

ISSN 1561-6940

**ПРИДНЕПРОВСКИЙ НАУЧНЫЙ
ВЕСТНИК**

Volume 1

№ 4 , 2021

г.Днепр
Издательство «Наука и образование»
2021

Издательство «Наука и образование» 49087, Украина, г.Днепр, ул.
Софии Ковалевской, № 13

Выпускающий редактор: Захарченко И.В.

Редакционная коллегия: д.э.н. Ткаченко В.А., д.э.н. Диденко В.И.,
д.э.н. Лобанов К.Н., д.э.н. Причина О.С., д.э.н. Ягуткин С.М., д.э.н.
Елисеева О.К., д.гос.упр. Бакуменко В.Д., д.гос.упр. Иванова Т.В., д.гос.упр.
Приходько И.П., д.гос.упр. Шевченко Н.А., д.гос.упр. Бондарчук Н.В.,
д.п.н. Демьяненко Г.А., д.п.н. Лавров И.С., д.псих.н. Ульянова
Р.П., д.псих.н. Головачев О.Н., д.п.н. Захаров Ю.Ф., д.п.н. Луценко Р.В.,
д.п.н. Ковальчук А.П., д.псих.н. Моисеев К.К., д.п.н. Курбанов А.И.,
д.соц.н. Стадник Р.О., д.соц.н. Долгов Г.А., д.м.н. Мироненко Н.О., д.м.н.
Хвыля П.Ф., д.б.н. Тимофеева И.П., д.вет.н. Черный И.В., д.м.н. Болотова
И.П., д.б.н. Федоров В.И., д.вет.н. Стулова И.Д., д.вет.н. Шабанова,
д.б.н. Смирнов И.И.

Для студентов и практических работников.

For students, research workers.

Цена 50 гривен

ISSN 1561-6940

© Авторы, 2021

© Издательство «Наука и образование», 2021

EKONOMICKÉ VĚDY

Podniková ekonomika

К.э.н. Хусаинова Е.А., Сайранова А.Р., Ахметшина Р.Р.
Казанский государственный энергетический университет, Россия

МЕРОПРИЯТИЯ ПО ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОМУ ОЗДОРОВЛЕНИЮ ПРЕДПРИЯТИЯ

В условиях нестабильной российской экономики растет число неплатежеспособных предприятий, приближающихся к банкротству или уже являющихся банкротами. В этой связи особую актуальность приобретает анализ деятельности неплатежеспособных предприятий и разработка мероприятий по их оздоровлению.

Глобальные перемены, связанные с перемещением центров мирового производства из развитых европейских стран (и Соединенных Штатов, в частности), в государства Ближнего Востока и Юго-Восточной Азии, позволяют рассматривать сложившуюся ситуацию, как крупномасштабное преобразование мирового торгово-экономического пространства, или передел мирового рынка. Именно сейчас важно найти и начать использовать инструментарий, позволяющий оперативно ориентироваться в новых условиях, мгновенно реагировать на предложения перспективных технологий и освоение новых рынков сбыта.

Запрет на импорт и экспорт товаров и услуг, вызванный внешними штрафными санкциями, заставляет бизнесменов не только пересмотреть географию своих интересов. Но и предоставляет предприятиям крупного, среднего и малого бизнеса уникальную возможность выйти на новые рубежи внутренних и внешних экономических связей, грамотно использовать технологические, маркетинговые и организационные рычаги, изученные и проверенные профессиональными консалтинговыми компаниями. [2]

Наметившаяся тенденция экспансии столичного бизнеса в российские регионы предполагает вытеснение некоторых местных бизнес-структур с

последующим завоеванием рынка сбыта. Вынужденные мириться с ограничениями на импорте, крупные предприятия меняют ориентацию с внешнего рынка на внутренний, практически «перекрывая кислород» компаниям регионального значения.

Таким образом, на базе господствующего политического и экономического фундамента складывается едва ли не критическая ситуация. С одной стороны, для крупных компаний федерального значения вывоз капитала (товаров, услуг) за рубеж становится нецелесообразным, и они мобилизуют усилия на внутреннем рынке. С другой стороны, средние и малые предприятия в регионах вынуждены «сворачиваться», не имея возможности успешно конкурировать со столичными.

За период 2008 - 2015 гг. более 10 млн. предпринимателей прекратили деятельность, не имея возможности погасить финансовые обязательства перед банками.

Одним из самых эффективных решений, способствующих сохранению и развитию бизнеса, является консалтинг — управленческое консультирование по широкому кругу вопросов в сфере финансовой, юридической, технологической, технической, экспертной деятельности, оказываемое внешними консультантами для решения той или иной проблемы. [1]

Каждая консалтинговая компания отличается конкретной направленностью. В частности, стратегический консалтинг обеспечивает:

сбор, систематизацию и профессиональный анализ внешних и внутренних материалов;

подробный анализ существующей бизнес - модели на предмет эффективности и зависимости от внешних условий;

возможность преобразования компании с целью обеспечения единой целевой системы;

поиск и внедрение новых технологических решений;

диагностику маркетинговой и финансовой политики;

использование новых инструментов оценки и влияния на рынок сбыта.

В рамках инвестиционного консалтинга решаются задачи:

исключения потерь (Loss Prevention);

использование крупной базы данных (Big Data);

оценка инвестиционной привлекательности (Due Diligence);

эффективность инновационного реинжиниринга (Innovative reengineering).

Задачи управленческого консалтинга сводятся к следующему:

исследование и решение управленческих вопросов посредством привлечения профессиональных экспертов;

подбор управленческого и профессионального состава для работы в компании;

мотивация всех сотрудников на достижение высоких показателей работы;

разработка и внедрение системы рационального распределения должностных обязанностей, делегирование полномочий, внедрение схемы обмена деловой информацией в рамках подразделений компании;

подготовка программы корпоративной культуры, стимулирование интеллектуального и профессионального лидерства;

разработка бизнес - модели, позволяющей обеспечить максимальный эффект при оптимальных затратах.

Это - всего лишь часть широкомасштабных исследований, проводимых в рамках профессионального консалтинга с целью оздоровления финансово-экономической ситуации на предприятии и обеспечения его стабильной, безубыточной деятельности.

Литература:

1. Горемыкина Т. К., Осипенкова О. Ю. Международные стандарты аудита. — М: Издательство МГИУ, 2007. — С. 179. — 191 с.

2. Григорьева В.З. Управленческое консультирование: Учебно-методическое пособие / Т.В. Иваныкина. – Благовещенск: Изд-во АмГУ, 2011. – 76 с.

Рысина В.А.,

канд.экон.наук, доцент кафедры экономики

ФГБОУ ВО «Керченский государственный морской технологический университет»

НАЛОГОВАЯ НАГРУЗКА КАК ФАКТОР ВОЗДЕЙСТВИЯ НА ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ПОЛОЖЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЙ

Для оценки воздействия налогов на экономику государства в целом, на отдельные субъекты предпринимательской деятельности используется экономический показатель налоговой нагрузки.

На протяжении более двухсот лет в экономической науке достаточно серьезно исследовались вопросы о зависимости между уровнем налоговой нагрузки и поступлением средств в бюджет государства, о влиянии налогов на предпринимательскую активность и делались попытки определить обоснованный уровень налогообложения, установить количественную оценку показателя налоговой нагрузки.

В настоящее время доказано, что при увеличении налоговой нагрузки на налогоплательщика эффективность налоговой системы сначала повышается и достигает своего максимума, а затем начинает резко снижаться. Зависимость между усилением налогового бремени и суммой поступающих в государственную казну налогов вывел профессор А. Лаффер в начале второй половины XX века – кривая Лаффера (рис. 1).

По мере роста ставки налога (СН) от нуля до 100 % налоговые поступления растут от нуля до определенного максимального уровня (НП_{max}), а затем вновь снижаются до нуля. Налоговые поступления падают после некоторого значения налоговой ставки, потому что более высокие ставки налога сдерживают активность хозяйствующих субъектов и потому налоговая база сокращается. Налоговые поступления при ставке 100 % сокращаются до нуля, поскольку такая ставка налога фактически имеет конфискационный характер и останавливает всякую производственную деятельность плательщиков. В свою очередь, стопроцентный налог, приложенный к налоговой базе, равной нулю, приносит нулевой налоговый доход.

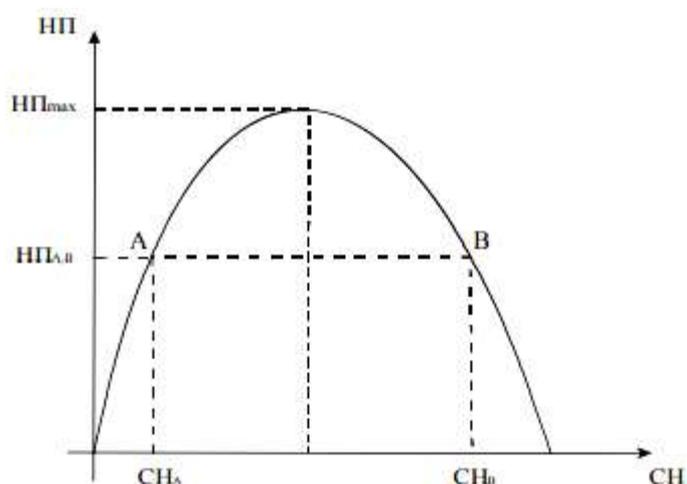


Рисунок 1 – Кривая Лаффера [1]

Если экономика находится в точке А, снижение ставок налога совместимо с сохранением устойчивых налоговых поступлений. При переходе от точки А к точке В, т.е. при снижении налоговой ставки, в бюджет государства будет поступать равный объем средств. Более низкие ставки налогов создают стимулы к сбережениям и инвестициям, инновациям, принятию деловых рисков. Поэтому создаются предпосылки расширенного воспроизводства национального продукта и национального дохода. Расширившаяся налоговая база сможет поддержать налоговые поступления на прежнем уровне даже при условии, что ставки налога снизятся. Снижение бюджетного дефицита при этом обеспечивается путем снижения случаев уклонения плательщиков от уплаты налогов, а также путем сокращения государственных субсидий на материальную помощь безработным и прочих социальных выплат.

Ставка налога в кривой Лаффера не может быть постоянной и достаточно точной, ее уровень зависит от финансового состояния налогоплательщиков в отдельно взятом государстве, от состояния экономики этого государства в целом.

Многовековая практика формирования налоговых систем в странах с развитой рыночной экономикой выработала определенные показатели, за пределами которых невозможна эффективная предпринимательская деятельность. Так, мировой опыт налогообложения показывает, что изъятие у налогоплательщика до 30 – 40 % от дохода – это та черта, за пределами которой начинается процесс сокращения сбережений, а, следовательно, и инвестиций в экономику. Если же ставка налогов и их число достигают такого уровня, что у

налогоплательщика изымается более 40 – 50 % его доходов, то это полностью ликвидирует стимулы к предпринимательской инициативе и расширению производства. Таким образом, эффективной можно считать налоговую систему, которая обеспечивает разумные потребности государства, изымая у налогоплательщика не более 1/3 его доходов.

Уровень налоговой нагрузки можно рассматривать как измеритель качества налоговой системы, обеспечивающий ее оптимальное построение, что, в свою очередь, означает обеспечение финансовыми ресурсами потребностей государства при сохранении стимула налогоплательщика к предпринимательской деятельности и постоянном повышении возможностей эффективности хозяйствования.

В связи с этим как на уровне государства, так и на уровне экономического субъекта существует заинтересованность в определении налоговой нагрузки. В настоящее время в теории имеется большое число измерителей, которые лишь в косвенной форме могут давать представление о совокупной налоговой нагрузке.

При определении налоговой нагрузки на макроуровне необходимо, чтобы данный показатель позволял сравнивать уровень налогообложения в разных отраслях хозяйства, а также оценить, как изменение числа налогов, налоговых ставок, льгот повлияет на деятельность хозяйствующего субъекта. Только в этом случае показатель налоговой нагрузки приобретает практическую ценность. В РФ на макроуровне применяется показатель налоговой нагрузки, определяемый как отношение суммы поступивших в бюджет налогов к валовому внутреннему продукту (ВВП). Экономический смысл показателя состоит в определении части ВВП, которая перераспределяется с помощью налогов. На практике можно выделить ряд направлений использования данного показателя (рис. 2).

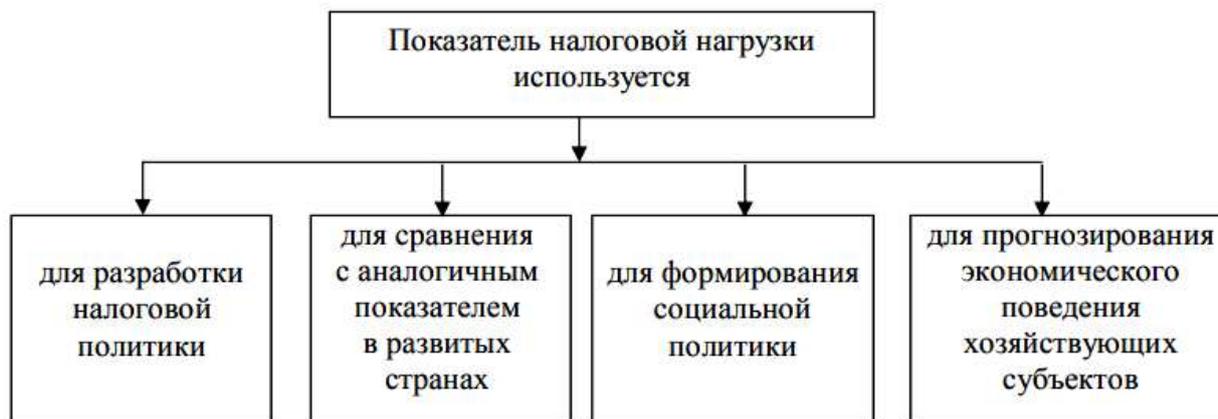


Рисунок 2 - Направления использования показателя налоговой нагрузки [1]

Показатель налоговой нагрузки на макроуровне также может использоваться для прогноза доходов бюджета, развития налоговой базы в целом по экономике государства и оценки эффективности влияния налоговой системы на социально-экономическое развитие государства.

На уровне экономического субъекта при расчете налоговой нагрузки следует учитывать факторы, оказывающие влияние на ее размер (рис. 3).

Планирование налоговой нагрузки является одним из этапов планирования будущего финансового состояния предприятия. Поэтому важно правильно оценить налоговое бремя, используя более эффективную методику его определения, для его дальнейшего прогнозирования.

При определении налоговой нагрузки экономические субъекты могут использовать разные методики, которые предлагаются в теории и на практике. Различие методик определения налогового бремени проявляется в основном в использовании того или иного количества налогов, включаемых в расчет налоговой нагрузки, а также в способе определения интегрального показателя, с которым сравнивается общая сумма налогов за расчетный период.

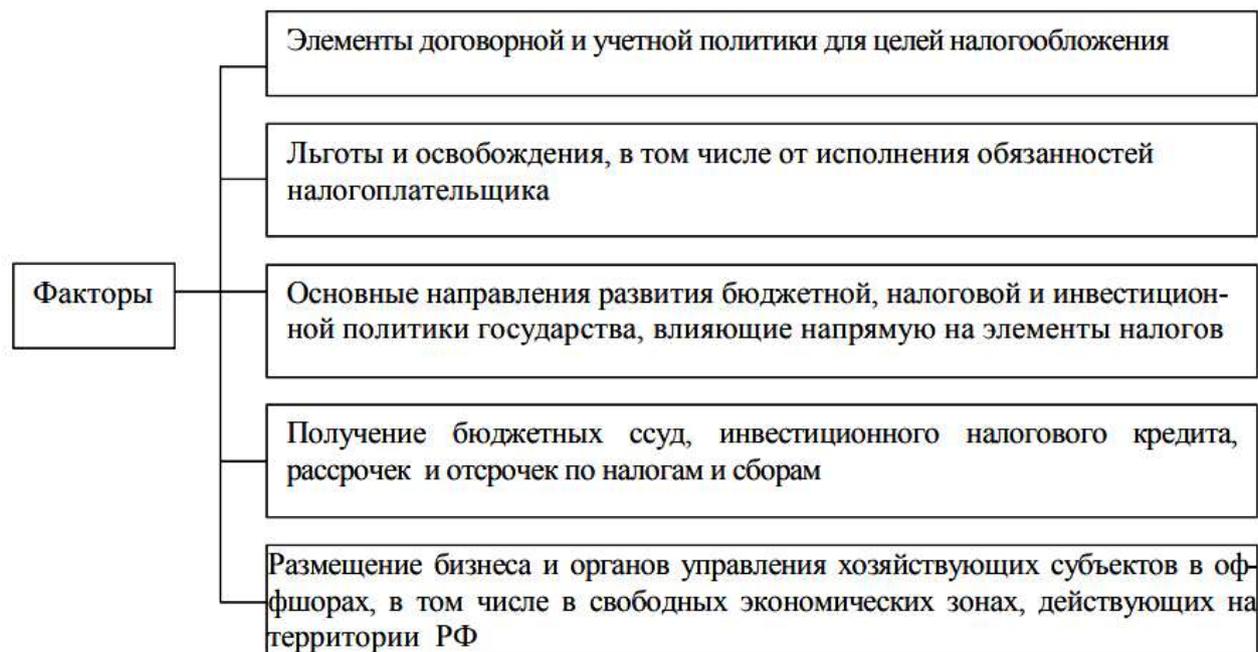


Рисунок 3 – Основные факторы, влияющие на размер налогового бремени предприятия [1]

Основная идея каждой методики заключается в том, чтобы сделать интегральный показатель налоговой нагрузки экономического субъекта универсальным, позволяющим сравнивать уровень налогообложения в различных отраслях народного хозяйства. Также любая из методик учитывает влияние изменений количества налогов, налоговых ставок и льгот на уровень налогообложения экономического субъекта. В этом и состоит практическая ценность каждой методики.

В настоящее время в научной литературе в отношении методик расчета налогового бремени ведутся дискуссии по следующим направлениям:

- включать ли в расчет налоговой нагрузки экономического субъекта налог на доходы физических лиц;
- принимать ли в расчет косвенные налоги, исходя из того, что их уплачивает конечный потребитель;

- использовать ли при учете в расчете налоговой нагрузки косвенных налогов налоговый вычет по налогу на добавленную стоимость;

- корректно ли сравнивать общую сумму налогов экономического субъекта с его прибылью, добавленной стоимостью, выручкой;

- какую выручку необходимо использовать для сравнения: только выручку от реализации или прибавить к ней и другие доходы экономического субъекта; выручку-брутто или выручку-нетто [2].

Для наибольшей точности расчетов при проведении мероприятий по оптимизации налогообложения на конкретном предприятии специалистам не стоит ограничиваться одной методикой. Целесообразно использовать две-три методики, чтобы полученные с их помощью результаты наиболее полно описывали текущую или ретроспективную налоговую ситуацию на предприятии.

Литература:

1. Налоговый анализ: учебное пособие для высшего профессионального образования / Л.В. Попова, Н.Г. Варакса, Е.Г. Дедкова. – Орел: ФГОУ ВПО «Госуниверситет – УНПК», 2011. – 165 с.

2. Вылкова, Е.С. Анализ налоговых поступлений: учебное пособие / Е.С. Вылкова, М.В. Романовский. – СПб.: Питер, 2007. – 633 с.

Мухаметзянова Д.С., Гарипова И.И., к.э.н. Хусаинова Е.А.
Казанский государственный энергетический университет, Россия

ПРИЧИНЫ И ПРОЦЕДУРЫ БАНКРОТСТВА ХОЗЯЙСТВУЮЩЕГО СУБЪЕКТА.

Аннотация. В статье представлены основные причины банкротства хозяйствующих субъектов. Условия и порядок объявления юридического лица банкротом основаны на законодательных процедурах. Рассмотрены основные процедуры банкротства, а именно: наблюдение, финансовое оздоровление, внешнее управление, конкурсное производство, мировое соглашение и порядок их проведения.

Ключевые слова: банкротство, процедуры, причины, бизнес, система, государство, финансовое состояние, неплатежеспособность, оздоровление, ликвидация.

Система банкротства - важная часть современной экономики. Его суть заключается в добровольной или принудительной ликвидации неплатежеспособных юридических лиц, когда реализация мер по предотвращению банкротства, реализация процедур финансового оздоровления не способствует восстановлению платежеспособности юридических лиц.

Законодательство о банкротстве включает в себя множество законов и подзаконных актов, основным из которых выступает Федеральный закон № 127-ФЗ «О несостоятельности (банкротстве)», принятый 26.10.2002 года, в актуальной редакции от 18.03.2020 [1].

Банкротство (несостоятельность) должника – признанная арбитражным судом неспособность должника в полном объеме удовлетворить требования кредиторов по денежным обязательствам или исполнить обязанность по уплате обязательных платежей в бюджет и внебюджетные фонды. [1].

В основе банкротства лежат по большей части финансовые причины. К данным причинам можно отнести: нарушение финансовой устойчивости предприятия, т.е. превышение заемного капитала над собственным; несбалансированность в течение продолжительного периода времени денежных потоков, т.е. превышением объема отрицательного денежного потока над

положительным и отсутствие перспектив изменения этой негативной тенденции; продолжительная неплатежеспособность предприятия, вызванная низкой ликвидностью его активов – характеризуется значительным превышением неотложных финансовых обязательств над суммой остатка денежных средств и активов в высоколиквидной форме [2].

Рассмотренные причины указывают на то, что финансовое банкротство предприятия во многом зависит от неэффективности его финансового управления. Арбитражный суд рассматривает дела о банкротстве юридических лиц. Закон предусматривает пять процедур банкротства, применимых к должникам: наблюдение, финансовое оздоровление, внешнее управление, конкурсное производство; мировое соглашение.

