

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ
ПЕНЗЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
Институт Экономики и Управления
МЕЖДУНАРОДНАЯ АКАДЕМИЯ ОРГАНИЗАЦИИ ПРОИЗВОДСТВА
МЕЖОТРАСЛЕВОЙ НАУЧНО-ИНФОРМАЦИОННЫЙ ЦЕНТР ПГАУ**

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

**VIII Международная
научно-практическая конференция**

Сборник статей

20-21 апреля 2021 г.

Пенза

УДК 658
ББК 65.9(2)29

Под редакцией кандидата экономических наук, профессора ***В.И. Будиной***.

Проблемы развития предприятий: теория и практика: сборник статей VIII Международной научно-практической конференции. – Пенза: РИО ПГАУ, 2021. – 227 с.

В сборнике статей рассматриваются вопросы социально-экономического развития России, развития финансовой системы и научно-технического прогресса, развития логистики в разных отраслях экономики, которое протекает в условиях возрастающего влияния глобализации, необходимости повышения экономической самостоятельности и конкурентоспособности производимых товаров и услуг.

The collection of articles deals with the issues of socio-economic development of Russia, the development of the financial system and scientific and technical progress, the development of logistics in various sectors of the economy, which takes place in the conditions of increasing influence of globalization, the need to improve the economic independence and competitiveness of manufactured goods and services.

ISBN 978-5-6045204

© МНИЦ ПГАУ, 2021

УДК 65.012.3

ТРАНСФОРМАЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ЦИФРОВЫХ ДВОЙНИКОВ

В.И. Абрамов, Д.С. Бобоев

*Национальный исследовательский ядерный университет МИФИ
г. Москва, Россия*

В данной статье рассмотрены возможности использования цифрового двойника для цифровой трансформации предприятия. Предложена схема постепенного перехода от цифровых двойников деталей и отдельных систем к цифровому двойнику компании, показаны преимущества такого подхода и на основе рассмотренных кейсов представлены возможности цифровых двойников.

Ключевые слова: цифровой двойник, цифровая экономика, цифровая трансформация, цифровые технологии, инновации

Предприятиям в условиях быстрых изменений четвертой промышленной революции и нового технологического уклада требуются новые подходы к управлению с использованием современных цифровых технологий, которые позволяют наращивать эффективность компаний [1]. Цифровой двойник – одна из самых многообещающих технологий нашего времени, позволяющих реализовать интеллектуальное производство и вступить в Индустрию 4.0. Характерным отличием для цифрового двойника считается бесстыковая интеграция физического и цифрового объекта. В научных кругах и в менеджменте все больше подчеркивается важность применения цифрового двойника в различных сферах, например, в управлении производственными процессами [2], в управлении ЖКХ [3] и городом в целом [4].

История развития цифрового двойника включает в себя три стадии: формирование, инкубация и рост. Первое появление цифрового двойника датируется 2003 г., когда профессор Майкл Гривс выдвинул концепцию цифрового двойника. Данный этап классифицируется как стадия формирования. Следующую стадию развития цифрового двойника принято считать инкубационной, она проходила с 2003 по 2011 год в эпоху быстрого развития коммуникационных технологий, Интернета вещей (IoT), аналитики больших данных и технологий моделирования. Переломным моментом перехода из стадии инкубации в стадию роста считают издание в 2011 г. статьи, в которой подробно описывается, как цифровой двойник может быть полезен в прогнозировании срока службы конструкции самолета. Позже, в 2012 г. НАСА формализовала само определение цифрового двойника и по-

ведала о его перспективах в аэрокосмической отрасли. С тех пор было проведено огромное количество исследований о цифровом двойнике. Исследовательская и консалтинговая компания Gartner в 2017 и 2018 гг. включила цифровой двойник в десятку самых многообещающих технологических тенденций следующего десятилетия.

Концепция цифрового двойника физического объекта может быть также расширена до цифрового двойника предприятия в целом. Цель – обеспечить принятие решений в компании в логике «из будущего», поскольку цифровой двойник позволяет моделировать ситуации и анализировать гипотезы. Оцифровка организационных процессов и рост числа подключенных к сети потребительских и промышленных устройств означает, что данные, которые поступают от активов предприятия, людей и бизнес-операций между ними, не ограничиваются исключительно данными датчиков предприятия (IoT), они все могут быть объединены в общую цифровую модель предприятия. Данный цифровой двойник станет живой имитационной моделью предприятия, которая обновляется и изменяется по мере его развития. Цифровой двойник предприятия позволит тщательно тестировать сценарии, чтобы предсказывать эффективность потенциальных планов и стратегий. Конкретные преимущества организации от разработки такого цифрового двойника, приведены ниже:

1. Возможность быстрого моделирования реакции предприятия на конкретное решение может повысить гибкость предприятия за счет быстрых автоматизированных решений, основанных на аналитических данных;

2. Лучшее понимание рыночных условий посредством моделирования покупательского поведения клиентов - может привести к конкурентному преимуществу в удовлетворении потребностей клиентов;

3. Разработка новых продуктов может быть улучшена путем моделирования продуктов в сочетании с моделью поведения потребителя, что позволит предприятию создавать продукты, максимально отвечающие запросам потребителей;

4. Снижение затрат может быть реализовано путем моделирования бизнес-процессов, используемых для определения более эффективных способов ведения бизнеса;

Рассмотрим возможности применения цифровых двойников, исходя из уже применяемых ведущими компаниями на сегодняшний день в различных областях, таких как аэрокосмическая техника, электросети, автомобилестроение, нефтяная промышленность, здравоохранение и т.д.

Компания Maserati S.p.A совместно с компанией Siemens AG поставила перед собой задачу в достижении эффективного, гибкого, кастомизированного, экономически выгодного производства автомобилей класса люкс на заводе Maserati S.p.A. Для удовлетворения требований рынка – сокращения сроков производства без ущерба для качества продукции – Maserati была использована концепция цифрового двойника Siemens. Пилотным проектом стало предприятие Джованни Аньелли (AGAP: Avvocato Giovan-

ni Agnelli Plant) в Грульяско, недалеко от Турина, на котором производятся модели Maserati Ghibli и Maserati Quattroporte. Для оптимизации производства и создания цифровых двойников изделия (новой модели Maserati Ghibli), производственных процессов и технологий на заводе были развернуты такие решения Siemens, как NX(программное обеспечение для разработки компонентов автомобиля), TIA Portal (инженерная база для автоматизации производства), Tecnomatix (программное обеспечение для планирования, оптимизации и моделирования производственных процессов), Teamcenter (программное обеспечение для управления жизненным циклом продукта, поддерживающее процессы виртуального производства). Для оптимизации производства на этапе проектирования одновременно использовались данные, полученные как от реальных моделей Ghibli, так и от виртуальных. Результатом внедрения такого решения являются: затраты и время на разработки Maserati Ghibli были значительно сокращены (время разработки снизилось на 30%). Время вывода автомобилей на рынок сократилось с 30 до 16 месяцев; за счет уменьшения времени простоя, пропускная способность производства одного автомобиля Ghibli увеличилась в 3 раза.

Компания Siemens применила цифровой двойник для энергосистемы и водоочистой станции. Она разработала цифровой двойник для планирования, эксплуатации и обслуживания энергетической системы в Финляндии, что значительно улучшило автоматизацию, использование данных и принятие решений [5]. Компания Siemens также разработала цифровой двойник станции очистки сточных вод для мониторинга труб в реальном времени, экономии энергии и заблаговременного прогнозирования тенденций неисправностей.

В компании GE (General Electric) [6] было доказано, что цифровой двойник может изменить парадигму разработки, эксплуатации и обслуживания ветряных электростанций. По сравнению с традиционной моделью без цифрового двойника новая модель может повысить эффективность работы на 20%. GE также разработала аппаратное и программное обеспечение для создания цифрового двойника ветряной электростанции. Кроме того, GE применила цифровой двойник в других областях, таких как производство локомотивов и здравоохранение. Цифровой двойник применялся для отслеживания жизненного цикла локомотива, включая дизайн, конфигурацию, установку, работу и т. д. В частности, поскольку состояние каждого компонента может быть получено в реальном времени, работу локомотива можно оптимизировать своевременно. GE Healthcare применила цифровой двойник для оптимизации работы больницы с точки зрения планирования коек и распределения работы.

В компании British Petroleum [7] был применен цифровой двойник для решения проблемы мониторинга и обслуживания нефтегазовых объектов, расположенных в отдаленных районах. Например, British Petroleum ис-

пользовала цифровой двойник для повышения надежности объекта по разведке и добыче нефти на Аляске.

Airbus стремится реализовать цифровизацию заводов с помощью решений на основе цифрового двойника. Компания разработала цифровой двойник сборочной линии для контроля производственного процесса и оптимизации эффективности работы.

В компании SAP SE полагают, что цифровой двойник поможет избежать отказы и неполадки в подводном оборудовании с помощью технологии прогнозирования и управления техническим состоянием (Prognostics, and Health Management - PHM), с использованием цифрового двойника. Например, цифровая проверка намного более рентабельна, чем любая физическая проверка. Цифровой двойник может моделировать практическую ситуацию и прогнозировать ее дальнейшее развитие. В результате безопасность оборудования может быть улучшена [8].

В IBM применяется цифровой двойник в автоматических транспортных средствах для анализа частоты вращения двигателя, давления масла и других критических параметров. Таким образом, с помощью цифрового двойника можно не только эффективно предотвратить поломки, но и разработать более эффективный двигатель.

Главная задача цифровой трансформации предприятия заключается в построении практически жизнеспособного цифрового двойника. До сегодняшнего дня, не было достигнуто консенсуса относительно того, как построить цифровой двойник в общем виде, ведь каждая компания, которая ведет исследования в области ЦД, понимает его по-своему. Становится ясно, что желательна унифицированная структура моделирования цифрового двойника, но с учетом разнообразия и уникальности компании, это сделать сложно. Кроме того, не менее важно разработать больше инструментов моделирования цифрового двойника.

Немаловажной проблемой разработки цифровых двойников предприятия является сложность объединения физической и виртуальной модели (киберфизическое слияние). Киберфизическое слияние включает в себя множество технологий, таких как сбор и обработка данных, передача данных, интеллектуальный анализ данных, самоуправление и т.д. Такого рода слияние является относительно новой темой, для которой еще не создана универсальная основа. Именно поэтому, для того, чтобы получить максимум от технологий цифрового двойника, прежде всего необходимо решить еще множество вопросов. Во-первых, следует улучшить алгоритмы слияния с точки зрения надежности и применимости. Во-вторых, следует применять параллельные вычисления для повышения их эффективности и удовлетворения требований в обработке больших объемов данных. В-третьих, такое слияние подвергается угрозам безопасности как из киберпространства, так и из физического мира. Следовательно, безопасность цифрового двойника должна быть тщательно обеспечена и изучена.

Сейчас цифровой двойник находится на стадии роста, вследствие чего произошел всплеск исследований и применений цифрового двойника в различных отраслях. Об этом свидетельствует тот факт, что за последние два года было опубликовано много новых статей и патентов. Более того, некоторые промышленные лидеры уже начали внедрять цифровой двойник в свои продуктовые предложения. Несмотря на быстрый рост, концепция цифрового двойника продолжает мощно развиваться. Необходимо решить многие насущные проблемы, чтобы повысить его жизнеспособность на практике. Вместе с тем, квалифицированное использование цифровых двойников может значительно повысить прозрачность бизнес-процессов и эффективность управленческих решений при осуществлении цифровой трансформации предприятия.

Список использованных источников.

1. Цифровая трансформация экономики / под ред. В.И. Абрамова, О.Л. Головина. – М.: НИЯУ МИФИ, 2020. 252 с
2. Боровков А.И. Цифровые двойники материалов, производственных технологий и конструкций. Тезисы докладов международной научной конференции. Современные материалы и передовые производственные технологии (СМППТ-2019), 2019. с.473-482.
3. Абрамов В.И., Кашироков А.С. Цифровые двойники – эффективные инструменты цифровой трансформации ЖКХ. / В.И.Абрамов, А.С.Кашироков // Материалы IV Международной научнопрактической конференции «Цифровая экономика и финансы» / Под науч. ред. Е.А. Синцовой и др. СПб. : Астерион, 2021. С.139-143.
4. Абрамов В.И., Громыко А.А. Цифровой двойник умного города как современная тенденция цифровой экономики. / В.И.Абрамов, А.А.Громыко // В сборнике: Государство и общество России в контексте современных геополитических вызовов: новации, экономика, перспективы. Материалы XII Всероссийской научно-практической конференции. Чебоксары, 2021. С. 215-220.
5. Siemens, “For a digital twin of the grid Siemens solution enables a single digital grid model of the Finnish power system,” 2017. [Электронный ресурс]. URL:<https://www.siemens.com/press/pool/de/events/2017/corporate/2017-12-innovation/inno2017-digitaltwin-e.pdf>
6. GE Renewable Energy, “Digital wind farm-the next evolution of wind energy,” 2016. [Электронный ресурс]. URL: https://www.ge.com/content/dam/gepower-renewables/global/en_US/downloads/brochures/digital-wind-farm-solutions-gea31821b-r2.pdf
7. D. C. McCannel, “What is a digital twin? (Plus 3 industries which already benefit),” 2018. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.llamazoo.com/what-is-a-digital-twin/>
8. G. Cline, “An engine can become a platform with a digital twin,” 2020. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.ibm.com/internet-of-things/trending/digital-twin>

TRANSFORMATION OF ENTERPRISE CONTROL USING DIGITAL TWINS

V.I. Abramov, D.S. Boboev

*National Research Nuclear University MEPhI
Moscow, Russia*

This article discusses the possibilities of using a digital twin for the digital transformation of an enterprise. A scheme for a gradual transition from digital twins of parts and individual systems to a digital twin of the company is proposed, the advantages of this approach are shown and, on the basis of the considered cases, the possibilities of digital twins are presented.

Keywords: digital twin, digital economy, digital transformation, digital technologies, innovation

УДК 311.216

О КОНЦЕПТУАЛЬНЫХ ОТЛИЧИЯХ В МЕТОДАХ ОЦЕНКИ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ ПО ОПЕРАЦИЯМ ЛИЗИНГА В БЮДЖЕТНЫХ И КОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЯХ

Л.В. Азарова, А.И. Тюпаева, А.И. Хоменко

*ФГБОУ ВО «Тверской государственный технический университет»
г. Тверь, Россия*

Статья содержит анализ методов оценки стоимости имущества при учете операций лизинга. Для осуществления нормативного регулирования лизинговых операций в России предусмотрены два вида стандартов: для коммерческих организаций и бюджетных учреждений. Несмотря на то что при разработке нормативной базы использовались международные стандарты, методы оценки имущества применяются разные. Проведено исследование методов оценивания стоимости, сформулированы выводы.

Ключевые слова: лизинг, стоимость, нормативное регулирование, ФСБУ, СГС, бухгалтерский (финансовый) учет.

Актуальность вопроса обновления основных средств имеет значение для предприятий любых форм собственности и принадлежности. Поэтому особое внимание организации уделяют операциям лизинга. Несмотря на то, что организация таких операций в России имеет обширную законодательную базу на всех уровнях регулирования деятельности по различным аспектам, однако нормативная база по организации учета операций лизинга представлена небольшим их количеством и имеет концептуальные отличия.

Концепция бухгалтерского учета в коммерческих организациях закреплена несколькими документами федерального уровня: ФЗ РФ «О бухгалтерском учете», Концепцией бухгалтерского учета в рыночной экономике России и Концепцией развития бухгалтерского учета и отчетности в

Российской Федерации на среднесрочную перспективу [1]. Несмотря на устаревший характер двух последних документов, официально они не отменены. Концепция развития определила основные шаги на пути к введению в России Международных стандартов финансовой отчетности.

Кроме коммерческих организаций, одной из основных форм учреждений являются бюджетные, относящиеся к государственным. Бюджетные учреждения создаются Российской Федерацией, субъектом Российской Федерации или муниципальным образованием, финансируются на основе субсидий из соответствующего бюджета на выполнение государственного задания. Имущество бюджетного учреждения находится у него в оперативном управлении. Концептуальные основы бухгалтерского учета в бюджетных учреждениях закреплены Федеральным стандартом бухгалтерского учета «Концептуальные основы бухгалтерского учета и отчетности организаций государственного сектора» и ФЗ № 402 [2], который с момента вступления в силу начал распространяться и на организации государственного сектора.

Для регулирования организация бухгалтерского (финансового) учета в коммерческих организациях по операциям лизинга предусмотрены основные документы: ФЗ РФ «О бухгалтерском учете», и с 2022 года вступает в силу новый федеральный стандарт - ФСБУ №25/2018 «Бухгалтерский учёт аренды», предназначенные для применения в коммерческих организациях выступающими как лизингодатель, так и лизингополучатель [3].

Несмотря на то, что лизинговые отношения представляют собой один из эффективных методов инновационного кредитования, в концепции рассмотрения отдельных вопросов существуют некоторые разногласия по отражению подобного факта хозяйственной деятельности ввиду отдельных разночтений российского законодательства. Эта проблема напрямую связана с переходом России на международные стандарты финансовой отчетности. МФ РФ был разработан ФСБУ № 25/2018 «Бухгалтерский учёт аренды», который основан на базе положений МСФО (IFRS) 16 «Аренда» и будет применяться всеми коммерческими организациями, несмотря на то, что для бюджетной сферы с 2018 года применяется СГС «Аренда» [4].

ФСБУ 25/2018 очень кратко отражает основные аспекты учёта лизинговых операций, в случае возникновения спорных моментов для их разъяснения применяют МСФО № 16. Основным методом оценки для принятия предмета лизинга на учет в качестве объекта как инвестицию на дату его передачи применяется по чистой или по первоначальной стоимости. Но в законодательном документе не отражен метод оценки стоимости при модификации и переоценке актива, а также при прекращении признания объекта в связи с прекращением действия договора лизинга.

По нашему мнению, следует отметить, что разработанный федеральный стандарт бухгалтерского учёта по учёту аренды позволяет решить ряд существующих проблем, но при этом имеет и недоработки. Несмотря на то, что он создавался на основе международного стандарта, но при его

применении возникает необходимость использования дополнительных нормативных актов для ликвидации разногласий в методах оценки при организации учёта по операциям лизинга.

Концептуальным отличием бюджетных учреждений является применение справедливой стоимости, которая законодательно допускается Приказом 256н, Федеральным стандартом бухгалтерского учета для организаций государственного сектора СГС «Основные средства» и СГС «Аренда» [1].

Анализ документов, регламентирующих учет отдельных объектов, на примере основных средств, показал, что, как и в учете некоммерческих, так и коммерческих организаций, объекты при поступлении оцениваются по первоначальной стоимости. Это правило содержится в ПБУ 6/01 «Учет основных средств» МСФО 16 «Основные средства» (IAS) 16, и в СГС «Основные средства». Концептуальное отличие заключается в трактовке первоначальной стоимости. Например, в соответствии с п. 22 СГС «Основные средства» первоначальной стоимостью объекта основных средств, приобретенного в результате необменной операции, является его справедливая стоимость на дату приобретения [5]. Между тем, в ПБУ 6/01 термина «справедливая стоимость» нет. Выражением первоначальной стоимости объектов, полученных из разных источников, являются в соответствии с ПБУ 6/01: первоначальные затраты по приобретению, либо рыночная стоимость при излишках, или при безвозмездном получении. Справедливая стоимость по содержанию близка к понятию рыночная стоимость. Об этом свидетельствует, например, п. 54 приказа 256н, в соответствии с которым справедливая стоимость оценивается одним из двух способов: расчет амортизированной стоимости замещения, расчет рыночной стоимости [4].

Таким образом, регулирование бухгалтерского учета лизинговых операций осуществляется на основании как ранее действовавших документов, так и вновь вводимого федерального стандарта по бухгалтерскому учету. И хотя, нормативная база по организации сделок лизинга является важной методологической основой его развития, тем не менее утвержденных нормативно-правовых актов недостаточно для регулирования отдельных направлений лизинговых операций. Необходимо разработать дополнительные источники законодательной базы, которые решат существующие проблемы по организации и учёту лизинговых операций. Бюджетные учреждения ведут учет по правилам, отраженным в новых федеральных стандартах бухгалтерского учета для организаций государственного сектора. Коммерческие организации до сих пор применяют устаревшие положения по бухгалтерскому учету, на смену которым должны прийти федеральные стандарты, разработанные на основе МСФО, то есть аналогичные тем, которые уже действуют в отношении организаций госсектора. Концептуальным отличием при этом является применение в учете бюджетных учреждений оценка активов по справедливой стоимости, тогда как в учете

коммерческих организаций такой оценки нет, при этом аналогом выражения справедливой стоимости является рыночная стоимость актива.

Список использованных источников.

1. Матвеев, Ю.Н., Азарова, Л.В., Тюпаева, А.И. Концептуальные отличия ведения бухгалтерского учета и финансового контроля в бюджетных учреждениях и коммерческих организациях. // Вопросы современной науки и практики. Университет им. В.И. Вернадского. 2019. № 1 (71). С. 109-119.
2. Федеральный закон "О бухгалтерском учете" от 06.12.2011 N 402-ФЗ (в ред. от 26.07.2019 № 247-ФЗ) .[Электронный ресурс].
3. Федеральный стандарт бухгалтерского учёта № 25/2018 «Бухгалтерский учёт аренды» утв. приказом Министерства финансов РФ № 208н от 16.10.2018 г. (Электронный ресурс].
4. Азарова Л.В., Новожилова А.И. Лизинговые операции в России: МСФО 16 и ФСБУ 25/2018. В сборнике: Актуальные вопросы теории и практики бухгалтерского учета и финансов. Материалы II научно-практической конференции. Тверь, 2020. С.
5. Федеральный стандарт бухгалтерского учёта СГС «Основные средства» утв. приказом Министерства финансов РФ № 258н от 31.12.2016 г. (Электронный ресурс].

CONCEPTUAL DIFFERENCES IN VALUATION METHODS FOR PROPERTY, PLANT AND EQUIPMENT IN LEASING OPERATIONS OF BUDGET AND COMMERCIAL ORGANIZATIONS

L.V. Azarova, A.I. Tyupaeva, A.I. Khomenko

*FSBEI HE «Tver State Technical University»,
Tver, Russia*

The article contains an analysis of methods for estimating the value of property when accounting for leasing operations. For the implementation of regulatory regulation of leasing operations in Russia, there are two types of standards: for commercial organizations and budget institutions. Despite the fact that international standards were used in the development of the regulatory framework, different methods of property valuation are used. The research of methods of cost estimation is carried out, conclusions are formulated.

Keywords: leasing, cost, regulatory regulation, FSB, GHS, accounting (financial) accounting.

УДК 336

ИНВЕСТИЦИОННАЯ СТРАТЕГИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ

Т.А. Антонов

ФГБОУ ВО «Казанский Государственный Энергетический Университет» г.Казань, Россия

Инвестиционная стратегия является ключевым инструментом при долгосрочном планировании развития предприятия. Эффективность разра-

батываемой инвестиционной стратегии является ключевым звеном и условием в планировании развития предприятия. В статье рассматривается понятие инвестиционной стратегии предприятия, перечислены виды, рассмотрены этапы формирования инвестиционной стратегии предприятия.

Ключевые слова: инвестиционная стратегия предприятия, стратегия, стратегическая цель, финансовые ресурсы, эффективность.

Инвестиционная стратегия представляет собой систему разработанных целей деятельности предприятия, определяемых инвестиционной политикой, идеологией и ключевыми задачами. Это своего рода план, который определяет развитие предприятия на долгосрочный период.

Инвестиционная политика предполагает, что выбор инвестиционных решений, отбор проектов, принятие инвестиционных программ, а также разработка бюджета капитальных вложений согласованы с общей стратегией развития фирмы и с ее функциональными стратегиями [3].

Под инвестиционной стратегией также понимают проект будущей инвестиционной деятельности организации, осуществление которого в долгосрочной перспективе позволит ей добиться поставленных инвестиционных целей [5]. Целями инвестиционной стратегии обычно выделяют: расчет ликвидности финансовых ресурсов и формирование инвестиционной учетной политики.

В зависимости от целей инвестирования, типа управления и других факторов можно выявить большое число разнообразных стратегий:

1. Стратегия эффективного собственника - заключается в получении доступа к определенным видам продукции и обеспечении долгосрочного дохода, а также и в повышении научно-технического и производственно-сбытового потенциала предприятия-эмитента.

2. Стратегия спекулятивного слияния, или поглощения - заключается в приобретении контрольного пакета акций для обеспечения доступа к дефицитным видам продукции, финансовым ресурсам либо в целях получения в распоряжение выгодных объектов имущественных и неимущественных прав.

3. Аукционная стратегия – заключается в приобретении акций в момент их первичной продажи на аукционах, проводимых в процессе приватизации. Данная стратегия зависит от условий проведения аукционов.

4. Оптимизационная стратегия – заключается в приобретении инвестиционного портфеля и построении экономико-математических моделей на основе моделей Марковитца, Шарпа или Тобина для оптимизации дохода от портфеля.

5. Рейтинговая стратегия - заключается в формировании инвестиционного портфеля и его обновлении на основе результата построения рейтинговой таблицы, при этом расчет рейтинга осуществляется по группам показателей, характеризующих основные инвестиционные предпочтения участника.

6. Стратегия «гибкого реагирования» - заключается в активном реагировании на действия крупных иностранных или отечественных инвесторов для купли-продажи ценных бумаг, отвечающим необходимым для инвестора качествам.

7. Стратегия «рыночного опережения» - заключается в прогнозировании инвестором будущего состояния рынка и использовании прогнозных значений для получения предпринимательского дохода.

Инвестиционная стратегия также определяет первостепенные направления вкладов для предприятия и этапы реализации деятельности в рамках этих направлений [1].

Каждый вид инвестиционной деятельности имеет свою специфику и соответственно отличается инвестиционными стратегиями. Для предприятия деятельность в области реальных инвестиций является приоритетной, так как обеспечивает реальное развитие предприятия, его материально-технической базы, положение на рынке. Финансовые инвестиции осуществляются преимущественно в виде портфельных инвестиций. Инвестиционная стратегия подразделяется на следующие виды:

1. Агрессивная.

Агрессивная стратегия предполагает формирование очень доходной и рискованных ценных бумаг в портфеле. При агрессивной стратегии предприятия нанимают профессионала для работы с портфелем.

2. Пассивная.

Пассивная инвестиционная стратегия заключается в подборе в портфель высоколиквидных ценных бумаг. Это в основном бумаги «голубых фишек», государственные ценные бумаги и акции широко известных компаний. Высокая их ликвидность является обратной стороной их доходности, они имеют низкую доходность и низкую степень риска. Пассивная стратегия не предполагает активной работы с ценными бумагами, ими начинают интересоваться в периоды рыночных скачков и нестабильности. Они обеспечивают достаточно стабильный доход, и эта стратегия применяется, когда у предприятия есть свободные средства [4].

3. Умеренная.

Умеренная инвестиционная стратегия сочетает предыдущие стратегии. Диверсификация портфеля – основа такой стратегии. Приобретаются такие ценные бумаги, которые обеспечивают устойчивость портфеля по отношению к доходности и к степени риска.

Выбирая инвестиционную стратегию, руководству предприятия необходимо учитывать конкурентоспособность компании и жизненный цикл отрасли. Компания с низкой долей рынка чаще всего имеет слабую конкурентную позицию, а также низкую инвестиционную привлекательность.

Процесс разработки инвестиционной стратегии происходит поэтапно и включает в себя:

1. Определение общего периода формирования инвестиционной стратегии.

Этот этап заключается в сопоставимости разработки инвестиционной стратегии предприятия с его функциональной стратегией развития.

2. Исследование факторов внешней инвестиционной среды.

На данном этапе проводится сбор данных внешней инвестиционной среды и их анализ, исследуется инвестиционный рынок и его колебания, оживленность участников рыночных отношений.

3. Разработка стратегических целей.

Данный этап заключается в формировании таких инвестиционных целей, которые в перспективе будут применяться в качестве основы для координации и контроля инвестиционной деятельности предприятия [6].

4. Анализ стратегических альтернатив.

При формировании любой стратегии развития предприятия формулируются несколько стратегических альтернатив возможного развития деятельности организации.

5. Определение стратегических направлений формирования инвестиционных ресурсов.

Этап призван обозначить объем ресурсов, необходимых для осуществления инвестиционной политики.

6. Формирование инвестиционной политики по основным аспектам инвестиционной деятельности.

Инвестиционная политика разрабатывается на основе инвестиционных направлений.

7. Разработка системы организационно-экономических мероприятий по обеспечению реализации инвестиционной стратегии.

На данном этапе формируются организационно-экономические мероприятия, призванные обеспечить реализацию стратегии, как концепция внедрения инвестиционной культуры в конкретной организации, организационная структура, систему координации и др.

8. Оценка результативности разработанной стратегии.

Этот этап можно назвать завершающим процесс разработки данной стратегии. Оценка результативности происходит с использованием системы специальных экономических и внеэкономических критериев [2].

На всех этапах разработки стратегии необходимо учитывать критерии, влияющие на успешность деятельности предприятия, так как на каждом из них определяются конкретные цели и системы ресурсов для их осуществления.

Эффективность реализации стратегии зависит от последовательности, качества и степени разработанности всех этапов. Формирование инвестиционной стратегии должно осуществляться профессионалами – инвестиционными менеджерами и реализоваться соответствующими структурными подразделениями предприятия.

Инвестиционная стратегия предполагает более эффективное и успешное осуществление деятельности в организации. Она позволяет принимать

эффективные управленческие решения, которые связаны с развитием предприятия.

Список использованных источников.

1. Дорохов С.Е. Этапы разработки инвестиционной стратегии компании // Молодой ученый. – 2017. – №17. – С. 350-353.
2. Малышкова О.М. Основные проблемы при разработке инвестиционной политики предприятия // Вопросы инновационной экономики. – 2017. – №3. – С. 16-23.
3. Себекина Т.И. Инвестиционная деятельность сельскохозяйственного предприятия ООО “Дружба-2” Брянской области / Себекина Т.И., Аракелян Н.Ф., Хроленок А.В. //Символ науки. 2016. – №1-1(13), С. 184-186.
4. Стратегия инвестиционной деятельности предприятия [Электронный ресурс] - URL: <https://kudainvestiruem.ru/predpriyatie/investitsionnaya-strategiya.html> (Дата обращения: 23.04.2021)
5. Устинова Л.Н., Сиразетдинов Р.М. Инновационный потенциал предприятия: сущность, структура, оценка // Российское предпринимательство. Экономика и экономические науки. – 2017. – №18 (23). – С. 3752-3762.
6. Что такое инвестиционная стратегия предприятия: зачем она нужна, виды, разработка [Электронный ресурс] - URL: <https://fonda.pro/investitsionnaya-strategiya-predpriyatiya.html#i-9> (Дата обращения: 23.04.2021)

INVESTMENT STRATEGY OF ENTERPRISES

T.A. Antonov

Kazan State Power Engineering University

Kazan, Russia

The investment strategy is a key tool for long-term planning of development of the enterprise. The effectiveness of the developed investment strategy is a key element and condition in the planning of enterprise development. The article discusses the concept of the investment strategy of the enterprise, listed species, the stages of formation of the investment strategy of the enterprise.

Keywords: investment strategy of the company, strategy, strategic objective, financial resources, efficiency.

УДК 338.4:343.8

К ВОПРОСУ ОБ ОРГАНИЗАЦИИ ВЫПУСКА НОВЫХ ВИДОВ ПРОДУКЦИИ В ИСПРАВИТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЯХ

Н.В. Байдова, О.Ю. Гришина, Д.Н. Гнездилов*

*ФКОУ ВО «Академия права и управления Федеральной службы исполнения наказаний»,
г. Рязань, Россия*

ФКУ УК УФСИН России по г. Москве, г. Москва, Россия

Данная статья посвящена вопросу организации выпуска новых видов продукции в исправительных учреждениях. Рассмотрены основные причины выпуска новых видов продукции.

Ключевые слова: новый вид продукции, производство, производственные подразделения, уголовно- исполнительная система.

В настоящее время, предприятия, функционирующие в условиях рыночной экономики, прилагают максимальное количество усилий для более эффективного использования ресурсов, находящихся в их распоряжении. Основным критерием эффективности выступает максимальный эффект, который достигается с учетом использования минимальных ресурсов. Не являются исключением и производственные подразделения исправительных учреждений.

Реализуемая в настоящее время Федеральная целевая программа развития уголовно-исполнительной системы [1], особую значимость придает трудоустройству осужденных, так как это дает возможность им получить трудовые навыки, которые позволят трудоустроиться после освобождения из исправительных учреждений.

Следовательно, производственным подразделениям исправительных учреждений приходится обновлять ассортимент продукции с целью увеличения выпуска. Расширение номенклатуры выпускаемой продукции является актуальной задачей повышения эффективности деятельности исправительных учреждений и создания новых рабочих мест.

Учитывая вышеизложенное, производственным подразделениям необходимо выбрать наиболее подходящий конкурентоспособный вид продукции. Вопросы организации выпуска новых видов продукции относятся к сфере стратегического планирования и управления производственным объектом [5]. В рамках такого управления руководство учреждения должно своевременно и эффективно прогнозировать и реализовывать мероприятия по обновлению ассортиментной линейки выпускаемой продукции.

Основными причинами выпуска новых видов продукции являются:

- во-первых, определенная продолжительность жизненного цикла каждой номенклатуры продукции;
- во-вторых, действия конкурентов по выпуску аналогичных видов номенклатуры;
- в-третьих, тенденции покупательского спроса на продукцию.

Выпуск новой для производителя продукции означает, что новинка выводится на конкурирующий рынок сбыта и поэтому обязана иметь явные преимущества (качества, функционала, долговечности, цены и т. д.) перед аналогичным товаром конкурентов. Для принятия решения о реализации такого проекта требуется:

- тщательно изучить характеристику товаров, выпускаемых конкурентами;
- собрать данные о предпочтениях потребителей товара;
- проработать технические и финансовые возможности производственных подразделений.

При разработке и организации выпуска нового вида продукции необходимо принимать во внимание сущность новинки в ассортиментной линейке производственного подразделения. Ведь под новым видом продукции может подразумеваться как не выпускаемая ранее продукция, так и новая номенклатурная позиция в уже производимой ассортиментной группе [4].

Новый вид продукции для рынка сбыта предоставляет производителю эксклюзивное конкурентное преимущество и позволяет без особых рисков и значительных маркетинговых расходов получить максимальную прибыль от его реализации [2].

Независимо от сущности новинки модель ее вывода на рынок всегда должна включать в себя три основных раздела:

Исследование рынка сбыта продукции.

Наличие у производственного подразделения ресурсов.

Варианты выпуска нового товара.

В рамках организации производства нового вида продукции предполагается перестройка существующего производственного процесса и всех составляющих его элементов. Освоение новых видов продукции требует не только разработки новых технологических процессов и применения новых технологических средств, но и изменения форм и методов организации производства и труда, приобретения новых знаний и навыков кадровым составом коллектива, перестройки материально-технического снабжения и другое [3].

С учетом этих условий необходимо осуществить организационную подготовку производства, т.е. провести в жизнь ряд мероприятий по перестройке производственных процессов на выпуск новой продукции. Комплекс работ, входящих в организационную подготовку производства, связан с решением задач внутрипроизводственного и внешнего характера. От качества выполнения этих работ во многом зависят уровень организации труда и производства, материальное обеспечение нового производства, общие технико-экономические показатели работы производственного подразделения учреждения УИС.

Кроме того, при организации выпуска нового вида продукции необходимо провести расчеты по его рентабельности с целью того, что инвести-

рование денежных средств в запуск новинки будет для производственного объекта прибыльным в сравнении с другими вариантами инвестирования [6].

Осуществлять запуск нового вида продукции целесообразно только в том случае, когда жизненный цикл товара достаточно велик для того, чтобы окупить все расходы и принести ожидаемый доход производственному подразделению учреждения УИС.

Список использованных источников.

1. Федеральная целевая программа «Развитие уголовно-исполнительной системы (2018-2026 годы)», утвержденная Постановлением Правительства Российской Федерации от 06.04.2018 г. № 420 (с изменениями и дополнениями).
2. Байдова Н.В., Буранова Е.А., Савина О.В. Теоретические подходы к определению и классификации эффективности // Экономика и предпринимательство. 2020. № 11 (124). С. 1212-1215.
3. Байдова Н.В., Гришина О.Ю., Покутний М.М. Разработка мероприятий по привлечению осужденных к труду за пределами исправительного учреждения Московской области // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. 2017. № 6-2 (50). С. 15-16.
4. Байдова Н.В., Гришина О.Ю., Яковлев А.Ю., Байдов А.В. Проблемные вопросы организации новых рабочих мест в исправительных учреждениях // Экономика и предпринимательство. 2019. № 7 (108). С. 931-935.
5. Макарова О.В., Климяк Л.Я. К вопросу о развитии производственного комплекса уголовно-исполнительной системы // Человек: преступление и наказание. 2013. № 4 (83). С. 37-39.
6. Rodionov A.V., Andreeva G.B., Baidova N.V. Economic security provision models of national industrial development (case study of Russia, post-soviet countries and english-speaking countries of G-20) // Journal of Siberian Federal University. Humanities and Social Sciences. 2020. T. 13. № 11. С. 1793-1807.

TO THE QUESTION ABOUT THE ORGANIZATION OF THE ISSUE NEW PRODUCTS IN CORRECTION FACILITIES

N.V. Baidova, O.Yu. Grishina, D.N. Gnezdilov

Academy of Law and Management Federal Penitentiary Service, Ryazan, Russia

**Federal Penitentiary Service of Russia in Moscow, Moscow, Russia*

This article is devoted to the issue of organizing the release of new types of products in correctional institutions. The main reasons for the release of new types of products are considered.

Keywords: new type of product, production, production units, penal system.

УДК 656.11

ИНВЕСТИЦИИ В ИННОВАЦИИ КАК СПОСОБ РАЗВИТИЯ КОМПАНИИ

А.Х. Баймурзин

ФГБОУ ВО "Казанский государственный энергетический университет"
г. Казань, Россия

В статье отражены некоторые нюансы актуального исследования необходимости и эффективности инвестирования в инновации с целью формирования и роста цены компаний, так как в условиях нынешней экономики компании находятся в постоянном поиске новых бизнес-возможностей, одной из которых является инвестирование в инновационные проекты бизнеса, отличающиеся своей сложностью, высокой степенью риска и, одновременно, перспективностью.

Ключевые слова: инвестиции, инновации, развитие, финансы, проекты.

В настоящее время компании осуществляют свою деятельность в условиях нестабильной международной финансовой системы, высокого уровня неопределенности и риска, являющихся отличительной особенностью рыночной экономики, а также в условиях существенного влияния на деятельность организаций (как положительного, так и отрицательного) факторов внутренней и внешней среды. Данные обстоятельства диктуют необходимость непрерывного поиска путей совершенствования деятельности компаний в целях удержания конкурентных позиций и улучшения финансового положения.

Для России по-прежнему актуальными остаются вопросы стимулирования инновационной активности фирм и повышения их результативности. [1, С.105]. Характерной особенностью современных компаний является их переход к модели устойчивого развития, а также ориентация на внедрение в свою деятельность инноваций. Такая тенденция обусловлена переходом всей экономики на интенсивный путь развития, предполагающий разработку мер по повышению эффективности использования ресурсов, внедрение новейших технологий и автоматизацию процессов. Приверженность данным методам, в совокупности с совершенствованием производственной, финансовой, технической и технологической систем компании, повышает эффективность бизнес-модели в целом, снижая издержки и повышая эффективность и результативность бизнеса. Такие преобразования внутри компаний затрагивают не только её стейк холдеров, но и оказывают влияние на всю социально-экономическую систему страны. Таким образом, инновации можно рассматривать как современный подход к организации бизнес-процессов, требующий значительных инвестиций в инновационные проекты современности, обеспечивая развитие национальной экономики.

Инновационные инвестиционные проекты отличаются высокой степенью неопределенности и риска, сложностью их реализации и неоднозначностью прогнозирования результирующих показателей. Любой инновационный проект требует достаточного объема инвестируемых в него средств, в связи с чем компании вынуждены проводить подробный анализ

своего финансового положения в целях оценки возможности вложения средств в новые проекты и связанных с ним рисков. Инвестиционно-инновационный процесс оказывает благотворное влияние на модернизацию базисных сфер экономики, увеличение отдачи от вложенного капитала и диверсификацию индустрии. [2, С.9].

Нефтегазовая отрасль России является одной из наиболее развитых в мире, полностью обеспечивая текущие и перспективные внутренние потребности в природном газе, нефти и продуктов их переработки. ПАО «Газпром» - одна из крупнейших российских энергетических компаний. Анализ её денежных потоков позволил выявить, что наибольшую долю в структуре притоков и оттоков занимают денежные потоки по текущей деятельности. В 2016-2017 гг. его величины было достаточно для формирования положительного ЧДП по организации. Однако в 2018 г. показатель ЧДП принял отрицательное значение, так как совокупная отрицательная величина денежного потока по инвестиционной и финансовой деятельности не могла быть покрыта за счет потока по текущей. Полученные результаты говорят о наличии временных финансовых трудностей в компании, однако, они объясняются тем, что компания активно инвестирует средства в развитие. В настоящее время компания занимается реализацией масштабных инвестиционных проектов, таких как «Турецкий поток» и «Северный поток – 2», направленных на создание собственной газотранспортной системы. Данные проекты предполагают, что газ будет транспортироваться с использованием новейших высоких технологий с большими параметрами давления, скорости передачи и меньшими потерями. Это позволит радикально снизить расходы на транспортировку газа. [3, С.84].

Таким образом, реализация масштабных проектов позволит компании укрепить свои позиции на международном рынке, снизит зависимость логистической системы от политической обстановки, а также позволит увеличить объемы экспорта. Реализация масштабных капитальных проектов позволит значительно увеличить размер генерируемых денежных потоков, размер дивидендов и как следствие, рыночную стоимость компании.

Список использованных источников.

1. Теплых Г.В., Галимарданов А.Ш. Моделирование инвестиций в инновации в российских регионах.
2. Храмцова Н.А. Инвестиции и инновации: сущность, взаимодействие и роль в воспроизводственном процессе.
3. Маликова О.И., Переход Е.К. Стратегические ориентиры экспортной логистики Российской Федерации на европейском газовом рынке.

INVESTMENT IN INNOVATION AS A WAY OF COMPANY DEVELOPMENT

A.H. Baimurzin

*Kazan state energy university
Kazan, Russia*

The article reflects some aspects of the current study of the need and efficiency of investing in innovation in order to develop and increase the value of companies, since in the modern economy, companies are in constant search of new business opportunities, one of which is investing in innovative business projects characterized by their complexity, high degree of risk and, at the same time, promising.

Key words: investment, innovation, development, finance, projects.

УДК 656.11

МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ ДЛЯ РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА

A.X. Баймурзин

*ФГБОУ ВО "Казанский государственный энергетический университет"
г. Казань, Россия*

Маркетинг для малого бизнеса – это необходимая составляющая в обеспечении его эффективности, однако не каждый предприниматель понимает всю ценность маркетинга. Многие считают, что могут обойтись и вовсе без него. Такой подход является ошибочным, так как маркетинг, по сути, является двигателем любой компании, способствуя как притоку новых клиентов, так и удержанию текущих.

Ключевые слова: маркетинг, компании, клиенты, эффективность.

Маркетинг в малом бизнесе имеет свои особенности, такие как постоянные изменения рынка, теряющего и получающего новых участников буквально каждый день, сильная конкуренция, то есть невозможность выхода на лидерство и создания монополии в своей отрасли, а также многие другие факторы.

Что же такое маркетинговая стратегия, и почему она так важна?

Маркетинговая стратегия представляет собой систему элементов и последовательных действий, направленных на эффективное привлечение и удержание клиентов при помощи различных инструментов и методов. Маркетинговая стратегия предприятия позволяет понять, как планировать и реализовывать всевозможные мероприятия в компании, направленные на реализацию охвата и привлечение аудитории, а также анализировать и оценивать их эффективность [1].

Необходимо понимать, что маркетинговая стратегия является частью общего стратегического плана фирмы. Маркетинговая стратегия связана с вопросами, ориентированными на то, чтобы увеличить выручку компании

за определённый период времени. В частности, она позволяет больше узнать о правильном использовании имеющихся у предприятия ресурсов, научиться динамично и стабильно сбывать продукцию без особого перенапряжения внутренних сил.

