markets associated with the improvement of technology and emergence of new financial products. Formation of financial culture of the population is an important factor, which influences on the living standards and the level of development of the country's financial market, because it defines supply-and-demand situation on financial services. Raising individuals' financial culture is an integral part of personal financial security, which allows making economically competent decisions.

The purpose of the study is to identify the problems of the financial culture formation in Russia and the search for ways to overcome them.

In this study, the author uses the methods of content analysis, survey of TSU students, time-series data analysis and the construction of analytical tables to determine the problems of forming financial culture in Russia.

The authors A.I. Fatikhov and R.T. Nasibullin consider financial culture as a set of traditions, norms and ideas, which represent the level of financial literacy, skills and behavior of people in the field of financial relations, financial planning and cash distribution at the existing level of market infrastructure development [1]. From the definition we can conclude that the process of forming a financial culture includes the formation of financial literacy, which is a set of basic knowledge of financial terms and the ability to understand and use them in the management of personal finances to make effective financial decisions. It is important to note that financial literacy is identified as the main measurable indicator of financial culture.

According to NAFI statistical research, the level of financial literacy in recent years has increased, but its indicators are still not high enough. To measure financial literacy was used index, which was developed

in accordance with the methodology of the OECD, which includes three particular indexes: financial knowledge, behavior, attitudes. The Financial Literacy Index of the Russian population in 2018 was 12.12 points with a possible maximum of 21 points. In 2019, the index increased by 2% to a score 12.37. According to this indicator, our country ranks 9th among the G20 countries (the “Big Twenty”). The average grade for financial literacy across G20 countries is 12.7 points [2].

To evaluate the efficiency of steps, which were implemented in the country to improve financial literacy, NAFI used 4 indicators: personal understanding of the connection between risk and return in the choice of financial products; understanding the importance of having some money for unexpected expenses; understanding the need to compare alternative offers in choosing credit products; knowledge of the necessary actions when you detecting fraud in a financial organization.

The main problems which were identified in the study are related to the low level of financial literacy of Russians in the field of financial risks, as follows:

- 34% don't understand the relationship between return and risk;
- 31% of cardholders have experience fraud attempts, 4% have suffered financial losses;
- 60% don't care about their personal data.

One more important aspect in considering the issue of financial culture is the dynamics of the financial products use and the level of citizen awareness of them.

Dynamics of basic financial services use in Russia [3–5]

Indicator	Date			
	01.01.2016	01.01.2017	01.01.2018	01.01.2019
Deposits and other raised funds of individuals, m. rub.	16 293 323	18 471 993	20 640 787	22 348 371
Loans to individuals, m. rub.	5 765 755	7 100 623	9 132 509	12 366 659
Credit indebtedness of individuals, m. rub.	10 366 829	10 619 209	12 035 737	14 752 662
The number of concluded contracts of voluntary and compulsory insurance	143 462 178	167 797 165	193 112 018	202 556 322

From Table we can conclude that in the analyzed period there was an increase in the volume of basic financial products use: the number of concluded insurance contracts increased by 1.4 times, the volume of deposits of individuals upsurge by 37%. At the same time there is a significant growth in the use of credit products, it amounted to 114.5%, and the rise of credit indebtedness by 42%. This result is caused by the negative growth of disposable income of Russians.

According to the definition of financial culture, it's forming include the level of financial market infrastructure in society. Therefore, in the country should be organized a high and equal level of access to financial services through physical and online branches of financial organizations. However, in the period from 2018 to 2020 there was a reduction in the number of operating credit, microfinance and microcredit organizations, as well as the number of insurance companies.

The research showed the following problems of formation of financial culture in Russia at the present stage of its development:

1. Low level of financial knowledge for evaluating financial risks.
2. Lack of responsibility for personal data on the part of the majority of users.
3. High level of the not payed credits of the population in conditions of negative income growth.
4. Low level of financial market infrastructure development in the regions of the country.

As a solution to overcome the identified problems, we propose to develop a program to form a financial culture in the regions. This program will include: educational programs in schools and universities; attraction of regional financial market organizations to make open lectures on new products and services, including separate programs for the older generation and schoolchildren; introduction a system of indicators of financial culture to monitor the dynamics around the regions and its possible prediction.

The research shows that there are a number of unsolved problems in Russia related to the formation of financial culture. The solution of these problems requires the continuous development and implementation of projects to improve financial culture, which are necessary to avoid negative consequences at the macroeconomic level and at the level of personal finance management.

References

1. Fatikhov A.I., Nasibullin R.T. Problems of Financial Culture in Russia through the prism of sociological research // Bulletin of PNU. 2010. № 2 (17). C. 235–244.

2. Financial Literacy Rating of Russian Regions 2018 // National Agency for Financial Research. Electronic data. M., 2021. URL: <https://nafi.ru/upload/iblock/da9/da90822f7facb074eda089d90175c57e.pdf> (accessed: 05.03.202)
3. Volume of raised deposits of individuals // Official website of the Bank of Russia. Electronic data. M., 2021. URL: https://www.cbr.ru/statistics/bank_system/4-2-1a_18/ (accessed: 05.03.2021).
4. The volume of loans to individuals // Official website of the Bank of Russia. Electronic data. M., 2021. URL: <https://www.cbr.ru/statistics/table/?tableId=302-02M&dt=20190101> (accessed: 05.03.2021)
5. Statistical data of insurers // Official website of the Bank of Russia. Electronic data. M., 2021. URL: https://www.cbr.ru/statistics/insurance/#a_59438 (accessed: 05.03.2021)

The Impact of Cultural Differences on EY's Intangible Incentive System

O.S. Subbotina, student, 4th year student, IEM TSU

Scientific advisor: PhD in Economics, Assoc. Prof. E.M. Kaz
E-mail: asuolun@gmail.com

In the 21st century, the era of globalization, when more and more companies go global, cultural differences can have a significant impact on various business processes. Culture defines how people communicate, and communication is one of the most important things when it comes to business. In this article we would like to address how culture can impact an intangible incentive system of an international company – EY.

The word “culture” has a number of meanings. Professor Geert Hofstede defines it as “The programming of the human mind by which one group of people distinguishes itself from another group” [9]. Another definition is by S. P. Myasoedov and L. G. Borisova, they view culture as “a complex of sets of values and social norms that also includes knowledge and symbols, that defines the life of different social groups” [7. P. 46].

To understand culture fully, it’s important to know the definition of values. Richard M. Hodgetts, Fred Luthans and Jonathan P. Doh give the following definition: “Values are basic convictions that people have regarding what is right and wrong, good and bad, important and unimportant. These values are learned from the culture in which the individual is reared, and they help to direct the person’s behavior. Differences in cultural values often result in varying management practices” [8. P. 97].