Каждая процедура имеет свои цели и задачи, а также способы их достижения. Наблюдение применяется с момента принятия арбитражным судом заявления о признании должника банкротом до момента вынесения судебного решения. Его целью является сохранение имущества должника в интересах кредиторов и проведение финансового анализа для определения платежеспособности должника. Наблюдение заканчивается рассмотрением дела о банкротстве на заседании арбитражного суда не позднее 7 месяцев с даты поступления заявления. С процессуальной стороны данная процедура выступает этапом подготовки дела о банкротстве к рассмотрению. Временный управляющий по окончании наблюдения обязан представить в арбитражный суд отчет о своей деятельности, сведения о финансовом состоянии должника и предложения о возможности или невозможности восстановления платежеспособности должника, протокол первого собрания кредиторов.

Применять процедуры финансового оздоровления следует для восстановления платежеспособности организации и погашения долгов в соответствии с установленным графиком. Чтобы арбитражный суд определил процедуру финансового оздоровления, компания должна сформулировать и представить антикризисную программу (план финансового оздоровления), в котором указаны сроки восстановления платежеспособности, меры по достижению ожидаемых результатов и источники финансирования реализации программы. Обязательным условием является оплата текущих платежей в полном объеме и в срок в соответствии с рекомендуемым графиком, а также

погашение кредиторской задолженности, которая уже существовала на момент начала судопроизводства.

В ходе финансового оздоровления руководство предприятия осуществляет свои полномочия с теми же ограничениями, что и при процедуре наблюдения. Осуществление операций, связанных с изменением стоимости имущества или кредиторской задолженности, производится лишь с согласия кредиторов. На основании этого данную процедуру можно отнести к группе реабилитационных процедур. Срок финансового оздоровления не должен превышать двух лет.

Еще одна процедура восстановления - внешнее управление, целью которого является восстановление платежеспособности должника. Если у компании нет невыполненных денежных обязательств, платежеспособность будет восстановлена. Если есть шанс восстановить платежеспособность должника, арбитражный суд вводит внешнее управление по результатам финансового оздоровления [3]. При этом осуществляется передача всех полномочий по управлению предприятием арбитражному (внешнему) управляющему, подотчетному собранию кредиторов и арбитражному суду. На время внешнего управления накладывается мораторий на удовлетворение требований кредиторов, т.е. приостанавливается исполнение должником долговых обязательств без начисления пени.

Срок длительности внешнего управления составляет 18 месяцев, но может быть продлен еще на 6 месяцев. Если до введения этой процедуры было произведено финансовое оздоровление, то в сумме эти процедуры не могут превышать 2 года. Решение арбитражного суда о применении процедур внешнего управления должно быть выполнено немедленно и может быть в последующем обжаловано в общем порядке. Восстановление платежеспособности предприятия в период внешнего управления является основанием для прекращения производства по делу о банкротстве. При не достижении же целей внешнего управления суд принимает решение о признании должника банкротом с применением процедур конкурсного производства.

Конкурсное производство является процедурой, которая применяется к должнику-банкроту, в целях удовлетворения требований кредиторов. Данная процедура является единственной, конечным результатом которой выступает ликвидация предприятия-должника. Основанием для выполнения данной

процедуры выступает решение арбитражного суда о признании должника банкротом. Для управления делами должника назначается конкурсный управляющий, а руководитель устраняется от выполнения своих обязанностей, учредители теряют свои полномочия. Осуществление процедур конкурсного производства возлагается на конкурсного управляющего, в обязанности которого входит: провести инвентаризацию имущества; привлечь независимого оценщика для оценки имущества; уведомить работников о предстоящем увольнении; предъявить к дебиторам должника требования о погашении их задолженности перед должником: вести реестр кредиторов.

С начала введения конкурсного производства по всем обязательствам признается наступившим срок исполнения. Для удовлетворения своих требований все кредиторы должны их заявить.

Мировое соглашение – это добровольное соглашение должника с конкурсными кредиторами о прекращении дела о банкротстве на основе взаимных уступок и может заключаться на любом этапе рассмотрения арбитражным судом дела о банкротстве предприятия. Обязательным условием введения этой процедуры является погашение задолженности первой и второй очереди. Решение о заключении мирового соглашения между должником и кредиторами принимается на собрании кредиторов большинством голосов.

С момента утверждения мирового соглашения в арбитражном суде должник приступает к погашению кредиторской задолженности, а арбитражный управляющий передает свои полномочия по управлению предприятием вновь назначенному (или избранному) руководителю предприятия. Если выявляются нарушение или неисполнение пунктов мирового соглашения, то должник, кредитор или прокурор вправе обратиться в арбитражный суд с заявлением о признании соглашения недействительным и возобновлении процедуры банкротства.

Таким образом, мы видим, что многие процедуры банкротства направлены на реабилитацию предприятия, т.е. большая часть процедур позволяет ему восстановиться, а не прибегнуть к ликвидации.

Литература

1. Федеральный закон «О несостоятельности (банкротстве)» от 26 октября 2002 г. №127-ФЗ. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.consultant.ru> (дата обращения: 10.11. 2020 г.)
2. Куракова С.В., Галицкая Ю.Н. Совершенствование методики финансового анализа в строительной отрасли // В сборнике: Сборник лучших научных работ молодых ученых Кубанского государственного технологического университета, отмеченных наградами на конкурсах в 3-х частях. - Краснодар, 2016. - С. 55-57.
3. Исик Л.В. Банкротство и финансовое оздоровление. - М.: Дело и сервис, 2019. -272 с.

Státní nařizení hospodářství

Павлова А.К., Хусаинова Е.А.

Казанский государственный энергетический университет, Россия

ПРОБЛЕМЫ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ В РОССИИ

Цифровизация – процесс перехода предприятия или целой экономической отрасли на новые модели бизнес-процессов, менеджмента и способов производства, основанных на информационных технологиях.

В рамках реализации Указов Президента Российской Федерации от 7 мая 2018 г. № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» и от 21.07.2020 г. № 474 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года», в том числе с целью решения задачи по обеспечению ускоренного внедрения цифровых технологий в экономике и социальной сфере, Правительством Российской Федерации на базе программы «Цифровая экономика Российской Федерации» сформирована национальная программа «Цифровая экономика Российской Федерации» утвержденная протоколом заседания президиума Совета при Президенте Российской Федерации по стратегическому развитию и национальным проектам от 4 июня 2019 г. № 7.

Цифровизация в отраслевом или производственном масштабе оценивается по следующим аспектам:

- сквозная межпроцессная интеграция данных и продуктов;
- непрерывное управление информацией, включая автоматизированный сбор, хранение, обработку и анализ разнотипных данных;
- управление жизненным циклом продукта;
- кибербезопасность;
- предиктивное управление производственными и бизнес-процессами;
- замена натурального моделирования производственных объектов и процессов их цифровыми двойниками;
- автоматизация ручного труда с помощью роботов и электронного документооборота;

- гибкая корпоративная культура, основанная на оперативном интернет-взаимодействии географически распределенных сотрудников и отделений [1, с. 280-285].

Программа «Цифровая экономика РФ» рассчитана до 2024 года включительно и состоит из следующих направлений: нормативное регулирование, информационная инфраструктура, кадры и образование, информационная безопасность, цифровое госуправление, а также создание и поддержка исследовательских научных компетенций в области цифровой экономики.

Среди проблем реализации данной программы можно выделить следующие:

1. проблема подготовки кадров. Планы программы: к 2024 году не менее 800 000 выпускников системы профессионального образования должны обладать компетенциями в области ИТ «на среднемировом уровне», не менее 120 000 выпускников системы высшего образования будут готовиться по ИТ-специальностям. Доля населения, обладающего цифровыми навыками к 2024 году, должна составить не менее 40%. На данный момент в работе 20 пилотных проектов — центров компетенций на базе вузов. Этого пока явно недостаточно, чтобы обеспечить запланированные показатели. Сейчас подготовкой кадров занимаются большие ИТ-компании, например, «Яндекс», которые занимались этим и до появления программы, и некоторые госкомпании, например «Росатом». Однако для развития цифровой экономики нужны не только программисты, но и чиновники, способные грамотно поставить техзадание и понимающие, как внедрять цифровые сервисы.

2. нормативно-правовое регулирование, задержки с финансированием: исполнители проектов в сфере «Информационная безопасность» не получили средства от Минкомсвязи и Минпромторга вовремя, а неготовность законодательства к появлению инновационных технологий, которые никак не отражены в текущем законодательстве, проявляется в проблемах развития блокчейна в России, в то время как в других странах она уже внедряется в государственные сервисы.

3. трудности малого бизнеса: за прошедшие полтора года государство так и не представило четких правил для участия в тендерах [2, с. 7-14].

Таким образом, развитие цифровой экономики является важнейшей составляющей будущего России. Для эффективной реализации перехода на цифровую экономику необходимо преодолевать барьеры, возникающие в процессе. На сегодняшний день минимизация рисков развития цифровой экономики в России является одним из приоритетных направлений в осуществлении экономического, политического, социального и культурного развития нашей страны.

Литература:

1. Сулейманов, М. Д. Цифровая экономика : учебник / М. Д. Сулейманов. — Сочи : РосНОУ, 2020. — 356 с. — ISBN 978-5-89789-149-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/162182> (дата обращения: 11.04.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

2. Эскиндаров, М.А. Риски и шансы цифровой экономики в России / М.А. Эскиндаров, В.В. Масленников, О.В. Масленников // Финансы: теория и практика. — 2019. — № 5. — С. 6-17. — ISSN 2587-5671. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/journal/issue/311583> (дата обращения: 11.04.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Макроекономіе

Асхадуллина Р.И., к.э.н. Хусаинова Е.А.

Казанский государственный энергетический университет, Россия

ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ В ЭНЕРГЕТИКЕ

Цифровизация современного общества привела к тому, что цифровые технологии достаточно глубоко проникли во все сферы жизни.

Энергетическая отрасль играет важную роль в жизни общества и экономике России, являясь основой развития базовых отраслей промышленности. Министерством энергетики разработаны национальные и ведомственные проекты, в которых одним из направлений является развитие цифровой экономики в энергетической отрасли. В соответствии с этими документами планируется осуществить ряд мероприятий, таких как: разработка системы управления, координации и мониторинга цифровой трансформации ТЭК; развитие цифровых сервисов и решений в единой информационной среде; цифровизация государственного управления и контроля деятельности предприятий комплекса; корректировка законодательства, нормативно-правовой базы; реализация пилотных проектов [2].

По заявлению Минэнерго, основная цель проекта «Цифровая трансформация электроэнергетики России» — повышение надежности и эффективности функционирования Единой энергосистемы России «путем внедрения риск-ориентированного управления на базе цифровых технологий, и в первую очередь технологий промышленного Интернета».

Ведомственный проект «Цифровая энергетика» ставит перед собой цель преобразование энергетической инфраструктуры РФ посредством внедрения цифровых технологий для повышения ее эффективности и безопасности.

Одним из направлений является цифровизация электроэнергетики. Среди задач можно выделить:

повышение уровня надежности энергоснабжения потребителей;

развитие новых моделей управления, в том числе внедрение риск-ориентированного управления.

Каждое действие в любой сфере содержит в себе риски и возможности. В данном случае, не смотря на новые значительные затраты у энергокомпаний на создание и поддержку новой инфраструктуры и высокие риски не достижения заявленных эффектов, имеются возможности экономии ресурсов и повышения производительности труда и качества обслуживания потребителей.

В настоящий момент предполагается осуществить следующие задачи развития в рамках цифровой трансформации электроэнергетики:

повысить эффективность затрат и текущих активов (вывод неэффективных мощностей, повышение производительности труда);

инвестировать в новые классы активов;

развивать новые направления услуг;

наращивать цифровой технологический потенциал.

В цифровой трансформации выделяют три основных уровня: изменение рамочных условий, изменение компаний и внедрение решений для текущей деятельности и новых бизнесов.

Реализация стратегии цифровой трансформации электроэнергетики России требует слаженных действий государства и бизнеса.

В задачи государства входят:

выявление факторов, тормозящих развитие цифровизации;

изменение и регулирование отрасли для облегчения цифровизации;

проработка мер господдержки, выделение финансирования для приоритетных проектов;

интеграция с другими программами цифровизации в РФ.

Поле действий компаний включает трансформацию организационной культуры с учетом появления новых технологий и механизмов взаимодействия. Помимо этого, на уровне цифровых решений к задачам компаний относят масштабирование лучших российских и международных практик, пилотирование собственных цифровых решений и обмен опытом с другими организациями.

Изучение международных практик и тщательный анализ российского опыта позволили выделить причины, не позволяющие достигнуть намеченных целей, на которые необходимо обратить внимание:

отсутствие фокуса на долгосрочных целях;

недостаточное внимание основному бизнесу в ходе трансформации;
недостаточно эффективное использование имеющихся ресурсов.

Проведение этих мероприятий позволит к 2030 году создать высоко конкурентный рынок сбыта с широким ассортиментом услуг и различных инновационных бизнес-моделей, постепенно снизить уровень тарифного регулирования, обратить внимание на развитие новых услуг в электроэнергетике.

Литература:

1. Сазгетдинов М.И., Сафаров И.М., Сазгетдинов И.Г, Цифровая энергетика и система автоматического управления цифровой энергией в Республике Татарстан // Наука и бизнес: пути развития. 2020. – № 11(101). – С. 83-85.

2.Ведомственный проект «Цифровая энергетика» // Официальный сайт Министерства энергетики. – URL: <https://minenergo.gov.ru/> (Дата обращения: 10.03.2021)

3. Паспорт национального проекта «Национальная программа «Цифровая экономика Российской Федерации» // СПС «КонсультантПлюс». (Дата обращения: 10.03.2021)

К.э.н. Лаврова А.П.

Санкт-Петербургский государственный аграрный университет, Россия

МЕСТО РОССИИ В МИРОВОМ РЕЙТИНГЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Ежегодный рейтинг стран по инновационной деятельности составляется с помощью Глобального инновационного индекса (*The Global Innovation Index*), который рассчитывается с 2007 г. Международной школой бизнеса INSEAD (Франция), позже к разработчикам присоединились ученые из Корнельского университета (Cornell University, США) и Всемирной организации по интеллектуальной собственности (WIPO - специализированное учреждение Организации Объединенных Наций).[1]

Основная цель разработки глобального инновационного индекса (*ГИИИ*) – поиск индикаторов и подходов для лучшего отражения всего многообразия инноваций в обществе, выходя при этом за традиционные рамки измерения инноваций.

Расчет *ГИИИ* стран осуществляется на основании статистических данных Всемирного банка, Всемирного экономического форума (ВЭФ), Международного союза электросвязи и др. Отбор стран тоже не носит случайный характер – индекс представляет собой совокупные данные о результативности инновационной деятельности стран и экономик мира.

Всемирная организация интеллектуальной собственности (ВОИС) ежегодно публикует Доклад «Глобальный инновационный индекс», который содержит обзор последних мировых тенденций в области инноваций и рейтинг инновационной деятельности стран. В 2020 году он выпущен в 13-й раз. За этот период доклад закрепил за собой репутацию ценного инструмента сравнительного анализа, стимулирующего диалог между государственным и частным секторами и позволяющего представителям директивных органов, руководителям делового сообщества и другим заинтересованным сторонам ежегодно оценивать прогресс в деле развития инноваций. [2]

ВОИС также оказывает помощь своим 193 государствам-членам в разработке сбалансированной международной правовой базы интеллектуальной собственности для удовлетворения меняющихся потребностей общества. Она предоставляет бизнес-услуги по получению прав интеллектуальной собственности в различных странах и разрешению споров. Также осуществляет программы по наращиванию потенциала, чтобы помочь развивающимся странам извлечь выгоду из использования интеллектуальной собственности, что обеспечивает свободный доступ к уникальным банкам знаний информации об интеллектуальной собственности. Организация также публикует статистические отчеты всемирной деятельности в области интеллектуальной собственности: по товарным знакам, по промышленным образцам, о сортах растений, по географическим указаниям, по данным креативной экономики (торговля и образовательный сектор издательской индустрии).

Глобальный инновационный индекс – это одна из главных публикаций, дающая оценку инновационной деятельности стран мира. ГИИ-2020 сформирован на основе 80 показателей, объединенных в семь направлений анализа, по 131 стране. Итоговый рейтинг рассчитывается как среднее значение двух субиндексов:

- субиндекс затрат (ресурсов) на инновации отражает условия и факторы, необходимые для создания инноваций, и сгруппирован по пяти основным направлениям: институты, человеческий капитал и наука, инфраструктура, уровень развития рынка и бизнеса;

- субиндекс результатов инноваций отражает фактические данные о результатах инновационной деятельности и включает два основных компонента: развитие технологий и экономики знаний, результаты креативной (творческой) деятельности.

Коэффициент эффективности инноваций определяется как отношение двух субиндексов, отражая агрегированную результативность инновационной деятельности при данном инновационном потенциале.

Таким образом, итоговый индекс представляет собой соотношение затрат и результата, что позволяет объективно оценить эффективность усилий по развитию инноваций в той или иной стране.

По данным *ГИИ* 2020 года, мировым лидером в области инноваций, как и в прошлом году, является Швейцария. Вторую позицию занимает Швеция, за ней идут Соединенные Штаты Америки, Великобритания и Нидерланды, Дания, Финляндия, Сингапур, Германия и Республика Корея (табл. 1).

Таблица 1 – Страны-лидеры по данным глобального инновационного индекса, 2020 г.

№	Страна	№	Страна
1	Швейцария (1)*	11	Гонконг (Китай) (13)
2	Швеция (2)	12	Франция (16)
3	США (3)	13	Израиль (10)
4	Соединенное Королевство (5)	14	Китай (14)
5	Нидерланды (4)	15	Ирландия (12)
6	Дания (7)	16	Япония (15)
7	Финляндия (6)	17	Канада (17)
8	Сингапур (8)	18	Люксембург (18)
9	Германия (9)	19	Австрия (21)
10	Республика Корея (11)	20	Норвегия (19)

*В скобках приведены позиция страны в *ГИИ* в 2019 году

Как видно, первые строки рейтинга *ГИИ* 2020 года в основном занимают развитые страны. Исключение составляет Китай, который второй год подряд удерживает 14-е место и остается единственной страной со средним уровнем дохода в первой тридцатке Индекса.

Также наблюдается устойчивое укрепление позиций в *ГИИ* отдельных стран Азии. В 2020 году в топ-10 впервые вошла Республика Корея, а Индия, Китай, Филиппины и Вьетнам показывали на протяжении последних лет быстрое продвижение в рейтинге. В *ГИИ-2020* все они вошли в группу 50-ти ведущих стран. [1]

В *ГИИ-2020* Россия заняла 47-е место, опустившись на один пункт по сравнению с прошлым годом (табл. 2).

Таблица 2- Динамика позиций России в ГИИ (Источник: НИУ «ВШЭ») [2]

	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.
Позиция России	48	43	45	46	46	47
Количество стран в ГИИ	141	128	127	126	129	131
Ресурсы инноваций	52	44	43	43	41	42
Результаты инноваций	49	47	51	56	59	58

Позиция России в 2020 году по субиндексу *ресурсы инноваций* оказалась существенно выше (начиная с 2016 г.), чем по субиндексу *результаты инноваций*: 42-е место против 58-го. С учетом роста количества стран в рейтинге можно заключить, что положение нашей страны фактически не изменилось.

Согласно *ГИИ-2020*, к сильным сторонам российской инновационной системы (табл. 3) отнесены следующие:

- Человеческий капитал и наука (30-е место в рейтинге): высшее образование (17), включая численность выпускников естественно-научных и инженерных специальностей (15), охват высшим образованием (17) и позиции университетов в рейтинге QS (21); а также соотношение численности учеников и учителей в среднем образовании (19).

- Уровень развития рынка (55): в целом блок торговля, конкуренция и масштабы рынка (18), но в первую очередь масштабы внутреннего рынка (6).

- Уровень развития бизнеса (42): численность занятых в наукоемких отраслях (18); численность занятых женщин с научными степенями (10); платежи, связанные с интеллектуальной собственностью (17).

- Развитие технологий и экономики знаний (50): число патентов на изобретение (17) и полезную модель (9).

Таблица 3 - Позиция России в ГТТ-2019 и ГИИ-2020 по элементам инновационного индекса

	Человеческий капитал и наука	Уровень развития бизнеса	Развитие технологий и экономики знаний	Уровень развития рынка	Результаты креативной деятельности	Инфраструктура	Институты
2019 г.	23	35	47	61	62	72	74
2020 г.	30	42	50	55	60	60	71

К слабым сторонам, оказывающим негативное влияние на эффективность инновационной деятельности в России, отнесены следующие:

- Институты (74): качество регулирования (законодательная база) (105); верховенство права (114).

- Инфраструктура (60): в целом блок экологическая устойчивость (101), в первую очередь, энергоэффективность (115) и сертификация ИСО 14001 (106).

- Уровень развития рынка (55): отставание по всему направлению инвестиции (106), в том числе по доступности микрофинансирования (77).

- Уровень развития бизнеса (42): число компаний, имеющих образовательные программы (91); развитие кластеров (95).

- Развитие технологий и экономики знаний (50): число полученных сертификатов качества ИСО 9001 (105).

- Результаты креативной деятельности (60): художественные фильмы (81), печатные и другие средства массовой информации (76).

В целом, позиция России находится ниже уровня ожиданий, не до конца раскрывает свой инновационный потенциал. В общем рейтинге Россия заняла **6-е место среди стран с уровнем дохода выше среднего и 32-е место среди европейских экономик. При этом, приоритетным направлением в области инновационного развития российской экономики является ускорение уровня технологического развития путем реализации активной научно-технической и инновационной политики [3, 4].**

На протяжении последних четырех лет в ГИИ публикуется и рейтинг первой сотни мировых научно-технических кластеров. В 2020 году самым продуктивным вновь стал кластер Токио–Йокогама; за ним следуют Шэньчжэнь–Гонконг–Гуанчжоу, Сеул, Пекин и Сан-Хосе–Сан-Франциско.