Маркетинговая стратегия предприятия разрабатывается, как правило, в несколько этапов.

Во-первых, необходимо провести полный анализ деятельности предприятия, а именно:

- определить представленность предприятия в рекламном пространстве, в интернете, результативность и эффективность рекламных каналов; провести SWOT-анализ;
- подсчитать совокупную прибыль компании, которую она получает от одного клиента за все время сотрудничества с ним;
- проанализировать жизненный цикл целевых аудиторий;
- осуществить анализ конкурентной среды, бенчмаркинг;
- выявить особенности своего товара или услуги;
- оценить уровень сформированности спроса;
- выяснить среднюю длительность сделки и т.п.

Во-вторых, необходимо определиться с целями. Благодаря проведенному анализу, возможно создание объективной системы достижимых целей. Критерии объективности и правильности поставленных целей и задач известны: конкретность и понятность, измеримость, достижимость, ограничение по времени.

Цели, для удобства, можно разделить на основные и второстепенные. В итоге получатся пункты, которым проект должен будет соответствовать, чтобы стать успешным. Это позволит более грамотно продумывать далее стратегию, чтобы как можно эффективнее распределять ресурсы для достижения поставленных целей.

В-третьих, стратегию необходимо прописать в виде конкретного плана действий с критериями оценки эффективности. Это означает, что необходимо взять обозначенные цели и разработать пошаговую инструкцию по достижению каждой из них. Причем, чем подробнее будет план, тем легче будет его выполнять. После этого можно будет заранее просчитать все ресурсы, которые понадобятся для достижения той или иной цели, определить точки пересечения, которые позволят предпринимателю эффективнее продвигаться к реализации целей своего бизнеса.

В-четвертых, нужно помнить, что для любой стратегии действуют два главных инструмента, которые являются ключевыми для бизнеса на протяжении всего времени его существования. Речь идет о клиентах и качестве продукта. Это означает, что в пределах срока реализации разработанной маркетинговой стратегии необходимо спланировать, каким именно образом будет осуществляться привлечение клиентов, а также, каким обра-

зом можно перераспределить расходы, чтобы маркетинговая кампания оказалась успешной. Но главное при этом – не допустить снижения качества изготавливаемых товаров или оказываемых услуг. Качество продукта – это самое важное, что может только быть.

Заключительный этап планирования маркетинговой стратегии состоит в том, чтобы выстроить систему анализа и оценки достижения результатов и выявления причин их неполного исполнения. Как правило, на данном этапе используются количественные и качественные показатели из метрик представляемых сервисов, например, компании «2ГИС», где можно посмотреть количество показов, переходов и, соответственно, заявок и покупок, что позволяет оценивать эффективность рекламных кампаний.

Далее опишем наиболее распространенные способы и методы маркетинговой деятельности, которые применяют компании малого бизнеса на современном рынке. Многие малые фирмы используют простые методы сбыта своих товаров или услуг клиентам. Эти методы включают в себя развитие веб-сайтов, усиления прямой почтовой и e-mail рассылки. Такие маркетинговые усилия достаточно эффективны – они позволяют коммуницировать с клиентами при минимальных затратах. Одно из преимуществ малого бизнеса – эластичность. Несмотря на то, что у компании нет неограниченной суммы денег для вложения в маркетинг, у нее есть преимущество в возможности предпринимать быстрые решения для удовлетворения спроса. Если маркетинговая стратегия не работает, эти фирмы могут быстро поменять направление своей деятельности и отвечать на потребности изменяющегося рынка. Именно поэтому малые фирмы действительно имеют некоторые преимущества перед большими фирмами. Маркетинг малого бизнеса – это система, которая должна быть последовательно выстроена. Существует множество маркетинговых механизмов, которые помогут осуществить маркетинговые цели. К ним относятся: ежедневные электронные письма, блоги для ваших веб-сайтов, рекламные листовки на стекла и дверные подвески и т.д. [3]. Для иллюстрации всего изложенного выше приведем пример маркетинговой стратегии для предприятия малого бизнеса. В качестве примера возьмем компанию, занимающуюся доставкой здоровой пищи в городе Новосибирске – ООО «Еда без вреда». Компания готовит и доставляет своим клиентам пакеты здоровой еды на целый день. Представим процесс разработки маркетинговой стратегии данной компании в соответствии с рассмотренными выше этапами.

1. Анализ-диагностика.

Анализ рынка. В целом, весь рынок можно рассматривать как доставку любой пищи – так как основной потребностью является устранение чувства голода. Однако если сегментировать рынок, то к конкурентам можно отнести только аналогичные компании, занимающиеся доставкой «правильной» пищи, так как сегмент аудитории у них будет более узкий.

Анализ конкурентов. Конкуренция на рынке не слишком высокая, так как данный рынок плохо сформирован и еще находится на стадии станов-

ления. Крупнейшими игроками, на которых стоит сконцентрировать внимание, являются компании «LiteFood» и «LifeFood». В их сообществах в социальных сетях состоят по 2-3 тысячи человек. Компании придерживаются демократичной ценовой политики для охвата большего объема потребителей. Внутренний анализ. Компания «Еда без вреда» работает по такой же, как и у конкурентов, бизнес-модели. Конкурентное преимущество – особое сбалансированное меню, которое позволяет как похудеть, так и поддерживать нормальное функциональное состояние организма, обогащая его всеми необходимыми витаминами и минералами. С точки зрения цены, на первоначальном этапе она будет ниже, чем у конкурентов, для охвата максимального количества потребителей и установления с ними длительных взаимоотношений.

2. Определение целей и задач компании.

Вторым этапом по формированию и реализации маркетинговой стратегии компании «Еда без вреда» является переработка сайта с упором на улучшение пользовательского опыта и пользовательского взаимодействия сайта, так как на момент написания данной статьи сайт не отвечал требованиям пользовательского взаимодействия. После переработки сайта необходимо провести масштабные рекламные кампании: контекстная реклама и таргетированная реклама, ориентированная на женщин и мужчин, которые посещают фитнес центры и интересуются здоровым питанием для похудения либо набора мышечной массы.

3. План достижения целей.

На основе полученных данных будут оценены текущие показатели эффективности, и разработаны дальнейшие действия по увеличению клиентской базы компании и формированию как системы лояльности, так и системы привлечения клиентов на основе рекомендаций при помощи использования специализированных сервисов. Таким образом, маркетинговая стратегия является ключевым фактором стабильного развития малого бизнеса, так как позволяет правильно сформировать систему действий по привлечению и удержанию клиентов, а также правильно оценить эффективность рекламных кампаний и оптимизировать их при наличии различных недочётов, выявленных эмпирическим путем.

Список использованных источников.

1. Бебрис А.О., Конотопов М.Н., Хмелев И.Б. Разработка стратегий для венчурной фирмы. – М., 2013. – 164 с.
2. Котлер Ф. Келлер К.Л., Маркетинг Менеджмент. 15-е изд. – СПб.: Питер, 2018. – 848 с.
3. Решетько Н.И., Соколов М.А., Куприянова А.С. Эффективность маркетинговой стратегии в малом бизнесе // Молодой ученый. 2014. №6.2 (65.2). С. 54-56.

MARKETING STRATEGY FOR SMALL BUSINESS DEVELOPMENT

A.H. Baimurzin

*Kazan state energy university
Kazan, Russia*

Small business marketing is a must-have in ensuring its effectiveness, but not every entrepreneur understands the full value of marketing. Many believe that they can do without it altogether. This approach is erroneous, since marketing, in fact, is the engine of any company, contributing to both the inflow of new customers and the retention of current ones.

Key words: marketing, companies, clients, efficiency.

УДК 656.11

ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ОТНОСИТЕЛЬНО КАЧЕСТВА ПРЕДОСТАВЛЯЕМЫХ УСЛУГ (НА ПРИМЕРЕ ФИТНЕС- КЛУБА)

А.Х. Баймурзин, Д.М. Шакирова

*ФГБОУ ВО "Казанский государственный энергетический университет"
г. Казань, Россия*

В настоящее время все большее внимание уделяется процессам, связанным с качеством. Именно поэтому в представленной статье проведен анализ актуального вопроса проблем и путей совершенствования системы менеджмента качества в фитнес-клубе. Методология исследования – анализ научной литературы по заданной проблеме, а также практического отечественного опыта.

Ключевые слова: совершенствование, качество, менеджмент, услуги, целевая программа.

Система менеджмента качества на предприятии должна внедряться как комплексная программа, ориентированная на повышение качества предоставляемых услуг, приобретение конкурентных преимуществ и получение от клиентов обратной связи с целью совершенствования предоставляемого сервиса. Именно поэтому цель данной работы - на примере фитнес-клуба разобрать основные проблемы и пути совершенствования системы менеджмента качества на предприятии. Итак, для запуска системы качества на базе фитнес-клуба необходимо принятие целевой программы, документ должен быть утвержден руководством клуба и подразумевать применение конкретных инструментов для оценивания качества предоставляемых услуг. Работу системы менеджмента качества нельзя представить без критериев, по которым будет оцениваться предоставляемый в фитнес-клубе сервис. На этой стадии возникает одна из главных проблем, которая связана с источниками получения информации для оценивания качества предоставляемых услуг. Так как фитнес-клуб работает

как предприятие, к оцениванию качества необходимо подходить с нескольких позиций. Во-первых, необходимо определиться с характеристиками качества выходного продукта. В данном случае – это фитнес-услуги, которые предоставляются для населения. Качество предоставляемых услуг можно оценивать по тому, добиваются ли клиенты фитнес-клуба поставленных целей после занятия фитнесом. К примеру, в рамках программы, ориентированной на похудение, критерием качества будет средний показатель потерянного веса в группе спортсменов. Если команде вместе с тренером удастся достичь запланированного показателя, значит применение этой программы будет эффективным. Во-вторых, необходимо определиться со способами получения обратной связи от клиентов, получаемая информация позволит в целом оценить удовлетворенность предоставляемыми услугами. Эффективным способом получения обратной связи для дальнейшей обработки информации может стать анкетирование, опрос качества среди новых посетителей. Особое внимание должно уделяться тем клиентам, которые отказываются от продления абонементов. Полученная от них информация способна прямо указать на недостатки работы фитнес-клуба. В-третьих, это определение возможностей и функций каждого работника фитнес-клуба как ответственного за качество работы на своем участке производства конечного продукта. В частности, для тренеров, которые занимаются индивидуальными тренировками, критериями качества будет достигнутый клиентами результат. А для тренеров, которые занимаются с группами, критерием качества будет средний показатель по группе. Если речь идет о снижении веса как конечной цели программы, то показателем качества будет средний показатель сброшенного веса среди всех участников группы. Однако это является только составной частью качества, характеризующего качественные характеристики предоставляемых услуг. Результат тренировок – это конечный продукт, который достигается путем тренировок в фитнес-клубе. Качественные характеристики этим продуктом приобретаются на всех этапах производства. Обратимся к конкретным этапам, где можно управлять качеством продукта на базе фитнес-клуба. Во-первых, это отдел консультаций на входе, который занимается консультированием потенциальных клиентов и решает проблемы владельцев абонементов. Управлять качеством на этом этапе можно, если повышать быстроту и качество реакции на обратную связь от клиентов. Во-вторых, это работа отдела маркетинга, который разрабатывает рекламную продукцию и участвует в проведении рекламных кампаний. Оценивать результат работы сотрудников этого отдела можно по количеству привлеченных клиентов за счет использования маркетинговых инструментов. Другими словами, работа отдела маркетинга будет эффективной тогда, когда затраченные средства на рекламные кампании будут окупаться за счет привлечения к сотрудничеству новых клиентов. В-третьих, это штат тренеров, оценивать его работу можно на основе анкетирования, качественных показателей, которые будут достигать клиенты в ходе тренировок.

Важным критерием качества работы тренеров будет заполненность групп. В-четвертых, это работа самого директора как эффективного управленца. Его качество работы можно оценить, опираясь на показатели прибыльности работы фитнес клуба. Так как высшее руководство обладает всеми необходимыми полномочиями для управления ресурсами, то спрос с руководителя перед теми же инвесторами будет высоким. Система менеджмента качества в фитнес-клубе должна включать в себя налаживание системы контроля. Эта система должна функционировать непрерывно, результатом работы системы должен стать постоянный сбор данных по качеству предоставляемых услуг. Наладить работу системы качества менеджмента в фитнес-клубе можно, если обратиться к средствам, используемым для выпуска конечного продукта – услуг фитнес-зала. Сюда необходимо отнести такие показатели, как удобство расположения фитнес-клуба, наличие удобной парковки для клиентов, качественной отделки внутри помещений и показателей финансовой деятельности фитнес-клуба. Наличие современного спортивного инвентаря, дополнительных помещений для переодевания и мытья в душе после тренировок способно повысить качество предоставляемых услуг. Функционирование системы качества на базе фитнес-клуба невозможно представить без эффективной кадровой работы. Чтобы инструкторы смогли обеспечить достижение клиентам качественных результатов тренировок, они должны иметь высокую квалификацию, уметь работать с группами и индивидуально, наделять продукт новыми потребительскими свойствами. К примеру, повысить качество предоставляемых услуг на базе фитнес клуба можно, если взять на работу инструкторов, которые обладают необходимыми знаниями для разработки индивидуальных программ питания, способны продать спортивное питание и предложить решение той проблемы, с которой обратился клиент. Управление системой качества на базе фитнес-клуба имеет несколько характерных проблем. Во-первых, это колебания спроса на услуги фитнес-зала, что сказывается на показателях прибыльности бизнеса. Компенсировать выпадающие доходы можно, если увеличить объем сопутствующих услуг. Продажа сопутствующих услуг и товаров позволит клиентам приобрести все необходимое в одном месте. К примеру, в клуб обратился клиент с лишним весом. Он покупает абонемент, в качестве сопутствующих товаров ему предлагается приобрести спортивное питание, которое подберет фитнес-инструктор. Во-вторых, это изменение конкурентной среды, что может как повысить, так и понизить качество предоставляемых в фитнес-клубе услуг. Чтобы исключить негативные последствия, необходимо отслеживать конкурентную среду – следить за качеством услуг у конкурентов, их новыми услугами, подходом к развитию бизнеса. Таким образом, система менеджмента качества на базе фитнес-клуба должна работать как постоянный механизм по сбору информации, оценке достигнутых показателей и обработке обратной связи от клиентов для принятия оперативных управленческих решений.

Список использованных источников.

1. Федюкин В.К. Квалиметрия. Измерение качества промышленной продукции: Учебное пособие. - М.: Кино-рус, 2017. - 320 с.
2. Остапенко С.Н. Оценка научно-технической и производственно технологической реализуемости проектов на стадиях жизненного цикла сложных технических систем: Коллективная монография I С.Н. Остапенко, А.А. Филатов [и др.]; под ред. С.Н. Остапенко. - Тверь: ЗНП АО «Отделение ПВЭ и Ф», 2017. - 64 с.
3. Методические вопросы оценки совершенства и ранжирования многопараметрических сложных технических систем. - Тверь: ЗНП АО «Отделение ПВЭ и Ф», 2016. - 228 с.
4. Розанова Н.М. Корпоративное управление: Учебник для бакалавриата и магистратуры. - М.: Юрайт, 2016. - 339 с.

QUALITY MANAGEMENT SYSTEM INTEGRATION, LABOR SAFETY AND HEALTH PROTECTION.

A.H. Baimurzin, D.M. Shakirova

*Kazan state energy university
Kazan, Russia*

Nowadays, more and more attention is paid to quality-related processes. That is why in the presented article an analysis of the topical issue of problems and ways of improving quality management systems in a fitness club. Research methodology - analysis of scientific literature on a given problem, as well as practical domestic experience.

Key words: improvement, quality, management, services, target program.

УДК 656.11

СУЩНОСТЬ ФИНАНСОВОГО ПЛАНИРОВАНИЯ

А.Х. Баймурзин

*ФГБОУ ВО "Казанский государственный энергетический университет"
г. Казань, Россия*

В статье рассмотрена сущность финансового планирования, его аспекты, принципы и проблемы. Рассмотрены способы улучшения финансового состояния компании при помощи ограничений в финансовом планировании.

Ключевые слова: финансовое планирование, финансовое состояние компании.

Финансовое планирование – это искусство использования фондов для поддержания успешного хода дел и получения большего дохода. Существует несколько градаций потерь в неудачных попытках предотвратить нереальные и неприбыльные расходы. Финансовое планирование осуществляется неправильно, когда:

- организация, вкладывающая тысячи в накапливающиеся, но не предоставляемые услуги, приводит отдел финансов к потенциальным и ошеломляющим потерям из-за возврата полученных сумм;
- организация, пытающаяся сэкономить, пренебрегая развитием и возможностью создать континентальный бум, не имеет смысла;
- не используются дополнительные средства для получения большего дохода и производства;
- нет четкого плана, который направлен на осуществление превышения доходов над расходами во всех отделениях, областях и на индивидуальных постах организации.

Хорошее руководство на местном уровне всегда обеспечивает благополучное финансовое состояние и силу организации. Слабое руководство на местном уровне всегда ведет к финансовому банкротству и краху. Общее наблюдение организаций использует появляющиеся с их стороны финансовые протесты и случаи краха и проблем для распознавания слабого руководства.

Финансовое планирование осуществляет следующие действия:

1. Планирование дохода. Это такое планирование, которое форсирует маркетинг, рекламу, продажи и предоставление услуг, которые должны привести к этому доходу.

2. Обеспечение уверенности в том, что программа финансового планирования № 1 для организации выполнена и продолжает действовать.

3. Направление исходящих средств, необходимых для выполнения планирования.

4. Распоряжения об оплате счетов.

Мероприятия по финансовому планированию следующие:

1. Распоряжение о любых необходимых отсрочках оплаты по определенным счетам.

2. Использование финансовых средств в соответствии с принципом «уплаты к определенному сроку» (как описано раньше в инструктивном письме).

3. Установление ограничений на подписание тех ордеров на закупки, которые можно подписать.

4. Предотвращение закупок средств рекламы или почтовых средств, не обусловленных производственной необходимостью, для отделов и отделений в состоянии чрезвычайного положения.

5. Регулирование оплаты.

6. Пересмотр цен, для того чтобы обеспечить, что все услуги организации имеют цену – правильную цену – и там, где требуются изменения – получение права на это от высшего руководства (цены не могут устанавливаться в местном масштабе без разрешения на то высшего руководства).

7. Распоряжения относительно перевода любых денежных средств.

8. Принятие решений насчет любых крупных покупок.

9. Санкционирование продажи любого оборудования или имущества.

10. Утверждение цен, предложенных на любое оборудование или имущество.

Важность производства. Пример: Организация с суммой полмиллиона, которые можно было собрать в соответствии с документами, но даже не выславшая при этом ведомостей или отчетов, переживала трудные времена в финансовом планировании. Выпрашивая «ассигнования», орган финансового планирования компании и ее контролер не понимали полностью, куда будут направлены взятые займы финансы.

Дичайший пример подобной ситуации случился в 1950 г. в организации, управляемой отставным адмиралом ВМС США, которая, обладая потенциальной возможностью делать 80 тысяч долларов в неделю, просила субсидий в объеме 47 тысяч долларов еженедельно. Но управляющий приостановил деятельность организации, выдвигая «добро» и субсидирование в качестве условия ее возобновления. Вся деятельность в таких случаях не применяет схему «продвижение услуги – продажа – сборы» и «предоставление» – и поэтому «зависает» без оплаты.

Список использованных источников.

1. Абдукаримов, И. Т. Анализ хозяйственной деятельности потребительской кооперации [Текст] : учеб. для вузов / И. Т. Абдукаримов. – 2-е изд., перераб. – М. : Экономика, 1989. – 207 с.

2. Акофф, Р. Планирование будущего корпорации [Текст] / Р. Акофф. – М. : Прогресс, 1985. – 132 с.

3. Балабанов, И. Т. Финансовый анализ и планирование хозяйствующего субъекта [Текст] / И. Т. Балабанов. – 2-е изд., доп. – М. : Финансы и статистика, 2001. – 208 с.

4. Крутик, Л. Б. Основы финансовой деятельности предприятия: Учебное пособие [Текст] / Л. Б. Крутик. – 2-е изд., перераб. и доп. – СПб. : Бизнес-Пресса; Феникс, 1999. – 447 с.

5. Селезнева, Н. Н. Финансовый анализ [Текст] : учеб. пособие / Н. Н. Селезнева, А. Ф. Ионова. – М. : 2002. – 479 с.

6. Хаббард, Л. Р. Задачи и Цели [Текст] / Л. Р. Хаббард. – Нью-Йорк, 1990. – 30 с.

ESSENCE OF FINANCIAL PLANNING

A.H. Baimurzin

KAZAN STATE ENERGY UNIVERSITY

Kazan, Russia

The article discusses the essence of financial planning, its aspects, principles and problems. The ways of improving the financial condition of the company using restrictions in financial planning are considered.

Key words: financial planning, financial condition of the company.

ЦИФРОВИЗАЦИЯ ПРОЦЕССОВ УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТАМИ

А. С. Бакланов, Д.М. Шакирова, Д.С. Баширова

*ФГБОУ ВО «Казанский государственный энергетический университет»
г. Казань, Россия*

В данной работе освещены вопросы влияния цифровизации на управление проектами. Описаны цифровые решения на каждом из этапов управления проектами в разрезе строительной области.

Ключевые слова: управление проектами, цифровизация, этапы, информационная система.

Преимущества цифровизации продолжают оказывать влияние на многие аспекты нашей жизни. Как потребители информации, современный человек ожидает в любом месте и в любое время доступа к данным без временных и пространственных барьеров. С точки зрения организации или отрасли, помимо удовлетворения этих постоянно меняющихся ожиданий клиентов, самым большим фактором цифровизации является эффективность, которую она приносит. Цифровизация позволяет организациям стать более гибкими, получать доступ к информации в режиме реального времени и, следовательно, анализировать эту информацию для более четкого понимания потребностей конечных пользователей [1]. При таком глубоком воздействии цифровизация будет и дальше внедряться в промышленность, и пространство для управления проектами не является исключением.

Интенсивный характер управления проектами дает прекрасную возможность использовать цифровизацию в нескольких областях, таких как анализ данных для управления рисками, мониторинг хода работ, распределение ресурсов, улучшение отчетности и обновление информации в режиме реального времени для прозрачного взаимодействия с заинтересованными сторонами [1]. Ниже приведен краткий обзор возможностей цифровизации на всех пяти этапах управления проектами:

1. Концептуализация и инициация.

Построение бизнес-обоснования проекта или оценка его осуществимости могут быть намного проще с помощью вспомогательных данных. Данные мобильных телефонов, например, могут быть проанализированы для выявления районов с высоким пригородным движением. Районы с высоким пригородным движением и большим временем ожидания предполагают возможности для развития общественного транспорта [1]. Рынок предлагает множество инструментов для сбора таких отраслевых данных, подкрепленных профессиональными консультациями, которые анализируют и предоставляют действенные идеи [2]. Цифровизация также может помочь в приобретении и одобрении спонсоров.

Серьезной проблемой на этом этапе строительства является привлечение спонсоров проекта с нестроительной деятельностью для визуализации проекта. В то время как специалисты в области строительства, такие как архитекторы или инженеры, могут воспринимать конечный результат на основе проектных планов, многим спонсорам трудно это сделать [2]. Эта проблема может быть решена с помощью цифрового формата виртуальной реальности, который позволяет заинтересованным сторонам увидеть близкое и точное представление окончательного проекта. Хотя это может показаться упрощенным вариантом, получение спонсорской поддержки на данном этапе может сэкономить сотни часов работы, которые могут возникнуть из-за несоответствия ожиданий [3].

2. Разработка и планирование.

Крупные организации по управлению проектами применяют в своей деятельности цифровые системы для управления распределением и планированием ресурсов по нескольким проектам. Все детали финансирования, трудоемкости и продолжительности проекта находятся в этой единой системе для всех проектов [3]. Руководители проектов проверяют жизнеспособность и точность рекомендаций. Кроме того, бизнес-аналитика интегрирована с информационной системой, чтобы предоставить нам панорамное представление о том, какой менеджер проекта обрабатывает какие и сколько проектов вместе с прогрессом проекта [2].

В строительном пространстве BIM (Building Information Model) позволяет получить 3D-представление предстоящего проекта в комплекте с несколькими частями критической информации. Примером может служить следующая ситуация:

Архитектор может создать базовую BIM-модель высотного здания, следовательно, инженеры-строители, инженеры-гидравлики, бухгалтеры по затратам могут добавить соответствующие фрагменты информации. На самом деле знание некоторых программ информационного моделирования зданий, стало необходимым условием для того, чтобы быть нанятым для выполнения проектных работ. [2]

3. Начало и выполнение.

Важным аспектом этого этапа является коммуникация с заинтересованными сторонами. При участии множества заинтересованных сторон решающее значение имеет последовательное обновление информации в режиме реального времени. Современные информационные цифровые инструменты, такие как Jira, SharePoint и другие, удовлетворяют коммуникационные потребности [3].

Строительные контракты сложны и используют юридический язык, который трудно понять всем вовлеченным сторонам. Инструменты администрирования контрактов, к примеру, Aconex [4], упрощают процесс, назначая четкие обязанности, относящиеся к различным этапам контракта, и информируя каждую заинтересованную сторону о точных шагах реали-

зации. В них также предусмотрено упорядочение судебных разбирательств [2].

4. Выполнение и контроль.

В строительной отрасли существует технология проведения инспекций объектов с помощью беспилотных летательных аппаратов. Полученные данные затем можно загрузить в информационную систему и сравнить с утвержденными планами строительства. Затем к этим заключениям могут получить доступ многочисленные заинтересованные стороны. [4]

Платформы оценки строительных рисков позволяют инспекторам загружать выявленные риски в систему для немедленного рассмотрения [2].

Цифровые системы отчетности заменили аналоговый механизм отчетности записи и ручного обмена информации о ходе работ. Современные системы анализируют риски, дают прогнозы и мгновенно обмениваются информацией о прогрессе и результатах деятельности.

5. Закрытие проекта.

Цифровые системы позволяют получать сигналы от множества заинтересованных сторон, выходя за рамки временных и географических барьеров. Основываясь на обновлениях различных вех, заинтересованная сторона может принять решение об идентификации.

В строительной отрасли в будущем физическая поставка актива будет сопровождаться его цифровым двойником, который будет нести критические части информации, такие как используемые материалы, развернутое оборудование и потребности в техническом обслуживании. Окончательный физический проект будет сравниваться с этой цифровой версией [2].

В заключение хотелось бы отметить, что цифровизация направлена на оказание помощи руководителям проектов, а не на их замену. В неординарных ситуациях цифровые системы позволяют автоматизировано предлагать корректировки стратегии управления проектами, тактические решения для разрешения возникшей проблемы.

Список использованных источников.

1. Усманова З.А. Цифровизация процессов управления портфелем проектов коммерческого банка // Цифровизация и формирование цифровой культуры: социальный и образовательный аспекты. 2019. С. 118-123.
2. The Digitalisation of Project Management Processes // Australian Institute of Project Managment URL: <https://www.aipm.com.au/blog/articles/the-digitalisation-of-project-management-processes.aspx> (дата обращения: 05.04.2021).
3. Викторов М.Ю. Цифровизация процессов реализации инвестиционно-строительных проектов // Известия вузов. Инвестиции. Строительство. Недвижимость. 2020. Т. 10. № 4 (35). С. 516-523.
4. Усманов М.Р., Фоменков Д.А., Шушкин М.А. Анализ цифровизации инжиниринговых проектов на примере нефтегазового сектора // Информационные технологии. 2020. Т. 26. № 12. С. 688-696.

DIGITALIZATION OF PROCESSES PROJECT MANAGEMENT

A. S. Baklanov, D.M. Shakirova, D.S. Bashirova

Kazan State Energy University,

Kazan, Russia

This paper focuses on the impact of digitalization on project management. Digital solutions at each stage of project management in the context of the construction field are described.

Keywords: project management, digitalization, stages, information system.

УДК 005.96

ИССЛЕДОВАНИЕ СИСТЕМ УПРАВЛЕНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ

Р.Е. Баранов, Д.М. Шакирова

ФГБОУ ВО «Казанский государственный энергетический университет»

г. Казань, Россия

В этой статье описаны системы управления человеческими ресурсами, их возможности, основные функциональные преимущества и модули. Определены факторы, которые указывают на необходимость внедрения систем управления персоналом.

Ключевые слова: система управления человеческими ресурсами, информационная система управления персоналом, управление человеческим капиталом.

Работа по управлению персоналом сегодня становится все сложнее, чем когда-либо. Существует множество факторов, которые входят в управление информацией о сотрудниках, которая используется для всего – от подбора персонала и найма до обучения, оценки и многого другого. Важность и человеческие ресурсы, стоящие за этими задачами, делают крайне важным для специалистов по управлению персоналом наличие программного обеспечения для управления персоналом для более эффективного управления кадровой информацией [1].

Именно поэтому многие компании сейчас используют системы управления человеческими ресурсами (Human Resource Management System – HRMS) – комбинацию систем и процессов, которые регулирует управление человеческими ресурсами и информационные технологии с помощью HR-программного обеспечения [1]. HRMS может использоваться при подборе кандидатов, управлении заработной платой, утверждении отпусков, планировании преемственности, отслеживании посещаемости, продвижении по карьерной лестнице, анализе эффективности работы и общем поддержании информации о сотрудниках в организации.

Автоматизация повторяющихся и отнимающих много времени задач, связанных с управлением человеческими ресурсами, высвобождает неко-

торых наиболее ценных сотрудников компании и позволяет сосредоточиться на культуре, удержании персонала и других высокоэффективных областях [2].

Термин HRMS иногда используется как синоним HRIS (информационной системы управления персоналом), но HRIS является одним из видов HRMS. Функционально, однако, нет никакой реальной разницы в типе предлагаемых систем, идущих под тем или иным названием [1]. В свое время HRMS была более полным автоматизированным решением для управления человеческими ресурсами, чем программное обеспечение под названием HRIS или даже HCM (управление человеческим капиталом), но ребрендинг многих компаний работал над тем, чтобы сделать различные названия программного обеспечения в целом неразличимыми [3]. Заметные различия указанных систем описаны ниже.

Сегодня HRIS предназначена для отслеживания числовых данных и информации о сотрудниках, таких как расписание сотрудников или ИНН [3]. HRIS также помогает отделам по работе с персоналом управлять их политиками, процедурами и людьми в целом. Задачи, лежащие в основе HRIS, включают в себя отчетность, обучение, набор персонала, выплату компенсаций, администрирование льгот, отслеживание данных, автоматизацию рабочего процесса и функции бухгалтерского учета [3].

С другой стороны, HRMS более надежна и включает в себя как ИТ, так и технологии управления персоналом [1]. Она работает с той же информацией, что и HRIS и HCM, в дополнение к неколичественной информации о сотрудниках и соискателях. Некоторые уникальные функции HRMS включают в себя адаптацию, удовлетворенность сотрудников, производительность труда, аналитику, прибыльность и многое другое [2].

Наличие программного обеспечения HRMS для работы с персоналом является общим знаменателем для успешных компаний; мало предприятий в любой отрасли, которые преуспели бы без какой-то автоматизации HR [4]. Мобильная доступность трансформировала современные HR-отделы, поставив управление информацией и задачами в помощь сотрудникам и руководителям.

HRMS может помочь как крупным организациям, так и небольшим стартапам повысить темпы роста и производительность труда. Ниже приведены некоторые примеры дополнительных преимуществ, которые организация может увидеть, используя платформу HRMS.

1. Сотрудники могут выполнять определенные канцелярские задачи, связанные с вводом их личной информации самостоятельно.

2. Система HRMS поставляется со встроенной системой безопасности, включая меры аутентификации, ограничивающие доступ к авторизованным пользователям и защищающие данные компании.

3. Большинство платформ HRMS позволяют пользователям настраивать рабочий процесс в соответствии с потребностями их организации.

4. Руководители организаций могут планировать автоматические напоминания и электронную почту через HRMS, что будет способствовать оповещению для экономии времени менеджеров, отслеживающих документооборот. [4]

Функция отдела кадров заключается в управлении данных сотрудников, их навыков, способностей, заработной платы и достижений. Замена некоторых процессов с помощью функционала систем HRMS позволяет распределить обязанности по управлению информацией таким образом, чтобы основная часть сбора информации не делегировалась исключительно HR [2]. Позволяя сотрудникам обновлять личную информацию и выполнять другие задачи, информация становится более точной, а HR-сотрудники не увязли в работе.

Каждый модуль выполняет в системе HRMS отдельную функцию, которая помогает в сборе или отслеживании информации. Например, прием на работу будет осуществляться с помощью модуля набора и оформления на работу, работа сотрудников – с помощью модуля оценки и управления эффективностью работы и так далее [1].

Также в HRSM могут быть такие функции как: управление заработной платой, набор и оформление новых сотрудников, сбор, хранение и доступ к информации о сотрудниках, ведение учета посещаемости и отслеживание прогулов, оценка эффективности, планирование работы сотрудников, аналитика и принятие обоснованных решений.

Таким образом, прежде чем компания примет решение о выборе решения HRMS, важно, чтобы руководство определило потребности компании, ее процессы и цели как на долгосрочную, так и на ближайшую перспективу. Для успеха проекта очень важно глубоко вовлечь в процесс специалистов по HR. В зависимости от размера и структуры компании, может быть полезным проведение общеорганизационного совещания или подбор представителей от каждого отдела для обсуждения целей и вариантов HRMS.

Для определения необходимости внедрения HRMS могут послужить следующие факторы [4]:

- отдел кадров перегружен работой и не имеет времени на выполнение всех своих задач;
- компания теряет бизнес и деньги из-за ошибок в HR-данных/комплаенсе;
- офис распределен по нескольким местам и не имеет единой платформы для коммуникации с непосредственным руководителем;
- заметна нехватка мер по контролю за неработающими сотрудниками и/или нет возможности отследить причины текучести кадров;
- сотрудники не несут ответственности и/или не имеют возможности самостоятельно управлять оценкой результатов своей работы.

Список использованных источников.

1. Смолькин В. П., Удалов О. Ф. Методологическая модель структурных преобразований управления человеческими ресурсами в объектах исследования // Естественно-гуманитарные исследования. 2020. № 30 (4). С. 170-176.
2. Казарян И.Р., Ткачук Е.К. Обзор зарубежных моделей управления персоналом // Universum: экономика и юриспруденция. 2018. № 7 (52).
3. Мельников О.Н., Чибисова В.Г. Инновационный подход к реорганизации системы управления кадрами, персоналом и человеческими ресурсами // Экономика труда. 2017. Т. 4. № 4. С. 283-294.
4. Минченко Л.В., Подавалкина Е.В., Журавлева М.Н. Совершенствование системы управления и развития персонала на предприятие // Научный журнал НИУ ИТМО. 2018. № 2. С. 75-80.

RESEARCH OF HUMAN RESOURCE MANAGEMENT SYSTEMS

R.E. Baranov, D.M. Shakirova

*FSBEI HE «Kazan State Power Engineering University»,
Kazan, Russia*

This article describes the human resource management systems, their capabilities, main functional advantages and modules. The factors that indicate the need to implement personnel management systems are identified.

Keywords: human resource management system, personnel management information system, human capital management.

УДК 65.011

МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УПРАВЛЕНИЯ ДОХОДНОСТЬЮ КАК ФАКТОР УСТОЙЧИВОСТИ ПРОМЫШЛЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

В.В. Борисова

*ФГБОУ ВО «Государственный университет управления»
г. Москва, Россия*

В статье обсуждаются вопросы управления доходностью промышленной организации и её связи с системной категорией экономической устойчивости. На основе предложенного определения методического обеспечения управления доходностью рассмотрено влияние его организационно-методической составляющей на количественную и структурную устойчивость промышленных организаций через инструменты автоматизации производственного процесса путем управления доходностью.

Ключевые слова: устойчивость, управление доходностью, промышленная организация, методическое и организационно-методическое обеспечение.

В настоящее время ускорение темпов экономического развития обеспечивается за счет активной цифровизации отраслей производства путем внедрения инструментов концепции «Индустрия 4.0». Однако сложившаяся

ся в условиях пандемии экономическая ситуация поставила российских промышленников в весьма непростые условия. Наяву произошла реализация глобальных рисков, связанных с остановкой производства, потерей бизнеса, разрушения внутренних и внешних структурных связей, обеспечивающих взаимодействие в логистических цепочках поставок в национальном и мировом пространстве. Российская промышленность и так испытывала большие трудности, возникшие с введением экономических санкций в отношении нашей страны: ограничился доступ к финансовым заемным средствам, и, как следствие, приостановилась модернизация оборудования; процесс импортозамещения оказался весьма болезненным и не столь продуктивным; снизился экспорт технологий. Условия пандемии еще больше усугубили ряд аспектов, вызвав сокращение товарного спроса во всех отраслях и притока прямых инвестиций, увеличение безработицы, банкротство и закрытие предприятий. Для того, чтобы российская промышленность могла эффективно отвечать на любые вызовы, решать любые экономические и научно-технические задачи, определяя вектор развития российской экономики на долгосрочную перспективу, она должна быть конкурентоспособная, структурно сбалансированная, способная к эффективному саморазвитию и адаптации к новым реалиям рынка [1]. Достижение таких характеристик происходит в рамках устойчивости экономического развития промышленности как системы, при которой сама система способна поддерживать некоторое своё состояние под воздействием внешних факторов и обеспечивать постоянный экономический рост.

Являясь системной характеристикой, экономическая устойчивость определяет баланс, равновесие между динамикой внешней среды и динамикой внутренних процессов, обеспечивая развитие системы путем эффективного распределения ресурсов [2, с.17]. Достижение такого баланса возможно количественным и структурным путем.

Присутствие в российской промышленности крупных промышленных корпораций, предприятий, холдингов и концернов обеспечивает промышленному бизнесу количественную устойчивость как способность к сохранению свойств системы в зависимости от количества элементов и характера их взаимосвязей. Это выражается в большем объеме управляемых ресурсов и, следовательно, в более широких возможностях самого управления в условиях нестабильной внешней среды. Свидетельство данному свойству – адаптация таких промышленных гигантов как «Северсталь», «Норникель», «КАМАЗ» и других крупных представителей металлургической, нефтедобывающей, химической, автомобильной и прочих отраслей к условиям пандемии без больших потерь в своей доходности [3]. Наличие достаточности ресурсов для управления доходностью позволяет крупным компаниям не ограничиваться в формах управляющих воздействий и более эффективно выбирать адаптационные стратегии, формируя экономические выгоды в сложных экономических условиях, и без значительных потерь преодолевать кризисные ситуации. Более сложная ситуация складывается с

мелким и средним бизнесом. Не имея в распоряжении большой объем ресурсов, промышленные предприятия в период пандемии столкнулись с существенными трудностями, преодолеть которые оказалось не под силу многим. Потеря финансовой устойчивости, а, следовательно, и доходов в условиях ограниченности набора корректирующих воздействий на сложившуюся пандемийную ситуацию привело к значительным структурным сдвигам в динамической характеристике их поведения, изменению их экономических отношений и процессов, и, как следствие, к приостановлению хозяйственной деятельности. И хотя предпринятые российским правительством меры по наложению моратория на банкротство предприятий в 2020 году позволили затормозить этот процесс, ожидается что в 2021 году он начнет набирать обороты.

На этом фоне представляется значимой структурная устойчивость промышленных предприятий (организаций). Не являясь очевидной как количественная устойчивость, она обеспечивает эффективное сочетание и организацию связей в рамках системы. По мнению [2, с.18] наблюдается прямое влияние структурной устойчивости на хозяйственную деятельность предприятий и организаций. Определено, что отсутствие эффективной структуры процессов, способной в ответ на внешние изменения вырабатывать управленческие воздействия, сохраняющие устойчивое положение, приводит к дисбалансам и неустойчивым состояниям.

Определенный набор конкретных действий, предназначенных для формирования и поддержания устойчивого состояния промышленных предприятий, обеспечивающих и количественную и структурную устойчивость, может создаваться в рамках управления доходностью бизнеса. И поскольку в деятельности каждой промышленной организации независимо от характера производственного процесса, формы собственности или масштаба производства присутствуют общие закономерности управления процессом извлечения экономических выгод следует говорить о методическом обеспечении процесса управления доходностью.

Опираясь на трактовку методического обеспечения как комплекса методов и методик, соединенных в определённую схему действий и предназначенных для достижения исследовательской цели, и дохода как «базового входного критерия наличия экономической выгоды, сформированного в результате деятельности хозяйствующего субъекта, измеренного в денежных и/или натуральных единицах» [4, с.8], определим методическое обеспечение управления доходностью как осознанную систему взаимосвязанных научно-практических инструментов, обеспечивающих эффективную разработку управленческих решений по достижению экономической выгоды и устойчивость функционирования экономических систем через управление экономическими ресурсами. Таким образом разработка методического обеспечения становится как фактором повышения доходности промышленных предприятий (промышленного бизнеса), так и фактором поддержания их устойчивого состояния.

Для промышленных организаций методическое обеспечение управления доходностью формируется следующими видами:

- организационно-методическим обеспечением;
- финансово-экономическим обеспечением;
- конструкторско-технологическим методическим обеспечением;
- ресурсно-методическим обеспечением;
- методическим обеспечением маркетинговой политики;
- управленческим методическим обеспечением.

В данный список вошло только то обеспечение, через которое можно проводить мероприятия по управлению доходностью промышленной организацией с целью достижения устойчивого развития.

В качестве примера рассмотрим организационно-методическое обеспечение, определив его роль в процессе поддержания устойчивости промышленных организаций через управление доходностью.

Основываясь на [5, с.82] к данному виду обеспечения отнесем «совокупность методических документов, норм, инструментов, правил» определяющие организационную структуру промышленной организации и её технологическую оснащенность в части автоматизации производственных процессов. По сути мы определяем состав, функции, структуру, взаимодействие, технологии, инструментальные средства, пользовательский интерфейс, регламенты и иные документы, описывающие все виды автоматизированных систем управления (АСУ) и их увязку в единую ИТ-архитектуру предприятия, а также способы обработки, организации и хранения промышленных данных, помимо ее организационной структуры. Фундаментом такой интеграции всегда является автоматизированная система управления технологическим процессом (АСУ ТП) промышленной организации, работа которой опирается на обработку большого объема данных, получаемых от датчиков, установленных на технологическом оборудовании. Состав этих данных весьма разнообразен как и его источники (датчики). Основной целью сбора является обнаружение дефектов работы оборудования, диагностика развития дефектов и прогнозирование состояния узлов / оборудования. Все действия направлены на непрерывный мониторинг для предотвращения аварий и своевременное информирование владельцев оборудования о возникающих проблемах. Основным решением в организации такой работы становится информационная система технического обслуживания и ремонта (ТОИР), нацеленная на обеспечение работоспособного состояния оборудования, безопасной и бесперебойной его работы, предупреждение поломок и аварий самого оборудования, а также износа его деталей и узлов. По сути внедрение ТОИР обеспечивает устойчивость производственной системы (соответственно и самого предприятия) в части функционирования каждой единицы техники, управляя надежностью и производительностью оборудования. Грамотно организованная система ТОИР содержит методическую составляющую в виде разработанной документации по стратегии внедрения ТОИР, организацион-

ную - определяющую функционал в процессе её построения и функционирования, и информационную – обеспечивающую техническую реализацию системы ТОИР.

Внедрение ТОИР напрямую связано с экономическими выгодами для предприятия через метрики, которыми оценивается её эффективность. Повышение уровня надежности работы оборудования приводит к снижению экономических рисков (потерь) от отказов. Увеличение времени работы оборудования напрямую влияет на выполнение производственных планов. По данным экспертов компании Factory 5 [6] только снижение простоев приводит к увеличению на 10% эффективности использования производственных фондов, а построение планов предиктивного обслуживания позволяет на 10% снизить затраты на техническое обслуживание и на 10% повысить производительность труда.

В рамках организационно-методического обеспечения промышленные организации получают более значительные преимущества, переводя процессы управления доходностью в цифровое пространство и используя различные программные продукты и приложения. Реализация функций управления доходностью – планирования, оценки и контроля в едином информационном пространстве позволяет менеджменту промышленных организаций гораздо легче отслеживать и решать вопросы оптимизации структуры производственных затрат, ресурсоемкости производства, эффективности работы оборудования, качества выпускаемой продукции, снижения брака, потерь и пр.