Since values are a part of culture and they help to direct behavior, we can conclude that culture can have an impact on incentive systems of companies. Values define what is important and unimportant for people, which means they can make certain incentive tools more or less effective in different countries. That is why international companies are particularly interesting for our research – their incentive systems were created in a certain country, considering its culture, values and norms, but then implemented in many different countries. Which incentives work best in a different culture? Should companies change something about their incentive systems when working in a new country? In this article we have analyzed EY’s non-monetary incentives and how they correlate with the cultures of the United Kingdom and Russia.

To compare the cultures of the United Kingdom and Russia we have used Geert Hofstede’s model of the six dimensions of national culture. This model is based on extensive research done by Professor Geert Hofstede, Gert Jan Hofstede, Michael Minkov and their research teams. Today the model is used worldwide. Hofstede Insights, an international consulting company, has provided an interactive tool that allows to compare different countries using the six dimensions [2]. Scores of the United Kingdom and Russia are shown in Figure 1.

As shown in the figure, the differences are quite impressive. Countries can score 0 to 100 points on each dimension, and the difference between Russia and the United Kingdom in every dimension are 30 points or more. Let us explain what the scores mean in terms of cultural differences between the two countries.

1. Power distance. British society is the one that believes that inequalities amongst people should be minimized, whilst in Russia the society is extremely centralized and 80% of the country’s financial potential is concentrated in Moscow. Power holders are extremely distant in Russia and it’s considered normal.

2. Individualism. The British are highly individualist and private people. Children are taught from an early age find their unique purpose and think for themselves. In British society the road to happiness is through personal fulfillment. Russia is much more collectivist – family, friends and often neighborhood are extremely important in everyday life. Personal relationships are highly important when it comes to obtaining information, getting introduced and successful negotiations.

3. Masculinity. British society is masculine, which means it is highly success oriented and driven. British people live to work and succeed, unlike people in more feminine countries. However, the British also value

modesty and often understate their achievements, but it doesn't change the underlying success driven value system. Russia scores relatively low on masculinity, which makes it a rather feminine country. Russians tend to understate their personal achievements and contributions, talk modestly about themselves.

4. Uncertainty avoidance. United Kingdom's low score on this dimension means the British are comfortable with uncertain and ambiguous situations, their work planning is not extremely detailed and their planning horizons are shorter. Combined with high individualism score it makes the nation very creative, innovative and interested in new products on the market. Uncertainty avoidance in Russia is extremely high which results in detailed planning and bureaucracy. This also makes Russians appear very formal and distant when interacting with people considered to be strangers.

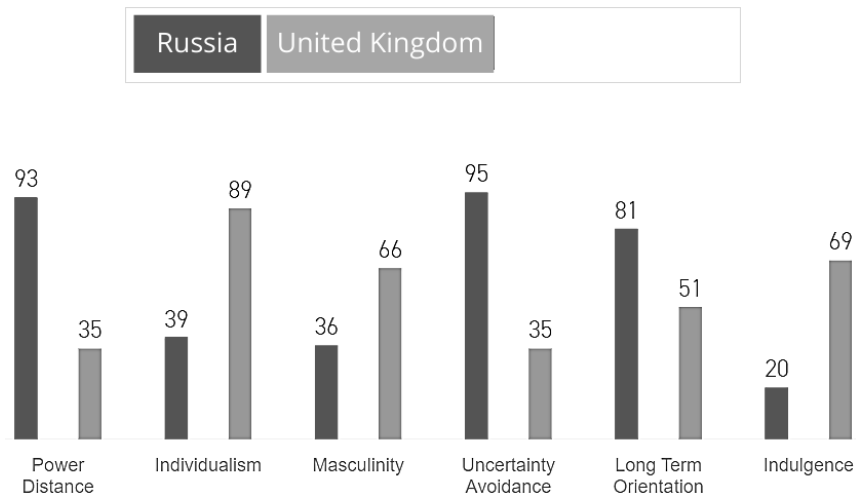


Fig. 1. Russia and the United Kingdom scores on Hofstede's 6 dimensions [2]

5. The United Kingdom scores 51 in this dimension, which means that a dominant preference in British culture cannot be determined. Russia, on the other hand, is definitely a country with a pragmatic mindset, showing ability to adapt traditions and a strong propensity to save and invest.

6. Indulgence. British society is considered indulgent. People in indulgent societies tend to realize their impulses and desires with regard to enjoying life and having fun. They have an optimistic approach to life, place a higher degree of importance on leisure time. Russia scores quite low on indulgence, which means Russian society is considered restrained. People in restrained societies have the perception that they are restrained by social norms. They put less emphasis on leisure time and control the gratification of their desires.

The analysis shows that the cultures of the United Kingdom and Russia are almost opposite. How much impact does it have when it comes to building incentive systems in these two countries? We have analyzed EY's intangible incentives and employee reviews to find out how the company's incentive system can be changed for the better.

EY is an international audit company based in the United Kingdom. It provides services in assurance, consulting, strategy and transactions, and tax to over 200000 clients in 150 countries. Their clients include 84% of the Fortune Global 500 and 73% of the Forbes Global 2000. We have compiled a list of the company's non-monetary incentives. We have also concluded that these incentives are the same in the United Kingdom and Russia. Based on the cultural comparison we can assume that some of the incentives are more or less effective in Russia because of the country's cultural context, and suggest some improvements that would help motivate Russian people more effectively.

Components of the corporate culture can also serve as intangible incentives [6. P. 192], so first we considered EY's mission statement and values. Carmine Di Sibio, EY's Global Chairman and CEO, defines the company's mission: "...our purpose is building a better working world. The insights and quality services we provide help build trust and confidence in the capital markets and in economies the world over. We develop outstanding leaders who team to deliver on our promises to all our stakeholders" [1]. When it comes to values EY executives believe that they should define the most important qualities of the company's employees. They see their employees as:

- people who demonstrate integrity, respect, teaming and inclusiveness;
- people with energy, enthusiasm and the courage to lead;
- people who build relationships based on doing the right thing [1].

Then we have compiled a list of all the other non-monetary incentives at EY using multiple sources that include EY's official website, job listings in both Russia and the United Kingdom, and employee review sites [1, 3–5, 10].