Наибольшее число кластеров (25) по-прежнему расположено на территории США; далее следуют Китай (17), Германия (10) и Япония (5). Первая сотня кластеров находится в 26 странах, 6 из которых (Бразилия, Китай, Индия, Иран, Турция и Российская Федерация) относятся к категории стран со средним уровнем дохода.

Литература

1. Публикация Глобального инновационного индекса 2020 года. [Электронный ресурс].- Режим доступа: https://www.wipo.int/global_innovation_index/ru/2020/
2. Глобальный инновационный индекс – 2020. [Электронный ресурс].- Режим доступа: <https://issek.hse.ru/news/396120793.html>
3. Лаврова А.П. Основные виды инноваций// Приднепровский научный вестник. - г.Днепр: Издательство «Наука и образование».-№ 2, 2021. – С.14.
4. Лаврова А.П. Инновационная деятельность в России (статистический обзор за 2019 год) //Уральский научный вестник.- РК, г. Уральск: ТОО «Уралнаучкнига».- №4, 2021, том 1.- С. 37.

Investiční aktivita a kapitálových trzích

ст. гр. БМ-41 Овчинникова А.Н.

к.э.н. Ткаченко А.О.

Сибирский государственный университет геосистем и технологий

ФОРМИРОВАНИЕ ПОРТФЕЛЯ ЦЕННЫХ БУМАГ

Невозможно найти ценную бумагу, которая была бы одновременно высокодоходной, высоконадежной и высоколиквидной. Каждая отдельная бумага может обладать максимум двумя из этих качеств [3]. Сущность портфельного инвестирования как раз и подразумевает распределение инвестиционного потенциала между различными группами активов.

Портфель ценных бумаг - это определенным образом подобранная совокупность отдельных видов ценных бумаг. В зависимости от того, какие цели и задачи изначально стоят при формировании того или иного портфеля, выбирается определенное процентное соотношение между различными типами активов, составляющими портфель инвестора [2].

Целями формирования портфелей ценных бумаг могут быть: получение дохода, сохранение капитала, обеспечение прироста капитала на основе повышения курса ценных бумаг [1, 2]. Грамотно учесть потребности инвестора и сформировать портфель активов, сочетающий в себе разумный риск и приемлемую доходность, - вот основная задача менеджера любого финансового учреждения.

При формировании инвестиционного портфеля следует руководствоваться следующими соображениями:

сохранность капитала- предполагает безопасность вложений, неустойчивость инвестиций от потрясений на рынке ценных бумаг;

необходимый уровень текущего дохода - это стабильность получения дохода;

прирост капитала.

На сегодняшний день самым известным и часто применяемым является модель Г. Марковица по которой осуществляют формирование инвестиционного портфеля и определяют его доходность [2].

Рассмотрим наглядный пример формирования инвестиционного портфеля по модели Г. Марковица. Наш портфель будет состоять из трех акций.

Для практического использования модели необходимо определить для каждой акции ожидаемую доходность, ее стандартное отклонение и ковариацию между акциями.

Инвестор желает сформировать инвестиционный портфель из двух акций. Имея капитал в размере 7000 долл., он ожидает эффект от покупки акции в размере 14,84 %, а также статистику изменения трех акций эмитента и дивидендов за 11 месяцев, можно вычислить приблизительное количество ценных бумаг, которое будет являться оптимальным для формирования портфеля.

Ожидаемая эффективность акции первого типа составила – 0,2218, второго – 0,1373.

Затем рассчитываем ковариацию между ценными бумагами, таблица 1. Она служит для измерения степени совместной изменчивости двух ценных бумаг.

Таблица 1

Вариация случайных величин

Вариация случайных величин	Между 1-ой и 1-ой акциями	Между 1-ой и 2-ой акциями	Между 2-ой и 2-ой акциями
Значения	0,1700	0,0959	0,1133

Расчет показателей позволил сформировать модель портфеля:

$$\begin{aligned}
 &0,2218X_1 + 0,1373X_2 \geq 0,1484 \\
 &X_1 + X_2 \leq 1 \\
 &X_1 \geq 0; \quad X_2 \geq 0 \\
 &V_p = 0,17X_1^2 + 0,0959X_1X_2 + 0,1133X_2^2 \rightarrow \min
 \end{aligned}$$

После расчета всех показателей был сформирован портфель.

Было определено количество ценных бумаг необходимых для того, чтобы получить доход от акций не меньше 14,84 %: акции 1-го типа – 646 шт., акции 2-го типа 70 шт., при этом риск портфеля составит 7,55 %.

Литература

1. Жаров А. В. Анализ отечественного и зарубежного опыта функционирования и развития эколого-экономических систем / А. В. Жаров // ГЕО-Сибирь-2009. Т. 3. Экономическое развитие Сибири и Дальнего Востока. Ч. 1 : сб. матер. V Междунар. научн. конгресса «ГЕО-Сибирь-2009», 20 – 24 апреля 2009 г., Новосибирск. – Новосибирск: СГГА, 2009. – 251 с.
2. Ивасенко А. Г. Иностранные инвестиции: учебное пособие / А. Г. Ивасенко, Я. И. Никонова. - 2-е изд., стер. – М.: КноРус, 2011. - 272 с.
3. Павленко В.А., Михалев В.Д., Ткачева А.Р. Оценка экологического риска для крупных инвестиционных проектов освоения нефтегазовых ресурсов / В. А. Павленко, В. Д. Михалев, А.Р. Ткачева // ГЕО-Сибирь-2010. Т. 3. Ч. 1 : сб. матер. VI Междунар. научн. конгресса «ГЕО-Сибирь-2010», 19 – 29 апреля 2010 г., Новосибирск. – Новосибирск: СГГА, 2010. – 277 с.

Řízení lidských zdrojů

Д.э.н. Артемьев А.А., Блинова А.И., Завьялова С.И., к.ю.н. Лепехин И.А.

Тверской государственный университет, Россия

Тверской государственный технический университет, Россия

*Тверской филиал Российской академии народного хозяйства и
государственной службы при Президенте РФ, Россия*

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ ОРГАНИЗАЦИИ

Актуальность исследования информационного и технологического обеспечения системы управления персоналом современной организации обусловлена необходимостью её приспособления к непрерывно меняющимся экономическим условиям, сопровождаемым активным внедрением информационных технологий, развитием цифровой социальной среды и цифровых инструментов, изменяющих базовые принципы всех сфер профессиональной деятельности.¹

Существенная развитость информационного обеспечения обусловлена во многом ключевыми функциями процесса управления персоналом, заключающимися в технологическом обеспечении получения, анализа, обработки, хранения, использования и наращивания информации при выработке различных управленческих решений.

Сегодня мы живем в эпоху последовательного внедрения новых технологий в сфере управления персоналом. При этом уровень информационного обеспечения определяет не только эффективность решения целей и задач в сфере управления персоналом, но и эффективность трудовой деятельности персонала посредством усиления профессионализма, расширения спектра знаний, выработки профессиональных навыков и умений, формирования системы ценностей и установок, поддерживающих стратегию развития современной организации.

¹ Селентьева Д.О., Зиганшина Д.Г. Совершенствование системы управления персоналом организации // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2018. С. 1-6.

Указанные аспекты актуализируют необходимость поиска направлений совершенствования информационно-технологического обеспечения системы управления персоналом, сформированного двумя самостоятельными и, в тоже время, взаимосвязанными компонентами – информационным и технологическим.

Информационный компонент следует рассматривать с позиции решения задач наиболее полного и адекватного предоставления необходимого объема информации в сфере управления персоналом организации. Поэтому информационное обеспечение системы управления персоналом следует считать совокупностью реализованных управленческих решений, которые касаются объемов и форм организации информации.

Структурными элементами информационного обеспечения выступает оперативная и нормативно-справочная информация, а также классификаторы технико-экономической информации и системы унифицированных и специальных видов документации. Информационное обеспечение системы управления персоналом может быть немашинным, воспринимаемым непосредственно человеком, позволяющим идентифицировать объект управления (посредством издания стандартов, положений, приказов), формализовать информацию через представление ее в виде документов установленной формы. Такое информационное обеспечение образовано: системой классификации и кодирования информации; системой управленческой документации; системой организации, хранения и внесения в неё изменений. Характеризуется движением документов от субъекта к объекту управления персоналом (приказы и распоряжения), от объекта к субъекту (справки по кадровым вопросам, служебные записки).

Технологический компонент использует потенциальные возможности инструментальных средств, позволяющих посредством различных информационных технологий осуществлять управление персоналом и гарантированно достигать целей. Поэтому технологическое обеспечение подразумевает описание организации сбора, передачи, обработки и предоставления информации, отражает последовательность операций в сфере управления персоналом, начиная со сбора первичной информации, и заканчивая формированием результатной информации с целью последующей передачи.

Обозначенные аспекты позволяют сделать вывод о том, что информационно-технологическое обеспечение является целостной системой, непрерывно развивающимся продуктом синтеза информационного и технологического обеспечения достаточно динамичной системы управления персоналом, требующей непрерывного совершенствования с целью обеспечения принятия эффективных управленческих решений.²

Ключевой тенденцией развития системы управления персоналом в современных организациях является расширение функциональных возможностей соответствующих информационных систем. Так, например, существенное значение отводится возможности автоматического сопоставления фактических результатов деятельности работника с заработной платой, способности давать более глубокую оценку кандидатов на этапе отбора посредством автоматизированных аналитических систем, предоставляющих подробную информацию о кандидате, принимать управленческое решение, связанное с наймом сотрудников и т.д.³

Важной тенденцией совершенствования информационно-технологического обеспечения системы управления персоналом остается автоматизация кадровой работы при снижении дублирования информации, её более качественной систематизации в информационных базах организации, создание условий, необходимых для контроля удаленной работы персонала, разработка современных инструментов социального взаимодействия, систем обратной связи. Всё больше организаций предпочитают ERP системы управления персоналом, объединяющие в себе функциональные модули бухгалтерского и налогового учёта, модули управления складской и транспортной системой, модули управления взаимоотношениями с клиентами (CRM – СИСТЕМУ), кадровый учёт (HRM – системы). Эти системы обеспечивают снижение производственных простоев, повышают качество материально-технического снабжения, повышают эффективность кадрового прогнозирования и планирования. В качестве примеров таких решений можно

² Назайкинский С.В., Седова О.Л. Совершенствование управления персоналом организации с использованием новых информационных технологий // Вестник РГГУ. Серия «Экономика. Управление. Право». 2016. С. 1-8.

³ Маматов А.В. Формирование информационно-технологической инфраструктуры управления кадровым потенциалом региона. Белгород: ИД «БелГУ» НИУ «БелГУ», 2020. 114 с.

назвать «облачные» технологии Saas HRM. Лидерами в этой сфере являются компании SAP, Oracle и ADP. Однако отраслевая специфика стала причиной создания многими современными организациями собственных серверов и собственного штата сотрудников, способных разрабатывать и внедрять информационные технологии. Нельзя не отметить тенденцию переноса информационных систем в специальные дата-центры, которые позволяют организациям экономить на вычислительной гибкости технологического решения, снижать затраты на содержание нематериальных активов.

Всё более значимыми и перспективными становятся возможности дальнейшего развития «облачных» технологий, разработка мобильных приложений для систем управления персоналом. Значимыми становятся технологии, связанные с рекрутментом, использованием корпоративных порталов. Стремление к территориальному рассредоточению организаций, успешность которых заключается в эффективном управлении персоналом, привело к созданию нового направления развития HR-технологий, синтезу HRMS и BI технологий (приложений, обеспечивающих хранение и переработку информации, необходимой для оперативной аналитической обработки).⁴

Среди информационно-технологического обеспечения, способствующего росту эффективности персонала, следует отметить модульные платформы управления эффективностью работников в рамках проектной деятельности и повседневной работы. Они способны адаптироваться за счёт обратной связи между клиентом и разработчиком под условия заказчиков, способны генерировать отчёты для руководства в части развития персонала, обеспечивают эффективное управление производительностью работников. Оценка производительности в таких программах является прозрачной для всех пользователей, что крайне удобно для удаленных друг от друга составляющих любой организации.

Стремительными темпами расширяется линейка программных продуктов, предназначенных для корпоративного обучения. Они являются частью комплексного решения систем управления персоналом, могут быть приложениями для мобильных устройств, позволяющими делиться опытом с

⁴ Пономарев С.В., Гавриленко Н.И. Совершенствование системы управления персоналом организации // Успехи в химии и химической технологии. 2017. № 14. С. 1-3

коллегами в режиме реального времени, оказывать содействие иным пользователям посредством предоставления ответов на интересующие вопросы, вынесенные на обсуждение. Такого рода системы позволяют справляться с насущными проблемами, создавать атмосферу доверия.

Широкое распространение получили информационно-правовые системы, представляющие собой особый класс компьютерных баз данных, которые кроме нормативно-правовых актов могут содержать консультации специалистов в области права, бухгалтерского и налогового учета и др. Такого рода системы нельзя назвать специализированными системами управления персоналом, но они активно используются в кадровой работе. Важная роль в информационно-технологическом обеспечении отводится экспертным системам, аккумулирующим знания специалистов в определённых областях. Они обеспечивают логическую переработку информации с целью получения новой. Важная роль отводится программам авторизации (в сфере кадрового учета, расчета заработной платы, найма, аттестации, тестирования персонала и др.).

Таким образом, потребности современного бизнеса стали основной причиной формирования новых требований к информационно-технологическому обеспечению систем управления персоналом и, в свою очередь, создали дополнительный запрос на квалифицированных сотрудников, способных работать с информационными технологиями, позволяющими оптимизировать и ускорять процесс трудовой деятельности в сфере управления персоналом.

Marketing a management

Д.э.н. И.И. Голубов –

председатель совета директоров АО «Угличская птицефабрика» Ярославской области, г. Углич, Россия.

К ВОПРОСУ УГЛУБЛЕНИЯ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПТИЦЕФАБРИКЕ ПЕРЕПЕЛОВОДЧЕСКОГО НАПРАВЛЕНИЯ

АННОТАЦИЯ.

Предмет исследования. Решение вопроса: «Достаточно ли совершенен сложившийся механизм рекламной деятельности птицефабрики по эффективному сбыту перепелиных яиц и мяса через систему торговой сети? Имеются ли резервы по дальнейшему совершенствованию ее деятельности в процессе реализации перепеловодческой продукции?»

Цель. Совершенствование и углубление организационно–экономического и социального механизмов управления рекламной деятельностью при сбыте перепелиных яиц и мяса на птицефабрике.

Задача. Убеждение покупателей в преимуществах перепелиных яиц и мяса по сравнению с другими видами продукции прочей сельскохозяйственной птицы, активизация стимулирования продаж.

Объект рекламы. Потенциальные потребители перепелиной продукции, общественное мнение, экономико–психологический аспект мышления покупателя.

Субъект рекламы. Рекламодатель: АО «Угличская птицефабрика»

Методология. Исследование построено на изучении фундаментальных и прикладных работ зарубежных и отечественных авторов в области рациональной организации рекламной деятельности в сельскохозяйственных предприятиях. Рассматривается алгоритм результативности рекламы на примере крупной птицефабрики перепеловодческого направления, ведущей производство продукции на промышленной основе. В развитие системы маркетинга использованы абстрактно–логический, экономико–математический, сравнительный, экспертный, системный, социологический и монографический методы экономического исследования, прием мозгового штурма. По результатам

собственных исследований проведена оценка социальной и экономической эффективности внедренных мероприятий по улучшению рекламной и сбытовой деятельности продукции птицефабрики. Обеспечена достоверность полученных результатов на основе расширения покупательских предпочтений к перепеловодческой продукции.

Результаты. Социально–экономические и психологические методы воздействия рекламы обеспечили активизацию спроса и дальнейшее улучшение сбытовой деятельности перепеловодческой продукции птицефабрики. Сформированы рациональные направления рекламной деятельности птицефабрики, способствующие ускорению сбыта продукции. Эффективность рекламной деятельности птицефабрики повысилась на 14%.

Область применения. Предложения автора могут быть использованы для дальнейшего повышения результатов рекламной деятельности птицефабрики как части мониторинга маркетинговых исследований.

Выводы. Рекомендованы и обоснованы преимущества внедрения предложенных мероприятий по улучшению рекламной и сбытовой деятельности на птицефабрике.

Ключевые слова. Птицефабрика, яйцо, мясо и продукты перепеловодства, питательная и оздоровительная ценность, маркетинг, реклама, сертификация, торговая сеть, результат, эффективность.

I. Введение. В системе птицеводства России перепеловодческая отрасль стала занимать все более возрастающее значение. В соответствии с концепцией «Развития птицеводства в Российской Федерации до 2020 года» обеспечено увеличение производства перепелов более чем в 1,8 раз [16]. Только производственная программа самой крупной в стране (Европе) АО «Угличская птицефабрика» рассчитана на 230–240 млн. яиц и 1,5 тыс. т мяса в год, что усложняет проблемы со сбытом продукции на продовольственном рынке. В настоящее время насыщение рынка перепеловодческой продукции в стране составляет около 30%. В этой связи проводится большая работа с населением по повышению эффективности рекламной и инновационной деятельности.

Перепел – один из самых мелких представителей семейства фазановых. Особенностью перепелов является их скороспелость и высокая яйценоскость. При живой массе 125 г, яйценоскости 260 яиц и средней массе

яйца 10 г в течение года самка производит 2,5 кг яичной массы, что в 20 раз больше самой птицы и значительно превосходит остальные виды сельскохозяйственной птицы. Высокая температура тела перепелов (на 2°С больше, чем у других видов птицы) связана с интенсивным обменом веществ и делает их практически невосприимчивыми ко многим болезням, опасным для человека [2]. Перепелиное яйцо является природной «ампулой здоровья», содержащей в концентрированном виде все необходимые для жизни человека витамины, аминокислоты и микроэлементы. Это сильнейший лечебный, антибактериальный, иммуномоделирующий и противоопухолевый продукт жизнедеятельности. Мясо перепелов также относится к диетическим продуктам, отличается высокими вкусовыми качествами и содержанием питательных веществ. Его тонкий аромат, нежная консистенция, сочность и пикантный вкус характеризуют его как «царскую еду» [3]. Биоэкологическая чистота яиц и мяса благотворно отражается на здоровье и жизнеспособности людей. Комплекс полезных сведений о качестве перепеловодческой продукции также получил свое распространение в информационном канале Subscribe.ru Перепелка.org.ua – новости перепеловодства [20].

Уровень продаж в процессе маркетинговой стратегии растет по мере усиления социального аспекта (увеличение численности населения, рост доходов, активизация спроса–потребления перепеловодческой продукции, усиление внутреннего и внешнего продовольственных рынков перепеловодческой продукции). Он проявляется в раскрытии питательных и оздоровительных ценностей перепеловодческого продукта. Рекламная стратегия увязывает перепелиный продукт со здоровым образом жизни, правильным питанием, увеличением долголетия населения. Резкое повышение внимания к своему здоровью выступает драйвером медицины, демографического фактора в жизни населения. Как правомерно пишет А.А. Исаев [6, с. 4] в своей предпринимательской деятельности важно убеждение покупателей в оздоровительных преимуществах и особенностях данного продукта по сравнению с другими видами продовольствия. Удачное увязывание бренда (PR маркетинга) с перепеловодческой продукцией птицефабрик, постепенное и целенаправленное влияние на все группы людей позволяет сформировать у них предпочтительное отношение к яйцу и мясу перепелов. Позиционирование перепеловодческой продукции в этих условиях увязывается с престижем и

исключительностью, новыми благоприятными ощущениями [17]. Определяющая роль в системе рекламной деятельности отводится здоровому питанию как фактору сохранения здоровья нации [4]. Современные организационно–экономические и социальные преобразования побуждают птицеводческие предприятия по перепеловодству к активизации деловой предприимчивости в области рекламно–сбытовой деятельности.

II. Постановка задачи. В экономической литературе сложилось множество определений понятия «реклама». Отметим, что в основном они сходятся на том, что это форма неличных и опосредованных отношений с потребителем продукции. Так, экономические словари определяют термин «реклама» как открытое оповещение о товаре и услугах, их популяризация, которое проводится с использованием различных средств информации: отдельных изданий (проспекты, каталоги, плакаты, листовки), периодической печати (статьи, объявления, вкладки), кино, телевидения, радио, наружной, прямой почтовой рекламы и т.д. [9, с. 745; 10, с. 284]. «Отец рекламы» Дэвид Огилви пишет, что основной целью рекламы выступает не развлекать зрителя, а обеспечение продажи конкретного товара [11; 18]. Согласно ст. 3 Федерального Закона от 13.03.2006. № 38-ФЗ «О рекламе» реклама – это информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке [1]. Такое определение цели по своей сути представляет собой традиционную потребительскую рекламу, направленную на конечного пользователя пищевой продукции. В его развитие наиболее предпочтительна формулировка Р.В. Патюковой и И.О. Никулина: «Реклама – это процесс информирования населения о товаре, ознакомления с ним, убеждения в необходимости совершения его покупки» [12, с. 21]. В то же время мы отмечаем, что в современных условиях задача рекламы значительно расширилась и углубилась в связи с насыщением рынка птицепродуктов, повышением требований к качеству и безопасности пищевого продукта.

Проведение необходимого комплекса маркетинговых исследований позволяет определить масштаб проведения рекламной деятельности и точнее конкретизировать постановку и механизм достижения целей птицефабрики. В

ходе проведения научных исследований на АО «Угличская птицефабрика» использованы такие средства коммуникации, как связь с общественностью, стимулирование сбыта продукции, участие в различных формах продаж и т.д. Постановку задач настоящих рекламных кампаний являются: усовершенствование перепеловодческого продукта (будет ли он пользоваться спросом?); структурирование и активизация спроса (надо увеличение или уменьшение производства тех или иных видов перепеловодческого продукта?); создание положительного имиджа продукта и птицефабрики; стимулирование продаж. Используемые методы и приемы реализации перепеловодческой продукции в системе торговой сети призваны ускорить процессы продвижения яиц и мяса перепелов до потребителя.