Основные функции организационно-методического обеспечения деятельности промышленных организаций с точки зрения управления доходностью должны быть сосредоточены вокруг построения технологического комплекса поддержки принятия управленческих решений, нацеленных на обеспечение устойчивого развития предприятий путем планирования доходов, мониторинга их формирования, инфраструктурного сопровождения и корректировки в случае возникновения отклонений из-за возмущений внешней среды. Автоматизация производственной деятельности как форма реализации организационно-методического обеспечения направлена на поддержку как количественной, так и структурной устойчивости промышленных предприятий. Через свои решения такие как создание и внедрение системы ТОИР, организационно-методическое обеспечение напрямую связывает характеристики устойчивости с экономическими показателями хозяйственной деятельности промышленных организаций.

Методическое обеспечения в системе управления доходностью призвано сыграть роль платформы, опорной научной и практической базы, связывающей основные и обеспечивающие процессы функционирования организации, направленные на оценку возможностей и перспектив развития самого процесса управления промышленными предприятиями.

Список использованных источников.

1. Бурдюкова О.В., Коркешко О.Н Трансформация обучения персонала на предприятии: инновационные форматы. Сборник статей II Всероссийской научно-практической конференции (с международным участием) «Промышленность: новые экономические реалии и перспективы развития». В 2-х частях. – Оренбург: Издательство: Типография "Экспресс-печать". – 2019. – С. 24-32.
2. Глазунова В.В. Оценка и формирование инновационного потенциала организации на основе анализа устойчивости: монография / В.В. Глазунова; Государственный университет управления. – М.: Издательский дом ГУУ. – 2017. – 227 с.
3. Воздействие пандемии COVID-19 на промышленность и экологию. Дайджест подготовлен Департаментом международного и регионального сотрудничества СП РФ – 2020.
4. Нечуехина Е.С., Мустафина О.В. Теоретические подходы к формированию и измерению дохода // Международный бухгалтерский учет. – 2015. – №31(373). – С.2-11.
6. Шейнбаум В.С. Методология инженерной деятельности. Учебное пособие. 2-е изд., испр. и доп. – Н.Новгород: Изд-во РГУ Нефти и Газа. – 2007. – 360 с.
6. Factory 5 – российский разработчик ПО для промышленных предприятий [Электронный ресурс]. – URL: <https://factory5.ai/> (дата обращения 15.04.2021).

METHODOLOGICAL SUPPORT OF PROFITABILITY MANAGEMENT AS A FACTOR OF SUSTAINABILITY OF THE INDUSTRIAL ORGANIZATION

V.V. Borisova

*FSBEI HE «State University of Management»,
Moscow, Russia*

The article discusses the issues of managing the profitability of an industrial organization and its relationship with the systemic category of economic sustainability. Based on the proposed definition of the methodological support of profitability management, the influence of its organizational and methodological component on the quantitative and structural stability of industrial organizations through the tools of automating the production process by managing profitability is considered.

Keywords: sustainability, profitability management, industrial organization, methodological and organizational-methodological support.

УДК 658

УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ В СТРОИТЕЛЬНОЙ СФЕРЕ

А.А. Гайнуллина, Л.П. Кузьмина

*ФГБОУ ВО «Казанский государственный энергетический университет»
г. Казань, Россия*

В статье приведены основные понятия организации проектной деятельности в строительной сфере. Рассматривается управление проектной деятельностью, специфика деятельности классических и неоклассических подходов к управлению строительными проектами. Также выделены новые направления в сфере управления строительными проектами.

Ключевые слова: проектная сфера, строительство, управление проектами, девелопмент, фи-дewelопмент.

Второе десятилетие XX века в строительной сфере было ознаменовано рядом изменений:

1. Смена моделей инвестирования (от государственных инвестиций к частным);
2. Переход к большому количеству мелких организаций в сфере строительства;
3. Развитие девелоперских организаций в сфере управления строительными проектами [4].

Отдельно отмечая девелопмент в сфере строительства, стоит отметить, что это отраслевой сегмент, неустойчивый к кризису, в силу того, что деятельность в этой сфере является синергией реализации инвестиционной продукции с высокой нагрузкой долга [2]. Девелоперская деятельность в полной мере отвечает требованиям деятельности организаций в кризисные периоды:

- разграничение ответственности сторон;
- высокая юридическая защищенность;
- наличие проработанной стратегии;
- высокая кадровая квалификация;
- инновационный подход к технологиям строительства;
- высокая инвестиционная привлекательность.

Механизм управления проектами в строительной сфере подразумевает создание временного коллектива, который берет на себя ответственность за реализацию трудоемкого и длительного процесса от подготовки строительной площадки до сдачи объекта в эксплуатацию. Чаще всего в последние десятилетия привлекают специалистов из консалтинга с широким профилем персонала, как, к примеру, на подготовку объектов строительства сочинской Олимпиады привлекли известную международную компанию PwC, которая уложилась в сроки и обеспечила эффективное взаимодействие коллектива в строительном проекте международного масштаба [5].

К числу современных методов управления строительными проектами относятся:

1. ANSI PMBOK GUIDE (APG) – процесс управления строительным проектом разбивается на части (инициация планирование, исполнение, регулирование и завершение) и ориентирован на управление отдельными этапами проекта; этот метод относится к числу классических методов управления строительными проектами [6];

2. Метод СФК – структурирование качества по функциям (QFD – Quality Function Deployment);

3. Agile Project Management (APM) – неоклассический метод управления строительными проектами, состоящий из множества циклов, позволяющих постоянно оценивать развитие проекта и получать мгновенные отзывы от пользователей и участников проекта; это метод, позволяющий в условиях быстрого изменения требований заказчиков получить максимальную прибыль (создание Boeing 787 вместо Boeing Sonic Cruiser) [1].

Любой классический способ управления проектами в строительной сфере отличается отсутствием гибкости и следованию точно заданному плану без учета экзогенных (цель и содержание проекта) и эндогенных (цель и содержание инновационных составляющих) факторов, а примерами несостоятельности применения классических методов могут служить: неудачный проект глобальной спутниковой связи Iridium, строительство никарагуанского канала [7].

В настоящее время ключевыми моментами управления проектами в сфере строительства выступает:

1. Инновационное развитие: поиск новых строительных материалов и форм строительства, использование нового оборудования, новых технологий проектирования с целью снижения стоимости процесса строительства и повышения комфорта жилых зданий [10];

2. Совершенствование системы управления проектами в строительной сфере на основе девелопмента (многоступенчатый процесс создания объекта недвижимости с целью его реализации или использования – все стадии процесса строительства объекта) [8];

3. Организация проектов в сфере строительства с использованием фи-девелопмента – это услуги по сопровождению строительного проекта от подготовки площадки для строительства до сдачи объекта в эксплуатацию (фи-девелопер не берет на себя ответственность за риски, является организатором процесса создания объекта недвижимости, получает определенную сумму гонорара за свои услуги) [9]. Фи-девелоперы привлекают, исходя из специфики объекта.

Выбирая девелопмент, можно провести колоссальную оптимизацию управления строительными проектами, ибо девелоперская деятельность направлена на повышение инвестиционной привлекательности объектов недвижимости.

В процессе развития проектного управления в сфере строительства формируются новые риски, которые компания-застройщик не может осигу-

лить самостоятельно, соответственно, целесообразно привлечение девелоперов, которые в состоянии:

- просчитать управленческие алгоритмы;
- следовать плану инвестирования;
- вывести объект строительства на эксплуатацию [3].

Список использованных источников.

Гареев И.Ф. Татарстан: жилищная политика, ориентированная на потребности населения // Российское предпринимательство. – 2011. – № 6. – Вып. 1 (185). – С. 184-188.

Долгов М. А., Круглякова В. М. Девелопмент в строительстве как форма инвестиционной деятельности на рынке недвижимости // Вестник ВГУ. Серия: Экономика и управление. 2020. № 4. – С. 54-64.

Кульков А.А. Оценка стратегии развития жилищного строительства в Республике Татарстан на 2011-2015 годы // Известия КГАСУ. – 2011. – № 4. – С. 307-312.

Мазур И.И., Шапиро В.Д. Управление проектами: справочное пособие / под ред. И.И. Мазура и В.Д. Шапиро. – М.: Высшая школа, 2018.

Мустафа Малла Осман Шади. Особенности управления инновационными проектами в сфере строительства / Журнал «Статистика и экономика», №3, 2015. – С. 99-103

Орехов С.А, Селезнёв В.А., Тихомирова Н.В. Корпоративный менеджмент: учебное пособие. – М.: Торговая корпорация «Дашков и К». 2018.

Сайфуллина Ф.М. Управление строительными проектами на основе фиделопмента / Журнал «Российское предпринимательство». – 2014. – №18 (264). – С. 94-99

8. Сиразетдинов Р.М. Девелопмент как инновационное направление инвестиционно-строительной деятельности // Российское предпринимательство. – 2011. – № 8. – Вып. 2 (190). – С. 80-84

9. Туишев Ш. М. Низамова А. Ш. Роль венчурного капитала в инновационном бизнесе // Известия КГАСУ – 2013. – № 4. – С. 326-330

10. Файзуллина Л. И. Перспективы инновационного развития инвестиционно-строительного комплекса // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. – 2010. – № 24. – С. 177-181

PROJECT MANAGEMENT IN THE CONSTRUCTION SPHERE

A.A. Gainullina, L.P. Kuzmina

*Kazan State Power Engineering University,
Kazan, Russia*

The article presents the basic concepts of organizing project activities in the construction sector. The management of project activities, the specificity of the activities of classical and neoclassical approaches to the management of construction projects are considered. Also, new directions in the field of construction project management are highlighted.

Keywords: design sphere, construction, project management, development, fi-development.

МОТИВАЦИЯ ПРОЕКТНОЙ КОМАНДЫ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ

Д.Р. Гайнутдинова, Д.М. Шакирова

ФГБОУ ВО "Казанский государственный энергетический университет"

г. Казань, Россия

Современный мир дал нам представление о том, насколько непредсказуемыми могут быть внешние обстоятельства и что порой именно лояльность персонала делает возможным удержание компании на плаву. В статье будут рассмотрены следующие основные моменты: каким способом мотивировать сотрудников проектной команды и что поменялось с появлением в нашей жизни пандемии коронавируса.

Ключевые слова: Персонал, проектная команда, мотивация, пандемия коронавируса, эмоциональное выгорание, добровольное медицинское страхование, карьерный рост, корпоративный психолог.

Мотивированием проектной команды должна заниматься каждая организация. В первую очередь должна быть сформирована четкая стратегия и социальная миссия. Здесь речь идет о следующем: для того, чтобы у сотрудников была мотивация работать на благо компании, необходимо убедиться в своем личном интересе к работе. Такое правило должно соблюдаться в любое время, независимо от внешних кризисных ситуаций в мире. Проектная команда должна чувствовать и знать, что они занимаются важным делом, их работа незаменима и представляет собой ценность, она может влиять на этот мир. В условиях нестабильности нынешней ситуации, активное участие руководителя является главной опорой для команды.

Избавиться от тревоги и объединить свою проектную команду можно только в том случае, когда руководитель ясно и твердо формирует стратегию, доносит ее до людей и вдохновляет. Так, в одной медицинской компании, для передачи энтузиазма была внесена социально значимая составляющая. Во время пандемии они внедрили виртуальную клинику, где любой желающий мог анонимно задать врачу абсолютно любой вопрос. Отдача от инициативы была получена как от клиентов, так и от проектной команды. В данном случае понимание важности и личное участие в социальной помощи в такое непростое время подбодрило сотрудников на плодотворную работу, а вместе с тем глубже проникнуться миссией компании.

Еще одним из способов мотивирования сотрудников является возможность попробовать себя в новых ролях, смена фокуса действий. По данным одного крупного американского частного медицинского и исследовательского центра «Клиника Мэйо», саморазвитие и стремление попробовать себя на новом месте считается лучшим способом усовершенство-

вать рабочие процессы, в то время как монотонная и рутинная работа является самым прямым путем к выгоранию.

Следует учесть, что далеко не всех сотрудников мотивирует перспектива карьерного роста так же сильно, как возможность освоить абсолютно другую сферу навыков. В компании можно внедрить следующую практику - выделять определенный день в неделе где будут выслушиваться недовольства коллег и руководитель поможет им попробовать себя в новой роли, выполняя несвойственные ему рабочие функции. Данная практика поможет замотивировать сотрудников на работу и побороть эмоциональное выгорание.

Руководитель, позволяющий своим сотрудникам меняться ролями, работает на рост лояльности и уважения в глазах своих коллег. Многие отечественные компании применяют подобную практику уже на протяжении многих лет. Руководство отслеживает тот момент, когда у сотрудников ослабевает мотивация, для того, чтобы обсудить его личный план по развитию, возможные перспективы карьерного роста, его пожелания.

Огромную роль играет благоприятная и дружеская обстановка в коллективе. Наиболее частыми факторами снижения мотивации трудящихся является некомпетентное руководство и отсутствие дружелюбной атмосферы в коллективе. Поэтому, чтобы повысить лояльность команды, следует предотвратить такие ситуации.

Чтобы обеспечить благоприятную обстановку, важно акцентировать внимание как на личных успехах каждого сотрудника, так и на успехах деятельности компании в целом. Необходимо работать над сплочением команды, говорить о победах и рабочих трудностях коллег, чтобы помочь и совместно решить проблему и вместе порадоваться за заслуги работника.

Проработать благоприятную обстановку в команде может эффективная обратная связь. Сотрудникам необходимо знать и понимать какие цели перед ними стоят, куда они движутся и чего они достигли уже. Во времена пандемии актуальность данного фактора возрастает, так как увеличена тревожность команды и снизить ее можно только четким пониманием общих целей, задач и прозрачностью.

Еще одним хорошим способом повышения мотивации у проектной команды - это возможность вкладывать материальные ресурсы в развитие работника. Считается, что самая лучшая компания та, которая показывает своему сотруднику путь по дальнейшему развитию, каким навыкам он должен овладеть и что нужно для этого изучить. У него намечается план дальнейших действий, чего он может добиться и каким образом это реализовать. Это хороший вариант по борьбе с тревожностью, когда четко представлен план будущего развития сотрудника в компании в условиях нестабильной мировой ситуации. Очень хорошо, если такой план будущего развития будет прописан по каждому сотруднику. Он будет знать, какое будущее его ожидает и какие этапы он должен пройти в компании.

В 2020 году у людей всего мира кардинально поменялось отношение к здоровью в связи с коронавирусной инфекцией COVID – 19. По статистическим данным исследовательского центра «Ромир», россияне начали тщательнее следить за состоянием своего организма. Многие организации стали подмечать, что ценность полиса добровольного медицинского страхования (ДМС) в качестве корпоративного бонуса повысилась и сотрудники все больше обращают внимание на то, что входит в страховку, может ли на дом приехать врач по полису, можно ли сдать тест на Covid-19 и в каком объеме медицинская помощь может быть предложена работодателем. Если раньше люди пренебрегали услугами ДМС, то сейчас они помимо того, что пользуются услугами ДМС, еще и стараются заранее предотвратить возможные случаи заболеваний.

Для каждого из нас пандемия – это большой стресс и, к сожалению, приводящий к потере большого количества рабочего времени. В связи с этим растет востребованность в российских компаниях практики корпоративной психотерапии. Данная практика особенно актуальна когда в коллективе есть напряженная обстановка, появляются конфликты, эмоциональное выгорание. Также следует проработать последствия возникших недопониманий между командой, чтобы предотвратить в будущем накопления стрессовых ситуаций.

Подобные практики способствует создать гармонию у человека между работой и с личным временем, обозначить границы и научат отдыхать так, чтобы возобновлять свои ресурсы. Помимо этого, работа с психологами может помочь с ростом сотрудников как горизонтально, так и вертикально. Для этого следует обратиться к помощи внештатным профессиональным корпоративным психологам, чтобы понять подходит ли для вашей компании такой способ мотивирования и борьбы с эмоциональным выгоранием. Они определяют масштаб проблем и направят на путь решения возникших проблем. Подобный процесс не легкий и потребуются определенное количество времени, чтобы решить все вопросы в коллективе, справиться с выгоранием, наладить здоровые взаимоотношения, не усугубляя при этом тревожность в коллективе, поэтому этим вопросом должен заниматься высококвалифицированный эксперт с большим опытом работы в подобных ситуациях. В 21 веке для организации не нужны большие офисы, так как многие могут работать удаленно, оставаясь при этом такими же активными и качественно выполняющими свою работы сотрудниками. В таком ритме современной жизни, 8 часовой график работы и офисный дресс-код в скором времени уйдут в прошлое и люди будут стремиться искать баланс между работой и личными делами. Но одно останется неизменным – это открытость и прозрачность действий руководителя будет всегда побуждать проектную команду работать лучше и эффективнее для достижения общих целей компании.

Список использованных источников.

1. Галькович Р.С., Набоков В.И. Основы менеджмента. – М.: ИНФРА – М, 2019. – 29 с.
2. Клиника Мэйо. – Режим доступа: <https://www.mayoclinic.org/>
3. Основы управления персоналом: Учебник для вузов / под ред. Б.М. Генкина. – М.: Высшая школа, 2006. – 114 с.
4. Российский исследовательский холдинг «Romir». – Режим доступа: <https://romir.ru/>
5. Самылин С. И., Столяренко А. Д. Менеджмент персонала. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2004. – 65с.

MOTIVATION OF THE PROJECT TEAM IN THE CONDITIONS OF THE PANDEMIC.

D.R. Gainutdinova, D.M. Shakirova

*FSBEI HE "Kazan state energy university"
Kazan, Russia*

The modern world has given us an idea of how unpredictable external circumstances can be and that sometimes it is the loyalty of the staff that makes it possible to keep the company afloat. The article will consider the following main points: how to motivate employees of the project team and what has changed with the appearance of the coronavirus pandemic in our lives.

Key words: Personnel, project team, motivation, coronavirus pandemic, emotional burnout, voluntary health insurance, career growth, corporate psychologist.

УДК 659.121.011.12

ТРУДОВЫЕ РЕСУРСЫ И КОНТИНГЕНТ СОТРУДНИКОВ РЕКЛАМНО - ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ КОМПАНИЙ

М.В. Галкина

*ГОУ ВО «Московский государственный областной университет»
г. Москва, Россия*

В статье проводится обзор состава сотрудников рекламно-производственных компаний в зависимости от уровня профессиональных компетенций. Рассматривается общее состояние рынка труда в секторе рекламы и оформления массовых и выставочных мероприятий культурной направленности.

Ключевые слова: реклама, трудовые ресурсы, профессиональные компетенции, рынок труда, культура, производство.

Современное состояние рынка рекламно-производственных услуг и производства рекламной продукции показывает значительное снижение уровня рентабельности по сравнению с отчетными периодами, предшествовавшими локдауну, связанному с пандемией. Например, по данным

интернет-ресурса www.hh.ru предлагается более 200 вакансий на должность менеджера по рекламе, и менее 35 вакансий на должность макетчика на производстве рекламы. Данные подобного типа могут свидетельствовать о следующем: компании восстанавливают контакты с заказчиками рекламной продукции и производителями товаров, но уровень и количество реальных заказов по что не позволяет производить массовый набор сотрудников на производство, ограничиваясь минимально возможным контингентом.

На вершине пирамиды труда рекламно-производственных компаний находятся две категории менеджеров – владелец-учередитель и ведущий менеджер компании. Данный тандем представлен именно как связанная рабочая группа с максимальным уровнем профессиональной и личной ответственности. В обязанности и владельца и ведущего менеджера входит контроль и руководство компанией, а также поиск и заключение договорных и контрактных обязательств. По данным бизнес-карты в России насчитывается около 4700 рекламных компаний, причем, падение рынка рекламы по итогам 2020 года составило 4%, до 473 млрд. рублей, что меньше пессимистичного прогноза в 10-15%. Приведенные показатели характеризовали общее снижение во всех разделах рекламного рынка, кроме интернет-рекламы, где наблюдался рост в 4%, в то время как наружная реклама потеряла 22%, а реклама в кинотеатрах – 75%.

Следующая категория сотрудников – менеджеры по производству рекламы – чья основная профессиональная компетентность формируется на уровне сопровождения заказов и контроля производственных цепочек и логистических потоков. Уровень ответственности находится во взаимосвязи с умением выстраивать рабочие отношения и служить координации и коммутации между производством, заказчиком и руководством, уметь правильно интерпретировать поступающую информацию и оперативно реагировать на различные изменения в плане проекта. По данным НИИ труда, по специальности устраиваются только 71% выпускников, причем остаются на работе по специальности после первого года – 41%, после двух лет – 37%.

Производственная категория сотрудников – от начальника производства до рабочих различных направлений. Условно подразделяются на две категории – временные и постоянные. Определенные управленческие и рабочие специальности – например маляр или оператор станка с ЧПУ, максимально вовлеченные в производственный процесс, имеют привилегии по сравнению с другими рабочими специальностями, где профессиональные компетенции не требуют высокой ответственности или уровня знаний для работы на высокотехнологичном, как правило дорогостоящем оборудовании. При равном уровне заработной платы (в Московском регионе – от 50 т.р.) временные сотрудники вынуждены осваивать более широкую специализацию деятельности, по сравнению с постоянными сотрудниками, осваивая 5 и более специальностей (макетчик, монтажник, электрик-

слаботочник и т.д.), тогда как постоянные сотрудники имеют возможность совершенствоваться только в рамках одной специализации, и работают по более упорядоченному рабочему графику. Таким образом, в рамках производства формируется категория сотрудников, имеющих более широкие возможности для конкуренции в случае переустройства.

Наиболее сложная ситуация в плане рабочей дисциплины и условий труда формируется у работников низового сегмента – разнорабочие, наемные (грузчики, уборщики и т.д.). В этом сегменте трудовых ресурсов наиболее распространено использование труда гастарбайтеров, как правило из среднеазиатских республик. Сложность привлечения данного контингента, как правило, находится в трех направлениях: миграционное законодательство, условия проживания, знание русского языка. До начала пандемии количество мигрантов, занятых в рекламно-производственных компаниях, возрастало, в первую очередь за счет более низкой оплаты труда (до 30 % по сравнению с гражданами России), но в результате общего спада на рынке, количество неквалифицированной рабочей силы также значительно сократилось. В период января-мая 2020 года было выдано около 585 тысяч патентов на работу, в 2019 году - более 840 тысяч (лиц, для которых получение патентов на работу обязательно). Показательно, что трудовые мигранты все чаще выбирают те направления экономики, где заработная плата более стабильна – строительство, благоустройство, ЖКХ, торговля, автотранспортные услуги; в отличие от более рискованных направлений – рекламное производство, шоу-бизнес, промоушен, где в значительной мере присутствуют факторы комиссионной деятельности, а выплаты имеют нерегулярную, а постпроектную основу.

Отдельный раздел – сотрудники аффилированных компаний, как правило работающие в секторе логистики, постпродакшена и дополнительных услуг (клининг, питание, лицензирование и проектирование). Данные сотрудник работают или по временным контрактам или по индивидуальным договорам и не являются в полной мере сотрудниками компании, осуществляя свою деятельность лишь по запросу. Однако рассматривая этот сектор рынка можно отметить, что затраты по данным направлениям колеблются от 5% до 10 % прибыли компании.

В целом результатом снижения рынка рекламы в России после завершения пандемических ограничений станет и то, что на современном этапе кризисные явления в секторе рекламы преодолеваются по различным направлениям: снижение уровня затрат за счет уменьшения аренды (арендодатели и ритейлеры также понесли потери и стараются сохранить арендаторов, сумевших перенести кризис пандемии); оптимизация управляющего и рабочего состава сотрудников рекламно-производственной компании – снижение уровня заработной платы за счет перевода значительной доли сотрудников в индивидуальные предприниматели; более гибкая ценовая политика при обсуждении договорных условий с заказчиками; рас-

ширение сферы деятельности компании – от декорационной и оформительской к созданию постоянных экспозиций.

В настоящее время уровень роста профессиональных компетенций сотрудников рекламно-производственных компаний серьезно изменяется, поскольку в обществе заново формируется система спроса на рекламную продукцию. Начиная с 2010 года серьезно развивается медиа реклама виртуального пространства (Интернет) и пространства дополненной реальности. Ежегодно снижается стоимость подобных услуг и повышается их качество, вступая в ценовую конфронтацию с реальным сектором. Все чаще в рамках запроса на профессиональные компетенции сотрудников рекламно-производственных компаний фигурируют специальности цифрового и компьютерного направлений. В связи с этим, мы предполагаем, что в учебной деятельности вузов при формировании творческих и профессиональных компетенций будет происходить увеличение значения цифровых и компьютеризированных учебных предметов.

Аналогично и на рынке труда будет наблюдаться возрастающая конкуренция между представителями трудовых поколений, где уровень профессиональных компетенций все сильнее зависит от умений работника интегрироваться в цифровую среду.

Список использованных источников.

1. Вакансия «Менеджер по рекламе». Портал «HH.ru» https://hh.ru/vacancies/menedzher_po_reklame. Электронный ресурс, дата обращения 18.04.2021 г.
2. Бизнес-карта рекламного рынка 2-19-2020 гг. <https://www.sostav.ru/app/public/images/advmap2016/design/advmap-2019.pdf>
3. Голубцов Павел Сергеевич, Фомин Александр Анатольевич Рынок интернет рекламы в России // Столыпинский вестник. 2020. №1.
4. Горохова Полина Андреевна Российский рынок рекламы: состояние, структура, тенденции и перспективы развития // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки. 2020. №1.
5. Шохоров Андрей Владимирович Исследование особенностей рынка рекламы в России // Вестник Псковского государственного университета. Серия: Экономика. Право. Управление. 2015. №1.

LABOR RESOURCES AND THE CONTINGENT OF EMPLOYEES OF ADVERTISING AND PRODUCTION COMPANIES.

M. V. Galkina
Moscow State Regional University,
Moscow, Russia

The article provides an overview of the composition of employees of advertising and production companies, depending on the level of professional competencies. The general state of the labor market in the sector of advertising and design of mass and exhibition events of cultural orientation is considered.

Keywords: advertising, labor resources, professional competencies, labor market, culture, production.

УДК 658(075.8)

ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ КАК КЛЮЧЕВОЙ РИСК СТРОИТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Ю.Б. Гендлина, В.В. Михайлов, М.Н. Соколова

*Череповецкий Государственный университет
г. Череповец, Россия*

В материалах статьи раскрыто, что в строительных проектах, ключевую роль играет производственный персонал, и его компетенции и компетентность – это то, на чём основывается инвестор, заказчик и топ-менеджмент при реализации подобных проектов. Определено, что затраты в обучение персонала - это инвестиции, требующие отдачи в виде накопления интеллектуального капитала предприятия.

Ключевые слова: персонал, человеческий капитал, проект, риск

В инновационном процессе исключительную роль играют творческие способности человека, его интеллект, смекалка, умение находить нетрадиционные решения сложных проблем. В то же время для решения экономических, научных, художественных, технических и социальных проблем нужны обширные знания, отлаженная система информации, творческое взаимодействие инноваторов. То есть человеческие способности выступают основным капиталом любого предприятия. Именно в творческой деятельности в «чистом виде» проявляется исходная роль человеческого капитала и инструментальное, подсобное значение приборов, техники, зданий и сооружений, т.е. всех материальных условий труда. Капитал и земля стали пассивным фактором роста, а человеческий капитал, заключенный в людях превратился в активный фактор. Сегодня именно человеческий капитал определяет темп и уровень развития, как отдельной фирмы, так и общества в целом.

Человеческий капитал как экономическая категория экономики стал одним из общеэкономических стержневых понятий, позволяющих описать и объяснить через призму человеческих интересов и действий многие экономические процессы. Состав производительных сил и капитала, образование и распределение доходов, экономический рост и национальное богатство получают адекватное отображение в экономической науке с использованием категории «человеческий капитал».

Инвестиционная деятельность, связанная с формированием и развитием человеческого капитала, носит двусторонний характер. С одной стороны, она представляет собой процесс использования индивидами приобре-

тенных ими знаний, умений и навыков для целей производственной и социально-общественной деятельности. С другой же стороны, это процесс, связанный с расширением возможностей человека за счет укрепления здоровья, приобретения новых знаний и совершенствования профессиональных навыков.

Как известно, отрасль «капитальное строительство» имеет ряд своих специфических особенностей. Среди них главной особенностью является применение практически на всех производственных операциях ручного труда: каменщики, арматурщики, бетоноукладчики, маляры, сварщики и т.д., то есть преобладает персонал, выполняющий трудовые функции по рабочим профессиям. Следовательно, для строительного предприятия превалирует уровень образования – средне-специальное.

Как показал обзор научных публикаций и опыт реализации строительных проектов строительными предприятиями, работодатели сталкиваются с проблемой несоответствия психофизиологических функций (физических и умственных способностей, в том числе способности к обучению) персонала современным требованиям предприятия. Результаты аттестации работников всё чаще свидетельствуют о неэффективности вложений в их обучение. Так, по данным работодателей более 30% работников, прошедших обучение не подтверждают необходимых компетенций. Это связано как с износом (старением) человеческого организма, так и с присущими человеку психофизиологическими функциями (в данном случае способности к обучению). Причиной может быть и низкое качество образовательных услуг, предоставляемых сторонними учебными заведениями [1].

Кроме того, анализ деятельности строительных предприятий показал, что новые экономические ценности персонала в виде новых компетенций, сформированных в процессе обучения, являются фактором риска потери квалифицированного работника для работодателя. Риск состоит в том, что работник, получая в ходе обучения новые компетенции и развивая свою компетентность, стремится найти другого работодателя, способного предложить ему более комфортные условия труда при более высокой заработной плате, с последующим карьерным ростом.

В итоге, работодатель, теряя работника, в обучение которого были вложены денежные средства, независимо от того, подтвердил ли работник свои компетенции при аттестации (оценке трудовой деятельности и профессионального развития) или нет, вынужден заново обучить и подготовить другого работника, а это фактически двойные затраты в денежном и временном измерении на обучение, плюс денежные и временные затраты на поиск нового квалифицированного специалиста. Анализируя данную ситуацию с позиции проект-менеджмента, инвестор по факту получает увеличение сроков и стоимости проекта, а также увеличение сроков окупаемости инвестиций, в т.ч. в человеческий капитал [1].

Таким образом, теоретические и практические исследования выявили, что одним из существенных рисков, влияющих на успех реализации проекта строительства, является риск, связанный с человеческим капиталом. Однако этот риск не учитывается ни при оценке инвестиционных проектов, ни при оценке рыночной стоимости предприятия (бизнеса), т.к. менеджеры предприятий психофизиологические функции человека и новые компетенции работников в качестве рисков, влияющих на результат проекта, не рассматривают. Работодатели обосновывают это тем, что если работник, прошедший обучение не подтвердил результаты обучения при аттестации (оценке трудовой деятельности и профессионального развития), то эти затраты вычитают из его заработной платы в соответствии с трудовым договором.

С этим мнением нельзя согласиться, поскольку с точки зрения инвестора, риски связанные с человеческим капиталом, это риски потери будущей доходности, т.к. инвестор вкладывает денежные средства (инвестиции) не только в обновление производства, но и в знания персонала, обслуживающего производственную систему. Следовательно, новые компетенции работников, внедренные в трудовую деятельность - это будущая устойчивая доходность предприятия.

На этом существенном основании считаем, что при оценке инвестиционных проектов строительства необходимо акцентировать внимание на риски, связанные с человеческим капиталом, в том числе с капиталовложениями в него [2].

Список использованных источников.

1. Гендлина Ю.Б. Человеческий капитал как ключевой риск проекта модернизации / Ю.Б. Гендлина // Современные наукоемкие технологии. Региональное приложение. – Иваново: ИГХТУ. –2018. –№3. с.51-55
2. Иванова Н.Н., Морозова О.А. Формирование механизма управления интеллектуальным потенциалом строительной организации // Научное обозрение. 2014. № 9. с. 1011.

HUMAN CAPITAL AS A KEY RISK OF A CONSTRUCTION ORGANIZATION

J.B. Gendlina, V.V. Mihailov, M.N. Sokolova

*Cherepovets State University
Cherepovets, Russia*

In the materials of the article, it is revealed that in construction projects, the key role is played by production personnel, and their competence and competence is what the investor, customer and top management are based on when implementing such projects. It is determined that the cost of personnel training is an investment that requires a return in the form of the accumulation of intellectual capital of the enterprise.

Keywords: personnel, human capital, project, risk.

КУЛЬТУРА ТРУДА

Д.С. Генералов, С.А. Котова

*ФГБОУ ВО «Казанский Государственный энергетический университет,
г. Казань, Россия*

Задача грамотного руководителя организовать не только рабочий процесс, но и создать такие условия, чтобы сотрудник максимально проявил свои способности. Это выгодно всем – предприятию, руководителю, работнику. Один из факторов, который влияет на качество труда – культура труда.

Ключевые слова: культура труда, персонал, предприятие, трудовая дисциплина, условия труда, рабочий процесс.

Под термином «культура труда» подразумевается личные и профессиональные качества работника, а также свод правил и инструкций, благодаря которым организована трудовая деятельность предприятия или организации. Имеет значение всё – внешний вид, как организовано рабочее место, ответственный подход к соблюдению техники безопасности и т.д. Понятие культуры труда включает несколько важных понятий.

Технологическая дисциплина.

Это соблюдение последовательности и технологии производственного процесса, который оформляется в виде карт.

Соблюдение этой дисциплины обеспечивает выпуск высококачественной продукции, высокую производительность труда, уменьшение количества брака.

На прогрессивных предприятиях технологические процессы периодически пересматриваются. Это нормально, ведь производство не стоит на месте, появляются новые технологии, оборудование совершенствуется.

Изменения в технологические и операционные карты вносят технологи производства. Самостоятельные изменения работниками технологии производства могут иметь печальные последствия для предприятия: поломки оборудования, снижение производительности труда, увеличение процента бракованной продукции. Контроль за соблюдением технологической дисциплины разрабатывается технологами для каждого конкретного предприятия. Он может быть:

индивидуальным;

операционным;

сплошным;

штучным.

Организация рабочего места.

Актуально как для производства, так и для организации, чья деятельность связана, например, с документооборотом - бухгалтерия, отдел про-

даж, конструкторское бюро и т.д. Правильно подобранные мебель, освещение, персональный компьютер с хорошим монитором способны не только улучшить производительность труда, но и сохранить здоровье сотруднику. Задача собственника (руководителя) обеспечить персонал всем необходимым, а обязанность сотрудника – поддерживать на своём рабочем месте чистоту и порядок.

Удачное решение - организация отдельной зоны для принятия пищи. Это тоже можно считать важной составляющей культуры труда. Во многих серьёзных организациях чашка с кофе или чаем на рабочем столе просто недопустимы.

Соблюдение техники безопасности.

Получение сотрудником травм на рабочем месте – «страшный сон» руководителя. Если происходит несчастный случай, персональную ответственность несут все – от начальника цеха до директора. Трудовая инспекция и суд, как правило, встают на сторону пострадавшего. Большинство травм случается по причине нарушения предписаний.

Для каждого вида деятельности актуальны конкретные условия, правила и ограничения. Они оформляются в виде инструкций. Ответственный сотрудник проводит инструктаж. Это фиксируется в специальном журнале и заверяется подписью сотрудников. Подпись является подтверждением того, что работник ознакомлен с техникой безопасности и может приступить к работе. На большинстве производственных предприятий персонал, не прошедший инструктаж, не допускается до работы.

Рабочая одежда.

Спецодежда давно стала важной частью корпоративной культуры. Конечно, её основная задача – способствовать производительности труда, защищать сотрудника в процессе работы (средства индивидуальной защиты, специальные материалы, каски и т.п.). Но если рабочая одежда пошита качественно, подобрана в единой цветовой гамме, оформлена корпоративным логотипом, имидж компании в глазах клиентов, партнёров, даже конкурентов, значительно повышается.

Для офисных работников, продавцов, работников гостиниц, ресторанов и т.д. дресс-код – важная составляющая культуры труда. Ведь встречаются всегда “по одежке” и первое, иногда решающее, впечатление складывается именно благодаря внешнему виду персонала.

Коммуникативные умения и навыки.

Это умение правильно донести свои мысли до собеседника, с пользой использовать полученную информацию, вывести диалог в нужном направлении.

Без этих навыков практически невозможно организовать продажи, установить длительные продуктивные отношения с клиентами и партнёрами. Базовые коммуникативные навыки позволяют:

быстро установить контакт с собеседником и удерживать его интерес необходимое для достижения цели время;

провести качественную самопрезентацию, представив себя как специалиста в нужной области;

вести диалог в нужных эмоциях, при этом избегать «неудобных» вопросов;

непринуждённо получить нужную информацию от собеседника;

незаметно для собеседника оказать на него психологическое воздействие и получить нужный результат.

Задача руководителя научить своих сотрудников навыкам ведения диалогов на высоком уровне. В противном случае у партнёров и клиентов может сложиться впечатление, что им навязали товар или услугу, это в свою очередь испортит имидж и репутацию компании.

Психологический климат.

Этот термин применяется в отношении любой группы людей, объединённой общими интересами: творческий коллектив, студенческая группа, спортивная команда. В трудовом коллективе благоприятный психологический климат напрямую влияет на качество работы и производительность труда. Психологический климат включает 3 основные сферы:

Собственно психологический климат – неформальные отношения между членами коллектива.

Социальный климат – осознанное достижение целей и задач, поставленных руководством, исполнение своих обязанностей, соблюдение всех инструкций и правил.

Моральный климат – принятие и соблюдение системы ценностей, принятых в конкретном коллективе.

Создание благоприятного социально-психологического климата во многом зависит от руководителя и предупреждает появление на рабочем месте неврозов, предотвращает конфликты.

Благодаря всем этим составляющим понятия культуры труда у работника постепенно развивается собственная культура труда. Он приобретает опыт, умение анализировать, ответственность.

Отсутствие культуры труда делает практически невозможным полноценное функционирование и развитие предприятия независимо от сферы деятельности.

WORK CULTURE

D. S. Generalov, S. A. Kotova

*FSBEI HE «Kazan State Power Engineering University»,
Kazan, Russia*

The task of a competent manager is to organize not only the working process, but also to create such conditions that the employee shows his abilities as much as possible. This is beneficial to everyone – the company, the manager, the employee. One of the factors that affects the quality of work is the work culture.

Keywords: labor culture, personnel, enterprise, labor discipline, working conditions, working process.

УДК 343.375

СУДЕБНАЯ ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭКСПЕРТИЗА ПРИ РАССЛЕДОВАНИИ ФАКТОВ НЕЗАКОННОГО ПОЛУЧЕНИЯ КРЕДИТА

Е.В. Гудкова, А.В. Лялюк

*ФГБОУ ВО "Кубанский государственный технологический университет"
г. Краснодар, Россия*

В статье рассмотрена уголовно-правовая характеристика незаконного получения кредита, перечислены задачи и методы его экспертного документирования.

Ключевые слова: банки, мошенничество, незаконное получение кредита, судебная экспертиза

Одним из важнейших условий успешной экономической деятельности является возможность своевременного получения кредита хозяйствующими субъектами.

Тенденция роста противоправных деяний связанных с фактами незаконного получения кредита неправомерным использованием государственных средств создаёт большую проблему.

Несмотря на широкое распространение преступлений, предусмотренных статьей 176 УК РФ «Незаконное получение кредита», борьба с ними ведется неэффективно. Данная ситуация обусловлена рядом следующих причин. Сложность раскрытия преступлений по данной статье состоит в том, что статья 176 УК РФ применяется редко, так как следствие и суд испытывают трудности при использовании данной нормы.

Во-первых, есть большая вероятность, что дело, возбужденное по данной статье будет переквалифицировано по статье 159 УК РФ «Мошенничество». Так как по-своему составу незаконное получение кредита очень схоже с мошенничеством. Однако в отличие от мошенничества, при незаконном получении кредита отсутствует цель невозврата заемных средств. А мошенничество представляет собой форму хищения, все действия злоумышленников при его совершении направлены на изъятие из чужого имущества, а в случае с кредитом денежных средств.

По статье 176 УК РФ незаконным получением кредита признается получение индивидуальным предпринимателем или руководителем организации кредита, либо льготных условий кредитования, путем представления банку или иному кредитору, заведомо ложных сведений о хозяйственном положении, либо финансовом состоянии индивидуального предпринимателя или организации [1]. Объектом преступления является установленный порядок предоставления кредита индивидуальному предпринимателю или организации. Субъектом преступления является индивидуальный предприниматель или руководитель организации. Объективная сторона пре-

ступления выражается в незаконном получении кредита, либо льготных условий кредитования, путем предоставления банку или иному кредитору заведомо ложных сведений о хозяйственном положении индивидуального предпринимателя или организации. Субъективная сторона преступления характеризуется прямым или косвенным умыслом [2].

За последние три года в статистике дел о незаконном получении кредита наблюдается возрастающее количество зарегистрированных преступлений по статье 176 УК РФ, при том, что данное преступление имеет высокую латентность.

Так число совершаемых преступлений в кредитной сфере выше числа регистрируемых в 300 – 400 раз. Это происходит из-за того, что банки не всегда заявляют о совершении преступления по статье 176 УК РФ, так как это вредит репутации коммерческого банка, который может в дальнейшем иметь проблемы с финансовой устойчивостью.

По официальным данным за 2020 год было совершено 279 преступлений в сфере незаконного получения кредита, что на 38,12% больше по сравнению с 2017 годом.

Важную роль при расследовании фактов незаконного получения кредита играет судебная финансово – экономическая экспертиза.

Судебная финансово-экономическая экспертиза это самостоятельный класс экспертных исследований, который состоит из проведения исследования материалов дела и дачи заключения экспертом-экономистом по вопросам, поставленным для установления обстоятельств, подлежащих доказыванию по конкретному делу [3].

Нормативно-правовой базой для производства судебной финансово-экономической экспертизы является Уголовный кодекс РФ, устанавливающий уголовную ответственность за незаконное получение кредита, а также Уголовно-процессуальный кодекс РФ, Федеральный закон от 31.05.2001 г. № 73-ФЗ "О государственной судебно-экспертной деятельности в Российской Федерации", Федеральный закон "О банках и банковской деятельности" от 02.12.1990 г. № 395-1, подзаконные нормативные акты, регулирующие процессуальный порядок организации и производства судебной финансово-экономической экспертизы, которые утверждены соответствующими министерствами, использование которых, поможет процессуально верно и методически грамотно провести экспертное исследование.

Объектами судебной финансово-экономической экспертизы выступают первичные документы, бухгалтерские регистры, бухгалтерская отчетность, бухгалтерский баланс, налоговый баланс, налоговые декларации, финансовые отчеты, отчет о прибылях и убытках, и сводные регистры бухгалтерского учета, содержащие данные, необходимые для проведения экспертного исследования.

Задачи, решаемые с помощью судебной финансово-экономической экспертизы: проверка законности получения кредита, а также выявление фактов нелегального получения кредита [4].

Перечень и содержание вопросов, подлежащих разрешению при назначении судебной финансово-экономической экспертизы, носит весьма индивидуальный характер в каждой конкретной ситуации.

Типичными вопросами, которые целесообразно поставить перед экспертом при документировании фактов незаконного получения кредита являются:

1) соответствует ли данные, отраженные в документах, представленных на получение кредитных средств, данным, отраженным в документах организации (индивидуального предпринимателя), ее отчетным данным;

2) какая сумма и каким образом была перечислена во исполнение кредитного договора, заключенного организацией (индивидуальным предпринимателем) за период;

3) каким образом были использованы полученные денежные средства;

4) имела ли возможность организация (индивидуальный предприниматель) своевременно погасить кредит с учетом процентов по нему.

Изучив материалы и документы, представленные на судебную финансово-экономическую экспертизу, эксперт-экономист от своего имени дает письменное заключение. Заключение должно представлять собой мотивированный ответ на поставленные вопросы, содержать всесторонний, полный и объективный анализ представленных на исследование документов и материалов [5].

В целях дальнейшего развития судебно-экспертной деятельности представляется целесообразным предпринять меры по координации деятельности правоохранительных органов с экспертами-экономистами.

Список использованных источников.

1. Уголовный кодекс Российской Федерации от 13.06.1996 N 63-ФЗ [Электронный ресурс] // http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_10699/ (дата обращения 14.04.2021)

2. Лялюк А. В. Финансовый контроль: ревизионное и экспертное сопровождение / А. В. Лялюк. – Краснодар : Кубанский государственный технологический университет, 2019. – 162 с.

3. Олимпиев А. Ю. Методика расследования незаконного получения кредита (ст. 176 УК РФ) / А.Ю. Олимпиев // Вестник Московского университета МВД России. – 2013. – № 4. – С. 112-120.