1. Voluntary health insurance.
2. Life insurance.
3. Additional vacation days (vacations last 25 workdays; British employees have also stated being able to sell and buy vacation days and carry them over to the next year).
4. Additional bonuses for maternity leave.
5. Corporate education and training (including training for ACCA and GAAP certification and English language classes).
6. Employees can use internet freely at work if they do not a lot of workload at the moment (one of the reasons for this can be the uneven distribution of workload throughout the year when it comes to audit).
7. Several free snack options at the office.
8. Gym membership cost compensation.
9. Comfortable working environment.
10. Corporate discount system.
11. Young teams.
12. Tutoring and mentoring systems.
13. Flexible working hours.
14. International career opportunities.
15. Corporate culture that encourages diversity and inclusiveness.
16. Individual career development and a culture of leadership.
17. “Better begins with you” - a global award program, celebrating EY people who have found inspiring ways to build a better working world.
18. EY alumni network – this network connects more than a million of former EY employees.
19. EY's global corporate responsibility program, EY Ripples. It focuses on supporting the next generation workforce, working with impact entrepreneurs, and accelerating environmental sustainability.

All of these incentives exist in both Russia and the United Kingdom. The few differences (for example, the ability to manage vacation days more freely in the United Kingdom) can be explained after studying the differences of labor legislation of the two countries. The company is actively using its corporate culture and other non-monetary incentives to motivate employees. Combining the culture comparison with the list of these incentives we can make several suggestions on which of them are the most effective and what can be improved.

It is worth noting that EY's corporate culture includes both individualist (leadership, individual career development) and collectivist (alliance, tutoring, mentoring, teamwork, staying connected) values. This makes corporate culture an effective incentive for both Russians and the British. Russian culture is starting to lean towards individualism amongst young people, so hiring younger candidates in Russia can be beneficial.

We have studied employee reviews about EY from both Russia and the United Kingdom on the Glassdoor website [4], and noted that Russian employees would often mention paid vacation days and maternity leave, while British employees would comment more on flexible working hours and the opportunity to work from home. It correlates with our cultural analysis since collectivist Russian people value family, and individualist British people enjoy being able to control their schedule and work on their own.

Russian society's collectivist values can make certain incentives more effective. This includes tutoring and mentoring practices, corporate training and EY Alumni network. In Russia interpersonal relationships are highly important and the opportunity to get support from co-workers though mentoring can be very motivating. Staying connected to the company even after leaving it can boost chances of the former employee returning to EY, bringing in new experience and expertise.

The global award program “Better begins with you” is highly individualist and might not be as effective in Russia. High Power distance score also can harm its value in terms of motivation, since Russian people often believe that initiative outside of hierarchy is not appreciated. Russian society is also feminine, which makes people understate their achievements and want to avoid recognition.

High Uncertainty avoidance score can make working in audit harder for Russians since the workload is unevenly distributed throughout the year and people tend to work a lot overtime at certain points. Russian employees stated [3] that they feel like their work overtime is not appreciated. We think that additional individual and team encouragement after challenging periods can help increase loyalty and motivation.

More flexible control over additional vacation days can also be a good incentive since Russians appreciate the opportunity to spend more time with their family.

In conclusion, EY's intangible incentive system is overall effective in Russia, but cultural differences can impact the efficiency of certain incentives. Making changes in the system with these differences in mind can help increase motivation.

References

1. Building a better working world // EY official site. URL: https://www.ey.com/en_uk (accessed: 11.06.2020).
2. Country comparison // Hofstede insights . 2020. URL: <https://www.hofstede-insights.com/country-comparison/russia,the-uk/> (accessed: 11.06.2020).
3. Ernst & Young: employee reviews about the employer // True employees : site of employer reviews. URL: <https://pravda-sotrudnikov.ru/company/ernstyoung> (accessed: 11.06.2020).
4. EY Reviews | Glassdoor // Glassdoor, Inc. [2008–2020]. URL: <https://www.glassdoor.com/Reviews/EY-Reviews-E2784.htm> (accessed: 11.06.2020).
5. Feedback from employee Olga about Ernst & Young // True employees – site of feedback about employers. URL: <https://pravda-sotrudnikov.ru/company/ernstyoung/otzyv-81439> (accessed: 11.06.2020).
6. Litvinyuk A.A. Motivation and stimulation of labor activity. Theory and practice: a textbook for bachelors. M. : Yurayt Publishing House, 2019. 398 p. URL: <https://urait.ru/bcode/425887> (accessed: 11.06.2020).
7. Myasoedov S.P., Borisova L.G. Cross-cultural management: a textbook for universities. 3rd ed. M. : Urait Publishing House, 2020. 314 p. URL: <https://urait.ru/bcode/450156> (accessed: 11.06.2020).
8. Hodgetts R.M., Luthans F., Doh J.P. International management : culture, strategy, and behavior. New York : The McGraw-Hill, 2005. xxvi, 646 p.
9. What do we mean by “Culture”? // Hofstede insights. 2020. URL: <https://news.hofstede-insights.com/news/what-do-we-mean-by-culture> (accessed: 11.06.2020).
10. Work in Moscow, personnel search and publication of vacancies // HeadHunter. 2021. URL: <https://hh.ru/?customDomain=1> (accessed: 11.06.2020).
11. Working at EY, employee feedback on work, salaries // Otrude. 2021. URL: <https://otrude.net/employers/7182>

The influence of the number of minor children on labor participation of urban women of childbearing age in China

Zhang Xiaoxia, PhD student of Tomsk State University

Scientific supervisor: Associate Professor, Grand PhD O.P. Nedospasova
E-mail: zxxykf@foxmail.com

In order to cope with the trend that China's fertility rate has been declining year by year in recent years, China has implemented a series of active family planning policies, but the results have not been good. The reason is that the heavy pressure of raising children, which makes people afraid to have more lives, affects residents. In order to clarify the impact of the number of minor children on labor participation, we used the data of CGSS2017 to analyze the difference between the number of minor children and the participation of women of childbearing age in paid labor and housework. There is a significant positive correlation between the number of minor children and the participation in paid labor and housework of urban women aged 20–50. From the perspective of different age groups, there is obvious age range heterogeneity. Related variables and control variables such as age, health status, education level, marital status, total family income, family size, whether to own a certain amount of real estate, and the nature of household registration also show different differences in different age groups.

Keywords: minor children, paid labor, housework

Research Background. In order to improve the fertility rate, China has implemented a series of progressive fertility policy reforms from "conditionally two-child" to "universal two-child", but these policies to stimulate fertility have not achieved the desired effect, and the fertility policy reform is obviously "cold" (Jin Weidong et al., 2018) [1]. According to China's National Bureau of Statistics, the birth rate dropped to 10.48 per thousand in 2019, the lowest since 1949, reflecting a very clear sign that women of childbearing age are less willing to have children. Why are women of childbearing age reluctant to have children? According to a survey by China's Health and Family Planning Commission, the main reasons for people's low desire to have children are high parenting costs, lack of childcare services and pressure on women's career development. As the main undertaker of the two-child policy, women of childbearing age face more contradictions among childbirth, child care and labor participation.