При разработке модели эффективного функционирования рекламы использована совокупность конкретных действий, направленных на достижение поставленной цели птицефабрики: эвристического мышления, технологии синектики (стимулирование дискуссии по данной проблеме) и т.д. Значительная роль отводится методу сравнения – реклама птицефабрики использует сторонников рекламируемого продукта [14]. Использование творческого подхода предусматривает формирование потребителей о продукте с целью их убеждения (внушения) в целесообразности его потребления.

В процессе продвижения продуктов перепеловодства отметим (в качестве недостатка в системе торговли) проблему мерчандайзинга как искусства продажи. Выявлено, что в результате непродуманной раскладки пищевых продуктов на полках (стеллажах) магазинов на долю перепеловодческой продукции выделяется очень мало места. В частности, в продовольственных магазинах «Пятерочка» и «Дикси» г. Сергиев Посад Московской области для перепелиных яиц выделено на прилавках лишь минимальная площадь (шириной в 8 и 16 см в зависимости от упаковки) и в неприметном для покупателя месте. Часто коробки находятся не только в тесноте, но и беспорядке, что уже само по себе характеризует халатное отношение к данному пищевому продукту со стороны продавца. В результате перепеловодческий продукт практически незаметен и покупатель проходит мимо, не замечая его. Это отрицательно сказывается на качестве удовлетворения покупательского спроса на перепеловодческую продукцию. Получается парадоксальная ситуация: с одной стороны – торговая сеть строго следит за количеством и качеством поставляемой

продукции, с другой – она допускает их потери на подступах к покупателям. В этой связи в договорах–контрактах с торговыми точками следует более четко очертить мерчандайзинговый аспект. Значительно лучшее положение сложилось в крупных торговых сетях здорового питания («Перекресток», «Вкус вилл», «Азбука вкуса» и другие).

У нас имеются серьезные нарекания к торговой сети и в отношении информационной доступности товара. Покупатель остается все еще мало или совершенно неосведомленным в отношении совокупности высоких качественных характеристик перепеловодческой продукции, что также сдерживает оперативность и масштабы ее целевой реализации. В частности, только около 18% покупателей имеют определенное представление о положительных качествах яиц и мяса перепелов, что явно недостаточно. К тому же шрифт на упаковке яиц часто чрезвычайно мелкий (слепой текст) и невозможно прочесть, что на ней написано. В итоге необходимая и полезная информация о качестве, достоинствах и преимуществах перепеловодческой продукции опять–таки не доходит до конкретного потребителя. На упаковочной таре также отсутствуют сведения о том, что данный товар прошел сертификацию по международным стандартам качества и безопасности – в то же время это ведущее преимущество, превосходство птицефабрики перед другими перепеловодческими предприятиями различных организационно–правовых форм собственности! Отсюда складывается такое покупательское мнение на местном продовольственном рынке, что только продукция Солигорской птицефабрики Республики Беларусь сертифицирована, а значит наиболее качественна, и это характеризует превосходство импортной продукции над отечественной. Из отечественных птицефабрик перепеловодческая продукция сертифицирована на АО «Угличская птицефабрика» Ярославской области. Однако этот факт остается незамеченным, так как это не отражено на упаковке яиц. При этом на упаковке нет изображения всевозможных наград (а их более 40), полученных на многочисленных отечественных и международных выставках, что во многом характеризует высокий уровень работы птицефабрики, адекватность лицензирования бренда. В результате высококачественный продукт не достаточно котируется на продовольственном рынке, а цены уступают конкурентам (фермерским хозяйствам, всевозможным ООО и т.д.). Такое пренебрежительное отношение к достоинствам перепеловодческого

продукта безусловно во многом сдерживает возможности оперативного его сбыта. В этой связи именно актуальной проблеме лицензирования бренда посвящена уникальная закрытая международная конференция «Лицензионные бренды для продуктов питания» (Москва, «Продэкспо-2021»), посвященная только категории продуктов питания и эффективности лицензионной модели бизнеса. На конференции были организованы образовательные сессии общения со специалистами и практиками рынка, дегустации выпущенных лицензионных продуктов, оценка качества и дизайна упаковки. Это говорит о том, что сегодня производители пищевой продукции четко понимают, что упаковка давно перестала быть просто тарой (оболочкой) для продукта, а является полноценным каналом маркетинговой коммуникации с покупателями. В ряде случаев это уникальная возможность для птицефабрики донести нужное сообщение до потенциального покупателя, когда он находится в точке продаж и принимает решение о покупке.

Немаловажное значение приобретает и эстетическая сторона рекламируемого товара [15]. Общеизвестно, что яйцо и мясо перепелов, в связи с высокими питательными качествами, относятся к категории «царской еды». В данном случае хотелось бы отметить, что и отношение к этому продукту должно быть соответствующим. Так, мы считаем, что внешний вид и оформление упаковки должны соответствовать особенностям продукции, а красочное оформление упаковки подчеркивать ее достоинство, высокий уровень качества, вызывать доверие к качественным ее параметрам. В этих целях упаковочная тара может иметь, например, золотистый оттенок. Как отмечает А.А. Исаев, «влияние цвета на потребителя часто недооценивается, несмотря на то, что цвет является одним из основных элементов конкретно-образного мышления, которым он руководствуется при выборе товара» [6, с. 27]. При этом социальная психология подчеркивает – все потребности покупателя в той или иной степени социально ориентированы. Потребитель больше отдает предпочтение продукции в престижной упаковке нежели той, которая не имеет «товарного вида», несмотря на то, что собственно качество в них совершенно одинаковое. Таким образом, престижный товар должен находиться в престижной упаковке [8, с. 31], так как между качеством продукции и упаковкой существует тесная связь.

Современные маркетологи отмечают, что количество требований, предъявляемых к упаковке, резко возросло. Теперь она должна быть не только

эргономичной, соответствовать установленным требованиям и стандартам, но и привлекать внимание и выделяться среди упаковок конкурентов своим внешним видом. В ближайшей перспективе в тренде будут монохром, ретростиль и необычные дизайнерские приемы использования шрифтов [5, с. 71]. При этом подмечено, что чем больше времени и внимания покупатель уделяет рекламному сообщению в упаковочном формате, тем лучше он его запоминает. Это относится и к полкам магазинов – такая упаковка провоцирует покупателей взять их в руки и внимательно изучать в ней информацию.

На наш взгляд, было бы целесообразно над перепеловодческим товаром в торговой точке вывесить небольшой плакат, в котором кратко раскрывается характеристика продукта: где и как она производится, отражены полезные, питательные и оздоровительные характеристики качества яиц и мяса перепелов. В крупных торговых сетях могут быть использованы такие аудиовизуальные материалы, как видеоролики, телелекции, слайды и т.д.). Мы уже не говорим о значимости брошюр, кулинарных буклетов, лифлетов и тому подобных рекламных средств, которые запоминаются благодаря непроизвольной памяти. В качестве современных трендов в области медиакоммуникаций, как важного средства информационной обеспеченности, следует выделить сращивание продовольственного рынка с рекламой, рост взаимосвязи исследователя и потребителя; максимальное упрощение доступности к специализированной информации по их качеству и наполнению [15; с. 70]. На основе этого фиксируются оптимальные характеристики оценки традиционных и инновационных продуктов, определяются алгоритмы восприятия и привычек по тем или иным характеристикам воздействия продукта на покупателя. Сервисы Hubstock представляют собой действенные инструменты по успешной продаже перепеловодческой продукции для удовлетворения массового пищевого производства.

В этой связи формирование лидирующего положения птицефабрики на рынке продукции перепеловодства предполагает изготовление и реализацию высококачественной продукции, соответствующей требованиям международных и национальных законов, а также совместно согласованным требованиям с потребителями яиц и мяса перепелов по качеству и пищевой безопасности. В этой связи потребитель должен воспринимать птицефабрику как надежного предприятия – поставщика гарантированной качественной и

экологически безопасной продукции. При этом он использует белый PR – комплекс законных мер по сотрудничеству, достижению компромисса между обществом и предприятием [7; 13].

Методология оценки взаимоотношений «товаропроизводитель – покупатель» предусматривает повышение конкурентоспособности выпускаемой продукции на птицефабрике: регулярно проводится системный анализ рынка продаж, разрабатываются маркетинговые мероприятия, акции по продвижению продукции на рынок, выставки–дегустации, организация фирменной торговли. В результате совершенствования рекламной деятельности происходит формирование у покупателя неосознанных потребительских предпочтений к перепелиным яйцам и мясу.

Важнейшей задачей маркетологов птицефабрики является выявление и удовлетворение мнений покупателей о перепеловодческой продукции как представителей целевой аудитории. Исходя из этого, коммуникативная социально–экономическая эффективность рекламы представляет собой оценку рекламной деятельности птицефабрики в ее взаимоотношениях с потребителями. Для этого необходимо, чтобы она удовлетворяла следующим требованиям: четко и понятно представляла перепеловодческий продукт; обещала и гарантировала покупателю конкретные и существенные выгоды и преимущества от приобретения предлагаемого продукта; преподносила точную, оригинальную и удачную рекламную идею, рассчитанную на конкретную целевую аудиторию; убедительно подчеркивала высокое качество, питательность и оздоровительную ценность рекламируемого продукта; была актуальной и легко запоминаемой для потребителя.

В решении проблемы качества и безопасности перепеловодческой продукции на АО «Угличская птицефабрика» нами проведена большая работа по внедрению СМКПП. Предупреждающее (превентативное) действие представляет собой устранение причин потенциального несоответствия с покупательскими предпочтениями. В первую очередь, это проявилось в обучении производственного персонала птицефабрики требованиям ИСО 22000-2005 с целью понимания всем трудовым коллективом основных положений Политики птицефабрики. Проведение корректирующей производственной деятельности позволило решить задачи по повышению качества и безопасности перепелиной продукции. В дальнейшее развитие рекламной деятельности

осуществлена сертификация перепеловодческой продукции. Она не только способствует росту товарооборота, но и выступает существенной подвижкой в осуществлении экспорта яиц и мяса перепелов. Качество и безопасность продукта обуславливают его потребительские свойства и в совокупности выступают как единая интегрированная категория в проблеме эффективности СМК. В целом результат от внедрения СМК на АО «Угличская птицефабрика» составил 2,7 млн. рублей [3]. Практическая реализация рекламной деятельности проявляется в оперативной доставке перепеловодческой продукции (по количеству и качеству) как непосредственно в торговую сеть, так и напрямую покупателям крупных партий яиц или мяса в день заказа и по времени, как им удобно.

В качестве косвенных критериев рекламной кампании птицефабрики следует отнести следующие показатели, в той или иной мере связанные с увеличением объемов продаж перепеловодческой продукции: рост уровня популярности торговой марки птицефабрики; увеличение численности людей, знающих конкретную торговую точку; динамика положительного отношения к перепеловодческому продукту, имиджу птицефабрики; увеличение количества людей, знающих отличительные свойства и особенности перепеловодческого продукта.

Исследования показали, что в результате проведения комплекса работ по совершенствованию рекламной деятельности на птицефабрике степень удовлетворенности населения продукцией повысилась с 50,5 до 97,3%. Показатель степени осведомленности населения, характеризующий позитив к имиджу птицефабрики, получил максимальное значение. Он определен из картины корреляционного поля. Ненавязчивая пропаганда яиц и мяса перепелов с социальных позиций позволяет на 50–70% увеличить принятие решений о покупках, превратив их в полезные привычки у покупателей.

Мы поддерживаем мнение А.Н. Лебедева–Любимова, что психологически эффективная реклама обеспечивает потребителю возможность самому стать рекламистом, использовать приобретаемый товар для того, что бы выделиться, привлечь к себе внимание, получить одобрение покупателей [8, с. 30]. В данном случае, на ведущий план выступает важный психологический аспект, предусматривающий не только выделение и запоминание, но и создание направленности на рекламируемый перепеловодческий продукт, его конкретный

параметр качества (ценность). Этим самым мы стимулируем престижные мотивы продукта, оказываем влияние на подсознание покупателя, подчеркиваем важность создания устойчивого мнения о продукции или его потребительского параметра, способствующего ее продвижению на продовольственном рынке.

Психологическое переосмысление у покупателя на подсознательном уровне предполагает, что в зависимости от комплекса информации о данном перепеловодческом продукте складывается и соответствующее покупательское поведение. По мнению покупателя такой продукт изначально (ранее) не представлял для него особой ценности, в связи с чем продукт оставался недостаточно востребованным. Только в тех случаях, когда покупатель стал располагать убедительными фактами о высоких потребительских ценностях перепеловодческого продукта у него сформировалось более ценностное отношение к продукту. Такое отношение к яйцу и мясу перепелов в процессе покупки складывается все более позитивным, а полезный продукт все более получает признание на потребительском рынке, что проявляется в форме покупки–продажи. В свою очередь произвольная память покупателя предполагает запоминание полезной информации. Психологическое восприятие, осознанное поведение и авторитетное воздействие на других покупателей своим примером также выступает в качестве рекламы. При этом стороны торговой сделки получают максимальное удовлетворение: покупатель приобрел ценный в питательном отношении продукт питания и становится участником интуитивного партнерства, а птицефабрика получает дополнительный доход.

III. Результаты. Нами проведен эксперимент по активизации покупательского спроса перепелиных яиц. На упаковке бумажного формата нанесены необходимые сведения о вкусовых и питательных свойствах, профилактике и лечении яйцами, представлены практические рекомендации для лечебных и оздоровительных целей по множеству заболеваний и противопоказаний. Это облегчило покупателю в выборе данного товара, что ему необходимо в каждом конкретном случае. Приведены сведения о соответствии продукта отечественным стандартам. А также она прошла проверки, установленные техническими регламентами Таможенного союза, и соответствует всем требованиям для этого вида товаров. В результате оперативность сбыта перепелиных яиц повысилась на 27%.

В идеале предпочтение отдается сертифицированной перепеловодческой продукции, в максимальной степени удовлетворяющей потребностям покупателей по качеству, безопасности и экологичности. Максимальную оценку «5» по степени удовлетворенности покупателя в перепеловодческой продукции птицефабрики выставили 97,3% покупателей. Учитывая значимость этого фактора как фактора эффективного спроса рекомендовано включить его в перечень показателей по формированию рыночной стратегии птицефабрики.

Исследования по оценке восприятия взаимоотношений «товаропроизводитель – покупатель» выявили, что наряду с качественными параметрами конкурентных преимуществ большое влияние на формирование и усиление механизма воздействия на потребительский спрос перепеловодческой продукции, а следовательно, и на поступление финансовых средств, оказывает имидж птицефабрики. Этот совокупный образ продукта, ассоциаций и впечатлений о нем складывается в подсознании покупателей. Он призван закрепить желаемые потребительские привычки и предпочтения покупателей, способствует образованию прочных и устойчивых ассоциативных связей между названием перепеловодческого предприятия и представлением о качественной и экологически безопасной продукции птицефабрики, вызывает доверие к товаропроизводителю.

В изучении покупательских предпочтений в отношении перепеловодческих предприятий нами использована методика технологии измерения (оценки) лояльности покупателей с помощью Net Promoter Score (NPS), которая получила широкое применение в маркетинговых исследованиях многих зарубежных стран [19]. В этой связи проведена оценка, насколько у покупателя сформировано позитивное отношение и восприятие к тому или иному перепеловодческому предприятию. Для этого использована шкала доброжелательного отношения к перепеловодческой продукции. Исходя из характера корреляционного поля (2020 г.) АО «Угличская птицефабрика» имеет наилучшее соответствие осведомленности покупателей о предприятии, его имиджу и характеру результатов производственной деятельности предприятие, популярное среди населения, инновационное по своему предназначению и организованное на сугубо индустриальной основе.

Использование коэффициента парной корреляции Пирсона (r) характеризует отношение покупателей к исследуемой птицефабрике – чем более

популярнее предприятие, тем лучше к нему отношение. Обосновано, что для повышения своего авторитета и престижа нужны более крупные масштабы производства при высоком качестве продукции, что способствует ускорению процедуры реализации перепеловодческой продукции, минимизации удельных затрат, поступлении финансовых средств на предприятие. В этой связи степень осведомленности населения об экономическом положении птицефабрики также проявилась в высокой оценке – в среднем «4,8». Это значит, что птицефабрика функционирует на рынке достаточно инновационно и эффективно. Подтверждением этому 7 авторских патентов и свидетельств на изобретения инновационных продуктов перепеловодческой отрасли. Таким образом, наличие максимального количества баллов по ряду рекомендуемых показателей производимой продукции характеризует высокий уровень имиджа и надежности предприятия на отечественном рынке птицепродуктов.

Проведение социально-экономической эффективности предусматривает характер соответствия и удовлетворенности результатами производства социальным потребностям населения и смежных отраслей страны. АО «Угличская птицефабрика» регулярно принимает участие в международных выставках, таких как ПРОДЭКСПО, «Золотая осень», «Куриный король», а также в Форуме стран СНГ «Здоровье нации». По результатам участия продукция птицефабрики регулярно признается ЛУЧШИМ ПРОДУКТОМ ГОДА с присуждением наград (золотые и серебряные медали, грамоты и сертификаты). Птицефабрике присвоен знак «Ярославское качество» за перепелиные яйца для детского питания. Подобная целевая реклама, разрастающаяся в глубь и в ширь – дело затратное, однако она привлекает повышенное внимание покупателей к продукту и сопровождается получением дополнительной прибыли предприятию.

Сложившееся положение на рынке обуславливает необходимость руководителям и специалистам больше внимания уделить вопросу усиления рекламы продукции своего предприятия, что способствует повышению его конкурентоспособности и эффективности на рынке птицепродуктов.

Заключение. В современном птицеводстве реклама формирует образ жизни, выступает особым видом психологического воздействия на покупателя при совершении покупки перепеловодческого продукта. Разработка рекламной константы предусматривает позиционирование перепеловодческого продукта на

рынке продовольствия и увязывается с формированием бренда птицефабрики, что приводит к изменению и расширению мировоззрения современного потребителя. При этом эффективность восприятия рекламной коммуникации оказывает прямое и косвенное влияние на способность покупателя к восприятию рекламного соца. Рост потребительской активности вносит существенный вклад в развитие внутреннего рынка потребления. Отсюда, реклама выступает результатом материальной ценности птицефабрики, репутации инновационной информации на рынке продовольственного потребления, социально привлекает покупателя к яйцу и мясу, тем самым обеспечивает пристальное внимание к ценностям и достоинствам перепеловодческой продукции. Именно активные потребители становятся сегодня драйверами роста экономики птицефабрики. В целом совершенствование рекламной деятельности повышает эффективность работы птицефабрики на 7 – 14 %. Рациональная организация связи с покупателями – текущими и потенциальными клиентами – гарантия успеха в перепеловодческом бизнесе. Имеющийся опыт совершенствования рекламной деятельности на птицефабрике перепеловодческого направления может быть перенят заинтересованными лицами в целях корректировки методологии информационной обеспеченности и повышения репутации птицефабрики.

Литература.

1. О рекламе: Федеральный закон от 18 июля 1995 г. № 108-ФЗ (с изменениями от 18 июня, 14 декабря, 30 декабря 2001 г.), принят Государственной Думой 14 июня 1995 г.
2. Афанасьев Г.Д. Перепеловодство: «Маленькое тело – большое яйцо». // Птица и птицепродукты, 2006. – № 2. – С. 31–32.
3. Голубов, И.И. Промышленное перепеловодство. Научно–производственное издание / И.И. Голубов. – М.: Изд–во «Лика», 2014. – 350 с.
4. Здоровое питание. Тренды и перспективы. / А.В. Акамова, Е.В. Вишняков, Д.С. Грицаненко. – Новосибирск: Изд–во НГТУ, 2020. – 229 с.
5. Иванова, В.А. Рекламная константа: разработка и оценка / В.А. Иванова. – М.: Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2020. – 84 с.
6. Исаев, А.А. Управление рекламной деятельностью: учебное пособие / А.А. Исаев. – Владивосток: Изд–во ВГУЭС, 2020. – 58 с.

7. Киселева, Н.А. Информационно–рекламная деятельность общественных организаций / Реклама и PR в координатах социума и медиапространства: Монография / [А.В. Раздолянский, И.В. Карпова, И.Е. Воронкова и др.]; под редакцией к.п.н., доцента И.В. Карповой. – Орел: ОрелГУЭТ, 2020. – 222 с.
8. Лебедев–Любимов А.Н. Психология рекламы / А.Н. Лебедев–Любимов. – 2-е изд. – М.; Питер, 2006. – 384 с.
9. Новый экономический словарь / Под ред. А.Н. Азрилияна. – 3-е изд. – М.: Институт новой экономики, 2009. – 1088 с.
10. Новый экономический словарь / авт.–сост. В.Н. Копорулина, Д.В. Остапенко; под общ. ред. П.Я. Юрского. – Изд. 3-е. – Ростов н/Д: Феникс, 2008. – 428 с.
11. Огилви о рекламе / Дэвид Огилви; перевод с английского А. Гостева и Т. Новиковой; [ответственный редактор Римма Болдинова]. – 8-е изд. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2021. – 229 с.
12. Патюкова, Р.В. Традиционные и инновационные технологии в рекламе и PR / Р.В. Патюкова, И.О. Никулин. – Краснодар: Кубанский гос. ун–т, 2020. – 210 с.
13. Реклама и PR в координатах социума и медиапространства: Монография / [А.В. Раздолянский, И.В. Карпова, И.Е. Воронкова и др.]; под редакцией к.п.н., доцента И.В. Карповой. – Орел: ОрелГУЭТ, 2020. – 222 с.
14. Рудакова, Л.В. Производство рекламной продукции / Л.В. Рудакова. – СПб.: ГУАП, 2020. – 129 с.
15. Соловьева, Ю.Ю. Рекламная деятельность: контент–анализ / Ю.Ю. Соловьева, С.А. Вдовин. – Новосибирск: СГУГиТ, 2020. – 68 с.
16. Фисинин, В.И. Мировое и российское птицеводство: реалии и вызовы будущего: Монография / В.И. Фисинин. – М.: Хлебпродинформ, 2019. – 470 с.
17. Шевченко, Д.А. Продвижение товаров и услуг / Д.А. Шевченко, Е.В. Пономарева. – М.: Дашков и К⁰, 2021. – 371 с.
18. Щепакин, М.Б. Экономика маркетинговой и рекламной деятельности / М.Б. Щепакин, Э.Ф. Хандамова, В.М. Михайлова. – М.: Магистр; ИНФРА–М, 2021. – 229 с.
19. http://www.marketch.ru/marketing_dictionary.
20. Subscribe.ru Перепелка.org.ua – новости перепеловодства.