4. Петрухина О.А. Методика расследования незаконного получения кредита. / О.А. Петрухина – М., 2019. – С.44 – 45.

5. Лялюк А.В., Костенко Ж.О. Виды и задачи судебных экономических экспертиз // Научные труды КубГТУ. 2017. N 9. С. 216

FORENSIC FINANCIAL AND ECONOMIC EXPERTISE IN THE INVESTIGATION OF THE FACTS OF ILLEGAL RECEIPT OF A LOAN

E.B. Gudkova, A.V. Lyalyuk

FSBEI HE «Kuban State Technological University»,

The article deals with the criminal-legal characteristics of illegal obtaining a loan, lists the tasks and methods of its expert documentation.

Keywords: banks, fraud, illegal obtaining of a loan, forensic examination

УДК 34.05

СРАВНЕНИЕ ПОЛОЖЕНИЙ ТРУДОВОГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ И ФЕДЕРАТИВНОЙ РЕСПУБЛИКИ ГЕРМАНИЯ

Л.В. Гуркина

*ФГБОУ ВО Ивановская ГСХА имени Д.К.Беляева,
г. Иваново, Россия*

Студенты ФГБОУ ВО Ивановская ГСХА имеют возможность проходить практику за рубежом, а именно в Германии. Практика всегда сопровождается трудоустройством студентов на предприятия аграрного комплекса. Целью данной работы является сравнение некоторых норм трудового права, применяемых в Российской Федерации и аналогичных требований в Германии.

Ключевые слова: трудовое законодательство, Российская Федерация, Германия.

В отличие от Российской Федерации в Федеративной Республике Германии отсутствует Трудовой кодекс. К примеру, коммерческое право или гражданское право регулируются Гражданским кодексом Германии[1]. На данный момент трудовое право же не имеет общего кодификатора в виде трудового кодекса. Трудовое право Германии опирается на ряд различных федеральных законов и нормативных актов. Данные нормативно правовые акты регулируют почти всех субъектов нуждающихся в защите. Это связано с тем, что Германия носит федеративный характер организации. В связи с этим у каждой непосредственной земли свои нормативные акты, в целом они не сильно разнятся но, тем не менее, имеют свои отличия.

Трудовое право Российской Федерации основывается на Конституции Российской Федерации[2], Трудовом кодексе Российской Федерации[3], федеральных законах и нормативно правовых актах. Но, по мнению российских профсоюзов данный Трудовой кодекс подразумевает увеличение трудовой недели и рабочего дня, в результате чего увеличилось количество ДТП с перерабатывающими водителями [4]. Данный Трудовой кодекс был принят в 2001 году и вступил в силу в 2002 году. Но данный трудовой документ время от времени претерпевает изменения. Например в 2010 году было предложено сделать 12 часовой рабочий день для того что бы выйти из кризиса, на данный же момент время работы регламентируется только

для некоторых категорий работников, но рабочая неделя не может превышать более 40 часов.

Сравним документы регламентирующие отпуск в Российской Федерации и Федеративной Республике Германии.

В Федеративной Республике Германии минимальное количество дней отпуска составляет 24 календарных дня. При этом количество оплачиваемых дней отпуска зависит от количества рабочих дней в неделю. Так при шести дневной рабочей неделе работник может рассчитывать на 24 оплачиваемых дня, а при трёх дневной - только на 12 оплачиваемых дней. Так же не включается в стаж, дающий право на ежегодный согласованный отпуск, время отсутствия работника на рабочем месте без уважительной причины. Например: отстранение от работы в случаи предусмотренным законом, время предоставляемое работником по его желанию отпуска за свой счёт, если его количество превышает 14 рабочих дней. Отпуск оплачивается по средней заработной плате за тринадцать недель, при этом не учитывается выплата за переработку и премия. Также не учитывается уменьшение заработной платы в случаи отсутствия работника без уважительной причины. Условие дополнительных выплат во время отпуска оговаривается с работодателем или должны быть указаны в трудовом договоре[5]. Так же работодатель может уменьшить количество оплачиваемых дней по трудовому договору. В свою очередь наемный рабочий может согласиться, и продолжить работу при худших условиях или обжаловать это предложение в суде.

В Российской Федерации ежегодный оплачиваемый отпуск предоставляется продолжительностью 28 календарных дней [6]. Как и в Германии нужно наработать определённый стаж дающий возможность на ежегодный оплачиваемый отпуск. Первый оплачиваемый отпуск, как в России, так и в Германии можно получить через 6 месяцев официального трудоустройства [3],[4]. Так же возможно получить оплачиваемый отпуск, если количества дней неоплаченного отпуска не превышает 14 календарных дней, но отличием является тот факт что в Российской Федерации выходные тоже входят в состав неоплаченного отпуска. Так же дни, которые были пропущены без уважительной причины и дни отстранения от работы по законным обстоятельствам[7]. Расчёт отпускных выплат определяется по формуле:

$$Q_{отп} = \frac{ЗП * 12мес}{29,3 * 9},$$

где $Q_{отп}$ – сумма отпускных; ЗП – заработная плата за расчётный период.

В расчёт отпускных не включается средняя заработная плата за гарантии (например, средний заработок за период командировки, отпуска), компенсации и выплаты социального характера [8]. Так же возможно продление отпуска в связи с различными нормативными актами.

Таким образом, мы видим что при сравнении частей трудового права которые касаются отпуска в Российской Федерации и Федеративной Республики Германии имеют не так и много различий. Основное различие это – количество оплачиваемых дней отпуска и расчёт выплат отпускных.

В Федеративной Республике Германии на работодателя и на работника распространяются права и обязанности федеративных, земельных законов и нормативно правовых актов. Среди видов трудовых договоров различают: полный (не полный) рабочий день, постоянная, временная, минимальная занятость и другие. В зависимости от трудового договора зависит и доля отчислений. Особенностью трудовых договоров с неполным рабочим днем является то, что законодательство Германии ограничивает срок трудового договора [9]. По закону предусмотрены два случая ограничения срока действия: без указанной причины и с указанием объективной причины. Договор на определённый срок без указания причины может существовать два года и после продлеваться трижды далее возможен договор только по объективной причине. Договор с указанием объективной причины может быть продлён множество раз без ограничений, но тем не менее должны быть оговорены чёткие сроки и названа конкретная причина из установленного законом перечня [10]. Так же в Германии есть бессрочный трудовой договор.

В Российской Федерации трудовой договор может быть заключен на срочный или бес срочный период. Срочный трудовой договор в Российской Федерации является аналогом договора с указанием объективных причин для ФРГ и регламентируется трудовым кодексом Российской Федерации [11]. Если же в договоре нет сроков, то данный договор считается бессрочным.

Трудовые договоры Российской Федерации и Федеративной Республики Германии не имеют глобальных отличий в своей структуре.

Как заключение хотелось бы сказать, что наличие в России Трудового кодекса приводит к более простому пониманию прав и обязанностей наёмного рабочего и нанимателя, нежели в Федеративной Республики Германии. Но, тем не менее, трудовое право в данных странах очень похоже друг на друга по своей структуре и имеет незначительные различия.

Список использованных источников.

1. "Обязанность правды" (wahrheitspflicht) в немецком гражданском процессе Грель Я.В. Российский ежегодник гражданского и арбитражного процесса. 2004. № 3. С. 281-288.//[Электронный ресурс] – код доступа (<https://elibrary.ru/item.asp?id=15612965>)
2. Конституция Российской Федерации(с учетом поправок, внесенных Законами Российской Федерации о поправках к Конституции Российской Федерации от 30.12.2008 N 6-ФКЗ, от 30.12.2008 N 7-ФКЗ, от 05.02.2014 N 2-ФКЗ, от 21.07.2014 N 11-ФКЗ).// [Электронный ресурс] – код доступа (http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399)

3. "Трудовой кодекс Российской Федерации" от 30.12.2001 N 197-ФЗ (ред. от 16.12.2019)//[Электронный ресурс] – код доступа (http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34683)

4. Федеральное законодательное регулирование сферы труда. Крылов К.Д. Lexrussica (Русский закон). 2017. № 6 (127). С. 75-84.//[Электронный ресурс] – код доступа (<https://elibrary.ru/item.asp?id=29367173>)

5. Mindesturlaubsgesetz für Arbeitnehmer (Bundesurlaubsgesetz) § 11 Urlaubsentgelt. //[Электронный ресурс] – код доступа (https://www.gesetze-im-internet.de/burlg/_11.html/)

6. ТК РФ Статья 114. Ежегодные оплачиваемые отпуска "Трудовой кодекс Российской Федерации" от 30.12.2001 N 197-ФЗ (ред. от 16.12.2019). //[Электронный ресурс] – код доступа (http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34683/cfa9a86846908928276ee2f2274d3d4a0a6c8640/)

7. ТК РФ Статья 120. Исчисление продолжительности ежегодных оплачиваемых отпусков "Трудовой кодекс Российской Федерации" от 30.12.2001 N 197-ФЗ (ред. от 16.12.2019). //[Электронный ресурс] – код доступа (http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34683/1ea2cd88521106bc484f44be9e24fa81034d13e5/)

8. ТК РФ Статья 121. Исчисление стажа работы, дающего право на ежегодные оплачиваемые отпуска (в ред. Федерального закона от 30.06.2006 N 90-ФЗ) [Электронный ресурс] – код доступа (http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34683/4b81f3bdfda7b890f6be7740c3d91e8bd6afda5d/)

9. Gesetz über Teilzeitarbeit und befristete Arbeitsverträge (Teilzeit- und Befristungsgesetz TzBfG) § 14 Zulässigkeit der Befristung. //[Электронный ресурс] – код доступа (https://www.gesetze-im-internet.de/tzbfgr/_14.html/)

10. Gesetz über Teilzeitarbeit und befristete Arbeitsverträge (Teilzeit- und Befristungsgesetz TzBfG) Endes des befristeten Arbeitsvertrages. //[Электронный ресурс] – код доступа (https://www.gesetze-im-internet.de/tzbfgr/_15.html/)

11. ТК РФ Статья 59. Срочный трудовой договор (в ред. Федерального закона от 30.06.2006 N 90-ФЗ). //[Электронный ресурс] – код доступа (http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34683/a462b0f18cb5c73ceb2ea1ff71ae88aed4d67e84/)

COMPARISON OF THE PROVISIONS OF THE LABOR LEGISLATION OF THE RUSSIAN FEDERATION AND FEDERAL REPUBLIC OF GERMANY

L.V. Gurkina

*FSBEI HE Ivanovo State Agricultural Academy D.K. Belyaev,
Ivanovo, Russia*

Students of the Ivanovo State Agricultural Academy have the opportunity to practice abroad, namely in Germany. The practice is always accompanied by the employment of students at the enterprises of the agricultural complex. The purpose of this paper is to compare some of the labor law norms applied in the Russian Federation and similar requirements in Germany.

Keywords: labor legislation, Russian Federation, Germany.

УДК 005.7

СПЕЦИФИКА ПРИНЯТИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СФЕРЕ

А.В. Давыдова, Л.П. Кузьмина

*ФГБОУ ВО «Казанский государственный энергетический университет»,
г. Казань, Россия*

В статье характеризуются основы принятия управленческих решений в образовательной сфере на современном этапе. В данный период времени образование находится в периоде качественного обновления, характеризующегося сменой приоритетов, ценностных ориентаций, интенсивностью нововведений, ростом активности и самостоятельности образовательных учреждений. Как и в любых других социальных системах, – в образовательной сфере изменения не происходят автоматически, и соответственно, переход из одного состояния в другое должно быть построен с помощью определённой специфики. Формирование принятия управленческого решения и представление о целостном механизме изменения образовательной системы трудно представлять как одно целое, поэтому структурирование и разработка специфики необходима.

Ключевые слова: образовательное учреждение, решение, управленческое решение, педагог, специфика.

Особенности базовых организационных, психологических и педагогических направлений процесса принятия решений образуют систему. Данная система находится в процессе реализации и на современном этапе развития образовательного процесса.

Сам процесс принятия управленческого решения является инструментом управляющего воздействия на качественное изменение образовательной системы посредством инноваций. Каждое решение разрабатывается и принимается для работы с определённой управленческой ситуацией. Следовательно, если решение принято, но не было реализовано, то управляющее воздействие исключено.

Специфика процесса принятия управленческих решений в деятельности образовательного учреждения сегодня включает в себя следующие принципы:

1. Процесс принятия управленческих решений включает в себя общие методологические основания. Такими основаниями выступают условия подготовки и реализации управленческих задач: недостаточная определённость исходной информации, наличие нескольких вариантов решения и т.п.

2. Функциональный подход включает в себя методологическое условие, реализация которого обеспечивает выявление специфических функ-

ций изучаемого процесса. Далее функции конкретизируем. Направляющая функция ориентирует коллектив образовательного учреждения или отдельных его работников на реализацию стратегии развития организации, оптимального способа решения ее ключевых проблем. Координационная функция способствует согласованию решений субъектов управления по «горизонтали» и «вертикали». Мобилизационная функция обеспечивает организацию коллективного труда участников образовательного процесса. Функция оптимизации обеспечивает выбор по обоснованным критериям наилучшего в данных условиях решения. Регулятивная функция отражает весь комплекс связей и отношений, сопровождающих управленческую деятельность. Трансформационная функция стимулирует качественные изменения не только самой образовательной системы, но и управления ею.

3. Трансформационная функция играет важную роль в принятии управленческих решений. В самом процессе реализуются новшества, преобразуются системы управления, происходит реализация системы психологии и педагогики в целом.

4. Конструктивные управленческие решения должны осуществляться посредством определённых инструментов и последовательности этапов составляющих их процедур. Сами процедуры подразумевают под собой процесс, который включает в себя: 1) субъективное представление проблемы и определение будущего решения; 2) выявление требований к управленческому решению; 3) разработка вариантов решения; 4) выбор управленческого решения; 5) составление плана реализации решения, доведение принятого решения до исполнителей и мотивация; 6) контроль и корректировка решения.

5. Указанная специфика отражает основные особенности принятия решений в образовательном учреждении, тем самым, подразумевая под собой модель исследуемого процесса.

6. Подготовка принятия управленческого решения в образовательной деятельности – это процесс управленческой деятельности, который обеспечивает формирование связей между функциями управления образовательным процессом и участниками образовательного процесса.

7. Управленческое решение в образовательной деятельности направлено на качественное изменение образовательной системы. Помимо этого происходит реализация стратегических целей в сложившемся коллективе, т.е. среди участников образовательной деятельности.

8. Организационно-педагогическими условиями эффективности процесса принятия управленческих решений является подготовленность субъектов образования к управлению с точки зрения психологии.

9. При принятии управленческих решений в образовательной сфере могут возникать негативные факторы. В данном случае действенным средством и одновременно средством побуждения к позитивным тенденциям является учет индивидуального стиля деятельности педагога, отношений между преподавателями и обучающимися.

На наш взгляд, на современном этапе для повышения эффективности деятельности в образовательном учреждении необходимо обратить внимание на сам процесс обучения, технологии передачи информации, обсуждение, совместное обоснование, ориентир на самостоятельность, инициативность, активность не только обучающихся, но и педагогов. Тем самым, специфика принятия управленческих решений в образовательной организации будет ценностно-ориентированной.

Таким образом, на сегодняшний день образовательный процесс должен содержать в себе комплекс инновационных идей, которые реализуются организационно-педагогическими действиями. Основным инструментом управляющего воздействия на качественное изменение является процесс принятия управленческого решения. Он представляет собой последовательную совокупность осуществляемых субъектом управления волевых воздействий, обеспечивающих разработку, организацию и контроль выполнения задуманного.

Список использованных источников.

1. Попов С.Г. Управление персоналом / С.Г. Попов // Ось-89. - 2012. – № 5. - С. 144
2. Тренев В.Н. Управление человеческими ресурсами при реализации проектов / В.Н. Тренев // ПРИОР/ - 2012. - С. 112

SPECIFIC MANAGEMENT DECISION MAKING AT A MODERN STAGE IN THE EDUCATIONAL SPHERE

A.V. Davydova, L. P. Kuzmina

*Kazan State Power Engineering University,
Kazan, Russia*

The article describes the basics of making managerial decisions in the educational sphere at the present stage. At this time, education is in a period of qualitative renewal, characterized by a change in priorities, value orientations, the intensity of innovations, the growth of activity and independence of educational institutions. As in any other social systems, changes in the educational sphere do not occur automatically, and accordingly, the transition from one state to another must be built with the help of certain specifics. It is difficult to imagine the formation of managerial decision-making and the idea of a holistic mechanism for changing the educational system as a whole, therefore, structuring and development of specifics is necessary.

Keywords: educational institution, decision, management decision, teacher, organization.

УДК 332.1

АНАЛИЗ ДЕЛОВОЙ АКТИВНОСТИ КРУПНЕЙШИХ ПРЕДПРИЯТИЙ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ ПРИМОРСКОГО КРАЯ

М.В. Ерисковский, А.И. Грачева¹

*Владивостокский филиал Российской таможенной академии,
г. Владивосток, Россия*

В статье проанализированы основные показатели деловой активности крупнейших предприятий пищевой промышленности Приморского края как индикатор состояния данной отрасли экономики региона. Определены проблемы и разработаны рекомендации по улучшению финансовой устойчивости каждого из анализируемых предприятий.

Ключевые слова: пищевая промышленность, Приморский край, показатели деловой активности, рентабельность, оборачиваемость.

Одной из важнейших отраслей хозяйства Приморского края является пищевая промышленность. Данный сектор экономики позволяет обеспечить частичную продовольственную независимость края, снизить издержки на доставку продукции и закупку материалов, что в итоге позволяет держать цены на пищевые продукты на приемлемом уровне. В связи с возникшей мировой эпидемиологической ситуацией, вызванной распространением вируса COVID-19, вопрос эффективного функционирования региональных предприятий пищевой промышленности встал особо остро. Закрытие границ с соседними странами повлияло на логистические связи между контрагентами, ведущими бизнес в разных государствах.

Анализ деловой активности рассматриваемых компаний заключается в их важности, так как ООО «Приморский кондитер», АО «Владхлеб» занимают 71% и 17% соответственно от общей доли рынка кондитерских и мучных изделий Приморского края, а ООО «Ратимир» занимает одно из лидирующих мест на рынке мясной продукции, сохраняя за собой долю рынка в 26%. [3,4,5]. В рамках проведенного исследования на основании бухгалтерской отчетности [1,2,3,4,5,6] были рассчитаны показатели деловой активности исследуемых компаний за период 2014-2019 годов (табл. 1).

Таблица 1 - Динамика изменения показателей деловой активности анализируемых предприятий за период с 2014 по 2019 гг.

Предприятие	Год					
	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Коэффициент оборачиваемости активов						
ООО «Приморский кондитер»	2,60	2,08	1,87	1,60	1,42	1,31
АО «Владхлеб»	2,47	2,49	2,34	2,52	2,45	2,64
ООО «Ратимир»	2,88	2,34	1,93	1,67	1,67	1,78
Коэффициент фондоотдачи						
ООО «Приморский кондитер»	18,38	16,46	32,71	23,76	17,78	15,88

¹ Научный руководитель: Кожина Наталья Александровна, к.э.н., доцент.

АО «Владхлеб»	6,54	7,70	7,68	7,73	7,59	9,49
ООО «Ратимир»	13,69	14,38	13,13	11,76	12,29	11,39
Коэффициент оборачиваемости инвестированного капитала						
ООО «Приморский кондитер»	4,63	2,93	2,33	1,95	1,73	1,60
АО «Владхлеб»	2,90	2,87	2,72	3,09	3,40	3,61
ООО «Ратимир»	7,29	7,02	4,71	2,71	2,34	3,01
Рентабельность продаж, %						
ООО «Приморский кондитер»	10,6	9,5	11,3	15,9	17,7	13,3
АО «Владхлеб»	4,6	0,2	-3,9	-5	-6,8	-3,9
ООО «Ратимир»	4,6	6,1	7,3	7	5,1	7,8
Рентабельность активов (ROA), %						
ООО «Приморский кондитер»	17,1	13	14,1	14,8	15,3	10,4
АО «Владхлеб»	13	-1	1,8	2,4	1,2	10,3
ООО «Ратимир»	4,9	3,7	3,1	2,7	2,3	4,8
Коэффициент автономии						
ООО «Приморский кондитер»	0,27	0,74	0,8	0,82	0,8	0,82
АО «Владхлеб»	0,81	0,87	0,82	0,78	0,65	0,81
ООО «Ратимир»	0,39	0,29	0,31	0,24	0,24	0,29
Чистая прибыль, тыс. руб.						
ООО «Приморский кондитер»	70521	80837	107381	128304	152565	117144
АО «Владхлеб»	58121	-4654	8475	10958	5436	47098
ООО «Ратимир»	103800	104674	105822	107063	107315	229735

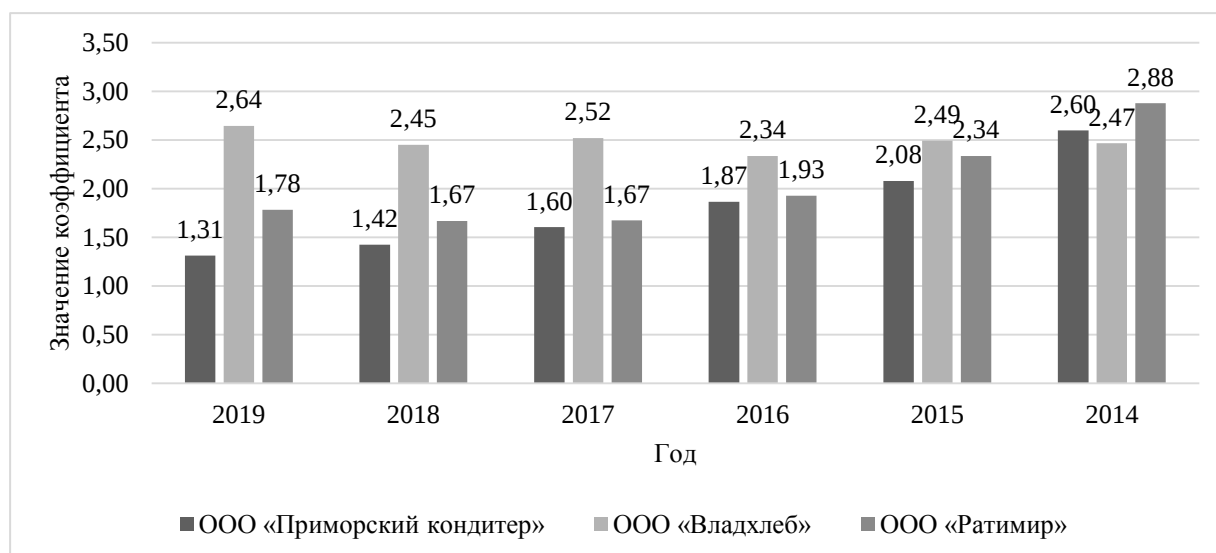


Рисунок 1 - Динамика изменения коэффициента оборачиваемости активов анализируемых предприятий за период с 2014 по 2019 гг.

В целом, можно заключить, что в исследуемый период динамика коэффициента оборачиваемости активов была отрицательна у двух предпри-

ятий у ООО «Приморский кондитер» (-1,29%) и ООО «Ратимир» (-1,1%). Это связано с увеличением их активов, а именно самой неликвидной их части – основными средствами (далее ОС), темп роста которых за исследуемый период соответственно составила 67,89% [3,5].

В свою очередь динамика коэффициента у АО «ВладХлеб» положительна и составила 6,88%, это обусловлено снижением стоимости ОС предприятия на 24,92% [4,7].

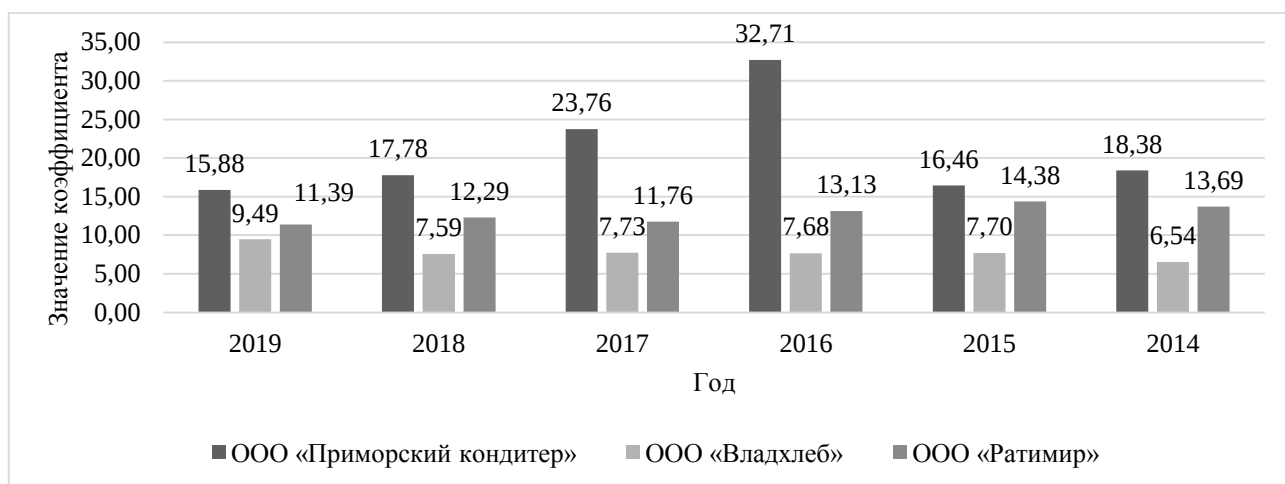


Рис. 2. Динамика изменения коэффициента фондоотдачи анализируемых предприятий за период с 2014 по 2019 гг.

Данные рис. 2 позволяют сделать вывод о том, что темпы роста стоимости основных средств увеличились больше, чем темпы роста выпуска продукции, поскольку за весь анализируемый период данный показатель ООО «Приморский кондитер» и ООО «Ратимир» снизился на 2,5% и 2,3% соответственно. Однако в АО «Владхлеб» динамика изменения коэффициента имеет иную тенденцию: с 2014 по 2019 гг. коэффициент фондоотдачи неуклонно рос. Как мы можем заметить по рис. 2, наиболее эффективно использует свои ОС «Приморский кондитер», наименее эффективно – «ВладХлеб».

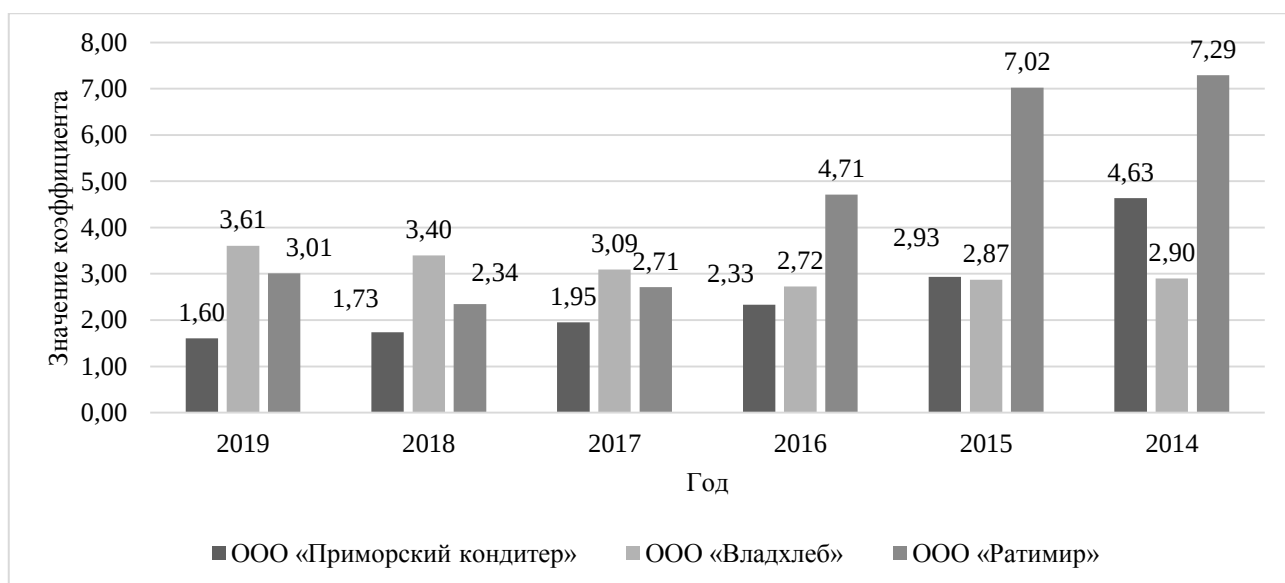


Рис. 3. Динамика изменения коэффициента оборачиваемости инвестированного капитала анализируемых предприятий за период с 2014-2019 гг.

Анализируя данные рис. 3 можно сделать вывод, что у ООО «Приморский кондитер» и ООО «Ратимир» коэффициент оборачиваемости инвестированного капитала снижается на 65,44% и 58,71% соответственно, что свидетельствует о повышении инвестиционной активности и интенсивном увеличении имущества организаций. В свою очередь компания АО «ВладХлеб» не инвестирует свой капитал в расширение производственных мощностей или на иные цели, что в целом можно связать с застоем в инвестиционной деятельности предприятия. Это также подтверждает положительная динамика показателя за исследуемый период в 24,48% и вышеуказанная отрицательная динамика суммы основных средств.

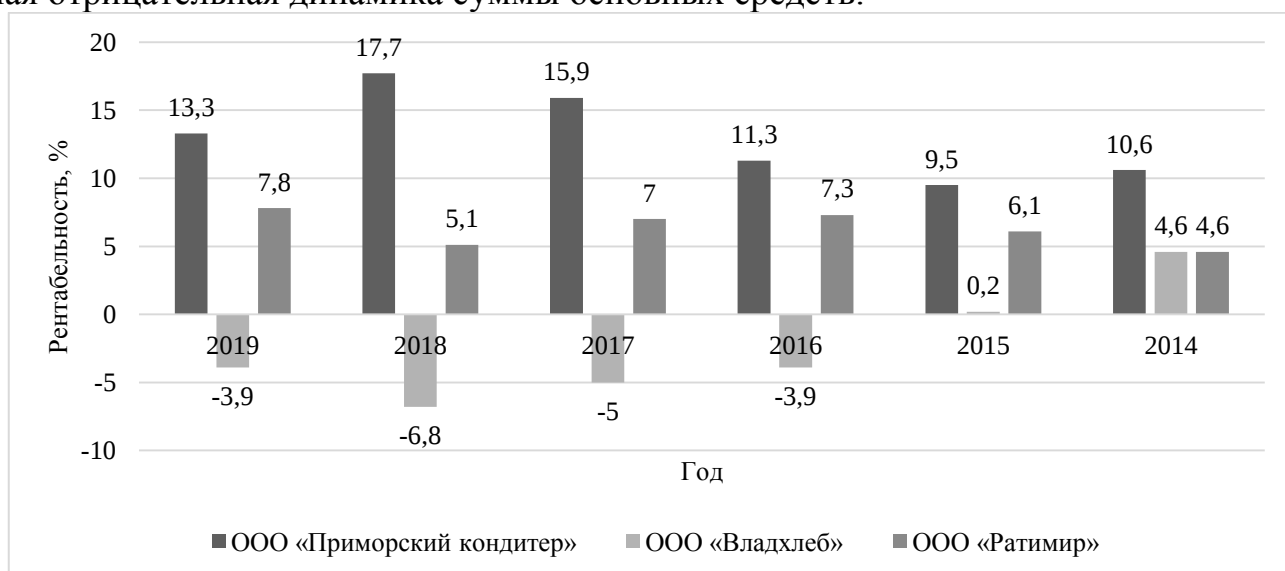


Рис. 4. Динамика изменения рентабельности продаж анализируемых предприятий за период с 2014 по 2019 гг., %

Согласно данным рис. 4 можно заключить, что самым малоэффективным предприятием является АО «Владхлеб» поскольку с 2016 по 2019 гг. рентабельность продаж данной компании имеет отрицательное значение. Это связано с увеличением коммерческих расходов компании. С 2013 по 2014 года происходил процесс ребрендинга предприятия, а также в 2015 году был реконструирован уже имеющийся магазин «Лакомка». В 2016 году открыто пять новых точек для продажи продукции компании, а в 2017 году сеть точек продаж расширилась до тринадцати, тем самым увеличив коммерческие расходы на 91,7%. Однако, так как данное вложение является стратегической целью предприятия, эффект от него можно будет наблюдать в будущем. Следует отметить, что в 2019 году рентабельность АО «Владхлеб» увеличилась на 2,9%, что является положительным фактором.

ООО «Приморский кондитер» и ООО «Ратимир» напротив ежегодно наращивают значение показателя рентабельности.

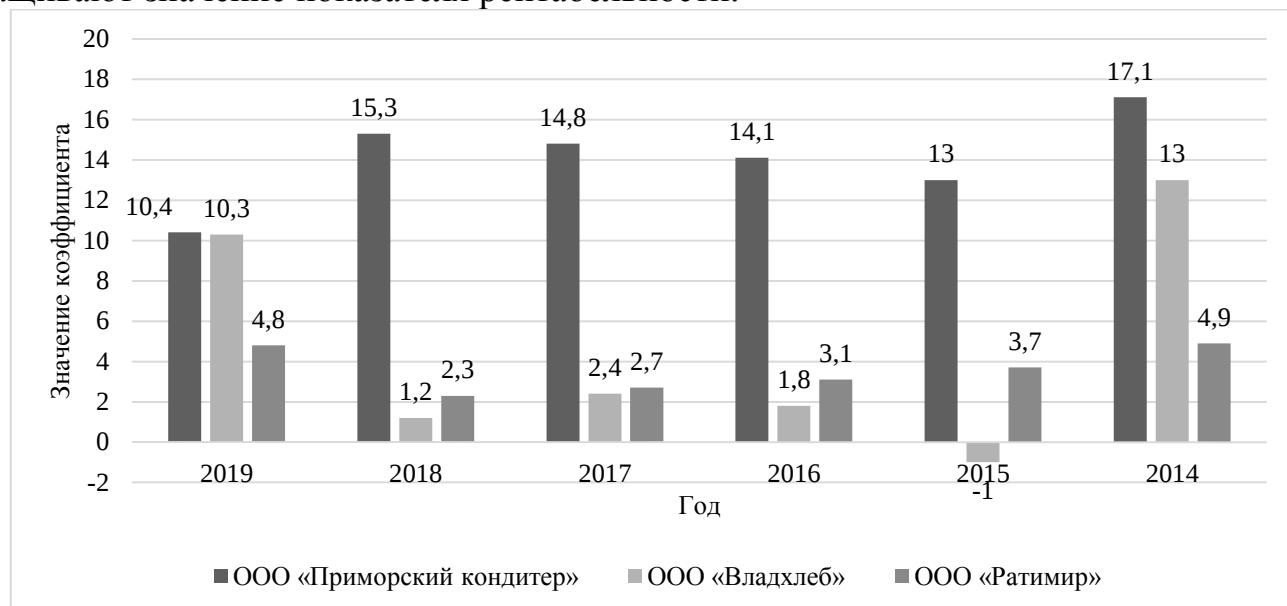


Рис. 5. Динамика изменения рентабельности активов анализируемых предприятий за период с 2014 по 2019 гг.

Анализируя данные рис. 5 можно заключить, что рентабельность активов ООО «Приморский кондитер» и ООО «Ратимир» схожи по своей динамике с коэффициентом оборачиваемости активов и их отрицательная динамика связана с увеличением основных средств за исследуемый период и меньшими темпами прироста выручки.

В АО «Владхлеб» рентабельность активов изменялась неоднородно. Это связано с нестабильной динамикой поступления и погашения дебиторской задолженной, что говорит о неэффективном управлении или слишком мягкой политикой предприятия по отношению к дебиторам, что является неуместным при общем снижении рентабельности предприятия.

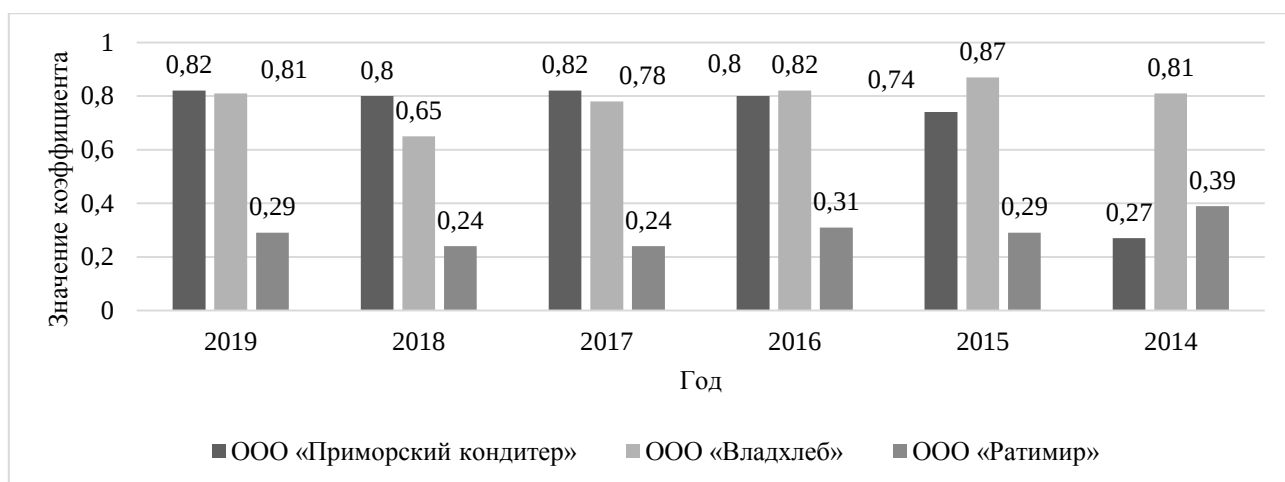


Рис. 6. Динамика изменения коэффициента автономии анализируемых предприятий за период с 2014 по 2019 гг.

Данные рис. 6 позволяют заключить, что собственный капитал присутствует в большем объеме у ООО «Приморский кондитер» и АО «Владхлеб». Зависимым от заемного капитала является ООО «Ратимир».

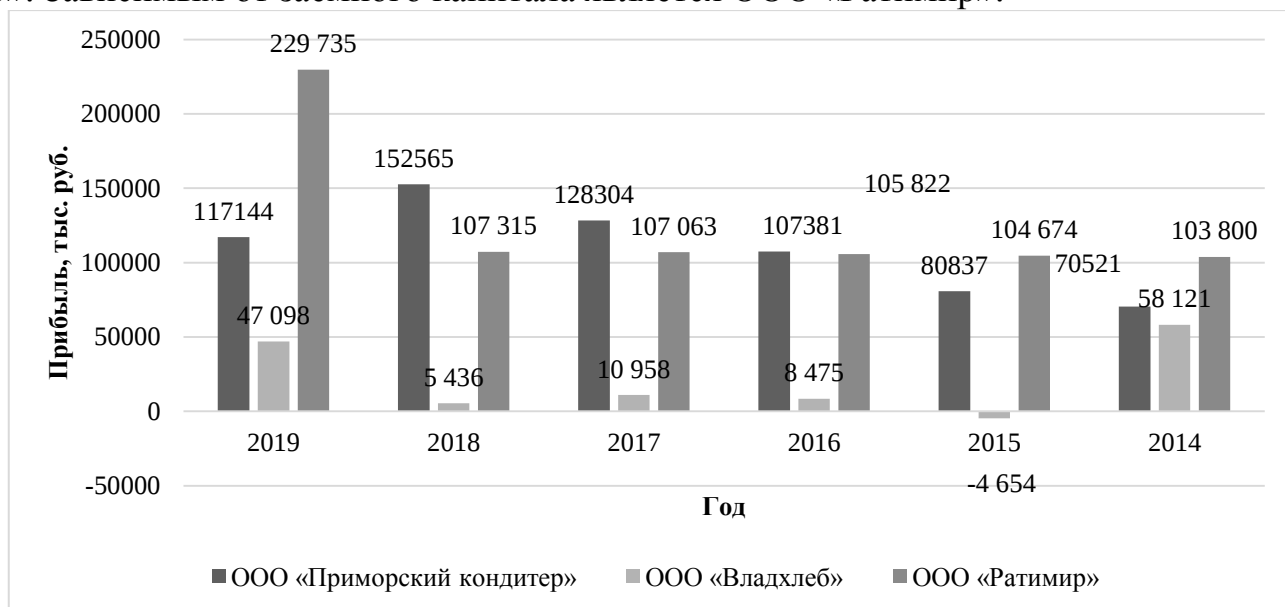


Рис. 7. Динамика изменения чистой прибыли анализируемых предприятий за период с 2014 по 2019 гг.

Данные рис. 7 позволяют сделать вывод о том, что самым результативным предприятием можно признать ООО «Ратимир», поскольку за весь анализируемый период значения чистой прибыли лишь увеличивались. В свою очередь у ООО «Приморский кондитер» за анализируемый период значение чистой прибыли увеличилось на 66,11%.

АО «Владхлеб» обладает самым нестабильным положением из всех представленных предприятий, поскольку с 2014 по 2015 гг. произошло снижение значения чистой прибыли до отрицательных значений, с 2015 по 2017 гг. – незначительный рост показателя и лишь к 2019 году компании практически удалось достичь положительных значений чистой прибыли.

В целом, можно утверждать, что ООО «Приморский кондитер» и ООО «Ратимир» за исследуемый период наиболее эффективно используют собственные и привлечённые источники средств, так как показатели деловой активности организации в динамике имеют положительные тенденции развития, предприятия финансово устойчивы. Однако ООО «Ратимир» рекомендуется более эффективно выстроить систему погашения кредиторской задолженности для обеспечения собственной независимости или привлекать инвестиции.

Что касается показателей деловой активности АО «ВладХлеб», то они свидетельствуют о неустойчивом положении предприятия, нерациональном использовании своего капитала и его неэффективной маркетинговой политики. Предприятию следует более оптимально выстраивать тактическое и стратегическое планирование, так как наблюдается тенденция уменьшения собственных основных средств при наращивании коммерческих расходов.

Результаты анализа основных участников пищевой промышленности Приморского края позволяют сделать вывод, что в целом отрасль развивается, идет наращение производственного потенциала, обеспечение продовольственной безопасности и импортозамещения. Это формирует фундамент для развития экономики края, улучшает уровень жизни населения.

Список использованных источников.

1. Бухгалтерская отчетность и финансовый анализ ООО «Приморский кондитер» // URL: https://www.audit-it.ru/buh_otchet/2502053842_ao-proizvodstvenologisticheskiiy-kompleks-primorskiy-konditer;
2. Бухгалтерская отчетность и финансовый анализ АО «Владхлеб» // URL: https://www.audit-it.ru/buh_otchet/2504001550_ao-vladkhleb;
3. Бухгалтерская отчетность и финансовый анализ ООО «Ратимир» // URL: https://www.audit-it.ru/buh_otchet/2508050421_ooo-ratimir;
4. Финансовое состояние ООО «Приморский кондитер» // URL: https://www.testfirm.ru/result/2540191402_ooo-primorskiy-konditer;
5. Финансовое состояние АО «Владхлеб» // URL: https://www.testfirm.ru/result/2504001550_ao-vladkhleb;
6. Финансовое состояние ООО «Ратимир» // URL: https://www.testfirm.ru/result/2539040825_ooo-ratimir.

ANALYSIS OF BUSINESS ACTIVITY OF THE LARGEST ENTERPRISES OF THE FOOD INDUSTRY OF PRIMORSKY KRAI

M.V. Eriskovsky, A.I. Gracheva

*Vladivostok Branch of the Russian Customs Academy,
Vladivostok, Russia*

The article analyzes the main indicators of business activity of the largest enterprises of the food industry of the Primorsky Territory as an indicator of the state of this branch of the regional economy. The problems were identified and recommendations were developed to improve the financial stability of each of the analyzed enterprises.

Keywords: food industry, Primorsky Krai, business activity indicators, profitability, turnover.

УДК 336.67

СПЕЦИФИКА КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

А.А. Жигирь

*Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого
г. Санкт-Петербург, Россия*

В статье рассмотрено современное состояние корпоративного управления, в период стабилизации финансового рынка. Сделан вывод, что создание и обеспечение гарантий защиты прав и интересов участников корпоративных отношений является главной целью формирования системы корпоративного управления.

Ключевые слова: фондовый рынок, корпоративное управление, инсайдеры.