So, what is the effect of having more children on women's labor force participation? Traditional studies have largely held that the increase in the number of children may negatively affect women's labor force participation (Joshua D. Angrist, William N. 1998; Hakim C, 2003; Chen Ying, Jiang Hongze, 2018) [2–4], in order to take care of children, women often voluntarily give up employment and return to their families, which leads to the decline of their labor participation rate. However, other studies hold different views. Some scholars believe that childbirth has no obvious direct impact on the labor participation of employed women. The study of Cheng BS (1999) believes that there is no causal relationship between the fertility of Taiwanese women and the labor participation rate [5]. The study of Budig M J (2003) believes that different stages of childbirth have different influences on female labor participation [6]. The research conclusions of this article are different from those of the above scholars. Through empirical analysis, this article believes that the increase in the number of minor children has a positive correlation with the paid labor and unpaid housework of urban women of childbearing age. Having more children may make women of childbearing age face paid labor. The double growth of time and housework time conflicts with the realization of women's increasingly awakened personal values, which may be an important reason for stimulating the coldness of the fertility policy.

Under the background of population policy changes in the new era and the dual segmentation of urban and rural areas, this study analyzes the different effects of the number of minor children on urban women of childbearing age in paid labor participation and housework participation. The contribution of this article is to subdivide urban women of childbearing age by age group, and attempt to further reveal the influence of the number of minor children on the labor participation of urban women of childbearing age in different age groups, so as to make the research in this field more refined and improve policy regulation. Provide a basis for accuracy.

Materials and methods. We use the data of CGSS2017 and set the relevant variables: (1) Dependent variables: paid labor participation and housework participation. We use the answers to "how many hours do you work per week?" and "how often do you participate in housework (cooking)" in the survey data as data sources for the two types of labor. (2) Independent variable: the number of minor children. We use the answer of "How many minor children under 18 years of age do you have?" in the survey data as the data source for this variable. (3) We use survey data such as age, health status, education level, marital status, total family income, family size, number of real estates, and the nature of household registration as control variables.

According to the characteristics of the variables, this paper uses the Ordered probit regression model to analyze the impact of the number of minor children on the paid labor participation and housework of Chinese urban women of childbearing age (between 20-50 years old) on the STATA 16 software. Moreover, in order to verify the heterogeneity of urban women of childbearing age in different age groups, we also conducted regression analysis on paid labor participation and housework participation in 20-30 years old, 30-39 years old, and 40-50 years old.

Conclusion. The regression results in Table 1 show that (1) Generally speaking, the number of underage children has a significant positive correlation with urban women's participation in paid labor and housework for women aged 20-50. From the perspective of different age groups, there is obvious age range heterogeneity.

The Influence of the Number of Minor Children on the Labor Participation of Urban Women of Childbearing Age

Variables	20–50 years		20–30 years		31–40 years		41–50 years	
	Paidwork	Housework	Paidwork	Housework	Paidwork	Housework	Paidwork	Housework
Number of minor children	0.279***	0.1888*	0.276***	0.868***	0.265***	-0.003	0.284***	0.113
age	0.002	-0.006	0.005	-0.084*	0.019	-0.052	0.006	-0.016
health	0.136***	0.062	0.140*	0.012	0.177**	0.121	0.112*	0.023
educ	0.029***	-0.096***	0.016	-0.177***	0.035*	-0.131***	0.031*	-0.064*
marry	-0.010***	0.045	-0.140***	-0.079	-0.068	0.211**	-0.104**	0.068
income	-1.940e-08*	-1.27E-08	-4.119e-08*	-7.297e-08*	-2.76E-08	2.94E-08	-6.76E-09	-6.65E-09
family size	0.001	-0.092*	0.024	-0.138	-0.043	-0.064	0.005	-0.117*
house	0.121**	0.091	0.081	0.064	0.095	0.094	0.171*	0.073
census register	-0.121***	0.043	-0.085	0.122	-0.085	0.152	-0.171***	-0.024

*, **, *** indicate significant at the level of 10%, 5%, and 1%, respectively.

The number of minor children has the most significant impact on urban women aged 20-30, but only has a significant impact on the paid labor participation of urban women aged 31-40 and 41-50. This may be related to the continuous increase in the age of minor children and their various expenditures. Women have

to give up housework and devote more time to paid labor. (2) Physical health is the basic condition for labor participation, especially for paid labor participation. (3) On the whole, urban women of all ages with a certain number of minor children are more likely to participate in paid labor as the higher their educational level, while the lower the probability of participating in housework. This may be related to the long-term underestimation of the value of housework. (4) Children are the crystallization of marriage. The number of minor children severely restricts the participation of urban women aged 20-30 and 41-50 in paid labor, and it is inevitable for women aged 31-40 to participate in more housework. (5) Urban women aged 20-30 need to invest a lot of housework time in order to take care of their children, and at the same time participate in paid work in order to obtain income, which leads to the mutual crowding-out effect of housework and paid work. (6) Middle-aged women aged 41-50 who own a certain amount of real estate are more likely to participate in paid labor. This may be related to the gradual growth of the children of this age group, the increasing ability of autonomy, and the gradual sharing of housework. (7) Women who do not have urban household registration, although working in the city, cannot enjoy the same benefits as house purchase, endowment insurance, and medical insurance in the city. In order to obtain the benefits agreed with urban women, they need to spend more time engaged in paid labor.

To sum up, we have the following suggestions:

(1) For the government, strengthen the inclusiveness of fertility policies, promote the linkage of fertility policies and economic and social policies, reduce the burden of family fertility, parenting, and education, and release the potential of fertility policies. Improve policies on childcare, childbirth tax reduction, childbirth subsidies, and anti-discrimination against women to provide a good policy environment for women's paid labor participation.

(2) For the family, the husband and wife and both parents should share as much as possible housework such as taking care of minor children, cooking, cleaning and sanitation, and provide family support for women's paid labor participation.

(3) For women, it is very important to find a balance between raising minor children and labor participation. At the same time, they must maintain physical health, learn to "charge" at the right time, and handle the relationship between husband and wife.

The study was supported by the Russian Science Foundation, project No. 19-18-00300.