Účetnictví a audit

Хусаинова Е.А., Нурмухаметова Г.Р., Хабибуллина Р.Р.
Казанский Государственный Энергетический Университет, Татарстан

БАНКРОТСТВО: ОСОБЕННОСТИ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В ПЕРИОД НАБЛЮДЕНИЯ.

Наблюдение - процедура банкротства, применяемая к должнику в целях обеспечения сохранности имущества должника, проведение анализа финансового состояния должника, составление реестра требований кредиторов и проведение первого собрания кредиторов.

Началом процедуры наблюдения на предприятии является тот момент, когда арбитражный суд принял соответствующее заявление должника или согласился с требованиями кредиторов к компании-должнику. Согласно законодательству, этап наблюдения не может быть растянут более чем на 7 месяцев.

С началом процедуры наблюдения в компании-банкрота возникает целый перечень затрат, которые нельзя отнести к его хозяйственной деятельности. В их число входят расходы на: созыв собрания кредиторов, публикацию о торгах, услуги арбитражного управляющего, уведомление кредиторов, судебные разбирательства, проведение оценки имущества.

Бухгалтерский учет компании-должника ведется в общеустановленных законодательством РФ рамках с некоторыми ограничениями, базирующимися на информации Закона «О несостоятельности» и требующими письменного согласования с арбитражным управляющим. Все затраты, которые несет компания-должник по причине начала процедуры банкротства относятся к группе «прочие расходы» и не накладываются на себестоимость продукции.

Назначенному арбитражному управляющему выплачивается ежемесячное вознаграждение, сумма которого определяется кредиторами и подлежит утверждению арбитражным судом.

О введении процедуры наблюдения по инициативе временного управляющего должна быть опубликована информация в «Российской газете», после чего кредиторы предъявляют перечень своих требований. В течение месяца осуществляется созыв кредиторов. По завершению периода наблюдения, суд на основании отчетностей временного управляющего и решений созыва кредиторов принимает дальнейшее решение: компания признается банкротом, утверждается мировое соглашение, вводится финансовое оздоровление, вводится внешнее управление.

Судебные издержки подлежат списанию лишь с вступлением в силу судебного решения. Ответственный за достоверность данных бухучета – арбитражный управляющий. В состав судебных включают: денежные суммы, подлежащие выплате экспертам, свидетелям, переводчикам, расходы, связанные с проведением осмотра доказательств на месте, расходы на оплату адвокатов и иных лиц, оказавших юридическую помощь (представителей), иные расходы, понесенные лицами, участвующими в деле, связанном с рассмотрением дела в арбитражном суде.

При обращении в арбитражный суд предприятиям необходимо уплатить государственную пошлину. Она будет учтена в составе прочих расходов и отнесена на счете 91 «Прочие доходы и расходы». Порядок уплаты и размеры государственной пошлины установлены Налоговым кодексом РФ. Размер зависит от цены и характера иска.

В бухгалтерском учете расходы по оплате государственной пошлины отражают следующим образом:

-Начислена государственная пошлина, подлежащая уплате в бюджет: дебет счета 91 «Прочие доходы и расходы», субсчет 2 «Прочие расходы», кредит счета 68 «Расчеты по налогам и сборам»;

-Внесена государственная пошлина в бюджет: дебет счета 68 «Расчеты по налогам и сборам», кредит счета 51 «Расчетные счета»;

-Списывается сторно ранее начисленная государственная пошлина при возврате искового заявления: дебет счета 91 «Прочие доходы и расходы», субсчет 2 «Прочие расходы», кредит счета 68 «Расчеты по налогам и сборам»;

-На основании решения арбитражного суда возмещена кредитору или кредиторам, объединившим свои иски к должнику, сумма государственной пошлины: дебет счета 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами», кредит счета 91 «Прочие доходы и расходы», субсчет 1 «Прочие доходы»;

-Принято требование истца о возмещении государственной пошлины по решению арбитражного суда: дебет счета 91 «Прочие доходы и расходы», субсчет 2 «Прочие расходы», кредит счета 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами»;

-Возмещена государственная пошлина истцу: дебет счета 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами», кредит счета 51 «Расчетные счета».

При проведении процедуры банкротства обязательному опубликованию подлежат сведения о введении наблюдения, о признании должника банкротом, о прекращении производства по делу о банкротстве. В случае если количество кредиторов должника превышает 100 или оно не может быть определено, обязательному опубликованию подлежат также сведения о начале каждой процедуры банкротства, применяемой в отношении должника.

Опубликованные сведения должны содержать: наименование должника и его адрес, наименование арбитражного суда, принявшего судебный акт, дату принятия судебного акта и указание на наименование введенной процедуры банкротства, номер дела о банкротстве должника, фамилию, имя, отчество утвержденного арбитражного управляющего, адрес для направления ему корреспонденции, наименование соответствующей саморегулируемой организации и ее адрес, установленную арбитражным судом дату следующего

судебного заседания по рассмотрению дела о банкротстве в случаях, предусмотренных Законом «О несостоятельности (банкротстве)».

Тираж официального издания, периодичность и срок опубликования информации, порядок финансирования оказываемых услуг и цены на такие услуги устанавливаются Правительством Российской Федерации.

Подлежащие опубликованию сведения могут быть опубликованы в электронных средствах массовой информации в порядке, установленном Правительством Российской Федерации. В иных средствах массовой информации могут быть опубликованы сведения о судебных актах, вынесенных арбитражным судом.

Расходы на опубликование этих сведений в средствах массовой информации оплачивает должник. При отсутствии у должника денежных средств оплату необходимых сведений производит арбитражный управляющий с последующим возмещением указанных средств за счет должника.

В бухгалтерском учете организации производятся следующие записи:

-Перечислена предоплата за публикацию объявления о введении на предприятии процедуры наблюдения: дебет счета 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками», кредит счета 51 «Расчетные счета»;

-Списаны расходы на публикацию объявления в день выхода печатного издания: дебет счета 26 «Общехозяйственные расходы», кредит счета 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками»;

-Начислен НДС: дебет счета 19 «Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям», кредит счета 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками»;

-Предъявлен к налоговому вычету НДС на основании полученного счета-фактуры: дебет счета 68 «Расчеты по налогам и сборам», кредит счета 19 «Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям».

Matematické metody v ekonomii

Пиль Э.А.

*Академик РАН, профессор, доктор технических наук,
г. Санкт-Петербург*

РАСЧЕТ X5EUL И ПОСТРОЕНИЕ 3D-ГРАФИКОВ ДЛЯ ΔVEUL

В представленной ниже статье рассмотрен вопрос расчета переменной X5eul, которая влияет на значения ВВП (GDP). Полученные значения при расчетах изображены в виде 3D-графиков для ΔVeul. При этом переменные являются постоянными, уменьшаются и увеличиваются. То есть, в статье рассмотрена зависимость изменения $\Delta Veul = f(X1, X2, X3, X4, X5)$ [1, 2, 3].

Рассчитанные значения для 3D-графика ΔVeul на рисунке 1 при переменных $X1 = 1 \dots 0.1$, $X2 = X3 = 1$, $X4 = 0.1 \dots 1$, $X5 = 0.24 \dots 1.41$ имеют максимум 0,19 в точке 5.

Из следующего рисунка 2 видно, что при переменных $X1 = X2 = 1 \dots 0.1$, $X3 = 1$, $X4 = 0.1 \dots 1$, $X5 = 0.32 \dots 1.41$, значения ΔVeul уменьшаются в 4,07 раза.

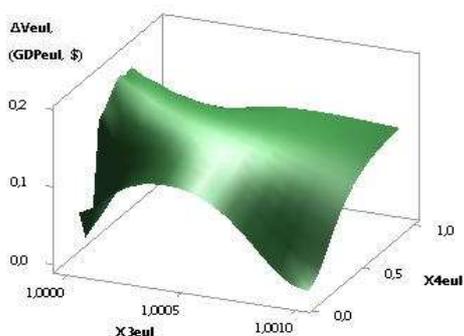


Рис. 1. $\Delta Veul = f(X1, X2, X3, X4, X5)$

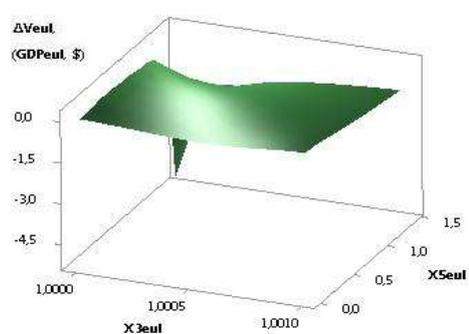


Рис. 2. $\Delta Veul = f(X1, X2, X3, X4, X5)$

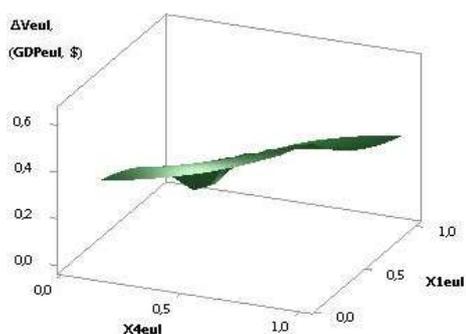


Рис. 3. $\Delta Veul = f(X1, X2, X3, X4, X5)$

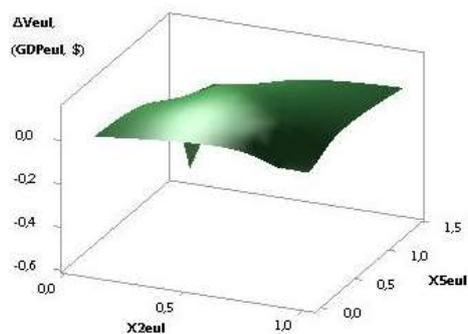


Рис. 4. $\Delta Veul = f(X1, X2, X3, X4, X5)$

Рисунки 3 и 4 были построены при $X_1 = X_3 = 1 \dots 0.1$, $X_2 = 1$, $X_4 = 0.1 \dots 1$, $X_5 = 0.16 \dots 1.36$ и $X_1 = X_3 = 1$, $X_2 = 1 \dots 0.1$, $X_4 = 0.1 \dots 1$, $X_5 = 0.28 \dots 1.41$ соответственно. Здесь на рис. 3 значения $\Delta Veul$ увеличиваются в 3,33 раза, а на рис. 4 имеют максимум 0,12 в точке 4.

На следующих двух рисунках 5 и 6 представлены 3D-графики $\Delta Veul$ при $X_1 = X_3 = 1$, $X_2 = 1 \dots 0.1$, $X_4 = 0.1 \dots 1$, $X_5 = 0.28 \dots 1.41$ и $X_1 = X_2 = 1$, $X_3 = 1 \dots 10$, $X_4 = 0.1 \dots 1$, $X_5 = 0.05 \dots 1.41$ соответственно. Здесь на рисунке 5 3D-график $\Delta Veul$ уменьшается в 4,61 раза, а на рисунке 6 увеличивается в 1,57 раз.

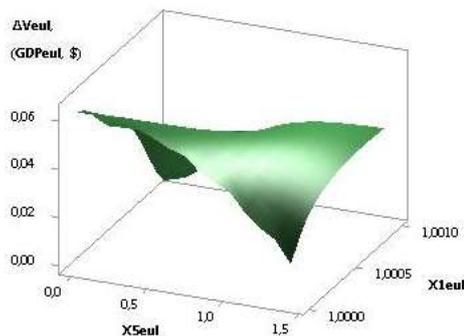


Рис. 5. $\Delta Veul = f(X_1, X_2, X_3, X_4, X_5)$

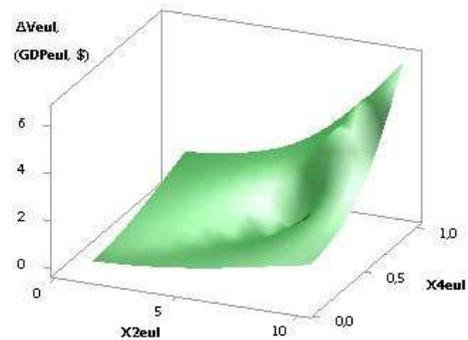


Рис. 6. $\Delta Veul = f(X_1, X_2, X_3, X_4, X_5)$

На рисунке 7 зависимость $\Delta Veul$ была построена при $X_1 = 1 \dots 10$, $X_2 = X_3 = 1$, $X_4 = 0.1 \dots 1$, $X_5 = 0.20 \dots 0.67$. Здесь на рис. 7 значения $\Delta Veul$ увеличиваются в 1,56 раз. На рис. 8 при $X_1 = X_2 = 1$, $X_3 = X_4 = 0.1 \dots 1$, $X_5 = 0.44 \dots 1.36$ значения имеют максимум 0,56 в точке 6.

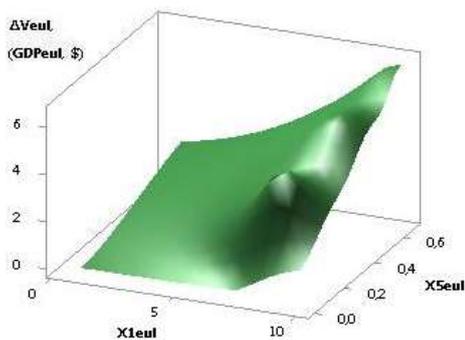


Рис. 7. $\Delta Veul = f(X_1, X_2, X_3, X_4, X_5)$

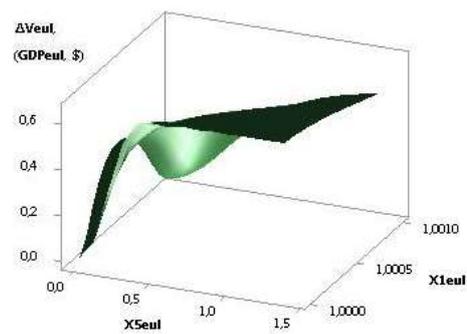


Рис. 8. $\Delta Veul = f(X_1, X_2, X_3, X_4, X_5)$

Здесь на рис. 9 показан 3D-график для $\Delta Veul$ при $X_1 = 1$, $X_2 = X_3 = X_4 = 0.1 \dots 1$, $X_5 = 0.07 \dots 1.36$, где значения $\Delta Veul$ уменьшаются в 2,56 раза. Следующий рисунок 10 дает наглядное представление, что при значениях переменных $X_1 = X_2 = X_3 = X_4 = 0.1 \dots 1$, $X_5 = 0.14 \dots 1.36$ построенный 3D-график $\Delta Veul$ уменьшаются в 102,23 раза.

На последнем рисунке 11 показан 3D-график для $\Delta Veul = f(X1, X2, X3, X4, X5)$, когда переменные были $X1 = X4 = 0.1...1$, $X2 = X3 = 1$, $X5 = 0.07...1.36$. Здесь на рис. 11 значения $\Delta Veul$ уменьшается в 5 раз.

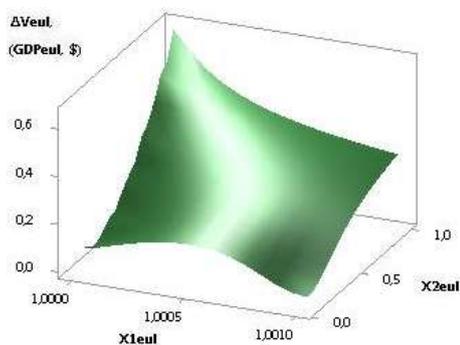


Рис. 9. $\Delta Veul = f(X1, X2, X3, X4, X5)$

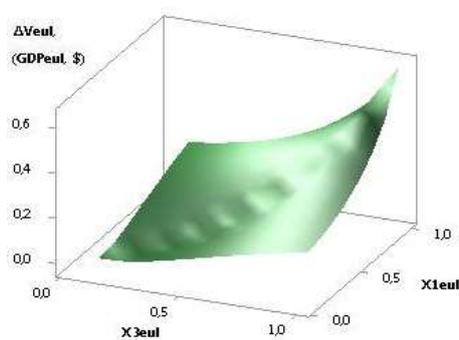


Рис. 10. $\Delta Veul = f(X1, X2, X3, X4, X5)$

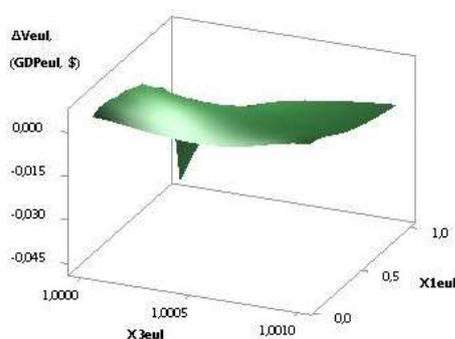


Рис. 11. $\Delta Veul = f(X1, X2, X3, X4, X5)$

Список литературы:

1. Пиль Э.А. Анализ 2D-графиков для $\Delta Veul$ и переменной $X5$ // РОЛЬ И ЗНАЧЕНИЕ НАУКИ В ОБЩЕСТВЕ И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ: сборник статей Международной науч-практ. конфер. (12 ноября 2020 г. г. Омск). – Уфа: OMEGA SCIENCE, 2020 - 265 с. – С. 116-118
2. Пиль Э.А. Переменная $X5$ и ее влияние на значения $\Delta Veul$ // РОЛЬ И ЗНАЧЕНИЕ НАУКИ В ОБЩЕСТВЕ И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ: сборник статей Международной науч-практ. конфер. (12 ноября 2020 г. г. Омск). – Уфа: OMEGA SCIENCE, 2020 - 265 с. – С. 118-121
3. Пиль Э.А. Закономерности влияния $X5$ на 2D-графики для $\Delta Veul$ // РОЛЬ И ЗНАЧЕНИЕ НАУКИ В ОБЩЕСТВЕ И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ: сборник статей Международной науч-практ. конфер. (12 ноября 2020 г. г. Омск). – Уфа: OMEGA SCIENCE, 2020 - 265 с. – С. 121-123

Пиль Э.А.

*Академик РАН, профессор, доктор технических наук,
г. Санкт-Петербург*

ПОСТРОЕНИЕ 3D-ГРАФИКОВ $\Delta Veul$ ИСПОЛЬЗУЯ ПЕРЕМЕННУЮ $X5eul$

В представленной ниже статье рассмотрен вопрос расчета переменной $X5eul$, которая влияет на значения ВВП (GDP). Полученные значения при расчетах изображены в виде 3D-графиков для $\Delta Veul$. При этом переменные являются постоянными, уменьшаются и увеличиваются. То есть, в статье рассмотрена зависимость изменения $\Delta Veul = f(X1, X2, X3, X4, X5)$ [1, 2, 3].

Представленные два рисунка 1 и 2 были построены при $X1 = X2 = X4 = 0.1...1$, $X3 = 1$, $X5 = 0.14...1.36$ и $X1 = X3 = 1$, $X2 = X4 = 0.1...1$, $X5 = 0.14...1.36$. Здесь на рисунке 1 построенный 3D-график для $\Delta Veul$ увеличивается в 32,08 раза, а на рисунке 2 увеличивается значительно в 2342,18 раза.

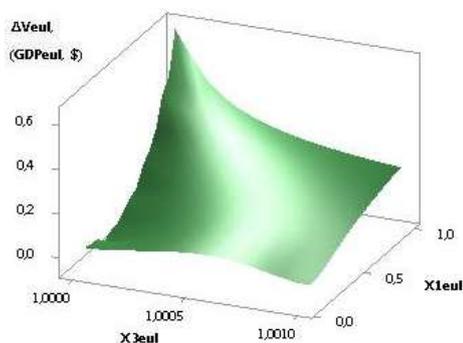


Рис. 1. $\Delta Veul = f(X1, X2, X3, X4, X5)$

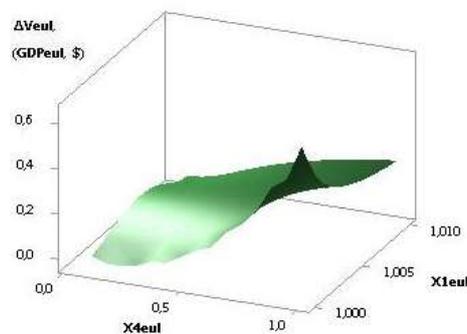


Рис. 2. $\Delta Veul = f(X1, X2, X3, X4, X5)$

Для построения двух 3D-графиков на рисунках 3 и 4 были использованы следующие значения переменных $X1 = X2 = 1$, $X3 = 10...1$, $X4 = 0.1...1$, $X5 = 0.07...1.36$ и $X1 = 1$, $X2 = X3 = 10...1$, $X4 = 0.1...1$, $X5 = 0.6...1.36$. На рисунке 3 представленный 3D-график для $\Delta Veul$ увеличивается в 528,24 раз, а на рисунке 4 3D-график для $\Delta Veul$ уменьшается в 2,82 раза.