THE SPECIFICS OF CORPORATE GOVERNANCE AT THE PRESENT STAGE.

A. A. Zhigir

*Peter the Great Saint Petersburg Polytechnic University,
Saint Petersburg, Russia*

The article considers the current state of corporate governance, during the stabilization of the financial market. It was concluded that the creation and provision of guarantees for the protection of the rights and interests of participants in corporate relations is the main goal of the formation of a corporate governance system.

Keywords: stock market, corporate governance, insiders.

Состояние финансового рынка является одним из важнейших факторов развития корпоративных отношений и формирования системы корпоративного управления. Во-первых, на финансовом рынке происходит мобилизация, накопление и распределение финансовых ресурсов, необходимых для формирования акционерного капитала и финансов акционерного общества. Во-вторых, через финансовый рынок осуществляются основания, интеграция и концентрация корпораций, переход корпоративного контроля в случае нерадивого распоряжения акционерным капиталом к эффективным собственникам. В-третьих, развитый финансовый рынок предоставляет инвесторам широкие возможности для действенной защиты собственных интересов и противодействия попыткам предотвращения их законных прав. Поэтому состояние финансового рынка в большой степени

определяет общие условия корпоративных отношений, а эффективность управления акционерных обществ и их финансовые результаты определенным образом влияют на конъюнктуру финансового рынка.

Нежелание отечественных корпораций привлекать инвестиционные ресурсы через выпуск и размещение ценных бумаг можно объяснить двумя причинами. Во-первых, объемы потенциальных источников инвестирования достаточно ограничены, а привлечение средств возможно только при высокой надежности и доходности объекта инвестирования, которые недоступны для большинства отечественных корпораций. Современная ситуация на фондовом рынке также мало способствует привлечению средств, поскольку размещение эмитированных акций на организованном рынке потребует значительных затрат без всяких гарантий привлечения инвестиционных ресурсов.

Во-вторых, причиной низкой активности обществ-эмитентов на фондовом рынке следует считать стремление к сохранению существующей структуры акционерной собственности. Инсайдеры должны учитывать возможность недобросовестного инвестирования со спекулятивными целями. Появление нового акционера (тем более крупного акционера, предоставившего предприятию значительные финансовые ресурсы) также неизбежно будет приводить к необходимости уступки части корпоративного контроля в пользу этого инвестора. Необходимость рационального и эффективного использования привлеченных средств потенциального инвестора должна быть обеспечена соответствующим совершенствованием управления корпорацией. Однако корпоративные интересы значительного количества акционеров-инсайдеров связаны преимущественно с распоряжением имуществом АО в ущерб другим акционерам. Новый акционер – владелец крупного пакета акций для сохранения собственных инвестиций вынужден будет сам стать инсайдером, то есть в значительной степени принять на себя управление деятельностью АО и сузить полномочия действующего руководства. [1, 2]

С другой стороны, большинство профессиональных инвесторов (в отличие от стратегических инвесторов, стремящихся к слиянию или поглощению) не являются специалистами в определенной отрасли производства или даже в управлении промышленным предприятием и вообще не желают ими становиться. Поэтому для принятия положительного решения относительно вложения средств (предоставления займа) инвестор или кредитор должен иметь гарантии надежности и доходности инвестирования. Такими гарантиями для аутсайдеров могут быть либо определенный уровень доверия в деловых отношениях (то есть почти инсайдерские отношения), либо наличие отлаженного механизма изъятия средств в случае невыполнения условий инвестирования.

Ни одной из этих гарантий большинство отечественных корпораций предоставить не может. Наоборот, в условиях продолжающегося первич-

ного накопления капитала, инвестору вовсе не следует надеяться на добросовестность и благотворительность его партнеров.

Реализация каждой из стратегий требует привлечения немалых собственных средств. Однако, при равномерном разделении финансов может не хватить для выполнения никакой стратегии.

Во-вторых, осуществление инвестором или кредитором даже текущего контроля над деятельностью корпорации и эффективностью использования акционерного капитала потребует привлечения большого количества специалистов по экономике, финансам, маркетингу, производству в определенной отрасли. Возникновение кадровой проблемы такого рода прежде всего связано с низким уровнем организации управления отечественными предприятиями и их недостаточным опытом хозяйствования в условиях рынка и жесткой конкуренции. Привлечение специалистов высокой квалификации, дефицит которых особенно ощутим в условиях трансформационной экономики, требует больших затрат времени и средств.

В-третьих, корпоративная культура банка и корпорации в большинстве случаев будет крайне отличаться, причем эта разница может вообще стать препятствием для формирования финансово-промышленной группы.

Кроме того, инвестирование с обязательным принятием на себя инсайдерского контроля (равно как финансирование деятельности корпорации исключительно через собственные средства) вообще противоречит сущности акционерной формы организации предпринимательства. При таких условиях корпорация становится лишь формальной оболочкой вполне частного предприятия без присутствия корпоративных отношений. Такое преобразование на самом деле в одинаковой степени вредит инсайдерам и аутсайдерам – инсайдеры лишены источников финансирования, аутсайдеры – объектов для прибыльного вложения средств. Для взаимовыгодного сотрудничества необходимо создание гарантий обеспечения прав всех участников корпоративных отношений. Для инсайдеров такими гарантиями должно быть налаженное эффективное управление и эффективный внутренний контроль над акционерным обществом, для аутсайдеров – развитый фондовый рынок с большими возможностями передачи корпоративного контроля и действенные механизмы защиты прав инвесторов. [3, 4]

В трансформационной экономике ни одной из гарантий защиты прав и интересов участников корпоративных отношений не существует. Создание и обеспечение таких гарантий является главной целью формирования системы корпоративного управления. С этой точки зрения, содействие развитию корпоративных отношений через финансовый рынок должен осуществляться по двум основным направлениям. Во-первых, крайне необходимым является формирование единой системы регистрации прав собственности на доли капитала. Эффективная работа клирингового депозитария и унификация правил фиксации прав на ценные бумаги должны сде-

лать операции на фондовом рынке более прозрачными и предотвратить злоупотребления в процессе регистрации операций с ценными бумагами.

Во-вторых, кажется целесообразным формирование на организованном фондовом рынке сектора настоящих "голубых фишек", то есть акций небольшого количества корпораций, по которым постоянно будут проводиться торги на большинстве торговых площадок. Отличие этих акций от тех, что котируются сейчас, будет складываться в широкой информационной открытости и прозрачности компаний, акции которых выберут на роль "голубых фишек". Конечно, открытость и прозрачность корпорации прежде всего зависит от ее владельцев и руководства. Однако профессиональные участники фондового рынка должны создать льготные условия для обращения определенных "голубых фишек" с тем, чтобы стимулировать корпорацию для открытости и прозрачности. Широкая котировка таких акций сама собой станет совершенным механизмом изъятия средств и защиты прав инвесторов от любых осложнений в корпоративных отношениях. Возникновение сектора "голубых фишек" изначально не принесет определенным корпорациям ощутимых инвестиционных вливаний, но в условиях нехватки надежных и прибыльных объектов инвестирования "голубые фишки" вполне могут стать привлекательной ценной бумагой. В целом формирование на фондовом рынке сектора акций открытых и прозрачных акционерных обществ будет способствовать улучшению инвестиционного климата и общему развитию рынка ценных бумаг. Кроме того, в случае успеха "голубых фишек" на рынке, пример этих обществ способен хотя бы немного улучшить состояние корпоративных отношений в отечественных АО.

Список использованных источников

Жигирь А.А. Формирование вертикально интегрированных предпринимательских структур в аграрной сфере. Экономика и предпринимательство, 2013. №8. С. 585-588.

Жигирь А. А. Значення інформаційної складової, як економічного ресурсу при активізації інноваційних процесів. Інвестиції: практика та досвід. 2015. №18. С. 16-21.

Жигирь А. А. Предпринимательство как проектная реализация концепций стратегического менеджмента и маркетинга. Естественно-гуманитарные исследования. 2020. №4. С. 39-43.

Жигирь А. А. Направления деятельности наблюдательных советов. БизнесИнформ. 1998. №8. С. 24-25.

МЕТОД АНАЛИЗА ДОКУМЕНТОВ КАК РАЗНОВИДНОСТЬ ИССЛЕДОВАНИЯ В ПРОЕКТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Р.Д. Исянова, Э.Ф. Хузиева

*ФГБОУ ВО «Казанский Государственный Энергетический Университет»
г. Казань, Россия*

Проекты играют все более важную роль в деятельности современных компаний и государства. Прежде чем приступить к реализации проекта следует тщательно проанализировать всю документацию. В данной статье рассматривается применение метода анализа документов в проектной деятельности.

Ключевые слова: проекты, документация, метод анализа документов.

Метод анализа документов – метод сбора данных в ходе проведения исследований систем управления, основанный на применении информации, зафиксированной в документах, в письменной или печатной форме либо на электронных носителях. Использование данного метода дает возможность определить структуру и элементы изучаемой системы управления, взаимосвязи между элементами, приобрести необходимые сведения о системе и т.д.

Метод анализа документов бывает двух видов: традиционный и формализованный.

Традиционный состоит из исследования содержания документов: его авторов, целей создания, форм и видов, надежности документов, достоверности информации. Традиционный анализ заключается в преобразовании первоначальной формы исследуемой информации в необходимую с точки зрения исследователя. Различают внешний и внутренний традиционный анализ. Внешний предназначен для установления вида документа, формы, времени и места его появления, автора, цели создания, надежности и достоверности, его контекста. Внутренний анализ ориентирован на исследование содержания документа.

Формализованный анализ документов – это метод сбора данных при помощи количественного описания имеющейся информации в документах. Наибольший эффект от использования данного метода можно получить при применении соответствующих технических (компьютерных) средств. В настоящее время существуют удобные программные продукты, в том числе и для управления проектами, позволяющие хранить всю документацию и анализировать ее, например Project Expert.

Метод анализа документов широко используется и в проектной деятельности, а именно в проектном анализе. Это один из основных видов работ, выполняемых инициатором проекта на предынвестиционной стадии для определения эффективности проекта, комплекса рисков, целесообразности реализации проекта и организации его финансирования.

Документация проекта – это набор документов, описывающих проект и регламентирующих деятельность в рамках проекта. Проект документи-

руется на протяжении всего жизненного цикла. На предпроектной стадии осуществляется большая подготовительная работа, включающая подготовку ряда документов. Наличие полного набора этих документов отражает тщательность подготовки проекта и снижает риск, связанный с его осуществлением. Эти документы отражают отношения между участниками предпроектной стадии, в первую очередь между инициатором проекта и его инвестором. Третьим участником этой фазы является независимая консалтинговая фирма которая специализируется на разработке этих документов или, если все они разработаны инициатором проекта, – на их экспертизе. Единого стандарта на составление каждого из документов не существует. Все стороны непосредственно уточняют формальные правила оформления документации.

Вовлечение руководителя на этапе инициации проекта облегчает построение сбалансированной системы управления. Руководитель проекта, назначенный на этапе планирования, как правило, вынужден провести анализ документов, подготовленных на этапе инициации и заново согласовать их.

Основным документом, с которого стартует проект, является Устав проекта. Устав раскрывает важные аспекты проекта и согласно подходу РМВОК включает в себя следующие разделы: обоснование проекта, цели и результаты, высокоуровневые требования к результатам, допущения и ограничения, описание и границы проекта, высокоуровневые риски, расписание контрольных событий, укрупненный бюджет, список заинтересованных сторон, требования к одобрению проекта, назначенный руководитель проекта, его сфера ответственности и уровень полномочий.

Для управления стоимостью и финансированием проекта составляют бюджет проекта – документ, в котором планируемые расходы и доходы от реализации проекта распределены по временным периодам. При определении стоимости проекта используется смета проекта, содержащая структурированный перечень работ и ресурсов, а также планируемых расценок на них. Смета является обязательной и очень важной частью бюджета проекта. Проект может состоять из нескольких бюджетов разных уровней, распределенных по центрам ответственности, таким образом, бюджеты являются способом коммуникации и контроля. На проектно-ориентированных предприятиях бюджеты формируются вокруг проектов в течение всего времени их реализации, в отличие от непроектно-ориентированных предприятий, в которых ответственность за проект несут функциональные подразделения, а отчетность привязывается к какому-либо периоду времени.

Основным документом, обосновывающим целесообразность и эффективность проекта, является технико-экономическое обоснование (ТЭО) проекта. Иметь такой документ необходимо прежде всего инвесторам, которые на его основании принимают окончательное решение о финансировании какого-либо проекта и капитальных вложениях, направляемых на создание и воспроизводство основных фондов. Инвестору, который ищет

выгодное применение свободных средств, безразлично, в какой проект направить эти средства, во что ему обойдется проект, через какой промежуток времени он может возратить вложенные средства и какова величина ожидаемой прибыли на них. Эти задачи решаются с помощью ТЭО.

ТЭО является обязательным документом в случае, если финансирование капитальных вложений в основные фонды осуществляется полностью или на долевых началах из Государственного бюджета Российской Федерации и ее внебюджетных фондов, централизованных фондов министерств и ведомств, а также собственных финансовых ресурсов государственных предприятий.

Календарные графики представляют собой важную часть документов организации и производства работ и являются основой текущего и оперативного планирования.

Проект организации работ (ПОР) является частью технического (технорабочего) проекта. В нем определяются общая продолжительность и промежуточные сроки работ, распределение капитальных вложений и объемов работ, материально-технические и трудовые ресурсы и источники их покрытия, основные методы выполнения работ и структура управления проектом. Аналогично составляется план работ и других проектов, он включает в себя список всех работ, затраты и время на выполнение каждого вида работы и исследование рисков.

План управления проектом, используемый в системе PMBOK, – это документ, описывающий, как проект будет исполняться, как будет происходить его мониторинг и контроль. Он интегрирует и консолидирует все вспомогательные и базовые планы, полученные в результате процессов планирования. План управления проектом представляет собой систему планов, каждый из которых описывает одну из областей управления проектами. Состав плана управления проектом может варьироваться в зависимости от масштаба и системы управления проектом. Полный набор планов включает в себя базовые и вспомогательные планы.

Базовый план проекта обычно состоит из трех документов:

1) базовый план по содержанию. Базовый план по содержанию состоит из описания всех результатов и работ проекта, а также их связей, используется для анализа хода исполнения проекта.

2) базовое расписание. Базовое расписание содержит одобренные ключевыми стейкхолдерами даты начала и окончания для всех работ ИСР. Базовое расписание используется как основа для анализа фактического состояния проекта в ходе исполнения процессов мониторинга и контроля.

3) базовый план по стоимости. Базовый план по стоимости показывает, какие затраты на выполнение работ проекта потребуются в каждый конкретный период времени (месяц, квартал, год) жизненного цикла проекта. Базовый план по стоимости не следует путать с бюджетом проекта, который включает в себя базовый план по стоимости и управленческий резерв.

Вспомогательные планы включают в себя: план управления содержанием; план управления требованиями; план управления расписанием; план управления стоимостью; план управления качеством; план совершенствования процессов; план управления человеческими ресурсами; план управления коммуникациями; план управления рисками; план управления закупками; план управления заинтересованными сторонами.

Таким образом, проанализировав данную документацию можно получить четкое представление о целях проекта, его стоимости, продолжительности и рисках, и соответственно принять решение относительно целесообразности реализации проекта и о его инвестировании.

Список использованных источников.

Вафин Э.Я. Груничев А.С. Управление проектами . – Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2016. – 198 с.

Грачева М. В., Бабаскин С. Я. Управление проектами: Учеб. пособие. – М.: Экономический факультет МГУ имени М. В. Ломоносова, 2017. – 148 с.

Имамов. М.М. Управление проектами. – Казань: «Фолиант», 2018. – 186 с. с илл.

METHOD OF ANALYSIS OF DOCUMENTS AS A VARIETY OF RESEARCH IN PROJECT ACTIVITIES

R.D. Isyanova, E.F. Khuzieva

FSBEI HE "Kazan State Power Engineering University"

Kazan, Russia

Projects play an increasingly important role in the activities of modern companies and the state. Before proceeding with the entire implementation of the project, you should analyze the documentation. This article discusses the method of document analysis in project activities.

Key words: projects, documentation, document analysis method.

УДК 338.22

РИСКИ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

И.В. Калмыков, Р.А. Тимофеев

ФГБОУ ВО «Казанский государственный энергетический университет»

г. Казань, Россия

В статье обобщены сущность понятий «риск», «предпринимательский риск», охарактеризованы классификация рисков в экономической теории и в условиях рыночной экономики, выделены разновидности рисков в предпринимательской деятельности. А также факторы их влияния на сферу услуг.

Ключевые слова: риск, предпринимательский риск, классификация рисков, субъекты рисков, диверсификация бизнеса.

Предпринимательская деятельность реализуется на основе предварительных принятых решений, но на их реализацию влияет объективная неопределенность, которая в различных формах своего проявления может помешать осуществлению запланированных событий, изменить их содержание или вызвать нежелательный результат. В результате цели, для которых принимались решения, не будут достигнуты. Именно поэтому для эффективного функционирования в условиях рыночной экономики каждый предприниматель должен уметь правильно оценить степень риска и уметь им управлять в различных ситуациях.

Понятие риска имеет различные трактовки в современной экономической литературе, что затрудняет изучение данного явления. Риск рассматривают как действие, событие, ситуацию, неопределенность и вероятность. Риск можно рассматривать как вероятность отклонения фактического результата от ожидаемого и, как действие наудачу в надежде на положительный результат, как неуверенность в возможном результате или атрибут принятия решения в ситуации неопределенности.

Ситуация риска предполагает возможность выбора из двух альтернативных вариантов поведения: рискованного, связанного с риском, и надежного, то есть гарантирующего сохранение достигнутого.

Объективно существуют такие виды риска, как риск «форс-мажорных» обстоятельств (засухи, пожар и т.д.), систематический, периодический, случайный риск и т.п. Окончательно, их можно связать с проявлениями человеческой деятельности, но цепь причинно-следственных связей будет очень длинный.

Риск предпринимательской деятельности во многом определяется зависимостью от внешней среды (природно-климатических, социальных и других внешних факторов) и внутренней среды (материально техническая база, кадровая политика, маркетинг, финансы, менеджмент).

Группировку рисков можно проводить с использованием различных классификационных признаков (причины и сферы возникновения; этапы хозяйствования; масштабы, степень допустимости; виды хозяйственной деятельности; продолжительность действия; возможность страхования и т.д.) (таблица 1). Заметим, что большинство определений предпринимательского риска сводится к неопределенности получения ожидаемого дохода от вложенных ресурсов.

Таблица 1 – Сущность предпринимательского риска

Источник	Экономическая сущность
Варналий З.С. [2]	Риск, который возникает во всех областях деятельности предпринимателя: производстве, реализации, посредничестве, осуществлении научно-технических и коммерческих проектов.
Вишняков Я.Д., Радаев Н.Н. [3]	Количественная мера способности бизнесмена творчески применять компонент неопределенности в процессе воспроизведения либо отдельных его моментах с целью извлечения добавочной стоимости.

Источник	Экономическая сущность
Тюленева Ю.В. [5]	Категория воспроизводства в рыночной экономике, он сопряжен с каждым этапом, звеном хозяйственной деятельности, начиная от формирования условий производства и заканчивая созданием товаров и услуг и их реализацией.
Шепеленко А.В. [6]	Способ хозяйствования в непредвиденных обстоятельствах, при котором формируются особые возможности бизнесмена и потребность предотвращать неблагоприятное воздействие стохастических условий и извлекать в данных обстоятельствах доход.

Источник: составлено авторами

Кроме того, рассмотрение риска как экономической категории заставляет определиться и с понятием «рисковое предприятие». По нашему мнению, рисковое предприятие это, прежде всего, предприятие, специализирующееся на изготовлении высококачественной продукции, он имеет потенциал роста, который может в короткий срок быть переориентирован на выпуск новой продукции и далее выйти на рынок с принципиально новым товаром. Однако, деятельность каждого предприятия связана с риском. Степень рискованности зависит от: размеров предприятия, количества работающих, размера основных активов, вида выпускаемой продукции, рынков сбыта и тому подобное.

На наш взгляд, предприятия, с этой точки зрения, можно объединить в следующие группы: наиболее рисковые (заводы «гиганты», фабрики), средней степени рискованности (предприятия с сетью магазинов), наименее рисковые (агрофирмы, фермерские хозяйства).

По характеру действия предпринимательские риски делятся на простые и составные. В таблице 2 указан перечень простых рисков при создании малых и средних предприятий.

Таблица 2 – Виды риска на стадии функционирования предприятия

Вид риска	Отрицательное влияние на ожидаемую прибыль от реализации проекта
Финансово-экономические риски	
Неустойчивость спроса	Падение спроса с ростом цен
Появление альтернативного продукта	Снижение спроса
Снижение цен конкурентами	Снижение цен
Увеличение объема производства у конкурентов	Спад объемов продаж или снижение цен
Рост налогов	Уменьшение чистой прибыли
Платежеспособность потребителей	Снижение объемов продаж
Рост цен на сырье, материалы, логистику	Снижение прибыли из-за роста цен
Зависимость от поставщиков, отсутствие альтернатив	Снижение прибыли из-за роста цен
Дефицит оборотных средств	Увеличение размера кредитов
Социальные риски	
Трудности с набором квалифицированной рабочей силы	Увеличение расходов на комплектование

Вид риска	Отрицательное влияние на ожидаемую прибыль от реализации проекта
Угроза забастовки	Штрафы за нарушение договоров
Отношение местной власти	Дополнительные затраты на выполнение их требований
Недостаточный уровень заработной платы	Текучесть кадров, снижение производительности
Недостаточная квалификация кадров	Снижение ритмичности, рост брака, увеличение числа аварий
Социальная инфраструктура	Рост непроизводственных расходов

Источник: составлено авторами

Таким образом, появляется потребность разработки системы управления предпринимательскими рисками. Управление предпринимательскими рисками базируется на принципе снижения вероятности проявления конкретного риска за счет применения специальных методов.

Методы управления рисками можно разделить на четыре основные группы.

Первую группу составляют методы уклонения от риска, основывающиеся на просчете всех управленческих решений, направленных на полную гарантию застрахованности от рисков.

Вторая группа методов- методы в которых локализации риска основываются на раскрытии участков хозяйственной деятельности наиболее подвластных влиянию факторов риска.

В третьей группе диссипации риска основаны на распределении факторов риска среди участников хозяйственной деятельности с целью исключения концентрации риска в одной организационной структуре (точке).

Последняя группа методов- компенсации риска основаны на мерах и механизмах, предупреждающих появление рисков.

Следовательно, значимым фактором в организации предпринимательской деятельности считается формирование концепции экономической безопасности компании, позволяющая гарантировать защиту коммерческой организации, т. е. это защита тех данных, утрата которых может послужить причиной к убыткам. В рамках стратегии финансовой безопасности формируется программа антирисковых мероприятий. Они могут проводиться как самими сотрудниками компании, так и с приглашением экспертов.

Выводы.

По нашему мнению из всех стратегий обеспечения экономической безопасности бизнеса, наиболее эффективной является его диверсификация. Особенно это может быть эффективным решением для малого и среднего бизнеса. Оно позволяет свести к минимуму потенциальный вред для бизнеса во время экономических спадов, в частности какой произошел во всем мире и, соответственно, в России, в результате пандемии 2019-2020гг. Основная идея состоит в том, чтобы перейти в такую область бизнес дея-

тельности, которая не реагирует негативно на те же экономические спады, что и текущая бизнес активность. То есть если одно из направлений деятельности испытывает трудности, другое поможет компенсировать убытки и сохранить жизнеспособность компании. Бизнес также может использовать диверсификацию в качестве стратегии роста. Защитные причины могут заключаться в распространении риска сокращения рынка или необходимости диверсификации, когда текущий продукт или текущая рыночная ориентация, по-видимому, не дают дальнейших возможностей для роста.

Список использованных источников.

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая): федеральный закон от 30.11.1994 № 51–ФЗ (ред. от 16.12.2019, с изм. от 12.05.2020) // Собрание законодательства РФ. – 05.12.1994. – № 32. – ст. 3301.
2. Варналий З.С. Основы предпринимательской деятельности: Учебник для учащихся 10-11 кл. СОШ, лицеев и гимназий / З.С. Варналий, В.А. Сизоненко. М: 2013. - 404 с.
3. Вишняков Я.Д. Общая теория рисков: учеб. пособие для студ. высш.учеб.заведений / Я.Д.Вишняков, Н.Н.Радаев. - второй изд., Испр. –М.: Издательский центр «Академия», 2018. - 368 с.
4. Герасин А. Н. Общественная полезность предпринимательства / А. Н. Герасин // Проблемы экономики и юридической практики. - 2019. - № 2. - С. 60 – 63.
5. Тюленева Ю.В. Определение категории «риск предпринимательской деятельности» как основа эффективной деятельности предприятий / Ю.В. Тюленева. - Экономический вестник НТУУ «Восточно-Сибирский технический университет: сборник научных трудов. - 2019. - № 6. - С.47-52.
6. Шепеленко А.В. Управление предпринимательскими рисками субъекта хозяйствования / О.В.Шепеленко // Экономические науки: Вестник Си-БГУ. - 2019. - № 4 (52). - С. 189-199.

RISKS IN ENTREPRENEURIAL

I.V. Kalmykov, R.A. Timofeev

*FSBEI HE «Kazan State Energy University»,
Kazan, Russia*

The article summarizes the essence of the concepts "risk", "entrepreneurial risk", describes the classification of risks in economic theory and in a market economy, highlights the types of risks in business. And also the factors of their influence on the service sector.

Keywords: risk, entrepreneurial risk, risk classification, risk subjects, business diversification.

УДК

ФИНАНСОВАЯ УСТОЙЧИВОСТЬ КОМПАНИИ В СИСТЕМЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

Л.А. Камалиева, Л.В.Хайрулина (нет удк)

Набережночелнинский институт (филиал) ФГАОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет», г. Набережные Челны, Россия

В статье рассматривается финансовая устойчивость компании в системе экономической безопасности организации. Рассмотрен вопрос о причинах важности уделения внимания организацией на заемные источники финансирования. Также исследованы обстоятельства, соответствующие финансово-стабильной организации: основные внутренние условия, которые имеют все шансы проявлять воздействие на экономическую стабильность организации. Проанализированы две основные категории, по которым делятся все источники финансирования. Перечислены показатели финансовой устойчивости. Сделан вывод, что финансовая устойчивость зависит от наличия ресурсов и результатов их хозяйственной деятельности. Финансовая устойчивость и экономическая безопасность хозяйствующих субъектов неразрывно связаны между собой и влияют друг на друга. Устойчивое финансовое положение организации можно достигнуть путем квалифицированного управления комплексом условий.

Ключевые слова: финансовая устойчивость, экономическая безопасность, финансовое состояние, источники финансирования, угрозы.

В нынешних рыночных обстоятельствах торговому предприятию равно как хозяйствующему субъекту следует остаться в собственной конкурентноспособной сфере в рынке с целью осуществления планов, для которых оно было основано.

Экономические менеджеры большой компании в ходе управления компаниями реализовывают разнообразные умозаключительные операции с целью рационализации и оптимизации работы компании. В концепцию сведений умозаключительных операций ложится исследование экономического состояния компании равно как необходимый источник экономического рассмотрения, что содержит в себе также исследование экономической стабильности.

Рассмотрим несколько понятий, которые наиболее полно отражают финансовую сущность и финансовую устойчивость предприятия.

Г.В. Савицкая утверждает, что финансовая устойчивость организации – это способность субъекта хозяйствования функционировать и развиваться, сохранять равновесия своих активов и пассивов в изменяющейся внутренней и внешней среде, гарантирующее его постоянную платёжеспособность и инвестиционную привлекательность в границах допустимого риска [4].

По мнению О.В. Ефимовой финансовая устойчивость отражает финансовое состояние предприятия при котором оно способно за счёт рационального управления материальными, трудовыми и финансовыми ресурсами создать такое превышение доходов над расходами, при котором до-

стигается стабильный приток денежных средств, позволяющих предприятию обеспечить его текущую и долгосрочную платежеспособность, а также удовлетворить инвестиционные ожидания собственников предприятия[3].

Финансовая устойчивость предполагает собой характеристику устойчивости экономического утверждения компании, обеспечиваемая значительной частью своих денежных средств в единой сумме применяемых им экономических денег.

Проблемой рассмотрения финансовой устойчивости считается анализ уровня самостоятельности ссудных источников финансирования. Этот тип рассмотрения соответствует в последующие значимые проблемы:

- в какой степени огромен этот уровень связи;
- увеличивается либо уменьшается он;
- соответствует единица положению активов также пассивов компании задачам его финансово-хозяйственной работы.

Почему организации важно следить за степенью зависимости от заемных источников финансирования?

Потому что, это обуславливается в первую очередь тем, что в нынешних обстоятельствах безвозмездных источников финансирования не существует и за привлеченные ресурсы следует платить. Более того стоимость завлеченных денег способна варьироваться, что определяет потребность компании наблюдать за этим, равно как изменяется данная цена и отталкиваясь от нее нужно стараться сохранять наилучшую структуру источников финансирования.

В этом контексте под финансовой защищённостью хозяйственного субъекта подразумевается уровень безопасности компании от внешних и внутренних опасностей, оказывающих большое влияние на его финансово-хозяйственную работу.

В концепции финансового анализа финансово-стабильным является организация, которая соответствует следующим обстоятельствам:

- 1) организация состоятельна;
- 2) обладает легко реализуемым равновесием;
- 3) резервы этой компании гарантированы источниками финансирования.

Состоятельность - это умение компании в отсутствии той или иной проблемы и нарушений выплачивать долг пред собственными кредиторами.

Под ликвидностью подразумевается умение того или иного актива преобразовываться в финансовые ресурсы.

Имеется большое число условий, которые проявляют воздействие на стабильность той или иной компании. Относительно данные условия допускается подразделить на внешние и внутренние факторы.

Внешние факторы характеризуются тем, что они никак не находятся в зависимости от финансово-хозяйственной работы компании и равно как принцип, они появляются согласно справедливым обстоятельствам.

Внутренние - непосредственно находятся в зависимости от работы компании и на них могут проявлять воздействие административные структуры этой организации, какие станут осуществлять разнообразные постановления с целью управления собственной организацией и обеспечения ее стабильного формирования на рынке.

Основными характеризующими внутренними условиями, которые могут воздействовать на экономическую стабильность компании, считаются:

- 1) отраслевая особенность компании;
- 2) тип, объем также структура производимого продукта, оказываемых услуг;
- 3) объем и состав денежных средств;
- 4) размер и состав потерь;
- 5) положение активов, их структура и состав;
- 6) положение концепций учета и контроля.

Все, без исключения источники финансирования разделяются на 2 категории:

1. Собственные, заключающиеся из взносов владельцев фирмы. Систематическое поощрение согласно данным источникам финансирования в форме процентов к уплате либо дивидендов не является необходимым для компании, поэтому согласно этому фактору они менее опасны.

2. Привлечённые - это коммерческие, прибыльные ресурсы, какие организация привлекает с целью предоставления собственной работы. За этим типом источников встают разнообразные кредиторы компании. В случае неполучения, выделенные гонорары имеют все шансы стимулировать операцию банкротства, по этой причине они наиболее опасны для компании.

В концепции финансовая устойчивость численно можно оценивать с 2-ух сторон:

- с позиции структуры источника денег;
- с позиции затрат, какие следует понести во взаимосвязи с поддержанием привлеченных денег.

Показатели финансовой устойчивости:

1. Показатель капитализации (участок экономического рычага);
2. Коэффициенты состоятельности своими источниками финансирования;
3. Показатель экономической самостоятельности (независимости);
4. Показатель финансирования;
5. Показатель экономической стабильности.

Для того что бы получить информативный разбор необходимо принимать во внимание все эти коэффициенты без исключения. Но нужно сосре-

доточить особенное внимание на показатель финансовой самостоятельности (независимости), таким образом, как единый уровень финансовой самостоятельности характеризуется непосредственно данным коэффициентом. Он демонстрирует обособленный вес собственных денег в единой сумме источников финансирования.

Финансовая стабильность компании создается под действием ряда условий внутренней и внешней сферы. Их можно подразделить на финансовые, а также не экономические (общественно-политические, правовые, природоохранные), которые, в свою очередь, согласно методам влияния имеют все шансы являться непосредственными и непрямыми. Их соотношение, степень воздействия, взаимодействие и взаимоотношение значимы точно для самостоятельности приобретенных хозяйствующих субъектов, так и для целой финансовой концепции.

Таким образом, финансовая стабильность а также устойчивость формирования компании находятся в зависимости от присутствия ресурсов и итогов его хозяйственной работы. В случае если промышленный и экономический проекты исполняются, то это оказывает большое влияние на финансовое состояние хозяйствующего субъекта, также напротив, вследствие регресса изготовления и сокращения размеров реализации продукта увеличивается ее первоначальная стоимость, уменьшается прибыль и совокупность доходов, а также как результат, усугубляется экономическое положение компании.

Значит, стойкое финансовое положение добывается с помощью опытного управления комплексом условий, характеризующих итоги финансово-хозяйственной работы.

Список использованных источников.

1. Антонов И. Финансовое состояние предприятия // Экономика и жизнь. 2015. № 6. С. 14–17.
2. Гончаренко Л.П. [и др.] ; под общей редакцией Л. П. Гончаренко Экономическая безопасность : учебник для вузов– 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2019. – С.340.
3. Ефимова О. В. Анализ финансовой отчётности :учеб.пособ. / О. В. Ефимова. –М. : Омега-Л, 2013. –С. 338.
4. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственно деятельности предприятия.: учебник / Г.В. Савицкая. – 6-е изд. – М.: ИНФРА-М, 2013. –С. 378.

FINANCIAL STABILITY OF THE COMPANY IN THE SYSTEM OF ECONOMIC SECURITY OF THE ORGANIZATION

L. A. Kamaliev, L. V. Khairulina

Naberezhnye Chelny Institute (branch) of Kazan (Volga Region) Federal University, Naberezhnye Chelny, Russia

The article considers the financial stability of the company in the system of economic security of the organization. The question of the reasons for the importance of the

organization's attention to borrowed sources of financing is considered. The circumstances corresponding to a financially stable organization are also investigated: the main internal conditions that have every chance to have an impact on the economic stability of the organization. Two main categories are analyzed, according to which all sources of financing are divided. The indicators of financial stability are listed. It is concluded that financial stability depends on the availability of resources and the results of their economic activities. Financial stability and economic security of economic entities are inextricably linked and influence each other. A stable financial position of an organization can be achieved by managing a set of conditions with a qualified approach.

Keywords: financial stability, economic security, financial condition, sources of financing, threats.

УДК 005.95/.96

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ СТАНДАРТЫ КАК ЭЛЕМЕНТ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ ОРГАНИЗАЦИИ

Д.Г. Кузьменкова

*ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»,
г. Москва, Россия*

В статье рассматриваются причины и последствия внедрения профессиональных стандартов в систему управления персоналом организаций.

Ключевые слова: профессиональные стандарты; система управления персоналом; внедрение профессиональных стандартов.

Современные технологические процессы и постоянные изменения, связанные с цифровизацией экономики, оказывают влияние на многие сферы деятельности компаний, в том числе и на систему управления персоналом, которая претерпевает изменения. Новые условия требуют от работников большей гибкости, приспособляемости, обучаемости и обновления своих знаний.

Решению этих проблем могут послужить различные методы, одним из которых являются профессиональные стандарты. Отличительной особенностью профессиональных стандартов является то, что конкретные рабочие функции соотносятся с результатами труда, что не характерно для должностных инструкций, при этом работник и работодатель имеют возможность регулировать содержание и объем выполняемых трудовых функций.

В последнее время в связи с возросшей популярностью данной темы было опубликовано множество статей, которые описывают их значение, роль, процесс внедрения. Все их можно сгруппировать по нескольким группам:

- В первую группу можно включить статьи, в которых говорится о преимуществах и недостатках внедрения профессиональных стандартов [3].

- Во вторую группу можно сгруппировать работы, которые рассматривают сам процесс внедрения профессиональных стандартов [4].

- В третью группу можно отнести публикации, которые рассматривают данный вопрос с точки зрения отраслевых аспектов, а именно описывают особенности внедрения профессиональных стандартов на государственной службе, на уровне организаций, муниципальных и региональных служб, системы здравоохранения, образования, финансового сектора [2], государственного управления [1].

- В четвёртую группу входят работы, которые рассматривают какой-то конкретный профессиональный стандарт и его особенности [1].

Несмотря на широкое освещение данной проблемы в работах различных учёных, одним из наиболее дискуссионных вопросов всё ещё остаётся разработка и порядок внедрения профессиональных стандартов на уровне конкретных предприятий. Также обсуждаются причины, побуждающие предприятия, для которых данная процедура не является обязательной, внедрять в свою систему управления персоналом профессиональные стандарты. Среди них можно выделить следующие.

1) Появление всё новых технологий и технических решений приводит к тому, что возникает необходимость в сотрудниках, которые разбираются в новых программных средствах.

2) Изменяющиеся трудовые условия выказывают потребность в высокой мобильности персонала, постоянном обучении и переподготовке.

3) Профессиональные стандарты дают возможность соотносить рабочие функции с результатами труда, что является нетипичным для должностных инструкций. При этом применяется сдельная оплата труда, учитывающая результаты деятельности.

4) Внедрение профессиональных стандартов даёт свои преимущества и работникам. Для них становится прозрачной процедура оценки квалификации, они получают возможность сравнивать уровень квалификации, составлять индивидуальные трудовые договоры.

5) При установлении своих требований к кандидатам при приёме на работу работодатели могут ориентироваться на соответствующие профессиональные стандарты (например, требования в части касающейся образования, опыта работы и т.д.).

6) Профессиональные стандарты могут дать преимущество молодым специалистам, облегчить их адаптацию благодаря четким требованиям и описаниям, а это означает, что организации могут легче обновлять свой персонал и уменьшить затраты на адаптацию. Четко сформулированные компетенции облегчают подросткам выбор профессии, что может увеличить количество специалистов в непопулярных или сложных, непонятных профессиях и снизить трудности для компаний по набору персонала.

Однако, необходимо понимать, что для того, чтобы организовать деятельность, которая будет учитывать профессиональные стандарты, нужно многое изменить: штатное расписание, должностные инструкции и другие штатные документы, в которые входят названия и описания должностей. Это сложная и долгосрочная задача: провести необходимые правки, согласовать, ознакомить с ними сотрудников. Затем необходимо проверить, соответствуют ли работники принятым профессиональным стандартам, и, если будут выявлены несоответствия, направить этих людей на обучение или повышение квалификации. Это увеличивает расходы компании на персонал, увеличивает нагрузку на менеджеров по персоналу, что негативно сказывается на многих аспектах работы компании: от возможного сокращения прибыли до увольнения сотрудников.

Также неясно, за счет каких затрат должно быть организовано дополнительное обучение. Если компания возьмет на себя ответственность, то дополнительные расходы понесут те же сотрудники, а если за счет собственных средств сотрудников, то ей придется рассмотреть способы воздействия на них, потому что они могут отказаться, уволиться, что опять приведет к ненужным проблемам, требующим решения, и новым затратам. В том случае, если принято решение об увольнении «неподходящих» сотрудников, необходимо проводить аттестацию, так как по закону увольнять сотрудников можно только по результатам аттестации, а из-за несоответствия профессиональным стандартам увольнение будет незаконным. Аттестация также несёт дополнительные расходы.

Кроме того, необходимо следить за актуальностью самих профессиональных стандартов, а также своевременно редактировать соответствующие документы при их изменении. Так как профессиональные стандарты обычно описывают профессии в общем виде, каждая компания все же имеет свои собственные особенности, которые не включены в документ.

Помимо этого, современная мировая и российская экономика стремительно развиваются, многие профессии устаревают или трансформируются, появляются новые, а профессиональные стандарты описывают профессии в их нынешнем состоянии. В этом отношении профессиональные стандарты просто не смогут идти в ногу со всеми изменениями и будут сдерживать развитие компаний, или будут нуждаться в частом пересмотре, и организации будут тратить большую часть своего времени и затрат на составление документов и проверку соответствия работников новым требованиям.

Таким образом, последствия внедрения профессиональных стандартов будут как негативными, так и позитивными. Расходы на обеспечение и своевременное обновление кадровой документации еще больше возрастут, что может оказаться катастрофическим для малого бизнеса. С другой стороны, систематизация квалификаций, компетенций и всех профессий облегчает отбор, адаптацию и организацию подготовки кадров, но замедляет развитие профессий.

Список использованных источников.

1. Быкова Т.А. Разработка должностной инструкции на основе профессиональных стандартов. //Научный вестник Крыма. 2017. №4 (10). С.1-8.
2. Былков В.Г. Внедрение профессиональных стандартов специалистов в финансовой сфере// Финансовые аспекты структурных преобразований экономики. 2017. №3(3). С. 37 – 42.
3. Гурьянова О.А. Перспективные направления разработки и внедрения профессиональных стандартов в государственных и муниципальных предприятиях и учреждениях // Гуманитарный трактат. 2020. № 77. С. 22-25.
4. Как работать с профессиональными стандартами// Практическое пособие Изд-во «Кадровое дело» 2017. 32 с.

PROFESSIONAL STANDARDS AS AN ELEMENT OF THE ORGANIZATION'S PERSONNEL MANAGEMENT SYSTEM

D.G. Kuzmenkova

*Plekhanov Russian University of Economics,
Moscow, Russia*

The article discusses the reasons and consequences of the introduction of professional standards in the personnel management system of organizations.

Keywords: professional standards; personnel management system; implementation of professional standards.

УДК 339.13

ПРОБЛЕМЫ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Р.Р Мавлеев, О.Н. Пушкарев

*ФГБОУ ВО «Казанский государственный энергетический университет»,
г. Казань, Россия*

В данной статье представлен спектр информации об эффективной конкурентоспособной деятельности предприятий, а также расширенное понятие конкурентоспособности

Ключевые слова: конкурентоспособность, повышение конкурентоспособности, конкурентоспособность предприятия, цифровизация, усовершенствование технологий, маркетинговая деятельность.

В настоящее время в рыночных критериях довольно непросто достичь устойчивого успеха в бизнесе, если не взвешивать его эффективное будущее развитие, не аккумулировать непрерывно информационные потоки о собственных возможностях и перспективах, о состоянии на рынке конкурентов и своих конкурентных сил.

Конкурентоспособность предприятия – это относительная характеристика, выражающая состояние отличия данного предприятия от конкурентов в плане удовлетворения потребностей клиентов.

Высокая конкурентная способность предприятия выражается степенью удовлетворения и готовности покупателей неоднократно приобретать продукт данной фирмы. Конкурентоспособность предприятия, являясь многосторонним понятием, охватывает не только показатели качества и цены индустриальной продукции, но и имеет зависимость от уровня менеджмента, сформировавшейся системы управления финансовыми потоками, инвестиционной и инновационной элементами его деятельности. Помимо этого, на конкурентоспособность воздействует конъюнктура, которая складывается на том или ином рынке.

Важную роль играет маркетинговая составляющая конкурентной способности предприятия. Маркетинг направлен на выявление особо значимых нужд клиентов, анализ изменения потребительского выбора, разработку и воплощение других стратегий, направленных на увеличение конкурентоспособности.

Конкуренция, осуществляющаяся на рынке - условном месте купли-продажи обусловленного вида товара, заключения торговых сделок, осуществление которых происходит в определенных по интенсивности условиях конкуренции с соблюдением моральных и правовых норм и правил.

Конкурентная способность товара – способность нести ответственность определенным условиям конкурентного рынка, требованиям потребителей в сравнении с товарами-аналогами, которые представлены на рынке.

Таким образом конкурентные преимущества товара – рыночная характеристика, его преимущества на рынке в совокупности, способствующие плодотворной реализации в успешной конкуренции. Анализ и оценка производится на основании сравнения перечисленных показателей с товарами конкурентов, перспективными образцами и нормативами. За основу вырабатывания конкурентоспособности предприятия служит система его преимуществ перед конкурентами. рассматривая различные подходы к классификации превосходств перед конкурентами предлагается классифицировать:

- отношение к системе, сфера возникновения преимущества,
- содержание фактора преимущества,
- время реализации преимущества, пространство реализации преимущества,

К основным преимуществам перед конкурентным относят: структурные, ресурсные, технические, управленческие, рыночные, эффективности.