References

1. Jin Weidong, Gong Jiejing, Mao Zhonggen. The "Two-Child" Birth Policy "Encounters Cold": Theoretical Analysis and Empirical Evidence // Finance and Trade Economics. 2018. Vol. 4. P. 130–145.
2. Angrist J.D., Evans W.N. Children and Their Parents 'Labor Supply: Evidence from Exogenous Variation in Family Size // The American Economic Review. 1998. Vol. 88 (3). P. 450–477.
3. Hakim C. A New Approach to Explaining Fertility Patterns: Preference Theory // Population and Development Review. 2003. Vol. 29 (3). P. 349–374.
4. Chen Ying, Jiang Hongze. The influence of the number of children on the labor participation of migrant women in my country – Based on the analysis of M-shaped and inverted U-shaped labor participation curves // Southern Population. 2018. Vol. 33 (02). P. 47–60.
5. Cheng B.S. Cointegration and Causality between Fertility and Female Labor Participation in Taiwan: A Multivariate Approach // Atlantic Economic Journal. 1999. Vol. 27 (4). P. 422–434.

Advertising Marketing Analysis of TikTok Short Video based on Logistic Regression Model

Jie Zhang, master, 1st grade, IEM TSU

Scientific Supervisor: Ph.D. in Economics, associate professor E.M. Kaz
E-mail: zhang.2021@inbox.ru

1. Introduction

The rise of short videos in recent years has attracted more and more people's attention. When using TikTok, you can display and promote your products in the corresponding product window. [1] This marketing method makes people discover that TikTok has a unique "Advertising - Linking - Merchandise window" product

promotion method which different from ordinary short video advertisements. Therefore, by investigating people’s perceptions and attitudes towards such product promotion method, we will explore the deficiencies of this advertising marketing model, hoping to make some feasible suggestions, and at the same time, we will explore whether the implementation of this method can help the market development of TikTok.

2. Questionnaire analysis

A total of 500 questionnaires were distributed, and 463 valid questionnaires were recovered, with a recovery rate of 92.6%.

2.1. Frequency and age distribution

Table 1 is a cross-analysis of user age and TikTok usage. It can be seen that people between 16~24 and 25~35 years old watch TikTok short videos more frequently. Among them, the number of people between 25 and 35 years old is the largest. Most people between 25 and 35 years old are income earners.

Table 1

Watching frequency and age distribution

Watch frequency	Often	Usually	Occasionally	Never	Total
Under 16 years old	13	19	7	5	44
16~24 years old	52	47	24	16	139
25~35 years old	78	38	21	11	148
36~45 years old	15	21	11	20	67
46~50 years old	7	13	7	12	39
Over 50 years old	0	7	4	15	26
Total	165	145	74	79	463

2.2. The respondents' understanding of TikTok's advertising marketing models

The data shows that 34% of the respondents who understand TikTok’s advertising marketing, and over 54% of those who do not understand or do not understand at all.

2.3. The defects of advertising marketing model

According to the survey, the respondents believe that TikTok's advertising marketing model has some shortcomings, which are specifically manifested in product recommendation and sales. As shown in Chart 1.

- Product quality & after-sale service cannot be guaranteed
- Too many ads affect the experience
- The purchase links or buttons have security risks
- Advertising contents are single or vulgar
- Others

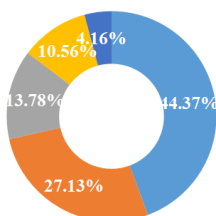


Chart 1. The defects of advertising marketing model

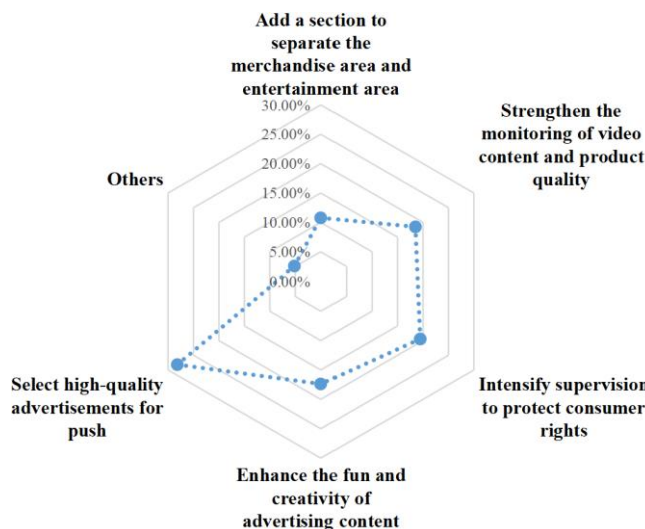


Chart 2. Suggestions for improving TikTok

There are 44.37% of people think that the threshold for advertising is low, and the quality of goods and its after-sales service are difficult to guarantee, this factor show that people are worried about the quality of goods on TikTok; and 27.13% of people think that there are too many advertisements, which affect the experience. This shows that advertising recommendation should be moderate.

2.4. Suggestions for improvement

Chart 2 shows the respondents' views on the suggestions for improving TikTok's advertising marketing, and all suggestions account for a certain proportion. Among them, 28.18% of people believed that high-quality advertisements should be refined and pushed; 19.45% of people think that supervision should be strengthened to protect consumers' rights and interests; 18.50% of people think that the monitoring of video content and product quality should be strengthened.

2.5. Commodity purchase

The survey result shows that 76% of people have never purchased products on TikTok, and only 24% have purchased products. In short, just a few people have made purchases on TikTok.

3. The establishment of Logistic Model

3.1. Principle of the model

Logistic regression principle: for a one-variable linear regression model $Y_i = \beta_0 + \beta_1 X_i$ is the prediction of the mean value of the explained variable when the explanatory variable is X_i . When Y_i is a random variable of type 0~1, $E(Y_i) = \beta_0 + \beta_1 X_i$ is the ratio of Y_i equal to 1 under the condition of the independent variable X_i . [2]

3.2. Variable setting

This article selects 264 respondents from the questionnaire who can accept product recommendations and sales on TikTok. The purpose is to study the differences in their satisfaction with related functions on TikTok under advertising marketing. Based on this, we build an indicator system.

3.3. Model establishment

After the indicators are set, this article uses SPSS to obtain the final model as shown in Table 2 through the forward LR method. Through the Hosmer and Lemeshow test, the P value = 0.371 is obtained.