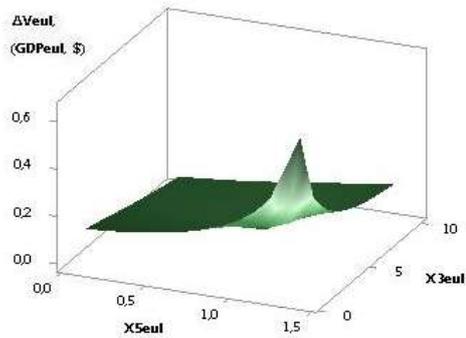


Рис. 3. $\Delta Veul = f(X1, X2, X3, X4, X5)$

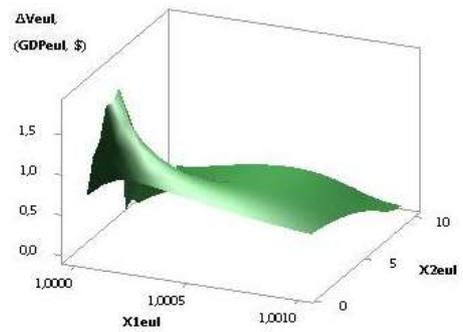


Рис. 4. $\Delta Veul = f(X1, X2, X3, X4, X5)$

Следующие рисунки 5 и 6 были построены при $X1 = X2 = X3 = 10 \dots 1$, $X4 = 0.1 \dots 1$, $X5 = 1 \dots 1.36$ и $X1 = 10 \dots 1$, $X2 = X3 = 1$, $X4 = 0.1 \dots 1$, $X5 = 0.6 \dots 1.36$. Здесь на рис. 5 и 6 значения $\Delta Veul$ уменьшаются в 779 и в 2,82 раза соответственно.

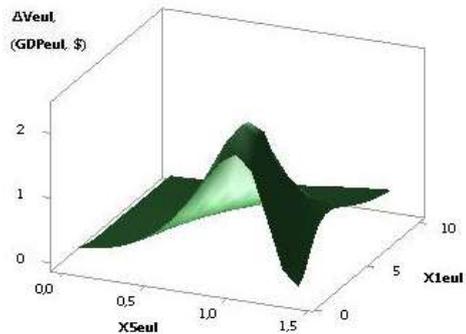


Рис. 5. $\Delta Veul = f(X1, X2, X3, X4, X5)$

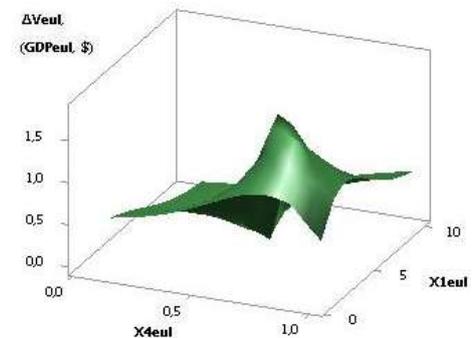


Рис. 6. $\Delta Veul = f(X1, X2, X3, X4, X5)$

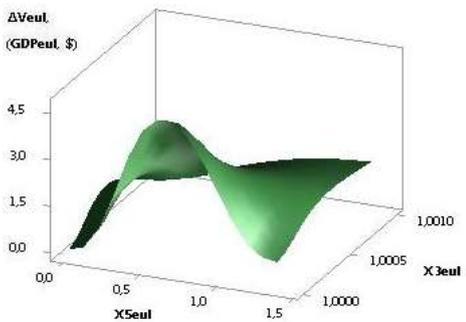


Рис. 7. $\Delta Veul = f(X1, X2, X3, X4, X5)$

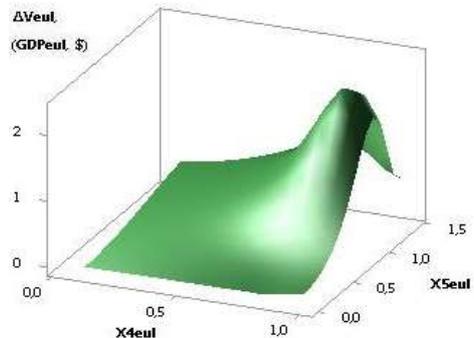


Рис. 8. $\Delta Veul = f(X1, X2, X3, X4, X5)$

Следующие рисунки 7 и 8 были построены при $X1 = X3 = 1 \dots 10$, $X2 = 10 \dots 1$, $X4 = 0.1 \dots 1$, $X5 = 1 \dots 1.36$ и $X1 = 10 \dots 1$, $X2 = 1 \dots 0.1$, $X3 = 1$, $X4 = 0.1 \dots 1$, $X5 = 0.41 \dots 1.41$. Здесь на рис. 7 значения $\Delta Veul$ уменьшаются в 7,25 раз, а на рис. 8 уменьшаются в 3,63 раза.

Здесь на рис. 9 показан 3D-график для $\Delta Veul$ при $X1 = X3 = 1 \dots 10$, $X2 = 10 \dots 1$, $X4 = 0.1 \dots 1$, $X5 = 1 \dots 1.36$, где значения $\Delta Veul$ уменьшаются в 3,63 раза. Следующий рисунок 10 дает наглядное представление, что при значениях переменных $X1 = X2 = 1 \dots 10$, $X3 = 10 \dots 1$, $X4 = 0,71 \dots 8,83$, $X5 = 1$ значения 3D-графика увеличиваются в 441,39 раз.

На последнем рисунке 11 показан 3D-график для $\Delta Veul = f(X1, X2, X3, X4, X5)$, когда переменные были $X1 = 1, X2 = 1...0,1, X3 = 10...1, X4 = 0,1...1, X5 = 0,07...1,41$. Здесь на рис. 11 значения $\Delta Veul$ уменьшаются в 1,71 раз.

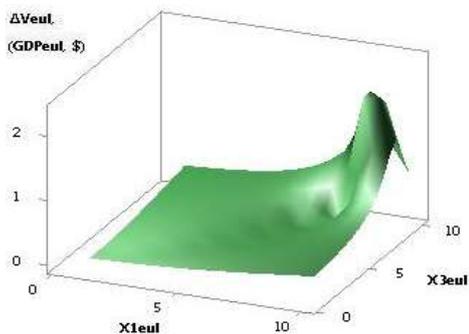


Рис. 9. $\Delta Veul = f(X1, X2, X3, X4, X5)$

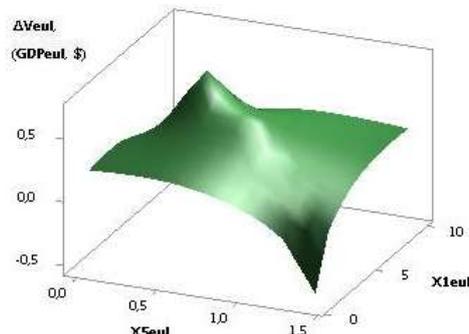


Рис. 10. $\Delta Veul = f(X1, X2, X3, X4, X5)$

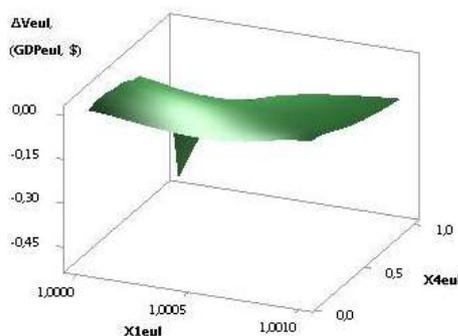


Рис. 11. $\Delta Veul = f(X1, X2, X3, X4, X5)$

Список литературы:

1. Пиль Э.А. Анализ 2D-графиков для $\Delta Veul$ и переменной $X5$ // РОЛЬ И ЗНАЧЕНИЕ НАУКИ В ОБЩЕСТВЕ И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ: сборник статей Международной науч-практ. конфер. (12 ноября 2020 г. г. Омск). – Уфа: OMEGA SCIENCE, 2020 - 265 с. – С. 116-118
2. Пиль Э.А. Переменная $X5$ и ее влияние на значения $\Delta Veul$ // РОЛЬ И ЗНАЧЕНИЕ НАУКИ В ОБЩЕСТВЕ И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ: сборник статей Международной науч-практ. конфер. (12 ноября 2020 г. г. Омск). – Уфа: OMEGA SCIENCE, 2020 - 265 с. – С. 118-121
3. Пиль Э.А. Закономерности влияния $X5$ на 2D-графики для $\Delta Veul$ // РОЛЬ И ЗНАЧЕНИЕ НАУКИ В ОБЩЕСТВЕ И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ: сборник статей Международной науч-практ. конфер. (12 ноября 2020 г. г. Омск). – Уфа: OMEGA SCIENCE, 2020 - 265 с. – С. 121-123

HISTORIE

Кошелев С. А.,

аспирант Мордовский госпедуниверситет, Россия

МЕРЫ ГОСУДАРСТВА ПО ПРЕДОТВРАЩЕНИЮ РАСПРОСТРАНЕНИЯ НОВОЙ КОРОНАВИРУСНОЙ ИНФЕКЦИИ В СРЕДНЕМ ПОВОЛЖЬЕ (НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ МОРДОВИЯ)

Ключевым историческим событием всего XXI века, нарушившим естественный ход событий и вызвавшим сугубо негативные социально-экономические последствия, стала пандемия 2020 года, вызванная распространением нового заболевания – коронавируса или COVID-19. Впервые появившись в Китае, коронавирусная инфекция распространилась по всему миру, не обойдя Россию.

Ввиду большого числа регионов с разным уровнем социально-экономического развития из-за разницы в климате, наличия или отсутствия полезных ископаемых, высокой или низкой численности рабочих мест, особенно важно выявить специфические черты воздействия пандемии на социальную и экономическую сферы отдельно взятого региона. В этом отношении показательна Республика Мордовия как важная составная часть Среднего Поволжья.

На 14 апреля 2021 г. в России официально зарегистрировано около 4,7 млн человек заболевших COVID-19, около 4,3 млн выздоровевших и 104 тыс. человек умерших от него. В Республике Мордовия - заболевших более 19,5 тыс. чел., более 17,5 тыс., умерло – 224 чел. [1].

Впервые заболевание было зарегистрировано в Китае в январе 2020 года. В России же первыми заболевшими стали российские туристы, которые вернулись из Италии в начале марта 2020 года. Правительственные меры по введению карантина для прибывших из зарубежных стран, особенно Китая, затем ограничение авиасообщения с Китаем не были эффективными, что вызвало распространение коронавирусной инфекции по регионам России. Первые заражения в России были зафиксированы 15 марта в лице туристов, прибывших из заграницы. Большинство зараженных находились в крупных городских центрах – Москве, Санкт-Петербурге, Казани, Перми. Первые заболевшие в Республике Мордовия появились 27 марта 2020 года, заболевшими оказались жители Мордовии, вернувшиеся из зарубежных стран.

С 16 марта в стране начинается ввод мер по предотвращению распространения инфекции. Так, 16 марта ограничивается авиасообщение со странами Евросоюза, 21 марта вводится запрет проведения массовых

мероприятий, число участников которых превышает 50 человек. А 30 марта были выходными днями был объявлен весь последующий месяц.

С начала апреля исследователями отмечается резкий рост заболеваемости по всей стране. Первый случай болезни со смертельным исходом в Мордовии произошел 13 апреля – от сопутствующих заболеваний скончался 63-летний житель Мордовии, имевший положительный тест на коронавирус [2].

На стадии широкого распространения коронавирусной инфекции определяющими факторами заражения являются уже не туристическое общение с Китаем и иными зарубежными странами, так как сообщение с ними было прекращено до начала этапа стремительного распространения вируса по стране. На этой стадии определяющими являются внутренние факторы:

1. Возвращение трудовых мигрантов, которые из-за пандемии были вынуждены покинуть крупные агломерации, в частности Москву и Подмоскowie, это свидетельствует о недостаточной эффективности мер по предупреждению и затем предотвращению распространения инфекции. Например, как сообщала вице-премьер Мордовии Г. А. Лотванова 8 апреля 2020 года, мужчина с подозрением на коронавирус вернулся из Москвы и заразил одного из членов своей семьи [3].

2. Вторым важным фактором быстрого распространения коронавирусной инфекции по регионам страны стало халатное отношение населения к уровню серьезности инфекции. Так, первоначально коронавирус воспринимался обществом как сезонное заболевание с легким ходом болезни, а принимаемые правительством меры оценивались как чрезмерные и неоправданно жестокие [4, с. 33].

Особенно часто такие оценки граждан находили свое отражение в местных сообществах в социальных сетях, например, «Привет, сейчас, Саранск», «Доска Позора. Саранск». Развитие смыслового содержания всех обсуждений темы коронавируса и пандемии условно можно дифференцировать по этапам. На первом этапе, для которого характерно отрицание проблемы активного распространения инфекции в России и роста заболеваемости, в сообществах публиковались юмористические оценки новой инфекции, сравнения ее с уже известными – гриппом, эболой, отрицание существования как самого вируса, так и его опасности. Условно этот этап охватывает временной период от момента учащенных появлений в СМИ новостей про коронавирус в Китае и за рубежом – 26 января – и до момента появления подтвержденной информации о первых случаях летального исхода протекания болезни – в Мордовии это 13 апреля 2020 г. [5, с. 64].

С момента появления первых новостей о смертельных случаях и до момента снятия так называемых «президентских каникул» исследователи выделяют второй этап развития общественной мысли по теме коронавируса, для которого в сообществах Республики Мордовия характерны призывы к соблюдению введенного указом Главы Мордовии от 17.03.2020 № 78-УГ (ред. от 13.11.2020) «О введении на территории Республики Мордовия режима повышенной готовности и принятии дополнительных мер по защите населения

от новой коронавирусной инфекции (COVID-19)» масочно-перчаточного режима, а также призывы отказаться от посещения общественных мест [6].

Помимо введения обязанности ношения масок и перчаток в общественных местах Указ Главы Мордовии закрепил следующие меры противодействия распространению коронавируса:

1. Соблюдение дистанции в общественных местах и общественном транспорте;

2. Контроль за соблюдением социальной дистанции посредством нанесения разметки в продовольственных магазинах и иных организациях;

3. Соблюдение режима самоизоляции за исключением случаев обращения за неотложной медицинской помощью и случаев иной прямой угрозы жизни и здоровью. Исключение также составляют акты приобретения товаров, работ, услуг, реализация которых не ограничена данным Указом, выгула домашних животных на расстоянии, не превышающем 100 метров от места проживания (пребывания), выноса отходов до ближайшего места накопления отходов.

4. Приостановление процесса предоставления государственных услуг в помещениях исполнительных органов государственной власти и государственных учреждений Мордовии (в том числе МФЦ), за исключением услуг, предоставление которых может осуществляться исключительно в указанных помещениях, при условии обеспечения предварительной записи граждан; перевод большинства услуг в электронный формат [7].

Ввиду постоянного социального напряжения, давления со стороны социальных сетей с момента окончания президентских каникул отношение пользователей сети Интернет к коронавирусу изменяется в сторону выводов о неизбежности заражения инфекцией всем населением страны.

В целом же важнейшим источником проверенной информации о состоянии заболеваемости инфекцией в регионе, а также проведении Правительством Республики Мордовия мероприятий по предотвращению распространения коронавируса являлись прямые линии с руководством оперативного штаба по контролю за распространением коронавируса. Также информация транслировалась в официальных сообществах «Оперштаб Мордовия», «Республика Мордовия» в различных социальных сетях, количество подписчиков которых за время пандемии увеличилось более, чем на половину.

Участие в поддержании высокой информированности и благополучного эмоционального состояния принимал и Глава Республики Мордовия Владимир Волков с помощью видеообращений к жителям региона. Так, в начале апреля в видеообращении им были озвучены следующие меры обеспечения режима готовности:

1. Организация массовых проверок организаций на предмет выявления несоблюдения правил эпидемической безопасности.

2. Ограничение свободного передвижения лиц, въезжающих на территорию республики, предусматривающее обязанность соблюдения двухнедельного карантина как самим лицом, так и всеми контактирующими с ним

лицами, нарушение которой наказывалось вплоть до возложения уголовной ответственности.

3. Организация патрульно-пропускных постов на въездах в регион для контроля за соблюдением исполнения предыдущей меры.

4. Повышение массовости мероприятий по дезинфекции улиц, домов, общественного транспорта, мест скопления людей; организация доступных автомоек с дезинфицирующими средствами; расширение сети таких автомоек и в районах.

5. Запрет посещения кладбищ, исключение составило только проведение похорон. Организация телевещания торжественной службы по празднованию Пасхи.

Помимо данных мер в Мордовии, как и во всей России, были закрыты все общеобразовательные и организации высшего образования сначала на карантин, а затем дистанционное обучение, продлившееся, например, для студентов МГПУ имени М. Е. Евсевьева вплоть до 14 сентября 2020 г.

Руководство вузов, исходя из рекомендаций, уделяли и до сих пор уделяют повышенное внимание борьбе с распространением коронавируса. Так, вузы республики были оснащены средствами дезинфекции помещений, организован строгий температурный контроль, отменены мероприятия, предполагающие массовые скопления студентов. Поскольку в вузах Мордовии обучаются студенты со всей республики и из соседних регионах, повышенный контроль организован за проживанием студентов в общежитиях на предмет соблюдения противоэпидемических мер. Так, в студенческих городках установлен комендантский час, что позволило ограничить посещения студентами общественных мест во время наибольшего скопления в них людей; строго соблюдается контроль за самочувствием проживающих в общежитиях.

В целях ограничения совместного нахождения в закрытом помещении вузами практикуется использование дистанционных лекций. Кроме того, для недопущения массовых скоплений студентов очной и заочной форм обучения зимняя сессия в вузах республики происходила в дистанционном формате, что позволило избежать риски распространения вируса носителями с симптомами в скрытой форме.

На данный момент, спустя год после первого случая заражения, эпидемическая обстановка в Республике Мордовия оценивается как стабильная (на 17 марта 2021 г. – 39 чел. заболевших, на 30 марта – 37 чел., на 12 апреля – 35 чел. [1]), заметно снижение числа заболевших, что, возможно, является результатом сохраняющегося режима строгого соблюдения антиковидных мер.

Список использованных источников

1. 1Оперативные данные на 14 апреля 2021 г. URL: <https://стопкоронавирус.рф/> (дата обращения 14.04.2021 г.)

2. В Мордовии скончался первый заболевший COVID-19. URL: <https://rg.ru/2020/04/13/reg-pfo/v-mordovii-skonchalsia-pervyj-bolnoj-covid-19.html> (дата обращения 14.04.2021 г.)

3. Житель Мордовии с COVID-19 вернулся из Москвы и заразил члена семьи URL: <https://ria.ru/20200408/1569744731.html>. (дата обращения 14.04.2021 г.)

4. Михайлова Т. Межрегиональная миграция и прогнозы распространения COVID-19 // Мониторинг экономической ситуации в России. Тенденции и вызовы социально-экономического развития. 2020. № 8(110). – С. 28-33.

5. Французов В. В. Проблематизация и депроблематизация COVID-19 в социальных сетях // Российский хороший журнал. 2020. №2 (4). С. 64-68. <http://rgoodj.ru/2020/12/15/covid-19/> (дата обращения 14.04.2021 г.)

6. Указ Главы Мордовии от 17.03.2020 № 78-УГ (ред. от 13.11.2020) «О введении на территории Республики Мордовия режима повышенной готовности и принятии дополнительных мер по защите населения от новой коронавирусной инфекции (COVID-19)»

7. Усиление мер против коронавируса. URL: <https://www.inform.com/2020/03/30/v-mordovii-usileny-mery-protiv-koronavirusa/> (дата обращения 14.04.2021 г.)

POLITIKA**Regionální politické procesy****Мкртчян А.А.****УСИЛЕНИЕ ГЕОПОЛИТИЧЕСКОГО ВЛИЯНИЯ ТУРЦИИ: РИСКИ ДЛЯ РОССИИ**

Последние несколько лет Турецкая республика совершает беспрецедентные со времен Османской империи экспансионистские действия. В первую очередь эти действия направлены на регион Ближнего Востока, который исторически является сферой интересов и посягательств турецкого государства. Однако, особенностью турецкой экспансии в последнее время является расширение ее границ, которые стали включать в том числе и Украину, Центральную Азию вплоть до границы с Китаем. Подобные действия не могут не затрагивать интересы стран, граничащих с ней, и региональных игроков, в том числе Российской Федерации. Данная проблема требует более тщательного изучения, так как в долгосрочной перспективе это может сказаться и на безопасности Российского государства. Основной фокус статьи будет сделан на представлении фактов наращивания турецкого влияния в мире, и на выделении аспектов, угрожающих безопасности России.

Начать следует с того, что в своих экспансионистских действиях Турция руководствуется как инструментами «мягкой силы» (soft power), так и инструментами «жесткой силы» (hard power).

Ярким примером мягкой силы Турции может послужить экономическая и культурная экспансия в Грузии. Экономическая экспансия в первую очередь направлена на строительство и эксплуатацию трубопроводов, таких как «Баку-Тбилиси-Джейхан», «Южный газовый коридор», а также железнодорожной ветки Карс – Ахалкалаки – Тбилиси – Баку, также можно отметить увеличение доли турецкого капитала в туристическом городе Батуми⁵. В качестве фактов культурной экспансии необходимо упомянуть «Турецкое управление по

⁵Федеральное агентство новостей. [Электронный ресурс]: Турецкие амбиции в Закавказье: Анкара усиливает влияние в регионе - Режим доступа: <https://riafan.ru/1289827-tureckie-ambicii-v-zakavkaze-ankara-usilivaet-vliyanie-v-regione>

сотрудничеству и развитию» (ТИКА), занимающаяся проектами в областях общественной жизни, культуры и образования⁶. В основном данное агентство инвестирует средства в развитие тюркских общин в различных государствах, например азербайджанцев в Грузии и узбеков в Таджикистане, предоставляя им широкие возможности обучения в Турции.