Из всего многообразия перечисленных определений конкурентоспособности организации можно выделить основные из них:

- Конкурентоспособность предприятия определяет объем и результативность от потребления совокупности всех ресурсов.
- Конкурентоспособность является относительным показателем. Базовой единицей для сравнения служат показатели, аналогичные показателям конкурентоспособности предприятий с лидирующими показателями.
- Конкурентоспособность предприятия – это определенное умение, которое помогает выдерживать конкурентную борьбу с товарами аналогами представленными на рынке.

Конкурентоспособностью продукции возможно и необходимо управлять, так как она занимает важную позицию при обеспечении сильной и конкурентно способной позиции предприятия

Сравнивая эффективность маркетинговой деятельности конкурентов пользуются следующими сгруппированными элементами комплекса маркетинга:

1. Продукт (всевозможные стороны и понятия этого определения на рынке).
2. Цена (ее уровень, ценовая политика, ценообразование нового)
3. Распределение продукта (объем продаж по всем каналам продаж, численность сотрудников занятых в продажах)
4. Раскрутка продукта

Для того чтобы достичь конкурентоспособности предприятия следует:

1. Обеспечить конкурентоспособность выпускаемой продукции в целевых сегментах рынка. Под конкуренцией выпускаемого товара понимается определенные свойства, благодаря которым в определенный промежуток времени товар превосходит по цене и качеству товары конкурентов, не ущемляя при этом производителя.

2. Оценить конкурентное преимущество организации, и прийти до уровня мировых производителей в данной отрасли.

Чтобы обеспечить конкурентоспособность организации необходимо обладать определенным набором преимуществ конкурентоспособности, набор оценочных факторов можно изложить следующим образом:

- конкурентоспособность товара
- финансовое положение предприятия;
- маркетинговая эффективность деятельности предприятия;
- рентабельность продаж;
- репутация предприятия;
- эффективность менеджмента.

Исходя из всех перечисленных определений конкурентоспособности можно сделать вывод, что конкурентоспособность – это умение эффективно обеспечить хозяйственную деятельность, с целью получения последующей прибыли от реализации в конкурентных рыночных условиях.

Список использованных источников.

1. Азаренко Н.Ю., Лысенко А.Н. Роль человеческого капитала в процессе инновационного развития высокотехнологичных предприятий // Вестник БГТУ им. В.Г. Шухова. 2016. №5. С. 224-226.
2. Божков Ю.Н. Инновационная бизнес-среда: сущность и подходы к изучению ее влияния на систему управления человеческим капиталом промышленного предприятия // Вестник БГТУ им. В.Г. Шухова. 2015. №5. С. 291-285.
3. Вебер Ю., Шеффер У. На пути к активному управлению с помощью показателей // Проблемы теории и практики управления. 2000. №5. С. 107-111.
4. Грибов В.Д. Теория менеджмента. М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. 357с.
6. Тарасов А.К. Принципы человеческого потенциала в теории принятия решений. М.: Финансы и статистика, 2012. 294 с.
7. Никитина Е.А. Взаимосвязь показателя конкурентоспособности предприятия и конкурентоспособности товара // Вестник БГТУ. 2013. №4. С. 125-129.
8. Чижова Е.Н. Рационализаторско-инновационная деятельность предприятия и ее оценка: монография. Белгород: Изд-во БГТУ, 2010. 180 с.

PROBLEMS OF INCREASING THE COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISE

R.R. Mavleev, O.N. Pushkarev

*Kazan State Energy University,
Kazan, Russia*

This article presents a range of information about the effective competitive activity of enterprises, as well as an expanded concept of competitiveness.

Keywords: competitiveness, increasing competitiveness, enterprise competitiveness, digitalization, technology improvement, marketing activities.

УДК 334.7

ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ АСПЕКТЫ УЧАСТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ МАЛОГО БИЗНЕСА В СИСТЕМЕ ГОСЗАКУПОК

И.В. Магера

*Муромский институт (филиал) ГОУ ВПО «Владимирский государственный университет имени
Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых», г. Муром, Россия*

В статье рассматриваются возможности и условия участия предприятий малого бизнеса в системе государственных закупок. Проводится обзор законодательно-нормативной базы в сфере государственных закупок, процедуры и этапы работы для малого предприятия, а также преимущества, на которые могут претендовать малые предприятия.

Ключевые слова: малый бизнес, малые предприятия, контрактная система, госзакупки.

Государственные закупки - покупка товаров, работ и услуг для нужд государства за счет бюджетных средств, являются одной из наиболее важных областей регулирования Правительства России. Особое внимание, уделяемое сфере государственного заказа, обусловлено, с одной стороны, необходимостью обеспечения эффективного расходования денежных средств государственного бюджета, а с другой стороны, значительным влиянием, которое оказывает государственная политика в сфере закупок на структуру экономики страны.

При этом в рамках государственного заказа помимо основной цели (осуществления закупки для нужд государства), решаются задачи достижения эффективности социально-экономической политики за счет огромной покупательской способности государства.

Одной из таких дополнительных задач является поддержка субъектов малого предпринимательства. Привлечение малого бизнеса к сфере государственных закупок обеспечивает взаимодействие субъектов малого предпринимательства и государства, а также их взаимовыгодное сотруд-

ничество за счет комплексного подхода к решению задач государственной политики.

Стоит, однако, отметить, что до сих пор представители малого бизнеса с подозрением относятся к системе закупок для обеспечения государственного и корпоративного заказа, несмотря на то, что работает она уже много лет. Одни уверены, что небольшим компаниям невозможно получить госзаказ, другие считают процедуру участия в торгах слишком сложной и не хотят разбираться.

Действующие сегодня правовые акты, регулирующие закупочную деятельность, тем не менее, предусматривают меры поддержки малого бизнеса.

Статья 30 Закона N44-ФЗ от 05.04.2013г. (в ред. ред. от 27.02.2020) «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» обязывает заказчиков осуществлять закупки у субъектов малого предпринимательства и социально ориентированных некоммерческих организаций. При этом объем таких закупок должен составлять не менее 15% совокупного годового объема закупок. В Стратегии развития малого и среднего предпринимательства до 2030 года утверждено планомерное доведение доли поставщиков в муниципальных и госзаказах из числа малого и среднего бизнеса до 30%.

Госзакупки осуществляются на конкурентной основе и призваны экономить средства госзаказчиков. Следует отметить, что понятие «тендер» в системе государственных закупок официально не используется, применяется термин «закупки», их совокупность называется контрактной системой.

Государственные закупки проходят в форме аукциона, конкурса, запроса котировок, запроса предложений и других. Механизмы госзакупок определены в законодательстве, постановлениях Правительства.

Основные правила участия в госзакупках регламентируются следующими федеральными законами:

- Федеральный закон от 05.04.2013 N 44-ФЗ (ред. от ред. от 24.02.2021) «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» (далее 44-ФЗ);
- Федеральный закон от 18.07.2011 N 223-ФЗ (ред. от 05.04.2021) «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц» (далее 223-ФЗ).

Госзакупки по 44-ФЗ распространяются на государственные учреждения социального профиля, которые все средства получают из бюджета и не имеют других доходов. Это, например, государственный аппарат, полиция, школы, больницы, инфраструктура. В этом случае возможно применение всего нескольких основных форм государственных закупок, по которым все этапы проведения госзакупок максимально тщательно определены.

Госзакупки по 223-ФЗ применяют государственные предприятия, которые могут выполнять социальные функции, госкомпании, которые име-

ют собственную выручку, являются коммерческими организациями. Примерами таких компания являются Газпром, Сбербанк, ВТБ, РЖД, Ростелеком, Росатом, Роснано, Ростех. Условия госзакупок по 223-ФЗ намного более мягкие и рамочные. Используется много видов (сотни) госзакупок, их вариации определяет госзаказчик. Заказчики устанавливают также собственные правила закупок в Положении о закупках.

Все извещения о госзакупках по 44-ФЗ и 223-ФЗ размещаются на сайте единой информационной системы в сфере закупок в информационно-телекоммуникационной сети Интернет (<http://zakupki.gov.ru/>). Это единая информационная система со сведениями о закупках всех государственных и муниципальных заказчиков, бюджетных и автономных учреждений, унитарных предприятий, госкорпораций и госкомпаний.

Данный ресурс предназначен для обеспечения свободного и безвозмездного доступа к полной и достоверной информации о контрактной системе в сфере закупок и закупках товаров, работ, услуг, отдельными видами юридических лиц, а также для формирования, обработки и хранения такой информации.

С 1 января 2019 года все торги по законам № 44-ФЗ и № 223-ФЗ проводятся исключительно в электронной форме. Это позволяет сделать процедуру более прозрачной и справедливой. Участие в госзакупках проходит непосредственно на электронных торговых площадках.

Федеральные электронные торговые площадки для проведения госзакупок по 44-ФЗ отобраны Минэкономразвития РФ. Ежегодный объем торгов по 44-ФЗ составляет 7 триллионов рублей, проводится 3 миллиона закупок. В настоящее время в список входят восемь электронных торговых площадок:

- Сбербанк-АСТ (sberbank-ast.ru);
- Росэлторг (roseltorg.ru);
- РТС-тендер (rts-tender.ru);
- Национальная электронная площадка (etp-ets.ru);
- Заказ РФ (zakazrf.ru);
- РАД Госзакупки (lot-online.ru);
- ЭТП ГПБ Электронная торговая площадка Газпромбанка (etpgpb.ru);
- ЭТП ТЭК-Torg (tektorg.ru).

Малому предприятию для участия в госзакупках необходимо:

- получить электронную цифровую подпись для торгов;
- пройти регистрацию в единой информационной системе для аккредитации на торговых площадках;
- открыть спецсчет в банке и внести обеспечение заявки;
- найти подходящую закупку, проанализировать ее и просчитать;
- подготовить заявку на участие в госзакупках;
- подготовить сведения о характеристиках (форму 2);
- принять участие в электронных торгах;
- внести обеспечение исполнения контракта;

- заключить государственный контракт.

С 1 октября 2018 года поставщики госзакупок должны открыть спецсчет для участия в торгах по 44-ФЗ. До введения спецсчетов по 44-ФЗ для участия в торгах поставщики вносили обеспечение заявки на счет электронной площадки, обеспечение госконтрактов вносилось напрямую на расчетный счет заказчика. При этом возникало определенное неудобство - перевести деньги нужно было на каждую торговую площадку, на которых проходили аукционы. Перевод средств непосредственно между электронными торговыми площадками был невозможен. В итоге поставщику для участия в тендерах требовалось дублировать наличие средств на разных площадках, что влекло за собой увеличение потребности в оборотных средствах для участия в закупках.

Фактически, до введения изменений, участники торгов имели несколько счетов, между которыми отправляли деньги. Теперь для участия в госзакупках им нужен всего один спецсчет. Перечень банков, в которых можно открыть спецсчет, определен Правительством РФ. В этот перечень вошли 22 банка, включая Сбербанк, ВТБ, Альфа-банк, Промсвязьбанк. Каждый банк, открывающий спецсчета, должен взаимодействовать с каждой электронной площадкой, где проводятся закупки. Процесс обмена информацией между банком и площадкой автоматизирован. Таким образом, для участника госзакупок сегодня предоставлен широкий выбор.

Каждым из банков устанавливаются перечень документов, а также тарифы на открытие спецсчета. Например, для открытия спецсчета в Сбербанке при наличии расчетного счета требуется просто подписать дополнительное соглашение. Если нужен спецсчет ВТБ, но нет договора с банком, потребуется его заключить.

После подведения итогов электронного аукциона, конкурса и других видов госзакупок победителю одновременно с заключением контракта необходимо предоставить заказчику доказательство благонадежности.

Требования к предоставлению обеспечения исполнения государственного контракта установлены 96 статьей Федерального закона 44-ФЗ. Обеспечение исполнения контракта по 44-ФЗ устанавливается в размере от 5 до 30% начальной (максимальной) цены контракта. Поставщик (подрядчик, исполнитель) вносит обеспечение контракта после выигрыша в тендере перед его подписанием. Если начальная цена превышает 50 млн. рублей, то нижний порог обеспечения повышается до 10%, а верхний остается на уровне 30%. Размер обеспечения исполнения контракта устанавливается заказчиком и прописывается в документации закупки.

Малые и средние предприятия могут на общих основаниях принять участие во всех без исключения закупках. Нужно, чтобы поставщик соответствовал требованиям заказчика и располагал ресурсами для выполнения контракта. Однако шансы на победу намного выше в закупках, которые проводятся специально для субъектов малого и среднего предпринимательства. Здесь нет представителей крупного бизнеса, поэтому конкурен-

ция не такая высокая. Малые предприятия вправе участвовать во всех закупках, которые проводят государственные заказчики и коммерческие организации, но не во всех вправе претендовать на преимущества.

Малые предприятия вправе претендовать на следующие преимущества:

- максимальный срок оплаты – не более 15 рабочих дней с даты подписания документов о приемке (для обычных участников срок оплаты контракта составляет 30 календарных дней).

- предельный срок заключения договора – не более 20 рабочих дней со дня, когда заказчик принял решение заключить контракт;

- предельный размер обеспечения заявки – 2% от начальной цены контракта;

- предельный размер обеспечения договора – 5% от начальной цены договора.

Рынок государственных закупок, включая федеральные, региональные и муниципальные органы власти, их территориальные органы и подведомственные казенные учреждения, бюджетные учреждения, оценивается примерно в 6,6 триллионов рублей в год и, следовательно, представляет собой важный инструмент для развития потенциала малого бизнеса.

Малый бизнес в современной России, к сожалению, пока не обладает такими мощностями и объемами производства, которые позволили бы существенно преобразовать экономику. Но несмотря на это, малое предпринимательство имеет большой нереализованный потенциал в сфере госзакупок. Развитие и поддержка малых предприятий в этой сфере может способствовать смягчению кризисных явлений и их социально-экономических последствий.

Список использованных источников.

1. Федеральный закон от 05.04.2013 N 44-ФЗ (ред. от 24.02.2021) «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд»

2. Федеральный закон от 18.07.2011 N 223-ФЗ (ред. от 05.04.2021) «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц»

3. Стратегия развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации на период до 2030 года (утв. Распоряжение Правительства РФ от 02.06.2016 N 1083-р (ред. от 30.03.2018). – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_199462/

4. Маковлева Е.Е. Анализ практики государственных и муниципальных закупок у субъектов малого предпринимательства // Интернет-журнал «Науковедение» Том 8, №2 (2016). С. 57

ORGANIZATIONAL ASPECTS OF PARTICIPATION OF SMALL BUSINESSES IN THE PUBLIC PROCUREMENT SYSTEM

I. V. Magera

Murom Institute (branch) Vladimir State University named after Alexander Grigoryevich and Ni-

The article discusses the opportunities and conditions for the participation of small businesses in the public procurement system. A review of the legislative and regulatory framework in the field of public procurement, the procedures and stages of work for a small enterprise, as well as the advantages that small enterprises can claim.

Keywords: small business, small enterprises, contract system, public procurement.

УДК 336.64

ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ ДЕЛОВОЙ АКТИВНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ И ПУТИ ЕЕ ПОВЫШЕНИЯ

И.В. Магера, Т.А. Воробьева

*Муромский институт (филиал) ГОУ ВПО «Владимирский государственный университет имени
Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых», г. Муром, Россия*

В статье рассматриваются различные подходы к определению понятия «деловая активность», приводится методика оценки деловой активности предприятия и пути ее повышения.

Ключевые слова: деловая активность, оборачиваемость, эффективность деятельности предприятия.

В современных условиях хозяйствования каждый хозяйствующий субъект стремится к усилению своих конкурентных преимуществ и повышению эффективности своей деятельности в целом. Организация находится в постоянном поиске оптимальных управленческих решений, направленных на правильную оценку собственных возможностей, удержание устойчивых позиций на рынке и выработку стратегии дальнейшего экономического роста. Научные взгляды многих экономистов сегодня сходятся в том, что именно деловая активность хозяйствующего субъекта выражает рациональное и эффективное использование всех имеющихся ресурсов организации, характеризует достаточность его активов, качество менеджмента и в целом предопределяет потенциал развития бизнеса. В этой связи особую актуальность приобретают вопросы поиска, обоснования путей повышения деловой активности и эффективности деятельности организации в целом.

В современных условиях развития экономики Российской Федерации одной из важнейших характеристик работы каждого предприятия является деловая активность, представляющая собой экономическую деятельность, которая конкретизирована в виде производства продукции или оказания услуги.

Рассмотрим мнения различных авторов на понятие «деловая активность».

В своей работе В.В. Ковалев рассматривает деловую активность в двух аспектах. В узком смысле В.В. Ковалев считает, что «деловая активность – это текущая производственная и коммерческая деятельность компании». По его мнению, в широком смысле деловая активность представляет собой «весь спектр усилий, которые направлены на продвижение фирмы на рынках труда, продукции и капитала» [3].

А.Д. Шеремет считает, что «деловая активность основана на базисе взаимосвязи финансовых и производственных процессов» [4].

Наиболее полное определение деловой активности содержится в научных трудах Л.В. Донцовой и Н.А. Никифоровой. По мнению данных авторов «деловая активность в большей мере проявляется в разрезе финансового аспекта через показатели скорости оборота средств, и анализ деловой активности должен включать в себя отслеживание динамики показателей оборачиваемости организации» [2].

Таким образом, можно сделать вывод, что деловая активность организации представляет собой процесс, действия по повышению прибыли и конкурентоспособности фирмы. Управление деловой активностью направлено на формирование благоприятной для компании внешней среды.

Одним из главных аспектов управления деловой активностью является финансовая деятельность предприятия. Управление деловой активностью с позиции финансового подхода предполагает эффективное управление производственными запасами, умение привлекать инвестиционные ресурсы.

Определяющими показателями при определении финансово-коммерческой деятельности предприятия являются рентабельность продаж, коэффициенты финансовой независимости, абсолютной ликвидности, обеспеченности предприятия собственными средствами.

Рост деловой активности влияет на выбор оптимальной структуры капитала и результаты деятельности предприятия – прибыль.

В международной практике деловая активность организации оценивается по показателям оборачиваемости всего капитала организации, и, в том числе, оборотных средств, а также по показателям прибыли и рентабельности.

Оценка деловой активности предприятия осуществляется по двум направлениям:

- на уровне качественных показателей. К качественным показателям относят неформализованные показатели оценки деятельности организации, то есть это деловая репутация организации по сравнению с конкурентами, уровень спроса на продукцию конкретной организации, количество реализации на экспорт и другое.

- на уровне количественных показателей. К таким показателям относят показатели, которые имеют так называемую «вещественную» (материальную) форму, которые можно рассчитать посредством определенных вычислений. Данные показатели делятся на два вида:

а) абсолютные показатели – объем вкладываемого капитала, объем реализации, прибыль и т.д.;

б) относительные показатели – скорость оборота активов или пассивов и длительность одного оборота этих показателей.

Наиболее полно состав относительных показателей для оценки деловой активности организации раскрыт в работе Бочарова В.В. [1]. По мнению Бочарова В.В. относительные показатели деловой активности характеризуют эффективность использования ресурсов (имущества) предприятия, и представлены им в виде системы финансовых коэффициентов – показателей оборачиваемости.

Оборачиваемость рассчитывается как по всему авансированному капиталу (активам), так и по отдельным его элементам. Оборачиваемость средств, вложенных в имущество предприятия, оценивается с помощью:

- скорости оборота – количества оборотов, который совершает за анализируемый период основной и оборотный капитал;

- периода оборота – среднего срока, за который возвращаются в хозяйственную деятельность предприятия денежные средства, вложенные в материальные и нематериальные активы.

Показатели оборачиваемости и рентабельности тесно связаны между собой. Увеличение оборачиваемости приводит к росту объема продаж, то есть выручка организации повышается. Рост выручки, как правило, почти всегда ведет к увеличению прибыли, а из-за прибыли наблюдается повышение показателей рентабельности.

Основная цель каждого предприятия состоит в повышении своей деловой активности, которое достигается за счет ускорения оборачиваемости капитала предприятия.

Ускорить оборачиваемость капитала предприятия можно за счет следующих мероприятий:

- провести полную автоматизацию производства, направленную на применение новейших методов и технологий;

- провести оптимизацию складских запасов путем сокращения временного промежутка с момента их закупки до момента потребления в производственных целях;

- провести работу по ускорению отгрузки товара со склада и выпуска сопроводительных документов;

- провести работу по снижению временного промежутка нахождения денежных средств в дебиторской задолженности.

Применяя вышеперечисленные мероприятия, предприятие сможет повысить свою деловую активность, что, непременно, скажется на увеличении его прибыли и рентабельности.

Список использованных источников.

1. Бочаров В.В. Финансовый анализ: учебное пособие/ Бочаров В.В. – М.: Питер, 2014. – 240 с.

2. Донцова Л.В., Никифорова Н.А. Анализ бухгалтерской (финансовой) отчетности. Практикум. – М.: Дело и сервис, 2018. – 160 с.
3. Ковалёв В.В. Финансы организаций. – М.: Проспект, 2017. – 478 с.
4. Шеремет А.Д. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия. Учебник. – М.: Инфра-М, 2017. – 695 с.

APPROACHES TO ASSESSING THE BUSINESS ACTIVITY OF AN ENTERPRISE AND WAYS TO IMPROVE IT

I. V. Magera, T. A. Vorobyova

*Murom Institute (branch) Vladimir State University named after Alexander
Grigoryevich and Nikolai Grigoryevich Stoletov, Murom, Russia*

The article discusses various approaches to the definition of the concept of "business activity", provides a methodology for assessing the business activity of an enterprise and ways to improve it.

Keywords: business activity, turnover, efficiency of the enterprise.

УДК 331.1

МОТИВАЦИЯ КАК ФУНКЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В ТЕПЛОЭНЕРГЕТИЧЕСКОМ КОМПЛЕКСЕ

Р.Р. Мубаракшина, Д.М. Шакирова

*ФГБОУ ВО «Казанский государственный энергетический университет»,
г. Казань, Россия*

В данной статье рассмотрено управление предприятием за счет стимулирующих механизмов повышения эффективности работы, проанализированы виды материальных и нематериальных стимулов. Важной проблемой является классификация стимулов, которая часто определяет глубину понимания роли и места персонала в организации, а также целей, которые подсистема управления ставит перед персоналом.

Ключевые слова: мотивация, система мотивации, материальные и нематериальные стимулы, персонал ТЭК, внедрение стимулирования, управление.

Теплоэнергетический комплекс России претерпевает сложный путь изменения, обусловленный рыночной системой экономических отношений. Сложности этого процесса возникают из объективных причин перехода к новым условиям хозяйствования, а также порождены недостаточной компетенцией в области управления части руководителей (причем различного уровня) и большинства специалистов[1].

Следует отметить, что инженеры традиционно не предавали должного значения вопросам управления социально-экономическими системами. ТЭК находится перед необходимостью решения большого комплекса за-

дач, в реализации которых менеджмент имеет важное значение. Внедрение менеджмента во все звенья структуры управления ТЭК будет играть решающую роль в ее функционировании и развитии. Она повлияет на более эффективную работу предприятий, что поможет в дальнейшем занять производству лидирующие позиции в мировой структуре экономики.

На сегодняшний день рынок труда испытывает недостаток высококвалифицированных специалистов, поэтому многие производства совершенствуют условия труда, повышают ставку заработной платы, поощряют работников премиальными, но проблема мотивации и стимулирование персонала на предприятиях теплоэнергетического комплекса России все еще существует.

Любая организация, любое предприятие функционирует благодаря работникам, которые и являются движущей силой каждого дела. Люди – это единственное конкурентное преимущество, которое есть у компании на сегодняшний день. Технологии в наш век очень быстро копируются конкурентами, поэтому, чтобы быть всегда на полшага впереди соперников, надо все время предлагать что-то новое. Как можно сохранять подобный темп развития? Только за счет интеллектуального капитала» [2]. Это говорит о необходимости формирования качественной системы мотивации. Также невозможно говорить об устойчивом развитии ТЭК без учета особенностей функционирования механизмов стимулирования персонала. Ведь от этого зависит и эффективность работы.

Мотивация есть не что иное, как система построенная на формировании у персонала внутренних стимулов к труду, построение данной системы основывается на балансе возможностей работника и его потребностей, а также на целях и возможностях самого предприятия. (рис. 1).



(Рис. 1)

Рассмотрим несколько способов стимулирования персоналов.

Заработная плата – одна из явных мотиваций к труду, она четко конкретизирована в документах. Каждый работник стремится получить больше денег, так как это дает возможность удовлетворять растущие потребности. В связи с короновирусной ситуацией, многие предприятия переживают после кризисный период, что влияет на режим жесткой экономии средств и сокращение средств, выделяемых на работников. Тогда предпринимателям следует обратить внимание на нематериальные стимулы, пока этот период не пройдет и не восстановится некая стабильность. Грамотное формирование нематериальной системы мотивации может носить стратегический характер.

Предоставление сотрудникам бесплатного медицинского осмотра. Это, в первую очередь, поможет работникам проверить свое здоровье, узнать, что их волнует, и не тратить крупные деньги на осмотр.

Почетная доска для сотрудников. Похвала за отличную работу станет еще одним из нематериальных стимулов. Возможность разместить фотографии отличившихся сотрудников в корпоративной газете или стенгазете, на странице компании в Интернете и так далее.

Отношение руководителей и подчиненных. Это один из главных моментов стимулирования эффективной работы. Пока на предприятии не будет хороших, доверительных отношений, эффективность работы будет равна 0. Ведь именно от руководителя работники мотивируются, настраивают себя на достижение новых целей. Основа всего лежит на отношениях между руководителями и подчиненными. Например, в организации, где царит неблагоприятный социально-психологический климат, не будет ни стимула, ни мотивации продолжать свое дело. Похвала от руководителя либо открытый диалог на равных только способствует созданию единой команды, которая достигает поставленных целей. Нематериальная мотивация персонала на предприятии не требует больших финансовых затрат, а также формирует благоприятную атмосферу в коллективе, особенно в трудные финансовые времена.

Предоставление возможности проявлять свои навыки и продвижение по карьерной лестнице. Это замотивирует любого работника делать свое дело быстро и качественно. Данный стимул раскрывает все сильные стороны работника.

Повышение квалификации. Предоставление возможности работникам получать дополнительное образование, участвовать в интересных семинарах, конференциях и мастер-классах. Данные мероприятия также способствуют мотивации персонала.

В качестве отличительного зарубежного примера использования внедрения системы нематериальной мотивации можно привести опыт управления кадрами корпорации IBM. Компания использует интересный

подход для анализа результатов работы, а также оценивания эффективности работы сотрудников.

В данной корпорации существуют свои правила, которым все должны следовать. Они стоят превыше всего, поэтому IBM достигла больших высот. Всего три основных принципа: уважение к личности работника, гарантированная пожизненная занятость, а также единый статус всех работников. Во главе угла управленческой структуры IBM стоят отношения между руководителями и подчиненными. Также, главный принцип нематериальной мотивации этой компании – это пожизненная занятость сотрудников, который гарантируется руководством.

Используя такие простые методы поощрений, можно создать сотрудникам наилучшие условия работы, продемонстрировать особое отношение к коллективу, возродить и укрепить корпоративный дух, а также снизить текучесть кадров. Нематериальная мотивация персонала рассчитана на долгосрочную перспективу и носит, прежде всего, стратегический характер.

Список использованных источников:

1. Дэкерс, Л. Мотивация: теория и практика: расшир. курс / Л. Дэкерс. – М.: ГроссМедиа, 2007.
2. Ветлужских Е «Мотивация и оплата труда: Инструменты. Методики. Практика» / Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Ар Медиа 2007.
3. Кейнс, Дж. М. Общая теория занятости, процента и денег / Дж. М. Кейнс. – М.: Гелиос АРВ, 1999.
4. Аликаева А.О Кадровая политика.- М.: Лаборатория книги, 2015.- 176 с.;

MOTIVATION AS A FUNCTION OF PERSONNEL MANAGEMENT IN THE HEAT AND POWER COMPLEX

R. R. Mubarakshina, D. M. Shakirov

Kazan State Power Engineering University,

Kazan, Russia

This article examines the management of an enterprise through stimulating mechanisms to increase the efficiency of work, analyzes the types of material and non-material incentives. An important problem is the classification of incentives, which often determines the depth of understanding of the role and place of personnel in the organization, as well as the goals that the management subsystem sets for personnel.

Keywords: motivation, motivation system, material and non-material incentives, fuel and energy complex personnel, incentive implementation, management.

ПРОЕКТНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ НА ПРЕДПРИЯТИИ КАК СПОСОБ ПОВЫШЕНИЯ ИМИДЖА ОРГАНИЗАЦИИ

И.М. Назмутдинова, Е.А. Ехлакова

*ФГБОУ ВО «Казанский государственный энергетический университет»,
г.Казань, Россия*

Статья посвящена перспективам использования проектной деятельности на предприятии с целью улучшения имиджа организации. Основная задача исследования – выявить возможности повышения имиджа предприятия силами проектной команды.

Ключевые слова: проектная деятельность, имидж предприятия, менеджмент, управление персоналом

В связи с быстрой динамикой изменения ситуации на рынках и, вследствие, с необходимостью отвечать вызовам текущей ситуации, в последнее время все более актуальным становится использование проектных методов в сферах материального и нематериального производства.

Следует отметить, что в управленческой деятельности одновременно используется несколько определений понятия «проект». Общим является определение проекта, как совокупности действий, ограниченных по времени и объединенных единой целью по созданию уникального продукта, услуги и т.п. В реальности проектная деятельность на предприятии означает любую деятельность, которую менеджмент организации реализует отдельно от основной операционной деятельности. То есть, если внедрение какой-либо инициативы целесообразно осуществить отдельной операцией, то такую инициативу следует оформлять как проект. [3]

С этой точки зрения выглядит уместным использовать проектную деятельность на предприятии как способ повышения имиджа организации. Связано это с тем, что данная задача является достаточно неспецифичной для организации любой формы направленности. Само понятие определяется, как «устойчивое представление клиентов, партнеров и общественности о престиже предприятия, качестве его товара и услуг, репутации руководителей. Основу имиджа предприятия составляют существующий стиль внутренних и внешних деловых и межличностных отношений персонала и официальная атрибутика: название, эмблема, товарный знак» [1].

Как видно из данного определения, если часть элементов имиджа, такие как официальное атрибутика, эмблема, товарный знак, реклама можно развивать с помощью сторонних организаций, большей частью рекламных, то остальные составляющие целиком зависят от усилий внутри самой организации. Есть два пути решения этой задачи, стоящей перед организацией. Первый связан с организацией аудита составляющих имиджа силами сторонних специализированных организаций. Плюсами такого подхода видится проведение квалифицированного и взвешенного анализа подготовленными специалистами с выработкой рекомендаций по решению выявленных проблем. Однако основным недостатком этого метода можно

отметить не вовлеченность сотрудников организации в сам процесс аудита и, вследствие этого, не охваченность исследованием многих неформальных сторон деятельности предприятия; высокую стоимость проводимого аудита и неочевидность получения эффекта от него.

В противовес этому нам представляется более целесообразным алгоритм создания проектной команды внутри организации. И, уже в дальнейшем, при условии того, что задачи проектной деятельности не были достигнуты, привлечение стороннего аудита.

Таким образом, в целях исследования, рассмотрим процесс организации проектной деятельности для повышения имиджа предприятия.

Первым действием является создание команды проекта – совокупности работников организации (включая группы или организации в случае масштабирования проекта), привлеченных к работе над проектом и имеющих единое руководство.

Формирование проектной команды является одним из наиболее важных этапов проектной деятельности. Специалисты, входящие в него, должны владеть информацией о существующий стиле внутренних и внешних деловых правилах взаимодействия организации, хорошо разбираться в межличностных отношениях персонала организации и иметь возможность активно влиять на эти процессы.

Можно выделить два основных направления, которые представляются наиболее эффективными для проектной команды с целью повышения имиджа предприятия – это акцент на совершенствовании кадровой политики и улучшение внутренней атмосферы предприятия.

Для решения первого направления в состав членов проектной команды следует включить отдел кадров организации и ответственных лиц от структурных подразделений предприятия. Их результатом видится не только рекомендации и активное привлечение нужного количества и качества персонала, но и прогноз потребностей в персонале.

В результате проектной деятельности по повышению имиджа организации в части кадровой политики должна входить разработка программы мероприятий по привлечению персонала, полноценной оценки соискателей, оценочного расчета финансовых затрат на кадровую политику и реализацию программ по совершенствованию персонала, включая курсы повышения квалификации и компетенций; мероприятия по адаптации персонала к изменившимся условиям; рекомендации по планированию деловой карьеры; меры по уменьшению текучести кадров. [4]

Вторая по важности задача, которая стоит перед проектной командой по повышению имиджа предприятия – это улучшение социально-психологического климата в коллективе.

Именно социально-психологический климат организации характеризует наличие психологических резервов для того, чтобы отвечать вызовам, стоящим перед организацией, а также показывает уровень социального развития коллектива. Есть прямая зависимость между благоприятным

климатом в трудовом коллективе и производительностью труда, а также качеством производимого продукта. Нельзя не подчеркнуть, что это является одним из важнейших составляющих имиджа организации.

Для выполнения этих задач, стоящих перед проектной командой недостаточно привлечение только лиц, руководящих различными структурными подразделениями. В первую очередь, социально-психологический климат определяют неформальные лидеры и активные неравнодушные работники, имеющие высокую мотивацию к труду. Именно они могут донести до руководства проблемные моменты, создающие дискомфорт на рабочих местах. Но наряду с ними в состав проектной группы должны специалисты способные реализовать следующие мероприятия:

- анализ конкретных рабочих мест с учетом эргономичных и производственных требований;
- сформулировать предложения по улучшению организации и стимулированию работников, включающие в себя как материальные, так и нематериальные меры;
- создание условий, при которых персонал организации начинает тесно идентифицировать себя со своей профессиональной деятельностью;
- создание фирменного цветографического решения рабочих мест, с упором на благоприятные для работы цветовых решений и окружающей обстановки. [4]

Следует отметить еще один общий момент как при руководстве проектной группой, так и при организации менеджмента на предприятии, является стиль руководства организацией.

Общими рекомендуемыми моментами следует признать демонстрация доверия к персоналу; его поддержка, избегание доминирующего стиля общения, упор на равные отношения; меры по снятию накопленного эмоционального стресса работников. [1]

Суммируя вышесказанное хочется отметить, что именно коллектив является фундаментом организации и поэтому имидж организации напрямую зависит от тех факторов, которые были рассмотрены. В рамках статьи не обсуждались возможности, которые проще реализовать путем привлечения сторонних организаций – в состав таких входят рекламные услуги – поскольку данный вид работ проще выполнить специализированным организациям. Однако проектная деятельность на предприятии, осуществляемая с целью улучшения имиджа организации, является целесообразным методом, который, на наш взгляд, имеет большие перспективы для реализации в реальной практике.

Список использованных источников.

1. Имидж предприятия // Академик. [2021]. – URL: https://dic.academic.ru/dic.nsf/fin_enc/23065 (дата обращения: 14.04.2021).
2. Кончакова А.А. Социально-психологический климат в коллективе: особенности влияния стиля руководства // 2018. №11. URL:

<https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialno-psihologicheskiy-klimat-v-kollektive-osobennosti-vliyaniya-stilya-rukovodstva> (дата обращения: 14.04.2021).

3. Проект (в управленческой деятельности) // Википедия. [2021]. – URL: <https://ru.wikipedia.org/?curid=45725&oldid=113582635> (дата обращения: 13.04.2021).

4. Самарцева М.И., Семенец А.В. Улучшение социально-психологического климата в коллективе // Решетневские чтения. 2016. №20. –URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/uluchshenie-sotsialno-psihologicheskogo-klimata-v-kollektive> (дата обращения: 14.04.2021).

PROJECT ACTIVITIES AT THE ENTERPRISE AS A WAY TO INCREASE THE ORGANIZATION'S IMAGE

I.M. Nazmutdinova, E.A. Ekhlakova

*FSBEI HE «Kazan State Power Engineering University»,
Kazan, Russia*

The article is devoted to the prospects for the use of project activities at the enterprise in order to improve the image of the organization. The main objective of the study is to identify the possibilities of improving the company's image by the efforts of the project team.

Key words: project activity, enterprise image, management, personnel management

УДК: 339.138

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ БЕССОЗНАТЕЛЬНОГО ПОВЕДЕНИЯ В МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЯХ ПОТРЕБИТЕЛЯ С БРЕНДОМ

О.Н. Невкрытая, Ю.А. Огорева, А.В. Моисеев.

*ФГБОУ ВО «Кубанский государственный аграрный
университет имени И.Т. Трубилина», г. Краснодар, Россия*

Бессознательное поведение потребителя и нейромаркетинг сегодня находятся в самых перспективных исследованиях на стыке экономики и психологии. Ключевыми инструментами нейромаркетинга являются ритуалы, на основе изучения которых можно создавать канал взаимодействия с потребителем. В работе приведены и систематизированы характеристики ритуала бренда, условий его создания и методов, а также впервые предложены показатели для оценки эффективности использования бессознательного в маркетинговых коммуникациях.

Ключевые слова: маркетинг, бренд, нейромаркетинг, маркетинговые коммуникации, потребители, ритуал бренда.

Корни современных исследований в сфере бессознательного поведения уходят к изначальным направлениям психологии человека, так как именно человек является основным объектом исследования. При этом все

психологические концепции, которые используются в продвижении, можно условно разделить на группы:

1. Психодинамическое направление. Изучает способы и методы воздействия на подсознание человека. Восприятие человека можно разделить на критичное, то есть осознанное и подверженное анализу, и некритичное, неосознанное. Задачей психодинамического направления является влияние на некритичное восприятие человека.

2. Когнитивная психология или психология научения. Это направление рассматривает человека как исследователя. Считается, что человека всегда можно чему-то научить. Данное направление вызывает к рациональной составляющей человеческой психики [4].

Глубже проникая в каждую из вышеописанных психологических концепций, можно сделать вывод о том, что такое бессознательное поведение – это нечто не осознанное человеком: приходящие мысли и действия, которые он не может объяснить, а порой и контролировать.

Чтобы лучше понять, чего действительно хочет потребитель, необходимо использовать не только стандартные способы получения информации: опрос, фокус-группу и подобные методики. Нужно понять глубинные смыслы и мотивы потребителя, а в этом поможет психология.

Эволюция концепций маркетинга практически всегда находилась под влиянием психологической и нейрофизиологической мысли. Начало и середина двадцатого века положили начало базовым методам нейронаук, последние десять лет характеризовались активным развитием методов нейровизуализации, которые заложили основы инструментария нейромаркетинга [5].

Академики Даниэль Канеман и Амос Тверски в своих исследованиях «Теория Шанса» доказали, что суждения человека и процесс принятия того или иного решения очень далеки от того, чтобы быть рациональными и базируются на когнитивных искажениях, которые маркетологи могут использовать в своих целях. В результате исследователи в области маркетинга стали выделять нейромакетинг [3].

Нейромаркетинг основан на тех бессознательных стереотипах и паттернах, срабатывающих у посетителей каждый раз, когда им нужно сделать выбор.

Нейромаркетинг – это сфера, изучающая когнитивные искажения пользователей с целью оптимизации конверсии и рекламной кампании в целом. Цель такого подхода ответить на простой вопрос: почему люди принимают конкретное решение в определенных условиях и как можно на это повлиять. С одной стороны, это помогает понять эмоциональные факторы или процесс исследования и оптимизации на основе данных о том, что свойственно людям при принятии решений, а с другой стороны, внедрение в неосознанные действия потребителя заранее определенных действий и эмоций.

Маркетологи называют это ритуальным действием или просто ритуалом потребителя, и получается, что ритуалом можно назвать все символические действия, которые пронизывают все области человеческой культуры. Ритуал – это своего рода поведенческая метафора, в которой одни предметы или действия заменены другими, то есть выступают в значении других [1].

Ритуалы не только улучшают опыт потребителей, но и позволяют увеличивать цену на продукт. Потребители заплатят больше за то, что является частью установленного ритуала. Ассоциация продукта с определенным событием повышает удовольствие от покупки, так как она делает действие особенным, праздничным [2].

Ритуал бренда должен обладать следующими характеристиками:

- последовательность, иначе его нельзя будет повторять;
- уникальность и прямая ассоциация с брендом;
- актуальность, значение для людей независимо от того, нужен он на самом деле или нет;
- простота, потому что сложные действия создают много трудностей при их освоении.

Ритуал бренда вводится компаниями, когда:

1. потребители взаимодействуют с брендом определенным образом и необходимо поощрить это;
2. покупателям нужно рассказать, как получить максимум пользы от продукта;
3. нужно поощрить новую модель поведения;
4. необходимо создать сильное чувство сообщества [6].

Также выделим несколько методов, как создать необходимый ритуал:

- делать его уникальным для целевой аудитории – он должен полностью ей соответствовать и создавать чувство сообщества;
- должен быть связан с определенным событием или временем – тогда люди будут знать, когда участвовать;
- идеи для создания ритуала совпадают с тем, как люди видят бренд – иначе предложенное вами действие покажется им странным;
- донести ритуал в рекламе или ином способе донесения информации до потребителя, чтобы он стал привычным способом взаимодей-

ствия с брендом;

В результате обобщения информации и практического опыта был выявлен новый способ маркетингового взаимодействия с потенциальным покупателем, который позволяет влиять на ином уровне, продвигая товары и услуги – использование бессознательного влияния на покупателя. Для получения реальных, практических результатов необходимо правильно трактовать цели и задачи маркетинговых нейро- исследований, чтобы исключить возможность неправильного интерпретирования и дискредитации результатов исследований в области нейромаркетинга [7]. Выявлено, что бренды смогут понять сознательные и подсознательные аспекты эмоциональной реакции покупателей вводя ритуалы во взаимодействие с потребителем. Таким образом, каждая компания может создать ритуал из аутентичного опыта, который является естественным для бренда, используя как общепринятые, так и собственные оценки эффективности использования подсознательного при выстраивании маркетинговых коммуникаций с потребителем.

Список использованных источников.

1. Голубков Е. П. Маркетинг - стратегии, планы, структуры. - М.: Издательское Дело, 2018. – 314 с.
2. Моисеев А.В., Алиева А.Р. Использование территориального маркетинга как инструмента регионального управления (на примере Краснодарского края) // Фундаментальные исследования. 2015. № 8-1. С. 189-192.
3. Моисеев А.В., Мирошниченко Д.Б. Увеличение объемов продаж коммерческого предприятия, применяя маркетинговые технологии // Научное обеспечение агропромышленного комплекса. Сборник статей по материалам X Всероссийской конференции молодых ученых, посвященной 120-летию И. С. Косенко. – Краснодар. – 2017. С. 1586-1587.
4. Огорева Ю.А. Методы обработки данных в маркетинге: SWOT-анализ и ABC-анализ на предприятии. // Управление и экономика народного хозяйства России. Сборник статей III Международной научно-практической конференции. – Пенза. – 2019. – С. 100-103.
5. Огорева Ю.А., Скеленчев С.С. Анализ конкурентоспособности бизнеса // Управление и экономика народного хозяйства России. Сборник статей III Международной научно-практической конференции (Пенза, 21-22 марта 2019 г.). – 2019. – Пенза. – С. 107-112.
6. Огорева Ю.А., Скеленчев С.С. Анализ маркетинговой стратегии предприятия // Управление и экономика народного хозяйства России. Сборник статей III Международной научно-практической конференции. Под общей редакцией Б.Н. Герасимова. 2019. С. 113-116.
7. Рябых В.Л., Зебра Н.Н. Персональный бренд. Создание и продвижение. – М.: Манн, Иванов и Фарбер, 2015.

THE USE OF UNCONSCIOUS BEHAVIOR IN MARKETING COMMUNICATIONS OF THE CONSUMER WITH THE BRAND

O.N.Nevkrytaya, Y.A. Ogoreva, A.V. Moiseev

"Kuban State Agrarian University named after I.T. Trubilin "

Krasnodar, Russia

Today, unconscious consumer behavior and neuromarketing are among the most promising studies at the intersection of economics and psychology. The key tools of neuromarketing are rituals, based on the study of which you can create a channel of interaction with the consumer. The paper presents and systematizes the characteristics of the brand ritual, the conditions for its creation and methods, the authors introduced the connection of the "anchor" from human psychology with the construction of communication with the brand for the consumer, and also for the first time proposed indicators for evaluating the effectiveness of the use of the unconscious in marketing communications.

Keywords: marketing, brand, neuromarketing, marketing communications, consumers, brand ritual.

УДК: 339.138

ОСНОВНЫЕ ПРАВИЛА И ЭТАПЫ СОЗДАНИЯ ПРОМЫШЛЕННОЙ РЕКЛАМЫ

О.Н. Невкрытая, Ю.А. Огорева, А.В. Моисеев.