Table 2

The final variables in the equation

Variable	Estimate	Standard error	Wald value	Degree of freedom	P value	OR value
Privacy protection	0.779	0.248	9.643	1	0.03	2.187
Joint recommendation by well-known merchants	0.815	0.374	4.662	1	0	2.199
Internet celebrity recommendation & star endorsement	1.278	0.315	15.368	1	0	3.595
Recommend products based on personal preferences	1.017	0.396	20.077	1	0	2.742
Good price	1.126	0.312	15.328	1	0	3.439
Fashion and novelty of products	1.825	0.351	26.909	1	0	4.592
The convenience of purchasing goods	0.567	0.081	43.005	1	0.001	1.755
Constant	-1.402	0.404	12.046	1	0	0

Table 3

Hosmer and Lemeshow test

Step	Chi-square	Degree of freedom	P value
4	8.524	8	0.371

Here, the value $P = 0.371 > 0.05$ indicates that the model fits well, and the fitted model can be considered effective and significant. [3] After the indicators are set, we use SPSS to get the final model as shown in Table 3 through the forward LR method. Predictions were made in 264 cases of data. Among 84 users who had purchased goods on TikTok, 69 cases were correct, with a correct rate of 82.14%; among the 180 cases where no product was purchased on TikTok, 146 cases were correct, with a correct rate of 81.11%. From this point of view, we can further see the satisfaction of the model for TikTok users based on these 7 variables. At the same time, the model has a good predictive effect on whether to purchase goods on TikTok. In summary, the final regression model is as follows:

$$\text{Login}P = -1.402 + 0.779x_1 + 0.815x_6 + 1.278x_4 + 1.017x_9 + 1.126x_{11} + 1.825x_{12} + 0.567x_3$$

3.4. Model summary

After constructing the model, further explore the influence of the selected 7 independent variables on the dependent variable. According to Table 4, combined with the OR value output by each variable, the following conclusions can be drawn: the OR value of X_1 (Privacy protection), X_3 (The convenience of purchasing goods), X_4 (Internet celebrity recommendation & star endorsement), X_6 (Joint recommendation by well-known merchants), X_9 (Recommend products based on personal preferences), X_{11} (Good price) and X_{12} (Fashion and novelty of products) are greater than 1, indicating that these elements are all facilitating factors, so they have a positive correlation with the dependent variable. The order of the intensity of the factors that affect users' purchase behavior on TikTok is shown in Table 5. The higher the value of these factors, the more likely people will buy goods on TikTok.

Table 4

OR value		
Negative correlation	Positive correlation	Correlation intensity
0.9 ~ 1.0	1.0 ~ 1.1	Null
0.7 ~ 0.8	1.2 ~ 1.4	Weak
0.4 ~ 0.6	1.5 ~ 2.9	Medium
0.1 ~ 0.3	3.0 ~ 9.0	Strong
< 0.1	> 10.0	Very strong

Table 5

The order of the intensity of the factors	
Variable	OR value
Fashion and novelty of products	4.592
Internet celebrity recommendation & star endorsement	3.595
Good price	3.439
Recommend products based on personal preferences	2.742
Joint recommendation by well-known merchants	2.199
Privacy protection	2.187
The convenience of purchasing goods	1.755
Constant	0

4. Conclusion and suggestion

4.1. Conclusion

More than 80% of respondents have watched TikTok short videos, but only 34% of them know about TikTok's advertising marketing. The core users and potential core users who use TikTok are close to 67%, and most of them are 25 ~ 35 years old, and most of them have income. For this crowd, if they see something they are interested in on TikTok, they may have a buying behavior. "Product quality and after-sales service cannot be guaranteed" and "excessive advertising affects the experience" cause development risks, these issues should be taken seriously. 27.13% of respondents think that there are too many advertisements, which affect the experience. This shows that ad recommendation should be moderate. There are 7 key factors that are positively correlated with the dependent variable. The higher the value of these factors, the more likely people are buy products on TikTok.

4.2. Suggestion

(1) Develop potential users and maintain core users. We can increase the interest of short videos to attract people's attention. Through this method to increase their frequency of using TikTok, so as to achieve the purpose of developing potential users. For core users, we need to strengthen the fashion and novelty of products to attract their purchases.

(2) Raise the threshold for advertising, improve product quality, and do a good job in after-sales service. We can select high-quality advertisements to push; increase supervision and protect consumer rights; increase

the number of fans of merchants that distribute advertising links, and use the form of giving praise to improve the quality of the products sold by the merchants.

(3) Add sections, separate commercial area and entertainment area. Adding sections helps users watch short videos more purposefully. Pure advertisements can be placed in the commercial area, while "hidden" advertisements can be freely placed in the entertainment area or commercial area.

References

1. Chen Xiaoye. Research on the Niche of Mobile Short Video from the Perspective of Media Ecology – Taking "Tik Tok Short Video" as an example. M. : Southwest Jiaotong University, 2018. 16 c.
2. Wang Kexi. Analysis of influencing factors of willingness to buy green fresh agricultural products online based on Logit model // Journal of Hunan University of Science and Technology. 2017. № 4. C. 87–93.
3. He Xiaoqun. Multivariate statistical analysis. Renmin University of China Press, 2008. 24 c.

Human Resource Management of Small Enterprises – Taking Hankku Catering Management Co., Ltd. as an Example

Li Jiahui, master's student of International Management, Tomsk State University

Scientific supervisor: Associate Professor, Grand PhD O.P. Nedospasova
E-mail: ffaiuu@mail.ru

After small enterprises gradually enter a stable period after the completion of their entrepreneurship, a large number of enterprises have many problems in the company's human resources management. This article mainly discusses and solves the problems arising from Hancock Company during or after the start-up period.

Introduction

With the gradual attention paid to human resource management in recent years, many large enterprises have gradually made reasonable plans for human resource management. However, even though the CEO of small businesses ignores the importance of human resource management, small businesses also need human resource management.

This article first uses descriptive research methods and case analysis methods to describe the overall human resource management problems faced by Hancock. Secondly, this article uses the literature research method, exploratory research method, descriptive research method and experience summary method to discuss the human resource management methods of small enterprises.

Research methods

Hankoku Catering Management Co., Ltd. was established on January 5, 2018. It is a catering company in the growth stage. The company has two brands of stores, namely Mango Tree and Blue Point Ray. Mainly engaged in Southeast Asian improved cuisine and Tom Yum Goong hot pot. Its brand has been ranked first in the service list in Chongqing within two years after its establishment. The author has observed Hancock for half a year and summed up the following human resource management issues:

1. The internal staff of the company pay very little attention to human resource management. The company's senior management and employees lack a true understanding of human resource management. The concept of "human resource management is useless" generally exists in the company's internal staff.