Турция в 2019 году четко заявила, что считает приоритетом отношения со странами Центральной Азии в рамках своей инициативы «Новая Азия». Это сопровождалось беспрецедентной дипломатической активностью и огромными инвестициями. Речь идет как о крупных проектах в сфере недвижимости и инфраструктуры, реализуемых ведущими турецкими компаниями, так и о деятельности тысяч небольших турецких компаний, работающих в различных секторах экономики. Это привело к увеличению торгового оборота со странами региона до 8,5 миллиардов долларов в 2019 году. Что касается культурного аспекта, то школы, финансируемые правительством Турции, стали предпочтительным вариантом для студентов центральноазиатских республик. То же самое можно сказать об обучении в турецких университетах в связи с учреждением Ассоциации университетов Центральной Азии, объединившей самые престижные вузы региона⁷.

Сотрудничество между Турцией и Азербайджаном и вовсе последние 30 лет осуществляется довольно интенсивными темпами, что позволило Турции постепенно выдвинуть Россию из этой страны. Можно утверждать, что за все это время сформировался азербайджано-турецкий союз. Одним из ключевых событий, которое окончательно оформило турецко-азербайджанский союз является прекращение функционирования российской радиолокационной станции в Габале 10 декабря 2012 года. Военное сотрудничество Турции и Азербайджана и вовсе следует рассматривать как отдельное явление, которое в итоге привело к войне в Нагорном Карабахе в сентябре 2020 года. Несомненно, роль Турции в эскалации этого конфликта сложно переоценить.

Примерами жесткой силы является политика Турции в отношении Армении и Республики Арцах (Нагорный Карабах), что выражается в первую

⁶ТИКА. [Электронный ресурс]: Meskhetian Turks Hold on to Life Again in Their Homeland. - Режим доступа: https://www.tika.gov.tr/en/news/meskhetian_turks_hold_on_to_life_again_in_their_homeland-58315

⁷Иносми.ру. [Электронный ресурс]: Мягкая сила Турции: как Анкара бросила вызов Кремлю в Центральной Азии? – Режим доступа: <https://inosmi.ru/politic/20210319/249369822.html>

очередь официальной поддержкой Азербайджана в войне, закрытием границ с Арменией, поставкой высокотехнологичного вооружения Азербайджану. Факт экспансии Турции в Азербайджан можно доказать так же крупномасштабными военными учениям⁸ и появлением российско-турецкого мониторингового центре в городе Агдам в Нагорном Карабахе⁹.

Политика Турции в отношении курдов фактически является обоснованием для военной экспансии в соседние государства. В этом контексте необходимо упомянуть операции «Оливковая ветвь» и «Щит Евфрата» на северо-востоке Сирии, а также операцию «Коготь орла 2» в Ираке. Все эти военные операции были направлены на подавление курдского партизанского движения, однако турецкие вооруженные силы не покинули территории Сирии, на которых проводились военные операции, мотивируя это защитой местного тюркского населения, что также является фактом экспансии и возможной будущей аннексии этой территории.

Другими примерами экспансии Турции может служить активное вмешательство в гражданскую войну в Ливии и связанная с ней экспансия в Средиземном море. Турция с 2011 г. активно вмешивается в ход гражданской войны в Ливии. Турецкое государство выступало за свержение режима Каддафи, это было связано, в первую очередь, с поддержкой Каддафи курдского освободительного движения. Правительство национального собрания (ПНС), пришедшее к власти, было гораздо более лояльно турецкому руководству. Однако, неспособность ПНС бороться с исламистами привела к появлению новой силы - Ливийской Национальной Армии Халифы Хафтара, которая на сегодняшний день контролирует большую часть Ливии.

Активному военному вмешательству Турецкой Республики в ливийский конфликт предшествовало заключение с ПНС двух соглашений. 27 ноября 2019 года Турция подписала с ПНС меморандум о разграничении морских зон в Средиземном море, которое устанавливает новые морские границы Ливии и Турции. Подписанный документ подтверждает права Анкары на значительную часть восточного Средиземноморья, где находятся крупные месторождения природного газа. Ранее Турция осуществляла незаконную с точки зрения

⁸РИА новости. [Электронный ресурс]: В Баку назвали цели азербайджано-турецких военных учений. – Режим доступа: <https://ria.ru/20200728/1575057329.html>

⁹ Тасс. [Электронный ресурс]: В Карабахе открылся российско-турецкий мониторинговый центр – Режим доступа: <https://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/10584995>

международного права геологическую разведку в экономической зоне Кипра в восточной части Средиземного моря. Подобные договоренности полностью игнорировали экономические интересы Греции, Кипра, Израиля и Египта в данном морском регионе. Апогеем турецкой экспансии в Ливии стал ввод войск в январе 2020 года¹⁰. Поддержка Турцией ПНС, которое уже потеряло контроль над практически всеми жизненно важными территориями Ливии, несомненно продлит период нестабильности в стране.

Подобная агрессивная политика Турции в средиземноморье несомненно настраивают против нее не только государства вышеупомянутого региона, но и Франции и США. Так же, как и в Сирии, интересы России и Турции в Ливии сталкиваются, учитывая, что Россия поддерживает Х.Хафтара, учившегося еще в СССР пророссийского ливийского лидера.

Фокус так же необходимо сделать на развитии турецко-украинского сотрудничества, выразившегося среди прочего поставкой турецких беспилотных летательных аппаратов Bayraktar TB2 на Украину¹¹. Подобная акция может в будущем привести к эскалации конфликта на Донбассе, что, несомненно, является угрозой безопасности для России.

Говоря в этом контексте о потенциальных рисках для России, можно отметить, что недавно турецкий государственный телеканал опубликовал карту с зонами турецких интересов, которая включает в том числе значительную часть территории юга России с ее тюркскими и мусульманскими республиками¹². Важно отметить, что раньше Турция была вестернизированной, ориентированной на Запад страной. Сегодня это время проходит: Турция больше ориентирована на собственные геополитические интересы и на Восток. Причем если раньше Турция была моделью мусульманской страны светского толка, то сейчас Турция позиционирует себя как государство умеренного исламского типа, модели развития которой хотят следовать как региональные, так и внерегиональные государства.

¹⁰ DW. [Электронный ресурс]: Turkey begins deploying troops to Libya, says Erdogan. – Режим доступа: <https://www.dw.com/en/turkey-begins-deploying-troops-to-libya-says-erdogan/a-51894454>

¹¹ Военное обозрение. [Электронный ресурс]: Турция завершила поставки беспилотников Bayraktar TB2 на Украину. Режим доступа: <https://topwar.ru/163970-turcija-zavershila-postavki-bespilotnikov-bayraktar-tb2-na-ukrainu.html>

¹² Военное обозрение. [Электронный ресурс]: В Турции показали карту с зонами турецких интересов на российской территории. Режим доступа: <https://topwar.ru/179917-v-turcii-pokazali-kartu-s-zonami-tureckogo-vlijanija-na-rossijskuju-territoriju.html>

Именно поэтому дальнейшая экспансия Турции может привести к появлению тенденций сепаратизма на Юге России, а также к проникновению в республики радикальных исламистских элементов, которые приведут к усилению террористической опасности в республиках, где и так достаточно хрупкая стабильность. Несмотря на то, что это не является официальным заявлением турецких властей, Российскому руководству необходимо пристально следить за экспансионистской политикой Турции, и при необходимости предпринимать действия для предотвращения угроз территориальной целостности и суверенитета своего государства.

В заключении хотелось бы отметить, что Россия в своей внешней политике акцентирует внимание на угрозе со стороны НАТО, в то время как со стороны Турции исходит, возможно, наиболее серьезная угроза. Сейчас российское руководство делает активные шаги по выстраиванию добрососедских отношений с Турцией, однако, учитывая все факты столкновения интересов России и Турции в различных регионах Ближнего Востока, в том числе в Сирии, Ливии, Арцахе, возможно, необходимо внесение коррективов в концепцию внешней политики России относительно Турции.

PRÁVNÍ VĚDY

Цих Д.С.

ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ САНКЦИИ ЗА ЗЛОУПОТРЕБЛЕНИЯ КОРПОРАТИВНЫМИ ПРАВАМИ УЧАСТНИКАМИ ХОЗЯЙСТВЕННЫХ ОБЩЕСТВ

Аннотация. Гражданское законодательство закрепляет принцип добросовестности в качестве ключевого при возникновении и развитии корпоративных отношений между участниками хозяйственных обществ. Обратная сторона такого принципа – злоупотребление правом, то есть недобросовестное осуществление возложенных в связи с возникновением указанных выше отношений правомочий.

Участники хозяйственных обществ наделяются одинаковыми правами, однако на практике они не всегда соблюдают это равное положение и выходят за рамки дозволенного.

Привлечение участников хозяйственных обществ как сторон корпоративных отношений к юридической ответственности имеет свои нюансы, о которых и пойдёт речь в статье.

Ключевые слова: злоупотребление правом, юридическая ответственность участников хозяйственных обществ, корпоративные отношения, добросовестность.

Реформа гражданского законодательства внесла свои коррективы во взаимоотношения участников гражданских правоотношений. Изменения коснулись и области корпоративных правоотношений, которые впоследствии были выделены в самостоятельную отрасль гражданско-правовых отношений.

Говоря о корпоративных правах участников хозяйственных обществ, стоит отметить такую особенность, как общие стандарты для реализации субъективного права конкретным участником и установленные ограничения, которые не позволяют участникам выходить за пределы реализации предоставленных прав [4, с.4]. В противном же случае действия участников хозяйственных обществ приравниваются к злоупотреблению корпоративным правом.

Сравнивая корпоративные отношения с иными отраслями гражданских правоотношений, в последних общество закрепляет общие интересы совместно с интересами отдельных индивидов, чего как раз и не скажешь про корпоративные права и интересы участников хозяйственных обществ – разные интересы, но единый субъект права.

Безусловно, в корпоративных правоотношениях возникают столкновения интересов, не всегда все участники едины во взглядах и целях. Некоторые хотят получить больше прибыли, поэтому прибегают к разным способам, чтобы воспользоваться правом, но совершая при этом действия, прямо запрещённые законом.

Все средства хороши, но не все из них правомерны. По этой причине необходимо тщательно регулировать корпоративные правоотношения в хозяйственных обществах, а их участников своевременно привлекать к юридической ответственности.

Однако, здесь существует пробел в праве – на законодательном уровне не закреплён состав правонарушения, именуемый злоупотреблением права. Суд вправе сам решать как квалифицировать совершённое деяние [6].

Как показывает практика, всё больше обращений ежедневно поступают в судебные органы, связанные именно со злоупотреблением правом в корпоративных правоотношениях [2, с.2]. Суды, в свою очередь, руководствуются только своим субъективным мнением при рассмотрении дел, зачастую выносят решения ошибочно квалифицируя правонарушение.

Согласно гражданскому законодательству, хозяйственные общества – это корпоративные коммерческие организации, уставный капитал которых делится на доли учредителей (участников). Имущество, которое создаётся за счёт таких вкладов, принадлежит хозяйственному обществу, но не его участникам [1, п.1 ст.66]. Кроме того, вещные права в данном случае отсутствуют.

Отсюда следует вывод, что имущество для участников хозяйственных обществ является чужим, они могут его похитить, тем самым злоупотребив своими корпоративными правами. В результате возникает основание для привлечения виновных к уголовной ответственности.

Проблемными моментами в области применения санкций к участникам корпоративных отношений в хозяйственных обществах выступают

некорректные правовые нормы в гражданском законодательстве, отсутствие обобщённой судебной практики, большое число диспозитивных норм, которые участники используют с выгодой для себя и трактуют их в том ключе, в котором это удобно для них, нарушая при этом принцип добросовестности [3, с.1].

Участники хозяйственных обществ наделяются большим числом прав, среди которых управление делами, участие в распределении прибыли, участие в голосовании по вопросам распределения и установления компетенции. Учредительные документы могут содержать и дополнительные правомочия [5, с. 36].

Некорректность гражданского законодательства заключается в том, что злоупотребление правом предполагает причинение вреда третьему лицу, что карается по закону [1, ст. 10]. Однако, говоря о корпоративных правоотношениях между участниками хозяйственного общества, стоит отметить, что цель таких объединений – получение прибыли. По этой причине злоупотребляя правом участники скорее всего преследуют материальный интерес, не стараясь при этом ущемить права третьих лиц [2, с. 3].

Такую позицию высказали М.В. Воронская, Е.О. Василенко. С мнением авторов стоит согласиться. Исправить положение было бы целесообразно внеся дополнения в статью 10 Гражданского кодекса РФ, а также детально исследовать материалы дела в суде, руководствуясь положениями законодательной базы и закрепив состав правонарушения «злоупотребление корпоративным правом».

Кроме того, в Гражданском кодексе РФ отсутствуют положения в отношении юридической ответственности за имущественный вред, причинённый лицом, злоупотребившим правом. Автор Механошина Н.А. считает, что необходимо внести соответствующие дополнения, которые были регулировали последствия при нарушении пределов реализации возложенных правомочий [3, с.2]. Точку зрения автора поддерживаем. Таким образом сократится число правонарушений.

Злоупотребление правом со стороны участников корпоративных правоотношений в хозяйственных обществах может выражаться разными способами:

Дарение своей доли с недобросовестными целями, например отчуждение части доли третьему лицу.

Преимущественное право покупки.

Продажа доли и т.п.

Мерами ответственности при злоупотреблении корпоративным правом выступают неустойка, убытки (доказать их причинение в корпоративных отношениях крайне сложно), признание решение органа хозяйственного общества недействительным.

Анализ судебной практики показывает, что этих мер недостаточно.

Российские правоведы предлагают перенять зарубежный опыт и дополнительно ввести такие санкции как:

Принудительный выкуп доли, который лишает участника членства в хозяйственном обществе.

Возмещение потерь пострадавшей стороне. В Гражданском кодексе РФ на данный момент такое положение отсутствует именно в области корпоративных правоотношений.

Исполнение обязательств в натуре, а в случае неисполнения – возмещение убытков и уплата неустойки [7].

Для устранения выше перечисленных проблем необходимо реформировать положения гражданского законодательства, связанные с защитой прав участников хозяйственных обществ.

Стоит тщательно регламентировать в учредительных документах процедуры избрания управляющего, принципы взаимодействия участников, пределы осуществления их прав.

Тотальный контроль за руководством филиалов и представительств – ещё одна мера, которая сделает работу хозяйственных обществ прозрачной.

Установление общих критериев при проведении сделок между юридическими лицами и участниками хозяйственных обществ для того, чтобы последние не смогли действовать в личных интересах, нарушая цели общества.

Применение всех перечисленных мер позволит активно бороться с ситуациями злоупотребления корпоративными правами со стороны участников хозяйственных обществ.

Список литературы:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 г. № 51-ФЗ (ред. от 09.03.2021 г.) [Электронный ресурс] // URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/ (дата обращения 29.03.2021 г.).
2. Воронская М.В., О.Е. Василенко Злоупотребление правом участниками хозяйственных обществ // Территория новых возможностей. Вестник ВГУЭС. – 2020. – № 4. – С.3.
3. Механошина Н.А. Злоупотребление правом в корпоративных отношениях // Известия Алтайского государственного университета. – 2018. – № 6. – С. 2.
4. Овчинникова С.П, Ващенко А.В. Злоупотребление правом в корпоративных отношениях: понятие, особенности, признаки // Философия права. – 2018. – № 3 (86). – С.4.
5. Смирнова Я.А. Злоупотребление корпоративными правами участниками хозяйственных обществ: дис. ... канд. наук: 12.00.03. – М., 2000. – 246 С.
6. Злоупотребление правом в корпоративных отношениях [Электронный ресурс] // URL: https://pravo.cliff.ru/about/publications/korporativnoe-pravo/korporativnoe-pravo_175.html (дата обращения 29.03.2021 г.)
7. Ответственность за нарушение условий корпоративного договора [Электронный ресурс] // URL: https://zakon.ru/blog/2020/04/17/otvetstvennost_za_narushenie_uslovij_korporativnogo_dogovora (дата обращения 29.03.2021 г.)

Pracovní právo a právo sociálního zabezpečení

Деменева Н.А.,

*федеральный судья в отставке, кандидат социологических наук, доцент,
Россия*

ЗАЩИТА ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ ОТ ДИСКРИМИНАЦИИ

Аннотация: В условиях рыночной экономики инвалиды и лица с ограниченными возможностями здоровья не в состоянии конкурировать с работниками, не имеющими ограничений в трудовой деятельности и не нуждающихся в дополнительных инвестициях на оборудование рабочих мест и производственной инфраструктуры, и именно поэтому, рассматриваемая категория граждан особо нуждается в поддержке со стороны государства.

Ключевые слова: труд, дискриминация, защита, инвалиды, лица с ограниченными возможностями, рыночная экономика, здоровье, права.

Актуальность выбранной нами темы научного исследования связана с тем, что в современных условиях «состояние здоровья или история болезни человека не дают права на его дискриминацию. Состояние здоровья не должно, без веских на то оснований, влиять на трудоустройство или продвижение по службе, поэтому цель настоящей статьи заключается в обеспечении полного и равного осуществления инвалидами и людьми с ограниченными возможностями здоровья своих трудовых прав и в защите их от дискриминации». (9. С. 286-287.)

Особый вклад в изучение социально-правовых проблем, связанных с трудом инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, внесли такие ведущие ученые России, как Антипьева Н.В., Андреева О.С., Васильева Н.В., Голенкова З.Т., Гришина Л.П., Деменева Н.А., Добровольская Т.А., Осадчих А.И., Сыроватская Л.А., Сошникова Т.А., Толкунова В.Н., Ткаченко В.С., Храмов И.С., Шабалина Н.Б. и др.

Принцип равенства прав предполагает, что потребности всех работников имеют одинаково важное значение, что эти потребности должны служить основой планирования в обществе и, что все средства следует использовать так, чтобы каждый работник имел равные возможности для участия в жизни общества.

Деменева Н.А. отмечала: «в целях достижения гендерного равенства в социально-трудовых отношениях, работодатель независимо от формы собственности, должен обеспечить равные возможности для женщин и мужчин при найме на работу и равный доступ к вакантным рабочим местам, то есть не допускать дискриминацию по признаку пола...».(1. С. 80-81)

Рассмотрим понятия - «инвалид» и «лицо с ограниченными возможностями».

Инвалид (от лат. *invalidus*-слабый, немощный), лицо, частично или полностью утратившее трудоспособность. (2. С.487)

К инвалидам относят лиц с устойчивыми физическими, психическими, интеллектуальными или сенсорными нарушениями, которые при взаимодействии с различными барьерами могут мешать их полному и эффективному участию в жизни общества наравне с другими».

Лица с ограниченными возможностями здоровья - люди с физическими и (или) психическими недостатками, имеющие ограничение жизнедеятельности, обусловленное врожденными, наследственными, приобретенными заболеваниями или последствиями травм.

Суть различия понятий «люди с ограниченными возможностями здоровья-инвалиды» состоит в том, что инвалиды характеризуются наличием более стойкого расстройства функций организма, приводящее к необходимости его социальной защиты.

Авторы отмечали: «инвалидом является человек, «страдающий физическим или умственным нарушением (душевные расстройства), имеющим существенное и продолжительное неблагоприятное воздействие на способность осуществлять нормальную повседневную деятельность». В понятие «инвалидность» входят психические расстройства и физические заболевания». (3. С. 410).

«*Инвалидность*» включает в себя значительное число различных функциональных ограничений, которые встречаются среди населения во всех странах мира. Люди могут стать инвалидами вследствие физических, умственных или сенсорных дефектов, состояния здоровья или психических заболеваний. Такие дефекты, состояния или заболевания по своему характеру могут быть постоянными или временными.

«*Нетрудоспособность*» означает утрату или ограничение возможностей участия в жизни общества наравне с другими. Он предполагает отношение между инвалидом и его окружением. Этот термин применяется с целью подчеркнуть недостатки окружения и многих аспектов деятельности общества, в частности, в области информации, связи и образования, которые ограничивают возможности инвалидов участвовать в жизни общества наравне с другими».

В России установление статуса «инвалид» осуществляется учреждениями медико-социальной экспертизы и представляет собой медицинскую и юридическую процедуру. Установление группы инвалидности обладает юридическим и социальным смыслом, так как предполагает определенные особые взаимоотношения с обществом: наличие льгот, выплата пенсии по инвалидности, ограничения в работоспособности и дееспособности.

Выделяют две концептуальные модели инвалидности.(4. С. 49-50)

Медицинская модель рассматривает инвалидность как свойство, присущее человеку в результате болезни, травмы или иного воздействия на состояние здоровья, которое требует медицинской помощи в виде непосредственного лечения у специалистов. Инвалидность по этой модели требует медицинского или иного вмешательства или лечения с тем, чтобы «исправить» проблему человека.

Социальная модель рассматривает инвалидность, как социальную проблему, а не как свойство человека. Такая модель способствует интеграции инвалидов в общество, т.е. создание доступной среды (пандусов и специальных подъемников для инвалидов с физическими ограничениями, для слепых дублирование визуальной и текстовой информации по Брайлю и дублирование звуковой информации для глухих на жестовом языке), а также поддержание мер, способствующих трудоустройству в организации и др.

Согласно Всеобщей декларации прав человека, Международному пакту об экономических, социальных и культурных правах, Международному пакту о гражданских и политических правах и др., закрепленные и провозглашенные в данных документах права, в том числе, в сфере труда, должны быть в равной степени гарантированы всем лицам без какой-либо дискриминации.