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный аграрный университет имени И.Т. Трубилина», Краснодар, Россия

Стремительно меняющееся настоящее диктует свои законы, все больше трансформируя коммуникационные процессы между организациями и индивидуумами. Многие рекламные инструменты, хорошо зарекомендовавшие себя ранее, не применимы в настоящее время. Конкурентная среда, под влиянием цифровизации и глобализации, диктует новые требования в различных областях, в том числе и для промышленной рекламы. Сегодняшний покупатель все реже обращает внимание на печатную, аудио и видеорекламу. Для создания рекламы, направленной на конечного потребителя, существует масса примеров и инструкций.

Ключевые слова: маркетинг, реклама, промышленная реклама, конкурентоспособность, маркетинговые коммуникации.

Динамично меняющееся настоящее способствует постоянному появлению новых возможностей для маркетинга и отмиранию старых, хорошо зарекомендовавших себя ранее. Цифровые технологии замещают классические инструменты во всех отраслях, включая коммуникационную индустрию. Промышленная реклама, в отличие от рекламы потребительских товаров и услуг, не столь хорошо изучена и имеет ряд особенностей: сложность продвигаемого продукта, психология потребителя, малое коли-

чество коммуникационных инструментов, жесткая конкурентная среда, минимальные бюджеты, длительность принятия решения [7].

Каждая компания обладает многочисленной номенклатурой продукции, но далеко не весь ассортимент имеет смысл рекламировать/продвигать.

Для этого необходимо оценить, на какой стадии жизненного цикла находится товар, который планируется продвигать (рис. 1), и провести анализ всего ассортимента производимой продукции.

Жизненный цикл товара – определенные этапы времени, в течение которых товар обращается на рынке, начиная с момента выхода и заканчивая его уходом [5].

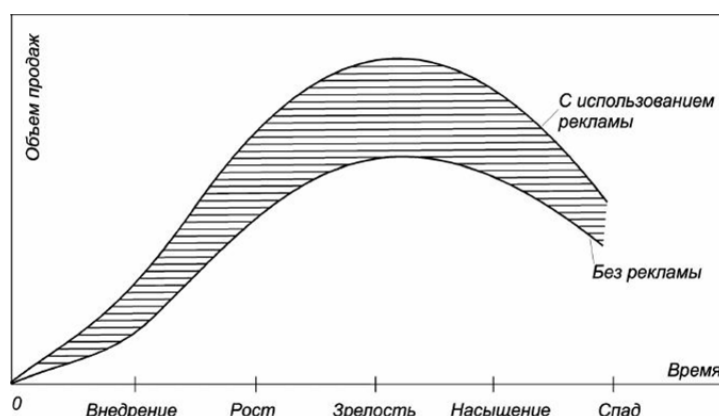


Рисунок 1 - Кривая жизненного цикла товара без рекламной поддержки и товара, который широко рекламируется

Жизненный цикл товара включает в себя следующие этапы: период разработки, выведение товара на рынок, рост, зрелость и спад. Каждый этап будет предполагать свой инструментарий, так, например, при выводе товара на рынок используется информационная реклама, при росте продаж – утверждающая, в период зрелости – конкурентная, во время спада – рекламную коммуникацию лучше не использовать [1].

На следующем этапе определяем, что хотим получить от рекламной коммуникации. Цели могут быть количественные и качественные.

Количественные цели можно измерить: увеличение объема продаж, увеличение объема производства, завоевание доли рынка, увеличение входящих звонков, количество просмотров сайта и т.д.

Качественные цели могут быть не менее желанными: поднять уровень удовлетворенности клиентов, повысить эффективность работы, занять определенную нишу в умах потребителя, создать положительную репутацию предприятия.

Для реализации успешного рекламного проекта необходима стратегия, учитывающая цели, единую направленность действий по ее реализации, созда-

ние ключевых факторов успеха и источников конкурентного преимущества. Туда же входит и позиционирование.

Рассмотрим варианты конкурентных преимуществ:

1. Искусственные: индивидуальный подход; преимущества низкого порядка; рекламные компании; дешевая рабочая сила.

2. Естественные: цена; преимущества высокого порядка; уникальность создаваемой продукции и используемых технологий; высококвалифицированные специалисты.

Конкурентные преимущества – уникальные характеристики, которые помогают экономическому субъекту выгодно отличаться от других аналогичных организаций на рынке [2].

Целесообразно провести SWOT и конкурентный анализ и на их основе прописать стратегию.

SWOT-анализ покажет сильные и слабые места, которые можно продемонстрировать в рекламной компании или нивелировать.

Конкурентный анализ логичнее провести по прямым конкурентам, не затрагивая косвенных, через метод сравнения, куда необходимо включить: год основания; регион; долю рынка; ключевых клиентов; особенности маркетинговой стратегии и т.д.

Промышленный потребитель – это организации, приобретающие товары или услуги для дальнейшего производства и перепродажи другим клиентам.

Промышленный потребитель значительно сложнее, чем покупатель на конечном рынке. Это может быть один человек или группа индивидуумов; хорошо разбирающихся в вопросе или ничего в нем, не понимая; с разными статусом, положением, психологией [6].

Рассмотрим более подробно основные аспекты промышленного потребителя: чем занимается компания; количество людей, принимающих решение; личный интерес; компетентность; активность/консервативность; география; репутация; организационная форма; год создание; величина предприятия.

Подробное описание клиента, сократит время на создание предложения и поможет склонить чашу весов к предлагаемому товару или услуге [3].

После проведенного очень тщательного анализа, пришло время к разработке рекламы. Промышленная реклама на много скуднее в плане инструментария классической рекламы, направленной на конечного потребителя.

Прописываются не только положительные моменты продвигаемого товара, но и получение дополнительно конкурентного преимущества продукции покупателя, экономическая целесообразность [4].

В современном конкурентном мире, где доступ к клиенту осуществляется через гибридную реальность, нельзя терять возможности мгновения, за которое вы должны привлечь и удержать потенциального потреби-

теля, а можно это сделать только когда Вы хорошо понимаете, с какими трудностями он сталкивается, чего хочет добиться, и что предлагают Ваши конкуренты.

Список использованных источников.

1. Моисеев А.В., Алиева А.Р. Использование территориального маркетинга как инструмента регионального управления (на примере Краснодарского края) // Фундаментальные исследования. 2015. № 8-1. С. 189-192.
2. Моисеев А.В., Мирошниченко Д.Б. Увеличение объемов продаж коммерческого предприятия, применяя маркетинговые технологии // Научное обеспечение агропромышленного комплекса. Сборник статей по материалам X Всероссийской конференции молодых ученых, посвященной 120-летию И. С. Косенко. – Краснодар. – 2017. С. 1586-1587.
3. Огорева Ю.А. Методы обработки данных в маркетинге: SWOT-анализ и ABC-анализ на предприятии. // Управление и экономика народного хозяйства России. Сборник статей III Международной научно-практической конференции. – Пенза. – 2019. – С. 100-103.
4. Огорева Ю.А. Практика применения SWOT-анализа на предприятии пищевой промышленности // Управление и экономика народного хозяйства России. Сборник статей III Международной научно-практической конференции. Под общей редакцией Б.Н. Герасимова. 2019. С. 103-107.
5. Огорева Ю.А., Скеленчев С.С. Анализ конкурентоспособности бизнеса // Управление и экономика народного хозяйства России. Сборник статей III Международной научно-практической конференции (Пенза, 21-22 марта 2019 г.). – 2019. – Пенза. – С. 107-112.
6. Огорева Ю.А., Скеленчев С.С. Анализ маркетинговой стратегии предприятия // Управление и экономика народного хозяйства России. Сборник статей III Международной научно-практической конференции. Под общей редакцией Б.Н. Герасимова. 2019. С. 113-116.
7. Шкляр Т.Л. Основные правила и этапы создания промышленной рекламы // Российское предпринимательство. – 2019. – Том 20. – № 2. – С. 607-614.

BASIC RULES AND STAGES OF CREATING INDUSTRIAL ADVERTISING

O.N.Nevkrytaya, Y.A. Ogoreva, A.V. Moiseev

*FSBEI HE "Kuban State Agrarian University named after I.T. Trubilin "
Krasnodar, Russia*

The rapidly changing present dictates its own laws, increasingly transforming the communication processes between organizations and individuals. Many advertising tools that have proven themselves well before are not applicable at the present time. The competitive environment, under the influence of digitalization and globalization, dictates new requirements in various areas, including for industrial advertising. Today's customers pay less and less attention to print, audio and video advertising. There are a lot of examples and instructions for creating ads aimed at the end user.

Keywords: marketing, advertising, industrial advertising, competitiveness, marketing communications.

УДК 331

ОРГАНИЗАЦИЯ СТИМУЛИРОВАНИЯ ПЕРСОНАЛА СВОБОДНЫМ ВРЕМЕНЕМ В ОРГАНИЗАЦИИ

Л.Н. Петрова

*ФГБОУ ВО Уральский ГАУ
г. Екатеринбург, Россия*

Активное развитие экономики, конкуренция на рынке труда многих профессий, рост информационных потоков – все эти объективные факторы повышают ценность такого стимула, как «свободное от работы время», и заставляют искать способы уплотнять рабочее время, искать резервы для развития

Ключевые слова: свободное время, персонал, мотивация

Стимулирование свободным временем - стимулирование, призванное регулировать поведение работника на основе изменения времени его занятости.

Значение мотивации в рамках современных систем управления неоспоримо велико, ведь именно мотивация заставляет работника трудиться к максимальной отдаче, что гарантирует эффективность деятельности организации. Мотивация содействует развитию экономики страны, обеспечивает уровень благосостояния граждан, ведь любой человек работает для того, чтобы заработать, что позволит ему удовлетворить собственные потребности и нужды, и именно это фактор оказывает существенное влияние проявление активности человека в трудовой деятельности [2].

Исследуемая организация универсальный оптовый интернет-магазин.

Интернет-магазин имеет большой выбор товаров по оптовым ценам. Такие категории: товары для детей, одежду и обувь, текстиль, посуду, хозяйственные товары, сувениры, товары для творчества и многое другое. Компания работает с ведущими мировыми производителями и поставщиками.

Организация имеет большой штат перспективных, молодых и заинтересованных в результате сотрудников. Перед персоналом компании ставят точные и глобальные цели, амбициозные планы для выполнения которых, сотрудникам нужна хорошая мотивация.

В организации используются как материальный, так и нематериальные методы мотивации. К материальным относится: премии; командировки; увеличение заработной платы в зависимости от выполнения плана; в компании проводятся различные конкурсы с денежными выигрышами, к примеру: придумать слоган, для рекламы действующий на машинах доставки, соответственно за лучший и креативный слоган – денежное вознаграждение.

К нематериальным относятся: корпоративы; концерты; поездки на разные матчи, музеи, театры и т.п.; коллективные состязания: «гонка героев», походы, участие в митингах.

Так же в организации есть возможность карьерного роста, для повышения квалификации сотрудников, улучшения их навыков и продвижения по карьерной лестнице используют разные механизмы: бизнес тренинги, индивидуальные тренинги, прохождение мини-обучений.

В компании организуют и выдвигают сотрудников на разные всероссийские и мировые конкурсы, пример: «Мисс офис», «Мисс Россия», и т.п., что дает развитие не только в одном направлении и не только внутри компании.

Так же существует ряд мероприятий направленных на стимулирование сотрудников свободным временем:

- рабочий график в компании до 20:00, при выполнении рабочего ежедневного плана сотрудникам предоставляется возможность 2 раза в неделю закончить рабочий день в 18:00;

- возможность получить неоплачиваемый отпуск (за свой счет);

- организация праздничных и корпоративных дней во время рабочего дня;

- в течение дня возможен уход на дополнительный перерыв;

- сотрудникам дается полностью возможность заняться самоменеджментом, планирование своего рабочего дня дает возможность распорядиться свободным временем;

- руководители отделов могут проводить для своих подчинённых различного рода игры, дающие возможность как отдохнуть, так и получить материальное вознаграждение.

В организации было проведено анкетирование сотрудников компании, в котором выявили главные потребности и важные условия работы, на рисунке 1.

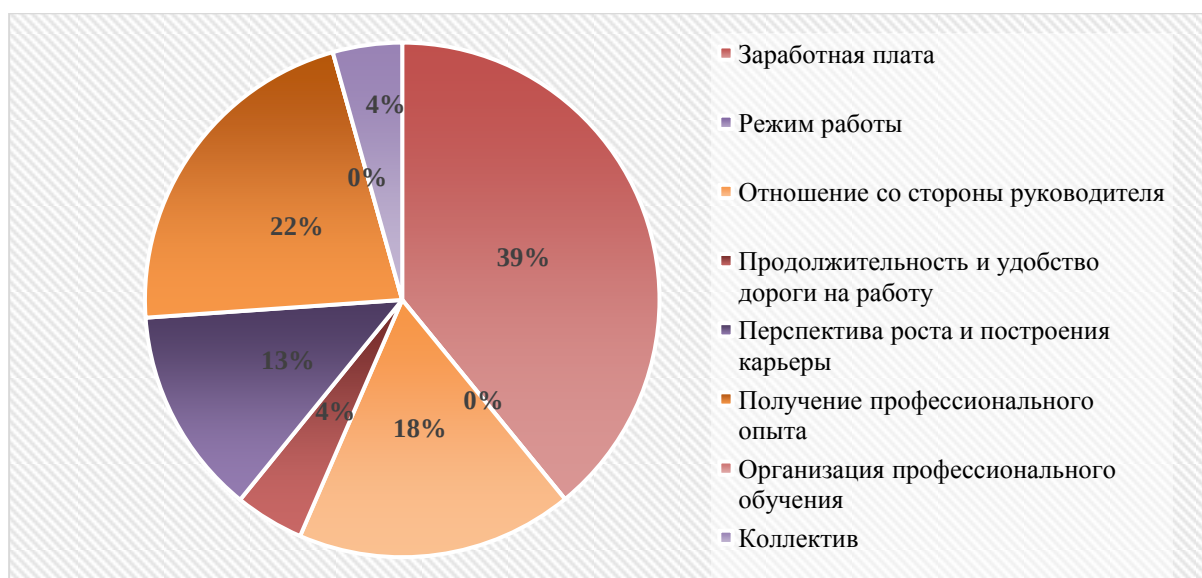


Рисунок 1 - Опрос об условиях работы

На вопрос «Согласны ли вы, что система мотивации, существующая в нашей компании, является эффективной?» 100% ответов согласны с тем, что система мотивации, существующая в компании, является эффективной.

Результаты ответов на вопрос «Считаете ли вы, что некоторые факторы мотивации, принятые в нашей компании, нуждаются в изменении или доработке?»

Тем не менее, 46% считают, что некоторые факторы мотивации, принятые в компании, нуждаются в изменении и доработке.

Исходя из этого можно сделать вывод, что не вся система мотивации идеально, есть недочеты, которые нужно изменить.

По опросу об улучшении системы стимулирования персонала свободным временем в компании 38,5% дали ответ – Скорее, да, но большая часть 46,2% дали ответ.

Так же в анкете представлен вопрос «Иногда сотрудники высказывают недовольство существующей организации труда в нашей компании. Что вы думаете по этому поводу?».

В опросе о существующих недовольствах в организации труда компании 7,7% ответили, что их не устраивает график работы, но это оправдывается другими факторами.

Делая выводы по опросу сотрудников компании, ни всем важен рабочий график, но важно уделять внимание свободному времени, а также недочетам в системе мотивации.

Так же наблюдения во время пандемии, показали, что работа удаленно имеет хорошую эффективность. При удаленном графике работе сотрудники выполняли поставленные задачи в полном объеме и даже в более короткие сроки.

Проведенный анализ позволил определить проблемы, существующие в системе мотивации: – отсутствие стимулирования сотрудников свободным временем, – отсутствие условий, которые обеспечивают равномерный отдых работников, – происходит выгорание сотрудников, что несет в себе снижение эффективности и результативности сотрудника – стимулирование свободным временем является больше нематериальным стимулированием, играющую большую роль именно в физическом и моральном состоянии сотрудника.

Список используемых источников.

1. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 N 197-ФЗ (ред. от 05.04.2021)– URL: <http://www.consultant.ru/>
2. Зайцева Т.В., Управление персоналом: Учебник / Т.В. Зайцева, А.Т. Зуб. - М.: Форум, 2018. – 352 с.
3. Зарубина Е.В., Петрова Л.Н. Основные теории мотивации. Международный научный журнал «Аграрное образование и наука». 2016. Выпуск No 4. С. 41.
4. Токарева Е. А. Повышение эффективности деятельности организации на основе совершенствования стимулирования персонала в условиях рынка: – М.: Наука, 2017. – 542 с. Травин В. В., Дятлов В. А. Менеджмент персонала предприятия. – М., 2019. – 214-215С.

ORGANIZATSIYA STIMULIROVANIYA PERSONALA SVOBODNYM VREMENEM V ORGANIZATSII

L.N. Petrova

*FSBEI HE Ural SAU
Ekaterinburg, Russia*

The active development of the economy, competition in the labor market of many professions, the growth of information flows - all these objective factors increase the value of such an incentive as "free time from work", and make us look for ways to tighten up working hours, look for reserves for development

Keywords: free time, staff, motivation

УДК 005.1

ОСОБЕННОСТИ МЕНЕДЖМЕНТА В СОВРЕМЕННЫХ РОССИЙСКИХ КОМПАНИЯХ

А.А. Пронина, Д.М. Шакирова

*ФГБОУ ВО «Казанский государственный энергетический университет»,
г. Казань, Россия*

В статье проведен анализ особенностей менеджмента в современных российских компаниях и выделены ее характеристики, оказывающие существенное влияние на состояние отечественной бизнес-среды. Рассмотрены негативные тенден-

ции, наблюдаемые сегодня в компаниях, которые существенно снижают эффективность отечественного менеджмента.

Ключевые слова: менеджмент, бизнес-среда, культура организации.

В настоящее время в России наблюдается процесс формирования менеджмента, соответствующего мировым стандартам, путем применения зарубежного опыта в российских реалиях, учитывая при этом национальные особенности.

Современный менеджмент, неразрывно связан со временем и местом развития и от этого имеет как общие черты и отличительные особенности, так и весьма значительные различия. В связи с этим перенести в полной мере специфические особенности менеджмента из одной культуры в другую без негативных последствий для общества невозможно.

Анализ работ по исследованию состояния российской бизнес-среды может позволить выделить некоторые ее характерные черты, влияющие на менеджмент отечественных компаний. Так, немаловажную роль играет складывающаяся в стране социально-экономическая ситуация, подверженная структурному кризису и охватывающему все сферы деятельности.

Кроме того, в экономике России преобладает высокая доля государственного сектора и крупного бизнеса. Основная ставка в стране сделана, как правило, на крупный бизнес [1]. Сложившаяся в 2020 году социально-экономическая ситуация в стране, вызванная последствиями пандемии, стала доказательством необходимости пересмотреть отношение к малому и среднему бизнесу.

Также конкурентная среда на российском рынке имеет административное искажение, в условиях которого, менеджмент концентрирует внимание на борьбе за административный ресурс, не занимаясь совершенствованием систем управления и снижением издержек.

В силу устоявшейся специфической среде в отечественном бизнесе, современному российскому менеджменту характерны жесткий авторитаризм в управлении, централизация власти и преобладание административных методов управления, базирующихся на власти, строгом подчинении вышестоящему лицу, на санкциях и взысканиях.

Из-за такого подхода создается атмосфера страха и непонимания, которая пагубно влияет на эффективность в управлении. Сотрудники в подобных компаниях предпочитают замалчивать о существующих проблемах, а не искать решения или пытаться устранить их [2].

Отечественная модель управления, которая находится на начальном этапе формирования, возникает на стыке старого и нового, вбирая в себя азиатские и европейские черты. Тем не менее, она во многом оригинальна, становится все более действенной и в возрастающей мере реализует свое общественное предназначение.

В последние десятилетия на отечественном рынке успех компании определяется не воздействием управления на внутренние факторы произ-

водства, а всесторонним использованием гибкости и приспособления к постоянным изменениям внешней среды.

Сегодня благоприятной практикой является выбор компаний в пользу внедрения интегрированных систем менеджмента, поскольку это имеет большую привлекательность для потребителей и инвесторов из-за повышения степени адаптации к меняющимся условиям.

Список используемых источников.

1. Муллахметов Х.Ш., Садриев Р.Д., Аминова Р.М., Ганеева Д.А., Хусаинова С.В., Ахметшин Э.М. «О некоторых особенностях российской практики менеджмента» - Экономика и предпринимательство, № 10, 2016 г. - 875 с.

2. Фейгенсон Н.Б., Мацкевич И.С., Липецкая М.С. Бережливое производство и системы менеджмента качества: «Промышленный и технологический форсайт Российской Федерации» – СПб., 2012. – Вып. 1 – 71 с.

3. Совершенствование теории и практики менеджмента в России. Доступно по: <https://works.doklad.ru/view/oVjBPqdb6hw/all.html>. Ссылка активна на 15 марта 2021.

ESSENCE OF STRATEGIC MANAGEMENT

A.A. Pronina, D.M. Shakirova

*Kazan State Power Engineering University,
Kazan, Russia*

The article analyzes the features of management in modern Russian companies and highlights its characteristics that have a significant impact on the state of the domestic business environment. The negative trends observed today in companies that significantly reduce the effectiveness of domestic management are considered.

Keywords: management, business environment, culture of the organization.

УДК 339.3

ОЦЕНКА РИСКА ЗАКУПОК ДЛЯ НУЖД УИС НА ЭТАПЕ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ПОСТАВЩИКА (ПОДРЯДЧИКА, ИСПОЛНИТЕЛЯ)

О.П. Пружинина

*Академия права и управления Федеральной службы исполнения наказаний
г. Рязань, Россия*

Деятельность учреждений и органов УИС по осуществлению закупок связана с экономическими рисками. Поэтому, существует необходимость идентификации, анализа и оценки закупочных рисков с целью разработки соответствующих мероприятий для их минимизации. В данной статье рассмотрены основные риски закупки на этапе определения поставщика (подрядчика, исполнителя), а также факторы, обуславливающие их возникновение.

Ключевые слова: государственные закупки; риск; определение поставщика (подрядчика, исполнителя); уголовно-исполнительная система.

Функционирование государственных учреждений, органов власти, а также всего государства обеспечивается через контрактную систему закупок товаров, работ и услуг. Данное обстоятельство служит определением принадлежности контрактной системы к механизму обеспечения экономической безопасности страны. При этом закупки осуществляют непосредственно бюджетополучатели в рамках своей деятельности. Таким образом, закупочная деятельность организации-заказчика тесно связана с его экономической безопасностью, как самостоятельного хозяйствующего субъекта [1, 2].

Деятельность учреждений и органов УИС по осуществлению закупок, как любая хозяйственная деятельность в рыночных условиях, связана с экономическими рисками. Практически все они сталкиваются с необходимостью оценки риска для снижения количества опасных событий и достижения поставленных целей [3].

Конечной целью любой закупки является удовлетворение нужды (социальной или государственной) в товаре, работе услуге. Исходя из критериев эффективности закупки, можно выделить основные риски, влияющие на достижение цели. Факторы, обуславливающие возникновение данных рисков, проявляются на всех этапах закупочного цикла [7].

Следует отметить, что использование статистических методов для оценки вероятности возникновения нежелательных событий в процессе осуществления закупки крайне затруднительно, что вызвано некоторыми причинами, такими как отсутствие пригодной для анализа информации, умышленность действий участников закупки и должностных лиц заказчика.

Поэтому сегодня более приемлемыми методами оценки рисков являются экспертные методы. При этом суждения о вероятности выносятся на интуитивном уровне экспертом в данной области [5].

Определение поставщика (подрядчика, исполнителя) является самым сложным этапом закупочного цикла ввиду большого количества нормативных правовых актов и изменений к ним, а также иных документов определяющих требования к процедуре закупки [8]. В то же время именно на данном этапе активно проявляют себя участники закупок, которые преследуют свои цели [4].

Основными акторами при определении поставщиков (подрядчиков, исполнителей) для нужд УИС являются сотрудники контрактных служб, члены комиссий по осуществлению закупок, а также участники закупок.

Для определения совокупного риска на этапе определения поставщика (подрядчика, исполнителя) нами была построена иерархия рисков на данном этапе, а также факторов, обуславливающих их появление (рис. 1).

Как видно из представленной иерархии, на возникновение рисков этапа определения поставщика (подрядчика, исполнителя) будут оказывать влияние семь основных факторов:

1. Количество заявок на участие
2. Дополнительные требования к предмету закупки
3. Количество запросов на разъяснение документации
4. Дополнительные требования к участнику закупки
5. Способ закупки
6. Квалификация комиссии
7. Квалификация контрактной службы

Рисунок 1

Иерархия рисков этапа определения поставщика (подрядчика, исполнителя)



Следует отметить, что риски нарушения качества и количества предмета закупки на этапе определения поставщика (подрядчика, исполнителя) не рассматриваются, так как требования ккупаемым товарам, работам и услугам определяются заказчиком на стадии планирования и не подлежат изменению до начала исполнения контракта. Таким образом, риск на этапе определения поставщика (подрядчика, исполнителя) будет определяться по формуле:

$$P_{\text{оп}} = K_1 P_{\text{ккс}} + K_2 P_{\text{ккос}} + K_3 P_{\text{сз}} + K_4 P_{\text{дтуз}} + K_5 P_{\text{кзрд}} + K_6 P_{\text{дтпз}} + K_7 P_{\text{кзу}}, \quad (1)$$

где: $P_{\text{оп}}$ – вероятность неблагоприятного события на этапе определения поставщика (подрядчика, исполнителя),

$P_{\text{ккс}}$ – вероятность неблагоприятного события в зависимости от квалификации контрактной службы,

$P_{\text{ккос}}$ – вероятность неблагоприятного события в зависимости от квалификации комиссии по осуществлению закупок,

$P_{\text{сз}}$ – вероятность неблагоприятного события в зависимости от способа закупки,

$P_{\text{дтуз}}$ – вероятность неблагоприятного события в зависимости от наличия дополнительных требований к участникам закупки,

$P_{\text{кзрд}}$ – вероятность неблагоприятного события в зависимости от количества запросов на разъяснение документации,

$P_{\text{дтпз}}$ – вероятность неблагоприятного события в зависимости от наличия дополнительных требований к предмету закупки,

$P_{\text{кзу}}$ – вероятность неблагоприятного события в зависимости от количества заявок на участие,

K_{1-7} – весовые коэффициенты каждого из факторов.

Степень влияния каждого из факторов определяется с помощью метода анализа иерархий Т. Саати [6].

В дальнейшем, произведя оценку для других наименований закупаемых товаров, работ и услуг, можно вынести суждение о вероятности возникновения риска на этапе определения поставщика (подрядчика, исполнителя) для нужд территориального органа в целом. На основе полученных результатов в дальнейшем возможна разработка рекомендаций заказчику по снижению риска закупок.

Ввиду того, что оценки вероятностей носят субъективный характер, они зависят от сложившейся практики осуществления закупок конкретным заказчиком. Тем не менее, данная методика оценки может получить широкое применение в работе, как территориальных органов уголовно-исполнительной системы, так и подведомственных учреждений при организации их закупочной деятельности [5].

Преимущество представленной методики обусловлено, в том числе, простотой и наглядностью, что обеспечивает возможность ее применения руководителями контрактных служб учреждений и органов уголовно-исполнительной системы, которые не всегда имеют специальное образование в области управления рисками.

Список использованных источников.

1. Каранина Е.В., Картавых К.Е. Угрозы и критерии экономической безопасности в сфере государственных закупок // *Advanced Science*, 2017. № 2. С. 63-75.
2. Гапоненко В.Ф., Беспалько А. Л., Власков А.С. Экономическая безопасность предприятий. Подходы и принципы. М.: Издательство «Ось-89», 2007. 208 с.
3. Маликов А.И. Система государственных закупок в обеспечении экономической безопасности в органах государственной власти // *Евразийский научный журнал*, 2016. № 8. С. 50-53.

4. Нестерович Н.В. Эффективность государственных закупок – конкуренция // Госзаказ. Управление. Размещение. Обеспечение, 2015. № 40. С. 8-15.
5. Пружинина О.П. Оценка риска при закупках продовольствия для нужд уголовно-исполнительной системы России // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. – 2018. – Т. 14, № 7. – С. 1287 – 1304.
6. Саати Т. Принятие решений. Метод анализа иерархий. М.: Радио и Связь, 1993. 278 с.
7. Пружинина О.П. Применение метода анализа иерархий для оценки рисков закупочного цикла в системе закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных нужд // Математические методы и информационные технологии управления в науке, образовании и правоохранительной сфере: материалы Всерос. науч.-техн. конф. Рязань: Академия ФСИН России, 2017. С. 36-39.
8. Юдкевич М.М., Пивоварова С.Г. Классификация благ и выбор оптимальной процедуры в системе государственных закупок // Академическое приложение к журналу Госзаказ: управление, размещение, обеспечение, 2010. № 4. С. 2-10.

**RISK ASSESSMENT OF PROCUREMENT FOR THE NEEDS OF
THE PENAL SYSTEM AT THE STAGE OF DETERMINING THE
SUPPLIER (CONTRACTOR, CONTRACTOR)
PRUZHININA Olga Pavlovna**

associate Professor of the Faculty of Training of Scientific and Pedagogical Personnel, The Academy of Law and Management of the Federal Penal Service
E-mail: for_me.85@mail.ru

The system of public procurement for the Penal System is part of the mechanism of ensuring economic security of the whole country. Procurement activities of penal institutions, like any economic activity under market relations, involve economic risks. Consequently, there is a need for identification, analysis and evaluation of procurement risks in order to develop appropriate activities for their minimization. This article discusses the main risks at the stage of determining the supplier (contractor, contractor), as well as the factors that cause their occurrence.

Keywords: procurement; risk; determination of the supplier (contractor, contractor); penal system.

УДК 656.11

**ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ НА КРУПНЫХ
РОССИЙСКИХ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ**

О.Н. Пушкарев, Р.Р. Башаров

*ФГБОУ ВО «Казанский государственный энергетический университет»
г.Казань, Россия*

Рассмотрены некоторые проблемы развития информационных систем на крупных российских промышленных предприятиях, обоснован тезис о том, что информатизация и автоматизация практически всех производственных и бизнес-

процессов значительно повышают производительность и в целом удобство использования информации, определено, что наличие грамотно организованной локальной вычислительной сети - объективное требование сегодняшних реалий.

Ключевые слова: информационные системы, информационная безопасность, защита локальной сети, межсетевые экраны.

Цифровой мир как растущая актуальная и перспективная реальность есть некоторый целостный социально значимый концепт, где фактически все сферы общественной жизни детерминированы ИТ-технологиями. Все более активным становится вектор компьютеризации всех значимых общественных сфер, при этом возрастающую тенденцию обнаруживает круг технологий, основанных на искусственном интеллекте. Сегодня наука как драйвер общественного прогресса обнаруживает конкретные доминантные механизмы реализации - ИТ-технологии, искусственный интеллект, компьютеризация. Все активнее начинают использоваться полностью автоматизированные и компьютеризированные производства, особенно в сложных компьютерных производствах в экономических производственных кластерах. Думается, что предприятия, где будут трудиться несколько рабочих (их основной функционал - наблюдение за бесперебойным ходом производственных процессов), десятки инженеров (их цель - постоянная оптимизация, нивелирование "узких мест", если таковые будут обнаруживаться) в течение пяти ближайших лет станут если не общим правилом, то практикой весьма распространенной. Именно этот аспект как целостный четко сформированный тренд обуславливает эффективность очерченного исследовательского поля данной статьи. Проблемы развития информационных систем на крупных российских промышленных предприятиях проявляются инвариантно, вместе с тем в настоящее время уже сложно представить себе даже небольшую организацию, не оснащенную компьютерной техникой. В настоящий момент практически на любом крупном российском промышленном предприятии, независимо от его масштаба, все компьютеры объединены в вычислительные сети, многоуровневые или одноуровневые. Наличие грамотно организованной локальной вычислительной сети, инфокоммуникационной сети - объективное требование сегодняшних реалий. Характеризуя очерченный круг проблем и потенциально эффективные решения, отметим: в подавляющем большинстве случаев локальная или корпоративная компьютерная сеть интегрирована к глобальной сети Интернет, что продиктовано, прежде всего, коммерческой целесообразностью. Поэтому довольно остро стоит вопрос правильного выбора эффективного инструментария защиты корпоративной сети. В числе наиболее действенных механизмов в данной связи объективно может быть названа методология межсетевых экранов в целом и межсетевых экранов с пакетной фильтрацией в частности. Межсетевой экран в самом общем представлении является специфическим комплексом, имеющим основной функционал межсетевой защиты. К его способностям можно отнести:

- ♦ дифференциацию любой локальной сети на пару более или менее обособленных;

- ♦ эффективную реализацию правил детерминации определения всего спектра условий прохождения "информационных пактов" из одного участка структуры в другой.

Эта условная граница представляет собой определенную область дифференциации в рамках сети Интернет и корпоративной сети, в то же время имеет возможность определения данной границы в рамках собственной сети, что обуславливается прежде всего ее масштабом, сферой деятельности организации и требованиями со спецификой в охране информационных ресурсов. Межсетевой экран с пакетной фильтрацией - это комплексный механизм, пропускающий через себя весь текущий трафик и принимающий на системной постоянной основе решение относительно возможности прохождения каждого без исключения проходящего пакета. Межсетевой экран с пакетной фильтрацией как элемент политики сетевой безопасности реализует две взаимосвязанные функциональные области: механизм доступа к сетевым сервисам и механизм непосредственной организации межсетевой фильтрации. Характеризуя с точки зрения технико-технологической и методологической способы организации комплексной защиты корпоративной сети на базе межсетевых экранов с пакетной фильтрацией, тезисно определим основополагающие принципы организации ее архитектуры. Во-первых, непременным является соответствие количества категорий секретности и числа дифференцированных (выделенных) сетевых сегментов пользователей. При этом общая логика заключается в том, что пользователи, объединенные в рамках единого сетевого сегмента, обладают равновеликим уровнем доступа к конкретному информационному ресурсу, т.е. каждая группа пользователей детерминирована единым уровнем секретности. Данное базисное правило позволяет говорить о том, что смешение потоков информации различного уровня секретности невозможно. Во-вторых, происходит обособление в некоторый отдельный спектр (сегмент) всей совокупности внутренних серверов организации (предприятия), что, кроме прочего, позволяет осуществить изоляцию потоков информации между имеющими различный уровень доступа категориями пользователей. В-третьих, формируется "демилитаризованная зона" для внешних ресурсов, что на практике реализуется посредством выделения в обособленный сектор серверов, к которым возможен доступ из глобальной сети Интернет. В-четвертых, образуется два значимых сегмента: сегмент административного управления (некое "интеллектуальное ядро", осуществляющее управление на всех уровнях) и сегмент управления безопасностью, который реализует функционал мониторинга и защиты информации на системной основе. Способы организации комплексной защиты корпоративной сети на базе межсетевых экранов с пакетной фильтрацией инвариантны. Рассмотрим наиболее эффективные из них. Во-первых, имеет место методология организации экрана на базе двухпортового шлюза,

которая организована по принципу "все, что не разрешено в явном виде, - запрещено". Во-вторых, не менее эффективным способом может быть назван механизм организации межсетевого экрана, в основе которого экранированный шлюз. Структура данного механизма состоит из двух компонентов: располагаемого со стороны внутренней сети прикладного шлюза (он реализуется на хосте и обладает единственным сетевым интерфейсом) и собственно фильтрующего маршрутизатора. Фактически использование данной схемы позволяет организовать несколько относительно обособленных уровней безопасности: фильтрующий маршрутизатор реализует первичную безопасность (происходит фильтрация протоколов, а те из них, которые определяются в качестве потенциально опасных, не достигают прикладного шлюза, совокупности внутренних систем). Далее уже в рамках фильтрующего маршрутизатора происходит пакетная фильтрация, организация которой инвариантна: могут быть запрещены все соединения от внутренних хостов (в данном случае задействуется совокупность уполномоченных приложений прикладного шлюза). Другой вариант - использование среды пакетной фильтрации: внутренние хосты в этом случае могут осуществлять для определенного перечня сервисов соединения с хостами в глобальном Интернете. Третий продуктивный способ защиты - использование межсетевого экрана с экранированной подсетью. Формулируя представляющиеся значимыми аспекты данной проблемы, отметим, что защита информационных ресурсов на крупных российских предприятиях должна носить комплексный, системный характер. Использование рассматриваемой комплексной защиты корпоративной сети на базе межсетевых экранов с пакетной фильтрацией может быть осуществлено посредством различных методологий. Определение конкретного способа защиты обусловлено спецификой деятельности конкретной организации, степенью секретности используемого информационного ресурса, а также выбранной политикой безопасности промышленного предприятия. Полагаем, что методология межсетевого экранирования в перспективе будет характеризоваться разработкой и внедрением интегрированных, комплексных схем.

Список использованных источников.

1. Заступов А.В. Кластерная модель развития промышленных отраслей экономики региона // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2017. № 3 (149). С. 16
2. Айвенс К. Компьютерные сети. Хитрости. Москва : НТ Пресс, 2016. С. 55.
3. Заступов А.В. Резервы повышения эффективности нефтеперерабатывающего комплекса на примере предприятий ОАО «НК "Роснефть"» Самарской области // Нефть. Газ. Новации. 2012. № 11 (166). С. 93. 4 Анин Б. Защита компьютерной информации. Санкт-Петербург: БХВ, 2013. С. 98ей сетью и экранируемой подсетью.

PROBLEMS OF INFORMATION SYSTEMS DEVELOPMENT IN LARGE RUSSIAN INDUSTRIAL ENTERPRISES

O.N. Pushkarev, R.R. Basharov

*FSBEI HE «Kazan state energy university»
Kazan, Russia*

Some problems of the development of information systems at large Russian industrial enterprises are considered, the thesis is substantiated that informatization and automation of almost all production and business processes significantly increase productivity and, in general, the convenience of using information, it is determined that the presence of a well-organized local computer network is an objective requirement. today's realities.

Keywords: information systems, information security, local network protection, firewalls.

УДК 656.11

РЕГУЛИРОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ПОТОКОВ МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ СТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ

И.В. Сергеев, О.Н. Пушкарев

*ФГБОУ ВО "Казанский государственный энергетический университет"
г. Казань, Россия*

В статье рассмотрены информационные потоки малого бизнеса. Задача исследования заключается в выявлении проблемных мест, с дальнейшим решением поставленного вопроса.

Ключевые слова: учетная информация, информационные потоки, строительная отрасль, материально производственные запасы, малый бизнес.

Процесс строительства включает в себя все организационные, изыскательские, проектные, строительно-монтажные и пусконаладочные работы, связанные с созданием, изменением или сносом объекта, а также согласование с компетентными органами по поводу производства таких работ.

Строительные компании на всех стадиях своей деятельности нуждаются в информационных ресурсах и потоках, как от технического сектора, так и учетного. В учетной области строительство нуждается в основном в информационных ресурсах, связанных с: материально производственными запасами, незавершенным производством (объекты строительства), фондом оплаты труда, некоторых видов затрат.

На практике же мы видим, что в зависимости от видов объектов, на котором выполняются работы, предприятие ставит в приоритет ту или иную учетную информацию. Приведем два примера которые проиллюстрируют данный факт.

Пример 1. Строительной организации малого бизнеса поступил заказ от другой организации на выполнение работ по субподряду, заказчиком является муниципальное предприятие. Выстроим в иерархической последовательности по убыванию учетную информацию, необходимую предприятию:

1. Финансы, цена тендера (const)
2. МПЗ
3. Прибыль организации
4. ФОТ (const)
5. Затраты

Из нашей последовательности видно: При заключении договора с государственными учреждениями, цена договора всегда является фиксированной, соответственно бухгалтерия может планировать бюджет уже при заключении договора;

- Процесс учета МПЗ при различных производственных процессах может оцениваться несколькими способами и методами. Тут идет прямое взаимодействие информационных потоков технического порядка с учетными. Другими словами, заказчик требует от подрядчика того, чтобы цены на материалы, используемые при строительстве, оставались таким же, как при подписании сметы, а также количество фактически, используемых МПЗ, должно соответствовать планируемому, и может меняться лишь в том случае, когда увеличился объем работ. Но в этом случае, подрядчик должен увеличить издержки за свой собственный счет, соответственно, через затраты, также прописанные в сметном расчете (например, через статью непредвиденные затраты). Когда сумма статьи затрат не может покрыть сумму МПЗ, то подрядчик уменьшает сумму своей прибыли;

- Фонд оплаты труда сотрудникам всегда является неизменным.

В таких условиях у бухгалтерского аппарата возникает множество проблем и трудностей при учете данных, сопутствующих при процессе производства. Проблема состоит, прежде всего, с «увязкой» бухгалтерских и технических показателей. С одной стороны документы фактических затрат, а с другой – техническая документация, в которой прописаны запланированные показатели. Мы видим, что необходима дополнительная методологическая проработка вопроса об информации, связанной с учетом МПЗ на малом предприятии, заключившей муниципальный договор. На наш взгляд было бы правильным открыть дополнительный счет в плане счетов организации для учета материалов, участвующих в процессе строительства государственного заказа. Оговоримся, что именно отдельного счета, так как если открывать субсчет к уже имеющемуся, «Материалы», то информация будет аккумулироваться в совместное сальдо, когда нам необходимы раздельные показатели. Так, например, открыв 12 счет «Материалы по плановым ценам», мы можем получать более четкую и оперативную информацию.

Пример 2. Строительной организации малого бизнеса поступил заказ от другой организации на выполнение работ по субподряду, заказчиком является частная организация. Выстроим в иерархической последовательности по убыванию учетную информацию, необходимую предприятию:

1. Финансы, цена тендера
2. МПЗ
3. Прибыль организации
4. ФОТ (const)
5. Затраты

Из нашей последовательности видно: - При взаимодействии с частной компанией, сумма договора может меняться, как в сторону увеличения, так и в уменьшения, поскольку данный вопрос не является закрытым при подписании договора. На практике зачастую происходит, что договора составляются без закрепленной суммы договора. Соответственно бухгалтеру достаточно сложно, что-либо планировать;

- Сумма и количество МПЗ также не является фиксированной;
- Прибыль организации пропорциональна затратам;
- Фонд оплаты труда сотрудникам всегда является неизменным.

Как мы видно из нашего второго примера, учет данных при выполнении работ по договорам с частными заказчиками, осуществляется по фактическим данным. Соответственно проблемы с учетом материалов по разным ценам отсутствует, в данном случае для более четкой учетной системы материалов можно проработать форму М-29, предоставляемую сметным отделом. Прописав в ней пункты, касающиеся особенностей при производстве на том или ином объекте.

Рассмотрев внутренние информационные потоки, перейдем к анализу внешних. Известно, что вся предпринимательская деятельность находится под контролем государственных органов. Строительные предприятия регулируются также и со стороны СРО, так как, с 1 января 2010г. было отменено лицензирование строительных организаций (Федеральный закон от 1 декабря 2007 г. N 315-ФЗ «О саморегулируемых организациях»).

Саморегулируемая организация – некоммерческая организация, созданная в целях саморегулирования, основанная на членстве, объединяющая субъектов предпринимательской деятельности исходя из единства отрасли производства товаров (работ, услуг) или рынка произведенных товаров (работ, услуг) либо объединяющая субъектов профессиональной деятельности определенного вида.

Итак, подводя черту под данным этапом исследования, необходимо сделать определенные выводы:

- малый бизнес в строительстве нуждается в развитии и поддержке со стороны правительства, инвесторов, а также научного общества (поскольку малое предпринимательство нуждается в научных разработках, касающихся управления малой организацией, распределения финансов и учетной системы);

-все предприятия находятся в окружении информационного поля, поле в свою очередь бывает внутренним и внешним;

-строительные организации нуждаются в информационных ресурсах и потоках, как от технического сектора, так и учетного, существуют различные уровни информационных потоков.

Список используемых источников.