2. The use of talents is no related to management. Most people in the company hold degrees in art and technology and do not have relevant knowledge of management. This is also a practical problem faced by most small businesses at present. Small businesses have very few personnel, so they lack professional management practitioners and advocate management uselessness.

From the above picture, it can be seen that the major profession of the most recruited employees are mechanics and engineering, followed by art. However, at that time, the author was the only one studying management.

3. Nepotism is serious. More than 40% of the people in the company are related to the boss, which is not conducive to management.

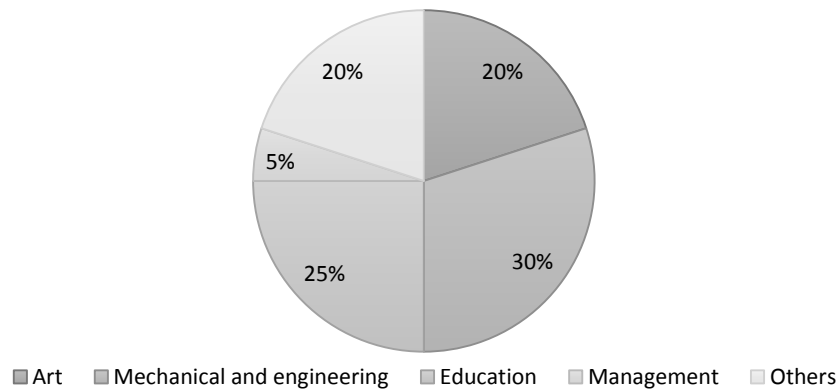


Fig. 1. Number of different professions. Source: from author's data collation

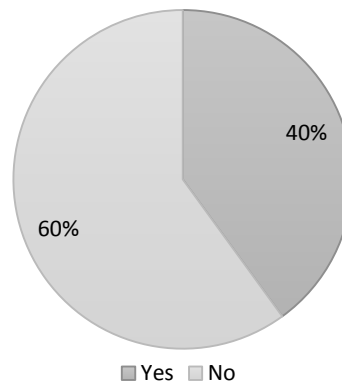


Fig. 2. Relationship with company holder. Source: from author's data collation

4. The incentive mechanism is not perfect, and the brain drain is very serious [1]. The company unilaterally improves the harmony of interpersonal relationships and verbal original shares to retain talents. However, the company lacks a reasonable compensation system.

5. The executives of the company place too much emphasis on service, and the restaurant is positioned as a "home-like dining environment and experience." The founder is a person who is particularly good at chatting and communicating with strangers. When the diners are waiting or boiling the food, they will chat with the guests. The founder brought this kind of service model into the business operation, and she requires employees to provide services in accordance with her service standards. Therefore, the pressure of new employees increases and the difficulty of work increases, which leads to an increase in overall employee fatigue. As a result, the mobility of employees has increased, and the company has been short of employees for a long time.

Results

1. Form a new human resource management model like "no leadership group". When time permits, the company should arrange reasonable time for all employees to learn management knowledge. The company should adopt a new management model, like a leaderless group, everyone can become a leader in the direction they are good at leading the development of the company, thereby contributing to the company.

2. People-oriented, create a new method of evaluating performance. Now, most companies rely solely on performance to pay salaries. The author believes that small businesses can add an evaluation standard-self-learning for company development. This standard is assessed every quarter and appropriate rewards are given. Secondly, according to the company's corporate environment, the company should use traditional quantitative or qualitative indicators for performance evaluation in a small amount. Instead, the company should adopt a new performance model, from guest satisfaction, personal responsibility, competence, employee mutual evaluation, store manager Process assessment in several aspects such as evaluation.

3. Build a complete salary system. The increase in the basic salary of employees should be increased according to the percentage of the country or city's GDP increase or the degree of price increase, which will increase the happiness of employees.

4. Appropriately simplify the service content and reduce the work pressure of employees, thereby reducing the turnover rate of employees.

Conclusion

This article focuses on the human resource management problems of Hankku, so it maps out the problems of human resource management in small enterprises. Secondly, this article proposes several innovative solutions. This article enriches the research on "how small businesses deal with human resource issues".

Due to time and funding constraints, this article does not use experimental methods to verify the effectiveness of the strategy. It is hoped that the successors can enrich the research results in the experimental direction.

References

1. Yuan Zhexi. Research on contemporary human resource management issues // China Business. 2011. P. 76–77. DOI: CNKI:SUN:ZGSM.0.2011-05-044 (in Chinese).
2. Ai Jing. Research on Enterprise Human Resource Management // Modern Rural Science and Technology. 2019. P. 109. DOI: CNKI:SUN:HBNK.0.2019-01-082 (in Chinese).
3. Ma Meina. Family business human resource management issues // Chinese and Foreign Entrepreneurs. 2015. P. 144. DOI: CNKI:SUN:ZWQY.0.2015-17-115 (in Chinese).
4. Han Yujie. A tentative study of human resource management in small and medium-sized enterprises // Journal of Xingtai Vocational and Technical College. 2015. P. 70–71. DOI: CNKI: SUN:XTJY.0.2015-02-022 (in Chinese).

The women entrepreneurs finance initiative in Zambia

P.C. Bwalya, 2nd year student, IEM TSU

Scientific supervisor: Prof., Dr. A.V. Lozhnikova
E-mail: preciouschewb@gmail.com

Did you know that women give birth to life, but are often deprived of what they need to support a better life? “The women entrepreneurs finance initiative addresses the systemic barriers to women entrepreneurs in developing countries by linking policy, legal, and regulatory reforms with public and private investments. We-Fi also takes a broad eco-systems approach, focuses on access to finance, markets, networks, technology and tackles laws and business practices that keep women from thriving in business” [1]. Women constitute the majority of Zambia’s self-employed population. This could be due to the radical reform path Zambia started in 1991 which transformed it from a centrally planned to a market economy [8]. Today, we see women who are tailors, hairdressers, restaurant owners. Some of them own either private schools or pre-schools for people with disabilities. In addition, others are agripreneurs, jewellery makers, chocolate makers, designers and yet others even go as far as owning companies. An example of a woman who owns a company is Rose Sibisi, a Zambian woman entrepreneur taking her lifestyle brand to her audience through her highly entertaining TV talk show [10]. Therefore, women play a key economic role with significant benefits for their families and communities.

Programs funded by We-Fi (World Bank Women Entrepreneurs Finance Initiative). Why the funding by We-Fi is very important for my country? Because women in Zambia face additional challenges to financing, owning and growing a business, including access to capital and technology, lack of networks and knowledge resources, limited market linkages, challenging social and cultural norms, as well as legal, regulatory and policy obstacles to business ownership and development.