Н.А. Деменева отмечала: «инвалиды традиционно являются дискриминируемой группой, которые во многих областях не могут добиться равного обращения. Несмотря на принятие международным сообществом ряда соответствующих документов, дискриминация в отношении инвалидов сохраняется практически во всех странах, хотя развитые государства принимают эффективные меры в этом направлении». (5)

«Дискриминация по признаку «инвалидности» означает любое различие, исключение или ограничение по причине инвалидности, целью или результатом которого является умаление или отрицание признания, реализации или осуществления наравне с другими всех прав человека и основных свобод в политической, экономической, социальной, культурной, гражданской или любой иной области». (6. С. 104)

Н.А.Деменева отмечала: «дискриминация может усугубляться такими проблемами, как физическая доступность работы и транспорт, которые могут решаться с помощью соответствующей политики и практических мер, направленных на приведение условий труда в соответствии с нуждами работников». (7. С. 96)

Довольно часто, работодатели предлагают инвалидам и людям с ограниченными возможностями здоровья выполнение низкооплачиваемой, неквалифицированной или не престижной работы, относят их к группе работников, которых нанимают последними, а увольняют первыми. Наиболее распространенной формой дискриминации является отказ в предоставлении возможности работать вообще, либо работать с учетом возможностей и способностей инвалидов и людей с ограниченными возможностями здоровья. По имеющимся оценкам, уровень безработицы среди инвалидов достигает во многих развивающихся странах 80% и более.

Инвалиды и люди с ограниченными возможностями здоровья сталкиваются также с дискриминацией на рынке труда из-за того, что работодатели и коллеги по работе имеют неверное представление об их

возможностях, а также из-за отсутствия адаптированной к их нуждам производственной среды. Работодатели, нанимающие инвалидов и людей с ограниченными возможностями здоровья, также сталкиваются с двойной проблемой: издержки в связи с наймом инвалидов могут возрасти, если они нуждаются в особых условиях или если необходимо внести коррективы в окружающую их физическую среду, и производительность труда инвалидов может страдать из-за нарушений здоровья, приведших к инвалидности.

Деменева Н.А., Деменев И.В. отмечали: «отдельной проблемой является отсутствие специально разработанных для этой категории лиц государственных образовательных стандартов, программно-методического сопровождения». (8. С. 299-304)

Мы полагаем целесообразным ввести налоговые льготы, стимулирующие работодателей к созданию новых рабочих мест для инвалидов и людей с ограниченными возможностями здоровья. Используя средства массовой информации, необходимо повышать просвещенность общества в вопросах инвалидности и укреплять уважение трудовых прав инвалидов и людей с ограниченными возможностями здоровья; вести борьбу с предрассудками в отношении инвалидов и людей с ограниченными возможностями здоровья, в том числе, на почве половой принадлежности, возраста и др. Законодатель может рассмотреть возможность создания правовых механизмов подачи исков для защиты трудовых прав и интересов инвалидов и людей с ограниченными возможностями здоровья.

В заключении хотелось бы отметить, что в России инвалиды и люди с ограниченными возможностями здоровья должны получить возможность реализовывать свои трудовые права в полном объеме. Как в сельской местности, так и в городах они должны иметь равные возможности для занятия производительной и приносящей доход трудовой деятельности на рынке труда без какой-либо дискриминации.

Литература:

1. Деменева Н.А. Дискриминация женщин. монография / Н.А. Деменева. Новосибирск, 2007.
2. Большой энциклопедический словарь: 2-т. Гл. ред. А.М. Прохоров. - М.: Сов. энциклопедия, 1991. Т.1. 1991. С.487.

3. *Торрингтон Дерек, Холл Лаура, Тэйлор Стивен* Управление человеческими ресурсами. М.: Изд-во «Дело и Сервис».2004.С.410.
4. *Деменева Н.А.* Основания дискриминации. научно-практическое пособие / Н. А. Деменева. Новосибирск, 2011. С.49-50.
5. *Деменева Н.А.* Америка против дискриминации. научно-практическое пособие / Н. А. Деменева. Новосибирск, 2009.
6. *Деменева Н.А.* Основания дискриминации. научно-практическое пособие / Н. А. Деменева. Новосибирск, 2011. 104с.
7. *Деменева Н.А.* Защита от дискриминации в сфере труда: проблемы теории. монография (в 2-х ч.) / Н. А. Деменева. Новосибирск, 2015г. С.96.
8. *Деменева Н.А., Деменев И.В.* Проблемы обеспечения прав детей-инвалидов в России: пути их решения// В сборнике: Conduct of modern science - 2015. 2015. С.299-304.
9. *Деменева Н.А.* «Нетрудоспособность» - одно из частных оснований дискриминации работников в сфере // Проблемы научной мысли. 2017. Т. 1. № 1. С. 286-287.

Студент Уваров А.М.

*Национальный исследовательский институт «Высшая школа экономики»,
Россия*

*Общecerковная аспирантура и докторантура
им. святых равноапостольных Кирилла и Мефодия, Россия*

ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ ОБЯЗАТЕЛЬСТВ ГОСУДАРСТВА СОГЛАСНО КОНСТИТУЦИОННОЙ РЕФОРМЕ 2020 Г.

В современном мире научных исследований активно внедряется такое понятие, как «социальные обязательства государства». Согласно теории общественного сектора, блага социальной значимости можно объединить в особую категорию благ экономического характера. В число таких благ входят услуги по предоставлению образования, медицинской помощи, доступа к социокультурному опыту и прочим социально значимым услугам. Под социально-значимыми благами следует понимать такие блага, для которых присущи качества блага частного характера. Однако потребление данной категории благ имеет общественно-значимое значение и социальный интерес граждан. Положительный эффект отражается на уровне качества жизни населения [3]. Предоставление населению полноценных социальных благ способствует удовлетворению социальных интересов населения и кумуляции эффекта в отношении указанных интересов.

В 50-70-е гг. XX столетия, когда развитые государства устанавливали вектор на социальную политику, особую популярность приобрела концептуальная теория «государства всеобщего благоденствия». В соответствии с положениями данной теории, главной целью государственной деятельности должно быть формирование условий для достойного уровня человеческой жизни.

Отличительной чертой государств, следующих курсом теории «государства всеобщего благосостояния», выступает трудовая декоммодификация [11]. Суть данного процесса сводится к развитию государственных и общественных фондовых структур как финансовых источников развития комплекса социальных услуг, который является фактором человеческого воспроизводства в социуме [1]. Под трудовой декоммодификацией следует понимать термин комплексного содержания. Суть термина сводится к производству оценочной деятельности при

помощи критериев количественного характера, и в призме форм предоставления социальных услуг [4].

Согласно положениям теории человеческого капитала, социальное государство приобретает иной смысловой функционал в контексте возросшей роли систематически производимых инвестиций. Социальное государство в призме данной концепции – это государство социальных инвестиций [4]. Важна организация трансформации государства благосостояния в общество благосостояния [2]. Теория человеческого капитала придаёт социальную значимость в рамках социальной политики помимо государственных органов местному самоуправлению и институциональным гражданским формированиям.

В условиях современного мира в целях организации эффективной социальной политики, реализующей государственные социальные функции, государство должно установить принципы активного сотрудничества с негосударственным экономическим сектором. Подобное обуславливается общественной демократизацией. Реализация социальных потребностей граждан рассматривается как процесс, каждый участник которого обладает долей ответственности. Все участники социальной политики обязаны чётко сформулировать цель и детально проработать механизмы предоставления социальных услуг.

В ситуации, когда доходный уровень стабильно и безостановочно снижается, страны всё чаще стараются уменьшить нагрузку собственных социальных обязательств на бюджет. Это отражается в таких моментах, как принятие «конкурентной модели» в социальной политике, а также отказ от установления социального равенства временно или на постоянной основе [7]. В условиях экономического кризиса каждое государство устанавливает приоритет в разрешении проблем ресурсного распределения с учётом ограниченности имеющейся ресурсной базы. Дальней перспективой становится социальная стабилизация и организация социальной справедливости. Иными словами, государственные расходы в сфере социальной политики минимизируются. Традиционно сформированная модель социальной политики не отвечает требованиям современного положения дел, что обуславливает важность организации реформирования и реструктуризационных мероприятий в отношении государственных обязательств в сфере социальной поддержки.

Законодательные преобразования в сфере социальной политики и прав социального содержания часто не носят систематический и продуманный характер.

Они хаотичны и беспорядочны. К примеру, социальное реформирование одновременно организуется в областях социальных услуг и пенсионного обеспечения. Принципы реформирования данных областей разительно отличаются. Пенсионное право претерпело серьёзные изменения по причине необходимости снижения уровня финансовой нагрузки на бюджет в связи с дефицитом средств Пенсионного фонда. Стратегия долгосрочного развития пенсионной системы Российской Федерации и новое законодательство [10] формируют модель регулирования пенсионных отношений, характерную для советской правовой системы. Размер пенсии попадает в зависимость от рассмотрения вышестоящими инстанциями. Возвращается концептуальный принцип непрерывности трудового стажа. Происходит минимизация взносов накопительного свойства и страхового обеспечения. Данная реформа закрепляет более высокий уровень вмешательства государства в установлении размеров пенсионных выплат по достижению старости.

Параллельно с данной реформой разрабатывается Федеральный закон от 28 декабря 2013 г. № 442-ФЗ «Об основах социального обслуживания граждан в Российской Федерации». Положениями данного Закона предусматривается индивидуализация разрабатываемых программных планов по предоставлению услуг социального содержания. Закон №442-ФЗ базируется на принципиальных установках, в число которых входят формирование рынка, где в заявительной форме реализуются социальные услуги в качестве товаров; увеличение субъектного объёма организация, которые занимаются предоставлением рассматриваемых услуг с использованием инвестиций их негосударственных структур; предоставление услуг на бесплатной основе в соответствии с адресом проживания. Бесплатность некоторых социальных услуг доступна в отношении льготных категорий граждан, попавших в трудную жизненную ситуацию, и др. Это обеспечивает стимулирование лишь в отношении семей, страдающих от бедности.

В соответствии с законодательством РФ, на территории нашей страны существует единственная форма учёта доходов получателей. Она заключается в сравнении показателей дохода гражданина с установленным размером прожиточного минимума. Со стороны правоведов-экономистов данная форма подвергается активной критике из-за излишнего субъективизма в расчётах и в условиях отсутствия обсуждения с общественными кругами. Прожиточный минимум был закреплён на законодательном уровне в правовом пространстве РФ в 1992 году [9]. Данный показатель ввёл Президент в соответствии с собственным указом, где помимо указанного показателя вводится «минимальный

потребительский бюджет» (МПБ). Прожиточный минимум преподносился как временное решение проблем на период, пока власть не установит критерии МПБ.

Важно понимать, что прожиточный минимум как показатель обладает минимальными информативными возможностями. Числовое значение минимума не показатель. Она приобретает значение в сравнении с величиной минимального размера оплаты труда (МРОТ). Согласно положениям ТК РФ, МРОТ обязательно должен быть зафиксирован на уровне не менее высоким, чем размер прожиточного минимума, в соответствии с п. 1, ст. 133. Но в условиях современного мира данный пункт приобретает больше формальный и декларативный характер. До поправок в Конституции отсутствовала законодательная база, фиксирующая порядок и сроки поэтапного достижения соответствия между МРОТ и прожиточным минимумом (ст. 421 ТК РФ) [8].

Также, необходимо отметить рекомендации Российской трехсторонней комиссии по регулированию социально-трудовых отношений на 2018 г. [5], в которых предусмотрены параметры увеличения гарантированной части заработной платы отдельных категорий работников при обеспечении дифференциации в оплате труда в зависимости от квалификации.

Все отмеченное выше не только приведет к росту бюджетных расходов, но и может усилить отток квалифицированных кадров из органов государственной власти и органов местного самоуправления, а в ряде случаев возможно возникновение социальной напряженности в отдельных бюджетных учреждениях.

По этим причинам необходимо:

- обеспечить финансирование новых расходных обязательств, связанных с увеличением МРОТ с 1 мая 2018 г.;

- скорректировать действующие системы оплаты труда работников бюджетных учреждений, государственных гражданских служащих, а также иных работников органов государственной власти и пересмотреть нормативы оплаты труда.

При разработке комплекса мероприятий следует решать проблемы стимулирования и повышения производительности труда работников бюджетных учреждений. Требуется разработка системы материального стимулирования, направленной на оценку эффективности их деятельности.

В России правовое регулирование социальных обязательств государства в период конституционной реформы 2020 г. опирался на ряд следующих нормативных актов:

Закон РФ о поправке к Конституции РФ от 14.03.2020 N 1-ФКЗ «О совершенствовании регулирования отдельных вопросов организации и функционирования публичной власти»;

Указ Президента РФ от 17.03.2020 N 188 (ред. от 25.03.2020) «О назначении общероссийского голосования по вопросу одобрения изменений в Конституцию Российской Федерации»;

Заключение Конституционного Суда РФ от 16.03.2020 N 1-3 «О соответствии положениям глав 1, 2 и 9 Конституции Российской Федерации не вступивших в силу положений Закона Российской Федерации о поправке к Конституции Российской Федерации «О совершенствовании регулирования отдельных вопросов организации и функционирования публичной власти», а также о соответствии Конституции РФ порядка вступления в силу ст. 1 данного Закона в связи с запросом Президента РФ».

16 марта 2020 г. КС РФ дал заключение о том, что все одобренные законодателем поправки к Конституции ей соответствуют. Затем президент назначил общероссийское голосование на 22 апреля, но из-за коронавируса его пришлось перенести на 1 июля 2020 г.

Рассмотрим, какие поправки к Конституции Российской Федерации в социальной сфере были приняты по итогу голосования.

В области семейных ценностей был сделан акцент на гармоничное развитие ребенка, воспитание патриотических чувств и уважения к старшим поколениям. Согласно ст.67¹ «Дети являются важнейшим приоритетом государственной политики России. Государство создает условия, способствующие всестороннему духовному, нравственному, интеллектуальному и физическому развитию детей...» [6]. Статья 72 декларирует защиту семьи, отцовства, детства, ценность брака и воспитания детей в семье, обязанность по заботе совершеннолетних детей о родителях [6]. В статье 114 говорится об обеспечении Правительством РФ единой социально ориентированной государственной политики при поддержке семьи и семейных ценностей [6].

Поправки к Конституции защищают человека труда как опору семьи и страны, а именно: минимальный размер оплаты труда не будет меньше величины прожиточного минимума, гарантируется обязательное социальное страхование [6].

Статья 75¹ гарантирует «защиту достоинства граждан и уважение человека труда» [6]. Статья 114 утверждает регулирование Правительством РФ трудовых отношений [6].

Что касается социальных гарантий, государство обещает независимость обязательности и регулярности социальной помощи от кризисов и других потрясений. Гарантируется индексация пенсий, пособий, социальных выплат не реже одного раза в год, создание доступной среды инвалидам (статья 75) [6].

Последнее, доступная и качественная медицина. Все уровни власти обязаны заботиться об обеспечении медицинской помощи гражданам, создании условий для оказания ее на высоком уровне независимо от места жительства человека. Кроме того, в ведении Российской Федерации и ее субъектов находится вопрос об организации условий ведения здорового образа жизни и формирования культуры ответственного отношения к здоровью (статья 72) [6]. Статья 132 закрепляет ответственность органов местного самоуправления в обеспечении доступности медицинской помощи для всех граждан [6].

Таким образом, система социальных гарантий выступает в качестве фактора общественного развития и повышения уровня конкурентоспособности экономически активного населения при условии, что данная система соответствует перечню государственных обязательств. Указанный фактор исполняет роль дополняющего к личной ответственности каждого гражданского лица в отношении собственного экономического состояния. Важно понимать, что состояние граждан находится в зависимости от реализации государственных обязательств по социальному обеспечению.

Так, поправки к Конституции Российской Федерации захватили многие аспекты социальной сферы. В перспективе они обещают стать надежным фундаментом для благополучного становления социального государства в России. Однако объективную оценку данной реформе можно будет дать по прошествии времени.

Литература:

1. Esping-Andersen G. *Citizenship and Socialism. Decommodification and Solidarity in the Welfare State // Stagnation and Renewal of Social Policy: the Rise and Fall of Policy Regimes* / eds. G. Esping-Andersen, L. Rainwater. – London: Division for International Cooperation, 1987. – P. 86.
2. Giddens A. *The Third Way. The Renewal of Social Democracy*. – Manchester : Manchester University Press, 1998. – P. 117.

3. Ахинов Г.А., Жильцов Е. Н. Экономика общественного сектора : учеб.пособие. М., 2008. – С. 78.
4. Бурджалов Ф. О типологии социальной политики // Социально-экономические модели в современном мире и путь России : в 2 кн. / Междунар. ассоц. Акад. наук РАН ; под ред. К.И. Микульского. Кн. 2: Социально-экономические модели (из мирового опыта). М., 2005. – С. 259.
5. Единые рекомендации по установлению на федеральном, региональном и местном уровнях систем оплаты труда работников государственных и муниципальных учреждений на 2018 г. (утверждены решением Российской трехсторонней комиссией по регулированию социально-трудовых отношений от 22 декабря 2017 г., протокол № 11) // Бюллетень трудового и социального законодательства РФ. – № 1. – 2018.
6. Конституция Российской Федерации. Законы о флаге, гербе и гимне Российской Федерации. – М.: ВАКО, 2020. – С.21-57.
7. Люблинский В.В. Социальная политика в странах Запада: новые вызовы и характер трансформации // Вестник Института социологии, 2010. – № 1.
8. Скачкова Г.С. Реализация в трудовом законодательстве и на практике положений Конституции РФ // XX лет Конституции РФ: юридическая наука и практика / Отв. ред. А.Г. Лисицын-Светланов. М., 2013. – С. 249.
9. Указ Президента РФ от 2 марта 1992 г. № 210 «О системе минимальных потребительских бюджетов населения Российской Федерации» // Ведомости РФ, 1992. – № 11. Ст. 558; Указ Президента СССР от 21 мая 1991 г. № УП-1995 «О минимальном потребительском бюджете» // Ведомости СССР, 1991. – № 22. Ст. 647 (на практике не применялся).
10. Федеральный закон «О страховых пенсиях»; Федеральный закон от 28 декабря 2013 г. № 424-ФЗ «О накопительной пенсии» // СЗ РФ, 2013. – № 52. Ст. 6965.
11. Экономика общественного сектора : учебник / под ред. П.В. Савченко, И.А. Погосова, Е.Н. Жильцова. М., 2009. – С. 277.

CONTENTS

EKONOMICKÉ VĚDY

Podniková ekonomika

Хусаинова Е.А., Сайранова А.Р., Ахметшина Р.Р. МЕРОПРИЯТИЯ ПО ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОМУ ОЗДОРОВЛЕНИЮ ПРЕДПРИЯТИЯ..... 3

Рысина В.А. НАЛОГОВАЯ НАГРУЗКА КАК ФАКТОР ВОЗДЕЙСТВИЯ НА ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ПОЛОЖЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЙ 6

Мухаметзянова Д.С., Гарипова И.И., Хусаинова Е.А. ПРИЧИНЫ И ПРОЦЕДУРЫ БАНКРОТСТВА ХОЗЯЙСТВУЮЩЕГО СУБЪЕКТА..... 12

Státní nařizení hospodářství

Павлова А.К., Хусаинова Е.А. ПРОБЛЕМЫ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ В РОССИИ 17

Makroekonomie

Асхадуллина Р.И., Хусаинова Е.А. ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ В ЭНЕРГЕТИКЕ..... 20

Лаврова А.П. МЕСТО РОССИИ В МИРОВОМ РЕЙТИНГЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ..... 23

Investiční aktivita a kapitálových trzích

Овчинникова А.Н., Ткаченко А.О. ФОРМИРОВАНИЕ ПОРТФЕЛЯ ЦЕННЫХ БУМАГ 29

Řízení lidských zdrojů

Артемьев А.А., Блинова А.И., Завьялова С.И., Лепехин И.А. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ ОРГАНИЗАЦИИ..... 32

Marketing a management

Голубов И.И. К ВОПРОСУ УГЛУБЛЕНИЯ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПТИЦЕФАБРИКЕ ПЕРЕПЕЛОВОДЧЕСКОГО НАПРАВЛЕНИЯ 37

Účetnictví a audit

Хусаинова Е.А., Нурмухаметова Г.Р., Хабибуллина Р.Р. БАНКРОТСТВО: ОСОБЕННОСТИ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В ПЕРИОД НАБЛЮДЕНИЯ..... 52

Matematické metody v ekonomii

Пиль Э.А. РАСЧЕТ Х5EUL И ПОСТРОЕНИЕ 3D-ГРАФИКОВ ДЛЯ ?VEUL 56

Пиль Э.А. ПОСТРОЕНИЕ 3D-ГРАФИКОВ ?VEUL ИСПОЛЬЗУЯ ПЕРЕМЕННУЮ X5EUL	59
--	-----------

HISTORIE

Кошелев С.А. МЕРЫ ГОСУДАРСТВА ПО ПРЕДОТВРАЩЕНИЮ РАСПРОСТРАНЕНИЕ НОВОЙ КОРОНАВИРУСНОЙ ИНФЕКЦИИ В СРЕДНЕМ ПОВОЛЖЬЕ (НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ МОРДОВИЯ).....	62
---	-----------

POLITIKA

Regionální politické procesy

Мкртчян А.А. УСИЛЕНИЕ ГЕОПОЛИТИЧЕСКОГО ВЛИЯНИЯ ТУРЦИИ. РИСКИ ДЛЯ РОССИИ	67
--	-----------

PRÁVNÍ VĚDY

Цих Д.С. ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ САНКЦИИ ЗА ЗЛОУПОТРЕБЛЕНИЯ КОРПОРАТИВНЫМИ ПРАВАМИ УЧАСТНИКАМИ ХОЗЯЙСТВЕННЫХ ОБЩЕСТВ ...	72
--	-----------

Pracovní právo a právo sociálního zabezpečení

Деменева Н. А. ЗАЩИТА ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ ОТ ДИСКРИМИНАЦИИ	77
--	-----------

Уваров А.М. ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ ОБЯЗАТЕЛЬСТВ ГОСУДАРСТВА СОГЛАСНО КОНСТИТУЦИОННОЙ РЕФОРМЕ 2020 Г.	83
---	-----------

CONTENTS.....	90
----------------------	-----------

287956
287982
287998
287961
287910
287994
288008
287963
287880
287987
287783
287784
288050
287854
287669
287900
287980