“We-Fi is a collaborative partnership among 14 governments, eight multilateral development banks (MDBs), and other public and private sector stakeholders, hosted by the World Bank Group. The founding financial contributors are: Australia, Canada, China, Denmark, Germany, Japan, the Netherlands, Norway, the Russian Federation, Saudi Arabia, Republic of Korea, the United Arab Emirates, the United Kingdom and the United States. These governments have committed \$354 million to date” [1] in order to help countries like Zambia which is faced with the challenges of full economic participation.

The World Bank Zambia We-Fi Program was launched early 2019 and is being implemented by the Ministry of Commerce, Trade and Industry, Ministry of Finance and Bank of Zambia. We-Fi Program was established in 2017 at the G-20 Summit in Hamburg, Germany. The Zambian pilot, through World Bank

Women Entrepreneurs Finance Initiative (We-Fi), is aimed at supporting the growth of women-owned/led SMEs in the country. It does this by catalyzing access to finance and capacity building of women entrepreneurs. The objective of We-Fi is to address financial and non-financial constraints faced by women-owned/led small and medium enterprises in developing countries. It aims to achieve this by mobilizing more than US \$1 billion in commercial and IFC finance for entities that provide women entrepreneurs with access to debt, equity, networks and mentors, insurance products, venture capital, capacity building, and opportunities to link with domestic and global markets, and for governments to improve the business environment for women-owned/led SMEs.

It is very important to note that the Zambia We-Fi is strongly aligned with ongoing Government initiatives, Bank of Zambia commitments to AFI (the Denarau and Sochi Accords) and aims to build on analytical and technical assistance work by Government of Zambia, World Bank and other development partners on women access to finance and entrepreneurship [2].

The Zambia We-Fi project consists of three components: **Access to credit** – this component will support capacity building to financial institutions to design and pilot of movable asset-based lending (MABL) and FinTech based credit product for women-SMEs. **Access to Insurance Products** – the proposed activities will support the design, piloting and refinement of a digital insurance product for women SMEs. **Capacity building and access to networks** – under this component, financial management skills will be delivered to women entrepreneurs to leverage new financial products and services and plan for business growth. It will also facilitate access to dedicated peer networks, trade associations and business networking activities.

The main beneficiaries under the Zambia We-Fi project include the following:

- Women-led and women-owned SMEs (between 200 to 500 women);
- Participating financial institutions;
- Women business associations and local training institutions.

Let me not forget to mention how helpful the African Development Bank's Affirmative Finance Action for Women in Africa (AFAWA) has been since it signed a financial procedures agreement with We-Fi to help women entrepreneurs. "This agreement is an important milestone for the AFAWA program, and presents an opportunity to leverage substantial resources to unlock the transformational potential of women's entrepreneurship in Africa," said Vanessa Mounzar, Director of the Bank's Gender, Women and Civil Society Department. It was signed on 15th October 2018 in Abidjan, Cote d'Ivoire [4]. The Bank estimates the financing gap for African women's business at US\$42 billion. Its AFAWA initiative aims to provide financing and a holistic approach to women's entrepreneurship. The program recently agreed a partnership with the African Guarantee Fund (AGF) to unlock \$1.3 to 2 billion in loans to women-owned Small and Medium Sized Enterprises (SMEs) in Africa, by working with financial institutions to enhance their ability to lend to women.

Finally, I would like to say that we must rally to strongly support women entrepreneurship as societies where women thrive are more prosperous. The United States of America is a good example of such a society. Research shows that the first black woman millionaire was American who I believe contributed to its economic state. Sarah Breedlove was the founder of the Madam C.J Walker Manufacturing Company and had it not been for the investors, her vision and ambitions wouldn't have become reality. Today, she is remembered as a pioneering Black female entrepreneur who inspired many with her financial independence, business acumen and philanthropy [6]. We must expand economic opportunities for women. Margaret Thatcher puts it this way, "If you want something said, ask a man; if you want something done, ask a woman" [11].

References

1. Programs funded by We-Fi. URL: <https://we-fi.org/programs/>
2. ZamBanker. 2019. September. P. 17. URL: https://boz.zm/ZamBanker_September_2019.pdf
3. Collaboration of the African Development bank with Women Entrepreneurs Finance Initiative. URL: <https://www.afdb.org/en/news-and-events/african-development-bank-collaborates-with-women-entrepreneurs-finance-initiative-18635>
4. AFAWA (Affirmative Finance Action for Women in Africa). URL: <https://www.afdb.org/en/news-keywords/afawa-affirmative-finance-action-women-africa>
5. Message by Dr. Akinwumi A. Adesina, President of the African Development Bank, for the International Women's Day, March 8, 2021 // African Development Bank Group. URL: <https://www.afdb.org/en/news-and-events/message-dr-akinwumi-adesina-president-african-development-bank-international-womens-day-march-8-2021-42574>
6. Madam C.J. Walker // Manufacturing company. URL: <https://www.history.com/topics/black-history/madame-c-j-walker>
7. Women entrepreneurs conference paper. URL: <https://www.researchgate.net/publication/316430274>
8. Zambia's economy. URL: <https://www.oecd.org/countries/zambia/2497663>
9. Of women entrepreneurs in Zambia. URL: <https://www.ilo.org>public>
10. The pride of Africa's women entrepreneurs. URL: <https://www.lionessesofafrica.com>
11. Margaret Thatcher. URL: https://www.huffpost.com/entry/margaret-thatcher-women-quotes-iron-lady_n_3037917

Научное издание

ЭКОНОМИКА ГЛАЗАМИ МОЛОДЫХ

**Материалы Международной конференции
студентов, аспирантов и молодых ученых**

Томск, 29–30 апреля 2021 г.

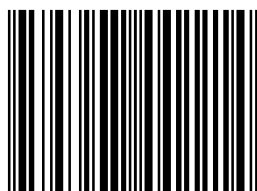
Издание подготовлено в авторской редакции

Оригинал-макет Е.Г. Шумской
Дизайн обложки Л.Д. Кривцовой

Подписано к печати 14.09.2021 г. Формат 60×84¹/₈.
Бумага для офисной техники. Гарнитура Times.
Печ. л. 17,3. Усл. печ. л. 16,0.
Тираж 500 экз. Заказ № 4725.

Отпечатано на оборудовании
Издательского Дома
Томского государственного университета
634050, г. Томск, пр. Ленина, 36
Тел. 8+(382-2)–52-98-49
Сайт: <http://publish.tsu.ru>
E-mail: rio.tsu@mail.ru

ISBN 978-5-907442-21-4



9 785907 442214 >