1. Хендерсон Р.И. Компенсационный менеджмент. 8-е изд. / пер. с англ. Под ред. Горелова Н.А. – М.: Ось, 2011. – 479 с.
2. Касьянова Г.Ю. Малые предприятия. Субъекты малого предпринимательства. – М.: Ось, 2011. – 479с.
3. Свиридова Н.В., Козлова Т.Н., Вовкотруб В.В, Гафурова Ф.К. Налоговый учет и отчетность на малых предприятиях. – М.: ЮНИТИ, 2010. – 311с.
4. Глушков И.Е. Бухгалтерский (налоговый, финансовый, управленческий) учет на современном предприятии. – М.: Экспресс-Книга, 2007. – 1056 с.
5. Савельева А.В. Переходный возраст. // Информационные технологии в строительстве. – 2010. - №5. – с.10.
6. Демидов Н.А. Не решаемое оказалось решаемым.// Информационные технологии в строительстве. – 2011. - №9. – С. 4 – 5.

REGULATION OF INFORMATION FLOWS OF SMALL ENTERPRISES OF THE CONSTRUCTION INDUSTRY

O.N. Pushkarev, I.V. Sergeev

*FSBEI HE "Kazan state energy university"
Kazan, Russia*

The article deals with information flows of small business. The task of the study is to identify problem areas, with the subsequent solution of the question posed.

Key words: construction industry, information flows, inventories, accounting information, small business.

УДК 656.11

ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИИ РОСТА ПРЕДПРИЯТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА (НА ПРИМЕРЕ СФЕРЫ УСЛУГ)

О.Н. Пушкарев, В.П. Артемьев, А.А. Гаянов

*ФГБОУ ВО "Казанский государственный энергетический университет"
г. Казань, Россия*

Поскольку перед производителями услуг встает вопрос о выборе стратегии действий и перспективах развития отрасли, статья посвящена вопросу о формировании стратегии развития малого предпринимательства в Российской Федерации в сфере услуг. В работе были рассмотрены качества, которыми необходимо обладать современному предпринимателю, нацеленному достичь успеха в своей дея-

тельности, а также проведен анализ факторов, определяющих состояние данной сферы и перспектив ее развития, с учетом особенностей малого бизнеса.

Ключевые слова: стратегия, стратегия предприятия, стратегия развития бизнеса, малый бизнес, предприниматель, предпринимательство, сфера услуг.

Малые и средние предприятия имеют важнейшее социально-экономическое значение, поскольку способствуют росту региональному развитию, обеспечивают стабильность в социальной сфере и политике, а также лучше адаптируются к меняющимся запросам рынка. Такие организации характеризуются:

- большей мобильностью и гибкостью к изменяющимся условиям, высокой восприимчивостью к нововведениям;
- узкой научной специализацией или разработкой отдельных технических идей;
- ориентацией на результат при использовании всех видов ресурсов;
- готовностью рисковать в отличие от крупных компаний, для которых большие риски абсолютно неприемлемы [1].

Одной из главных задач малого бизнеса является его расширение, но чтобы к этому прийти, нужно сначала удержаться на плаву и закрепиться в выбранном сегменте рынка. Стратегия предприятия малого бизнеса всегда должна содержать запланированную и продуманную линию поведения, а также варианты действий в ответ на неожиданные изменения рыночной конъюнктуры.

Чем больше различных стратегий реализует предприятие, и чем более они успешны, тем вероятнее повсеместное расширение его деятельности и выход на более высокий уровень развития. Для обеспечения успешного развития предприятия малого бизнеса в условиях современной конкуренции, предпринимателю, как его владельцу и ключевому топ-менеджеру, необходимо:

- развивать свои управленческие качества, самодисциплину;
- постоянно совершенствовать уровень своих знаний;
- правильно распределять ресурсы, направленные на обслуживание и привлечение клиентов;
- ориентироваться только на целевую группу, к которой направлено предложение организации, иметь четкое и ясное ее представление;
- внедрять программы поощрения покупателей, однако делать это без снижения цен на товары или услуги;
- анализировать крупный и средний бизнес с позиции конкурента, чтобы выявить пользу и преимущества для развития своего малого предприятия.

Основными составляющими для формирования стратегии развития применительно к малому предприятию являются начальная оценка состояния бизнеса и отрасли в целом, влияние внешних факторов, определение целей. Малый бизнес, в первую очередь, нацелен на небольшой сегмент

рынка, и поэтому процесс формирования его стратегии, на первый взгляд, менее сложный. Однако если посмотреть на статистику банкротств малых предприятий, то становится очевидной связь между банкротством и отсутствием стратегии предприятия. Банкротство в данном случае – это прямое следствие того, что предприниматели не уделяют должного внимания именно стратегическим вопросам, считая их неважными для малого бизнеса.

Сфера услуг имеет свои особенности функционирования и стратегического планирования. В настоящее время, чтобы добиться значительных результатов в функционировании бизнеса, организация в сфере услуг должна быстрее своих конкурентов определять наличие неудовлетворенной потребности. Однако, одного выявления потребности в услуге, которая будет пользоваться спросом, недостаточно для достижения успеха, организации необходимо непрерывно совершенствовать процесс обслуживания клиентов. В связи с тем, что весомым преимуществом бизнеса в сфере услуг является личная работа с клиентами, благодаря этому можно выстроить стратегию в соответствии с запросами и желаниями своей небольшой аудитории, тем самым развивая бизнес.

Таким образом, важной задачей организации, желающей преуспеть в своей деятельности, является установление доверительных отношений с клиентами, которые свободно обмениваются информацией, что приводит к быстрому улучшению качества услуг компании.

При формировании стратегии развития предприятия в сфере услуг можно выбрать одно или несколько направлений развития бизнеса:

- совершенствование услуг, доступных потребителям благодаря их низкой цене. Данную стратегию целесообразно применять к массовым услугам, удовлетворяющим основные потребности человека и потребляемым многократно, и в условиях ограниченной платежеспособности населения, когда низкий уровень доходов не позволяет потребителям оплачивать дорогостоящие услуги;
- формирование услуг высокого качества, поскольку оно для многих потребителей является определяющим критерием при выборе компании. Рассматриваемая стратегия целесообразна в условиях, когда существуют потребители, которые заинтересованы в конкретных, индивидуальных услугах повышенного качества, при этом очень важно верно оценить платежеспособность потребителей;
- осуществление стратегии развития новых рынков для сбыта освоенных услуг. Такая стратегия сопровождается значительными инвестициями и серьезной конкурентной борьбой, однако, если успешно удастся ее реализовать, компания обеспечит себе высокий и стабильный спрос и в дальнейшем сможет расширить номенклатуру предоставляемых услуг;
- сегментационная стратегия, то есть ориентация на один или несколько сегментов рынка. Благодаря этому можно продвигать новые услуги, новые формы торговли, концентрируя на них свои усилия, избегая не-

рационального использования средств. Также фирма может ориентироваться на специализацию своей деятельности;

- акцентирование внимания на маркетинговой стратегии с целью побуждения потребителей к использованию услуг компании с помощью методов интенсивного стимулирования: личных продаж, организации встреч с потребителями, рекламы [2].

Для достижения максимального результата выбранная стратегия или сочетание нескольких стратегий должны стать системой, которая будет работать на всех уровнях: все элементы должны находиться во взаимодействии и взаимосвязи друг с другом, и их работа должна осуществляться с позиционированием на долгосрочную перспективу.

Список использованной литературы.

1. Евсеева О. А. Принципы стимулирования коммерциализации инноваций малого и среднего бизнеса на региональном уровне// Региональная экономика и управление: электронный научный журнал №2 (50), 2017. URL: <http://eee-region.ru/article/5018/>

2. Синяева И.М., Земляк С.В., Синяев В.В. Маркетинг в малом бизнесе, 2004. URL: <https://uchebnik.online/marketing-biznese-kniga/kontseptsii-marketinga-uslug-marketingovyie.html>

FORMATION OF THE DEVELOPMENT STRATEGY OF A SMALL BUSINESSES (ON THE EXAMPLE OF THE SERVICE SPHERE)

O.N. Pushkarev, V.P. Artemiev, A.A. Gayanov

*Kazan state energy university
Kazan, Russia*

Since service producers are faced with the question of choosing a strategy for action and prospects for the development of the industry, the article is devoted to the formation of a strategy for the development of small businesses in the Russian Federation in the service sector. The paper considers the qualities that a modern entrepreneur needs to possess in order to achieve success in his activity, as well as analyzes the factors that determine the state of this sphere and the prospects for its development, taking into account the characteristics of small businesses.

Keywords: strategy, enterprise strategy, business development strategy, small business, entrepreneur, entrepreneurship, service sector.

УДК 334.7:331.108.26

МЕТОДЫ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ НА МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

О.Н. Пушкарев, Е.В. Захарова, А.Ю. Васина

*ФГБОУ ВО «Казанский государственный энергетический университет»,
г.Казань, Россия*

Во всех развитых индустриальных странах малые предприятия являются неотъемлемой частью современной экономики, поэтому решение проблем в этой области является актуальной темой для рассуждений и исследований. В статье рассмотрены основные проблемы управления персоналом, возникающие на малых предприятиях, и методы их решения.

Ключевые слова: малые предприятия, управление персоналом, финансовый ресурс, мотивация.

METHODS OF DEALING PROBLEMS WITH PERSONNEL MANAGEMENT IN SMALL ENTERPRISES

O.N. Pushkarev, E.V. Zakharova, A.Y. Vasina

*FSBEI HE «Kazan State Power Engineering University»,
Kazan, Russia*

In all developed industrial countries small enterprises are an integral part of modern economy, therefore, addressing the problems in this area is a relevant topic for discussions and researches. The article discussed the main personnel management problems encountered by small enterprises and methods for solutions of these problems.

Keywords: small enterprises, personnel management, financial resource, motivation.

В основе достижения стратегических целей лежит труд людей, а потенциал каждого предприятия определяется кадрами, штатом работников [1]. Управленческая практика показывает, что в любой фирме в результате сочетания разных причин наличие конфликтов неминуемо. Конфликты возникают, нередко, из-за недовольства персонала оценкой их работы руководителем. В случае очень серьезных конфликтов может иметь место даже смещение организационных целей. Именно поэтому от успешности решения проблемы управления персоналом в значительной степени зависит обеспечение эффективности работы и благоприятных условий на предприятии.

Малые предприятия имеют такую отличительную черту, как ограниченность ресурсов в финансовом и управленческом аспектах. В условиях сравнительно небольшой потребности в трудовых ресурсах, сокращается возможность применения инструментов управления персоналом.

Выделяют следующие основные особенности управления малыми предприятиями [3]:

- информированность работников;
- малое количество функциональных звеньев и ступеней иерархии;

- уровень профессионализма руководителя;
- отсутствие организованного обучения;
- неформальные связи;
- комплексность в управлении;
- меньшая степень бюрократии;
- преобладание материальных стимулов;
- ориентация на косвенные показатели профессионального уровня при подборе персонала.

Как и в большинстве малых предприятий директор имеет большую загруженность. Также отсутствуют такие моменты при организации труда работников, как система повышения квалификации и последовательного обучения, поощрения труда по результатам проделанной работы; методы оценки производительности труда; организация производственных бригад.

При отсутствии четкого графика смен трудовая нагрузка становится нестабильной. Это приводит к усложнению системы начисления заработной платы, так как при расчете количество отработанных часов должно идти в соответствие с нормой получения оклада. Происходит неграмотное распределение трудовых ресурсов и, в итоге, в конце месяца часть работников трудятся больше, часть – меньше.

Отсутствие оценки качества труда у персонала разного уровня квалификации и отличающихся показателей производительности значительно усложняет формирование бригад и ведет к рискам получения неудовлетворительного результата работы, проделанной «слабой» бригадой. Кроме того, при разработке метода формирования бригады необходимо учитывать не только равноценность квалификации персонала, но и его психологическую совместимость.

Также оценка организационных и мотивационных мер по повышению производительности играет роль при повышении эффективности труда. Отсутствие стимулирования приводит к тому, что ряд сотрудников работают не в полную силу, из-за чего страдает рабочий план.

Решением данного перечня проблем может послужить проведение следующих мероприятий [4]:

1. Введение принципов составления графика смен. Формировать его следует на месяц, при этом график должен быть четким и отвечать требованиям трудового плана. Бригады работников следует сделать стабильными, а замена должна осуществляться по согласованию с заведующим производством и отмечаться в отчетности.

2. Проведение анализа при формировании бригад. Необходимо учесть уровень квалификации каждого сотрудника и провести психологический анализ, чтобы на основании полученных данных определить равные по уровню бригады и закрепить их состав и определить бригадира, ответственного за каждую группу.

3. Введение методов мотивации труда, контроля результатов. На предприятии необходимо ввести оценочную систему премирования, слу-

жащую основанием для начисления премий, а также составляющую до 30% от заработной платы. Премии при этом подразделяются на ежемесячные и годовые.

Целесообразно ввести такие виды премий, как:

- для отдельного сотрудника - выполнение функциональных обязанностей в рамках должностных инструкций, квалификации.
- для предприятия в целом – в зависимости от по объема производства и принесенной прибыли будет выплачиваться годовая премия, составляющая 5-10% к заработной плате;

Оценку вклада каждого сотрудника целесообразно проводить по системе коэффициентов, которые ранжируются в зависимости от результатов труда каждого сотрудника. При этом учитываются: квалификация, выполнение плана, неявка на работу/опоздание, нарушение правил техники безопасности, жалобы на сотрудника от клиента и провоцирование сотрудником конфликтных ситуаций.

Таким образом, суммарный коэффициент составит процент, на который увеличится заработная плата каждого сотрудника.

4. Применение методов наказания за нарушение трудовой дисциплины. Как отмечено выше, часть коэффициентов относится к оценке дисциплины труда и наказания за их нарушения - лишение премии. При этом расчет касается только премиальных выплат, что не нарушает норм трудового законодательства, но стимулирует к соблюдению дисциплины и норм труда. Отметки при систематических нарушениях будут служить основанием для внесения записи в трудовую книжку, а также увольнения по причине несоблюдения трудовой дисциплины.

Таким образом, методы решения проблем управления персоналом на малых предприятиях сводятся к подробному анализу потребностей, возможностей, квалификации и мотивации работников, и последующему составлению комфортных условий труда и взаимодействий работников и руководства.

Список использованных источников.

1. Кудрявцева Е.И. // Проблемы управления персоналом на предприятиях и в организациях малого и среднего бизнеса // Журнал «Управленческое консультирование», №4, 2007г., с.89-98.
2. Управление персоналом: Учебник для вузов. Под редакций: Т. Ю. Базарова, Б.П. Еремина - М: Банки биржи, ЮНИТИ 1998. - 423с.
3. Максимцов М.М., Горфинкель В.Я. // Менеджмент малого бизнеса // Вузовский учебник, 2007, с.156
4. Карастелёв А.П., Бабенко И.В. // Проблемы организации управления персоналом малого предприятия и пути их решения на примере // Журнал «Политика, экономика и инновации» №4(14), 2017г., с.1-6.

О ДОКУМЕНТИРОВАНИИ ПРИЗНАКОВ ФИКТИВНОГО БАНКРОТСТВА

В.В. Рогожина, А.В. Лялюк

*ФГБОУ ВО "Кубанский государственный технологический университет"
г.Краснодар, Россия*

Рассмотрены данные о несостоятельности (банкротстве), признаки, проблемы и методы экспертного документирования фактов фиктивного банкротства.

Ключевые слова: активы, банкротство, заключение, ликвидность, эксперт

В современных экономических условиях постэпидемиологической ситуации тема банкротства набирает определенную актуальность. В условиях угрозы развития кризисного сценария в экономики растет количество организаций и физических лиц, чье финансовое положение подпадает под признаки банкротства. В 2020 году банкротами в судах признано 119 049 граждан и индивидуальных предпринимателей, что на 72,6% больше, чем в 2019 году, и в шесть раз больше, чем в 2016-м, следует из Единого федерального реестра сведений о банкротстве (bankrot.fedresurs.ru). В 2020 г. число банкротств юридических лиц достигло почти 10 тысяч. и упало в связи с введенным мораторием на 19,6%. С начала 2021 году число корпоративных банкротств стремительно возрастает.

Возрастает число и фиктивных банкротств. Фиктивное банкротство – это публичное объявление лица о его банкротстве или несостоятельности, которое является ложным. Несмотря на рост криминальных банкротств, уголовные дела по статье 197 УК РФ "Фиктивное банкротство" практически не возбуждаются. Статистика показывает, что в среднем на долю таких дел приходится менее 1% от всех банкротных процессов в России.

При фиктивном банкротстве должник скрывает свое реальное финансовое положение, чтобы не выполнять обязательства перед контрагентами. Так он пытается обмануть суд и контрагентов, например, заключая фиктивные сделки, отчуждая имущество, подделывая документы. Основная цель фиктивного банкротства отсрочить уплату или списать долги, скрыть всевозможные нарушения и максимально сохранить свои активы.

Борьба с фиктивными банкротствами сегодня затруднена по различным причинам, в том числе ввиду наличия серьезных недостатков в конструкции состава данного преступления. Основной причиной латентности преступлений связанных с фиктивным банкротством является неопределенности в формулировке законодательства. По ст. 8 Федерального закона РФ "О несостоятельности (банкротстве)" от 26.10.2002 N 127-ФЗ, должник может подавать заявление о предвидении несостоятельности в арбитражный суд. Формулировка рассматриваемой статьи дает лишь общее представление о состоянии «предвидения банкротства». Отсутствие сложившейся судебной практики также не позволяет очертить круг «обстоятельств, очевидно свидетельствующих» о том, что должник будет не в состоя-

нии исполнить обязательства и обязанности по уплате обязательных платежей в бюджет в установленные сроки.

На фиктивность банкротства может указывать, то есть должник еще до подачи заявления скрывает имущество, финансовую отчетность и другие документы, которые могут характеризовать его реальное финансовое положение, осуществляет перевод финансовых активов через сторонние банковские счета, приобретает неликвидные активы, умышленно нарушает правила определения периодов признания выручки и расходов,

Зачастую не представляется возможным в полной мере оценить наличие или отсутствие признаков фиктивного банкротства в связи с отсутствием многих бухгалтерских документов, а уголовная ответственность за фиктивное банкротство наступает в случае, когда подлинная платежеспособность предприятия точно установлена.

Признаки фиктивного банкротства могут быть установлены при проведении судебной бухгалтерской и финансово-экономической экспертизы в ходе которой анализируются значения и динамика коэффициентов, характеризующих платежеспособность предприятия-должника [2]. К этим показателям согласно Постановления Правительства РФ от 27.12.2004 N 855 "Об утверждении Временных правил проверки арбитражным управляющим наличия признаков фиктивного и преднамеренного банкротства" относятся: коэффициент абсолютной ликвидности; коэффициент текущей ликвидности, показатель обеспеченности обязательств должника его активами; степень платежеспособности по текущим обязательствам.

Эксперт с помощью горизонтального и вертикального финансового анализа устанавливает неправомерные и нецелесообразные затраты и финансово-хозяйственные операции, которые привели к неплатежеспособности. Возможно проведение моделирования противоправных схем деяний (бездействий) с помощью которого можно установить круг лиц, причастных к их совершению [1].

На основании проведенных расчетов и экономического анализа дается итоговое заключение. Заключение о наличии признаков фиктивного банкротства делается, если по результатам экспертного исследования был подтвержден факт наличия возможности у организации погасить свои обязательства в полном объеме перед кредиторами или оплатить обязательные платежи в бюджет без существенного его ухудшения его финансового положения или полного прекращения деятельности. Заключение об отсутствии у должника признаков фиктивного банкротства делается, если расчет и анализ показателей выявил отсутствие у должника возможности погасить обязательства без прекращения хозяйственной деятельности.

Заключение эксперта-экономиста должно быть объективным и достоверным, а изложенные в заключении факты – бесспорными. При этом эксперт обязан не только указывать на определенные факты, но и объяснять их, чтобы заключение было понятно всем участникам процесса.

Список использованных источников.

1. Вержбицкая И.В. Методические особенности бухгалтерской экспертизы хозяйственных договоров при выявлении признаков преднамеренного и фиктивного банкротства / Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2017. № 3А, с. 238-249.
2. Лялюк А.В., Моисеева К. А. Особенности производства судебно-бухгалтерской экспертизы//Азимут научных исследований: экономика и управление. 2017. Т. 6. № 2 (19). С. 169-172.

ON DOCUMENTING THE SIGNS OF FICTITIOUS BANKRUPTCY

A. V. Lyalyuk, V.V. Rogozhina

Kuban State Technological University, Krasnodar, Russia

The data on bankruptcy, signs, problems and methods of expert documentation of the facts of fictitious bankruptcy are considered

Keywords: assets, bankruptcy, conclusion, liquidity, expert

УДК 35

СТАДИИ РЕАЛИЗАЦИИ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ В ОРГАНАХ ВНУТРЕННИХ ДЕЛ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

С.А. Рябко

*ФГКОУ ВО «Академия управления МВД России»,
г. Рязань, Россия*

Должностным лицам органов внутренних дел, уполномоченным принимать управленческие решения, которые непосредственно участвуют, как в формировании, так и в реализации решений необходимы знания о технологии принятия и реализации управленческих решений. В статье предложена классификация и выделены технологические стадии реализации управленческих решений в органах внутренних дел.

Ключевые слова: управленческие решения, органы внутренних дел, реализация управленческих решений, управленческая деятельность.

STAGES OF IMPLEMENTATION OF MANAGEMENT DECISIONS IN THE INTERNAL AFFAIRS BODIES OF THE RUSSIAN FEDERATION

S. A. Ryabkova

Academy of Management of the Ministry of Internal Affairs of Russia,
Ryazan, Russia

Officials of the internal affairs bodies authorized to make management decisions, who are directly involved in both the formation and implementation of decisions, need knowledge about the technology of making and implementing management decisions. The article offers a classification and highlights the technological stages of implementation of management decisions in the internal affairs bodies.

Keywords: management decisions, internal affairs bodies, implementation of management decisions, management activities.

Технология процесса реализации управленческих решений в органах внутренних дел базируется на практическом использовании участниками административно-правовых отношений совокупности основополагающих идей и методов, определяющих порядок осуществления управленческой деятельности в социальной сфере. Качество административной деятельности, в рамках которой формируется, принимается и реализуется указанное решение, находится в прямой зависимости от внутреннего наполнения проводимой организационной работы. В качестве иллюстрации можно привести пример организационной деятельности Министерства внутренних дел России. На уровне МВД России осуществляется официальное толкование административных предписаний федеральных законодательных актов и нормативных правовых актов Президента и Правительства РФ. После вступления в силу ФЗ «О полиции», определившего обязанность полиции принести извинения физическому лицу, права и свободы которого были нарушены сотрудником полиции. Порядок принесения таких извинений закреплен соответствующим приказом МВД РФ¹. Кроме того, МВД России в соответствии с Положением о Министерстве внутренних дел Российской Федерации² осуществляет формирование, принятие и последующую реализацию ведомственных управленческих решений. В рамках установленной системы территориальных органов МВД России, территориальные ОВД межрегионального, регионального, районного уровней исполняют управленческие решения МВД РФ. Как указывает В.В. Кардашевский, в пределах предоставленных полномочий данные ОВД осуществляют самостоятельную административную деятельность, выработку, принятие и последующую реализацию управленческих решений³.

Применительно и к внутриорганизационной и к внешневластной административной деятельности органов внутренних дел теория управления предусматривает определенную последовательность этапов, организующих в совокупности реализацию решений управленческого характера.

В качестве первого этапа организации исполнения отданного в органе внутренних дел в установленном порядке управленческого решения необходимо назвать донесения воли субъекта управления, заключенной в соот-

¹ Приказ МВД РФ от 15 августа 2012 г. №795 «О порядке принесения извинений гражданину, права и свободы которого были нарушены сотрудником полиции» // Российская газета от 5 сентября 2012 г. № 203.

² Указ Президента РФ от 21 декабря 2016 г. № 699 «Об утверждении Положения о Министерстве внутренних дел Российской Федерации и Типового положения о территориальном органе Министерства внутренних дел Российской Федерации по субъекту Российской Федерации» // Собрание законодательства Российской Федерации от 26 декабря 2016 г. N 52 (часть V) ст. 7614.

³ См.: Кардашевский В.В. Административно-правовое и организационное обеспечение исполнения управленческих решений штабными подразделениями органов внутренних дел: монография; Министерство внутренних дел РФ. Московский университет. М.: МосУ МВД России, 2007, с.63.

ветствующем решении до объектов административной деятельности ОВД, которым предстоит непосредственное исполнение этого решения. Основным предназначением анализируемого этапа является максимально подробное ознакомление объектов администрирования с природой и внутренним содержанием поступившего управленческого решения. К числу наиболее типовых вариантов поступления в территориальный орган МВД России решений управленческого характера, подлежащих реализации и исполнению, следует отнести следующие:

- поступление в ОВД управленческого решения, облеченного в форму соответствующего административно-правового акта, посредством курьерских сообщений, включая фельдъегерскую связь,
- поступление в ОВД управленческого решения, посредством направления в орган внутренних дел телефонограммы, принимаемой и регистрируемой в нормативно установленном порядке,
- поступление в ОВД управленческого решения, облеченного в форму соответствующего административно-правового акта, посредством технологий служебной электронной коммуникации, сети ИСОД и ее сервисов.

Вторым этапом исполнения в органе внутренних дел управленческих решений выступает окончательное уяснение объектами административно-правовых отношений смысла, целей и задач принятого решения и максимально подробная детализация всей предстоящей последовательности его реализации. Полноценное, всеобъемлющее понимание полученного управленческого решения создает качественную базу для последующего проведения его детализации. По сложившейся традиции безусловной детализации должны подвергаться те административные решения, в которых их разработчик изложил нормативные указания максимально общего характера (например, директива Министра о приоритетных направлениях деятельности ОВД на предстоящий период) или же предписания, предполагающие проведение сложно составных комплексных мероприятий (к примеру, план комплексного использования сил и средств при проведении матчей Чемпионата мира ФИФА по футболу в 2018 году в конкретном городе России). Процедура детализации полученного к исполнению управленческого решения осуществляется посредством первоначального обособления базовых составных частей (этапов) разрешения задач решения и последующего их членения на частные промежуточные цели и задачи. Дальше процесс детализации может распространяться веерообразно, вплоть до доведения конкретных задач до низовых исполнителей, непосредственно исполняющих порученный им сегмент общего административного решения. Базовой точкой отсчета для начала детализации является официальное поступление от субъекта администрирования – непосредственного руководителя в системе органов внутренних дел к объектам управления управленческого решения, подлежащего реализации.

Следует отметить, что детализация принятого к реализации управленческого решения дает возможность участникам административно-правового отношения:

- осуществить последовательность действий, направленных на максимально полную и своевременную реализацию объектами управления в ОВД полученного управленческого решения,
- провести фрагментацию общих целей и задач полученного решения, позволяющую поставить каждому исполнителю его конкретную задачу,
- выявить пробелы целеполагания и постановки задач управленческого решения и восполнить их в процессе реализации данного решения,
- зафиксировать прямые и обратные связи между исполнителями и соисполнителями поступившего управленческого решения и выстроить систему взаимодействия объектов управленческой деятельности,
- исключить повторяющиеся и не относящиеся к достижению общей цели управленческого решения задачи и не проводить по ним исполнительских действий,
- наладить систему постоянного контроля за деятельностью объектов управления по реализации полученного управленческого решения¹.

Следующим этапом осуществления объектами административно-правовых отношений деятельности, направленной на реализацию поступившего управленческого решения, выступает процесс определения перечня исполнителей такого решения, их общий и детальный инструктаж, а кроме того, в случае обнаружения необходимости – их переподготовка, повышение их квалификации. На данном этапе реализации управленческого решения особую значимость приобретают деловые и личностно-психологические качества руководителя в системе органов внутренних дел – непосредственного руководителя сотрудников ОВД, реализующих решение. Он должен определить, кто из его подчиненных исполнит поставленное решение в минимальные сроки с максимальной отдачей и результатами.

Очередным этапом участников административно-правовых отношений, возникающих в органе внутренних дел в связи с реализацией управленческого решения, является полноценное обеспечение субъектом управления всех условий и этапов исполнения объектом управления поставленных в полученном решении задач. Фактически на данном этапе субъект администрирования создает для исполнителей условия, позволяющие и благоприятствующие решению поставленных перед ними задач и достижения цели управленческого решения. Создаваемые для реализации управленческого решения условия В.В. Кардашевский предлагает объединить в несколько относительно обособленных друг от друга групп².

¹ Основы управления в органах внутренних дел. Учебник. Под ред. заслуженного деятеля науки Российской Федерации д.ю.н., проф. А.П. Коренева. М.: Московский университет МВД России, Издательство «Щит-М», 2002, с. 217.

² Кардашевский В.В. Указ.соч., с. 94.

После того, как итоги реализованного сотрудниками органа внутренних дел управленческого решения были подведены, субъектом администрирования в системе ОВД вырабатывается, принимается и направляется на реализацию другое решение. Таким образом, реализуется принцип непрерывности административной деятельности в МВД России и его территориальных органах.

Рассматривая процесс реализации в органах внутренних дел управленческих решений является составной частью более широкой и значимой категории – социальное управление. Повышение эффективности и качества такого управления может осуществляться разными способами и по различным направлениям. Прежде всего – совершенствования качества выработки управленческих решений, ускорение оперативности их принятия (утверждения) и повышение качества реализации заявленных целей и задач административного решения. В связи с этим, как отмечает Н.И. Кабушкин, неуклонно повышается значимость такой управленческой категории, как технологичность администрирования в социальной системе органа внутренних дел¹. Технологичность всей работы субъекта управления в системе органов внутренних дел в части выработки, принятия и последующего исполнения управленческих решений в четком осознании и кратком формулировании цели такого решения, программного обеспечения его понимания и последовательного исполнения, а также наличия технологий повышения исполнительской активности сотрудников ОВД, реализующих полученное решение. Э.А. Смирнов в своем учебнике дополнительно указывает, что технология реализации управленческого решения должна предусматривать механизмы контроля субъекта управления за реализацией его решения и внесения оперативных корректив не только в процесс исполнения, но и цели поставленного решения².

Подводя итог, можно указать, что процесс организации непосредственного исполнения в системе МВД России и его территориальных органах сформированных и принятых в установленном порядке управленческих решений представляет собой сложную разновидность управленческой деятельности. Руководство органов и подразделений внутренних дел, сотрудники организационно-аналитических подразделений ОВД в постоянном режиме организуют реализацию принимаемых административных решений.

УДК 332.146.2

¹ Кабушкин Н.И. Основы менеджмента. Учебник. МН.: НПЖ «ФУА», ЗАО «Экономпресс». 1997, с. 23.

² Смирнов Э.А. Разработка управленческих решений: учебник для вузов. М: ЮНИТИ-ДАНА, 2000, с. 217.

РОЛЬ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ В ЭКОНОМИКЕ РЕГИОНА

А.М. Савина, Н.В. Байдова

*ФКОУ ВО «Академия права и управления Федеральной службы исполнения наказаний»
г. Рязань, Россия*

В статье дискутируется роль инвестиций и инвестиционной политики в развитии региона. Определены задачи региональной инвестиционной политики с учетом ее социальной составляющей.

Ключевые слова: региональная экономика, инвестиции, региональная инвестиционная политика.

Инвестиции играют важнейшую роль в поддержании и наращивании экономического потенциала региона. Это, в свою очередь, благоприятно сказывается на деятельности предприятий, ведет к увеличению валового регионального продукта, повышает экономическую активность в региональной экономике [4].

В связи с этим, в соответствии с целями и задачами регионального развития создаются экономические механизмы государственного регулирования регионального развития, от эффективности которых в значительной степени зависит достижение поставленных целей. Учитывая вышеизложенное, разработка механизмов государственного регулирования регионального развития является наиболее актуальным в практике управления региональной экономикой.

Для достижения целей регионального социально-экономического развития органы государственной власти создают экономическую среду посредством принятия законодательных актов, регулирующих региональную экономику, и формируют инвестиционные проекты в комплекс производственно-хозяйственных структур региональной экономики [3].

Управление региональной экономикой предполагает эффективную инвестиционную и финансовую деятельность со стороны органов власти, направленную на привлечение и размещение капитала на предприятиях, действующих на территории региона [1]. В этой связи управление региональной экономикой предполагает создание условий для привлечения капитала, что является лишь одной из составляющих региональной инвестиционной политики. Необходимо осуществлять поиск таких активов, инвестирование в которые способно вызвать устойчивый рост регионального производства за счет привлечения новых инвесторов, трансферта успешного инвестиционного опыта и инвестиционного сотрудничества.

В связи с этим, важнейшей задачей инвестиционной политики региона является использование регионального экономически насыщенного пространства, при котором относительно зависимая от власти система поселений и относительно автономная система инвестиционных объектов увеличивает доходность и привлекательность экономического пространства региона.

Ключевым параметром оценки реализации инвестиционной политики является объем инвестиций в основной капитал региональной экономики [2]. Динамика инвестиций в основной капитал в экономику Рязанской области отражена на рисунке 1.

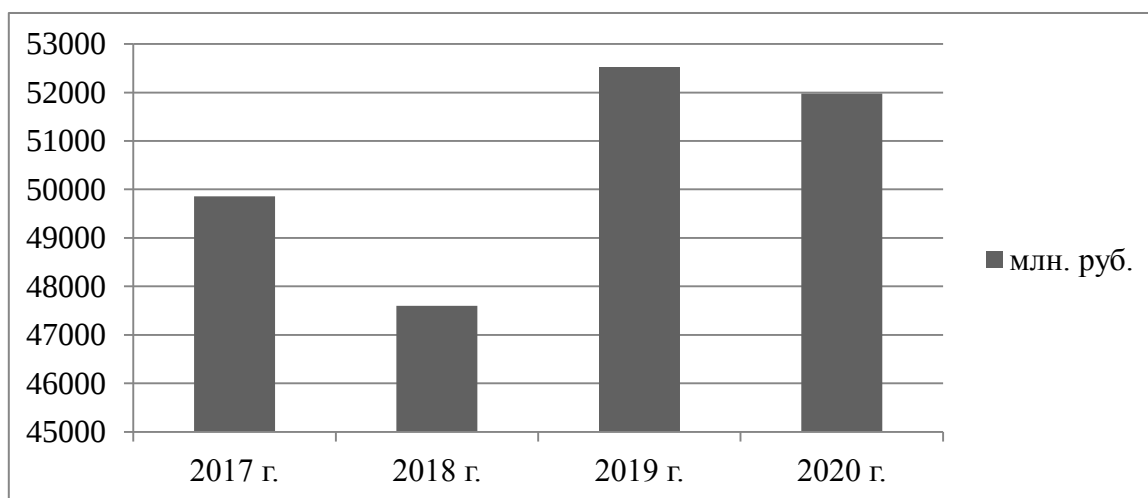


Рисунок 1 - Инвестиции в основной капитал в экономике Рязанской области

Динамика инвестиций в основной капитал в экономике Рязанской области позволяет сформулировать вывод о том, что за период 2017-2020 годы доля инвестиций в основной капитал в экономике Рязанской области выросла на 105 %, показав незначительное снижение в 2020 году связанное с замедлением экономического развития в условиях коронавирусной инфекции. Основная доля инвестиций (более 25 %) направляется в обрабатывающий сектор экономики региона. На рисунке 2 отражена доля инвестиций в основной капитал в экономике Рязанской области в 2019 г. по формам собственности.

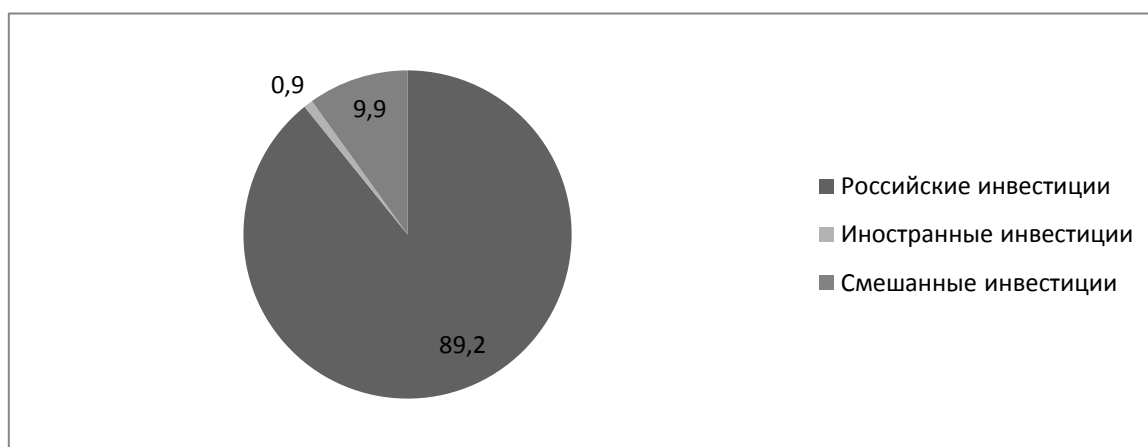


Рисунок 2 - Доля инвестиций в основной капитал в экономике Рязанской области в 2019 г. по формам собственности

Исследование инвестиций в основной капитал в экономику Рязанской области по формам собственности позволяет констатировать, что основная их часть приходится на российские инвестиции и менее 1 % из всего инвестиционного портфеля приходится на иностранные инвестиции.

В связи с этим на региональном уровне целесообразно формирование и реализация эффективной инвестиционной политики. Инвестиционная политика должны дополняться и реализовываться инвестиционными механизмами регионального развития, в основе которых лежат экономические и социальные интересы не только региональных органов власти, но и инвестиционные интересы предпринимательских структур. Оптимальным вариантом реализации инвестиционной политики на региональном уровне должно стать соблюдение баланса правовых и инвестиционных регуляторов, но с постепенным повышением роли последних в региональной экономике.

Современная инвестиционная политика региона в совокупности с другими видами региональной экономической политики, в первую очередь, такими как структурные преобразования региональной экономики и инновационная политика, должна являться основным средством реализации стратегии социально-экономического развития экономики региона. Она должна быть детализирована по системе фиксированных приоритетов и конкретизирована по реализуемым мероприятиям и этапам их реализации.

И, наконец, реализуемая региональная инвестиционная политика должна включать в себя социальную составляющую. Основу данной составляющей региональной инвестиционной политики должны быть инвестиции в жилищное и дорожное строительство, а также строительство объектов социальной сферы. Это позволит создать новые возможности роста в региональной экономике.

Список использованных источников.

1. Байдова Н.В., Буранова Е.А., Савина О.В. Теоретические подходы к определению и классификации эффективности // Экономика и предпринимательство. 2020. № 11 (124). С. 1212-1215.
2. Едренова В.Н., Маслакова Д.Ю. Финансовые составляющие инвестиционного процесса в регионах: сущность и оценка // Финансы и кредит. – 2018. – Т.24. – № 4. – С. 860-876.
3. Зуева И.А. Методика построения системы сбалансированных показателей оценки реализации стратегии развития регионов: монография / И.А. Зуева, Т.А. Бурцева, А.С. Жидков. – М.: МУ им. С.Ю. Витте, 2019. – 131 с.
4. Савина А.М. Байдова Н.В., Гришина О.Ю. Привлечение инвестиций как инструмент повышения эффективности управления социально-экономическим развитием региона // В сборнике: Проблемы социально-экономической устойчивости региона. сборник статей XVIII Международной научно-практической конференции. Пенза, 2021. С. 115-118.

ROLE OF INVESTMENT POLICY IN THE ECONOMY OF THE REGION

A.M. Savina, N.V. Baidova

Academy of Law and Management Federal Penitentiary Service, Ryazan,
Russia

The article discusses the role of investments and investment policy in the development of the region. The tasks of the regional investment policy are determined taking into account its social component.

Key words: regional economy, investments, regional investment policy.

УДК 657.1

ПРОБЛЕМЫ МЕЖКУЛЬТУРНОГО МЕНЕДЖМЕНТА

К.Ф. Сиразиев

*ФГБОУ ВО «Казанский государственный энергетический университет»
г. Казань, Россия*

Менеджмент осуществляется в разнообразных и обычно сложных контекстах. Международный менеджмент дополнительно учитывает соответствующие международные условия, в то время как межкультурный менеджмент должен принять во внимание культурные и межкультурные специфические особенности поведения и ситуаций.

Ключевые слова: межкультурные взаимодействия, международный менеджмент, межкультурный менеджмент, организационные и профессиональные.

Культура компании может напрямую влиять на международную практику управления:

Централизация децентрализация решений: в одних организациях все важные решения принимаются топ-менеджерами, а в других активно участвуют и менеджеры среднего и низкого уровня;

Безопасность риск: у некоторых лиц, принимающих решения, есть большие проблемы с условиями неопределенности, они должны измерить риск; для других, однако, поощряется принятие риска, и принятие решений в условиях неопределенности является обычным явлением;

Индивидуальное групповое вознаграждение: сотрудники, выполняющие особую работу, получают индивидуальное вознаграждение (бонусы и комиссионные), однако в других странах культурные нормы требуют группового вознаграждения;

Формальные неформальные процедуры: в некоторых странах формальные процедуры строго соблюдаются, а в других - нет;

Высокая низкая организационная лояльность: в одних обществах люди сильно отождествляют себя со своей организацией или работодателем, в других - со своей профессией;

Сотрудничество конкуренция: одни организации поощряют конкуренцию между сотрудниками, другие - сотрудничество;

Краткосрочное долгосрочное видение: одни компании сосредоточены на краткосрочных целях (прибыль, эффективность), другие больше заинтересованы в долгосрочных целях (доля рынка, технологическое развитие);

Стабильность инновации: культура страны способствует стабильности и устойчивости к изменениям, другие ценят инновации и изменения.

После трудностей, с которыми сталкиваются многие организации, мы видим, что решения, предлагаемые американцами, не всегда являются адекватным ответом на проблемы, возникающие в других странах.

Например, матричная организация - это интеллектуальный синтез. Он примиряет потребность в дисциплине с необходимостью справляться с проектами, разработкой продукта и требованиями клиентов. Таким образом, матричная организация решит проблемы американцев, британцев, голландцев и скандинавов. Но это напрямую угрожает и противоречит культурным образцам некоторых итальянских, испанских, французских и азиатских компаний, которым придется придумать другое решение.

Также, управление целями Питера Друкера - это решение проблемы США. Хорошо, что его приняли в странах с такой же аргументацией. Конфликт между равенством и иерархией, между личностью и группой разрешен. Наконец, люди свободно участвуют в достижении ключевых целей группы и иерархии. Заключенные контракты объединяют человека с группой. Это хорошо, но не подходит в странах, где работа отдельного человека считается частью отношений с работодателем, в странах, где важнее всего является команда или отношения внутри нее.

Централизация против децентрализации

Межкультурные менеджеры сталкиваются с ключевой проблемой: до какой степени они должны навязывать иностранным культурам правила и процедуры, которые могут привести к расхождениям? Насколько они могут децентрализоваться, пусть каждая культура идет своим собственным путем, не имея объективной идеи улучшения того, что получено, после чего выбранный путь не лучше, чем местная точка зрения. Если децентрализация радикальна, необходимо спросить, каким ценностям может помочь штаб-квартира, и, если это важно, вмешаться в нескольких странах.

Некоторые корпоративные культуры могут допускать децентрализацию легче, чем другие. Делегирование необходимо для децентрализации. Изобилуют анекдоты о трудностях японского менеджмента при децентрализации и делегировании полномочий за границу. В японской семье это передается неявно, и кодексы процедур очень строгие и трудные для понимания иностранцем. В телефонных разговорах с Токио тактика неиз-

менна. Другим будет трудно расширить глубокое понимание, которое может существовать между японцами дома.

Дилемма централизации-децентрализации часто выражается в отношении выбора, который должен быть сделан, чтобы быть более или менее гибким в области корпоративной культуры и идентичности. Что очень важно, например, для такой компании, как Shell? У него хорошие отношения с филиппинцами и помогает ли крестьянам разводить свиней? Или он строго придерживается своего сектора деятельности и занимается только энергетическим сектором? Если Шелл ищет нефть в Нигерии, почему бы не найти воду и не выкопать колодцы там, где люди отчаянно нуждаются?

Этот пример демонстрирует, что баланс между централизацией и децентрализацией неуловим. Уходите ли вы с работы, если у вас есть другая деятельность, просто потому, что это другая деятельность? Не обязательно. Колодцы и свиноводство могут иметь значение для успеха или неудачи в развивающихся странах. Это потому, что мы все разные и не хотим обмениваться. Для этого в культуре, как и в отношениях между полами, главным источником притяжения будет разница. Итальянская концепция вещей и голландская техника могут производить не только конфликты, но и прекрасные продукты. На международных и транснациональных предприятиях предпринимаются попытки преодолеть противоречие между централизацией и децентрализацией. Каждый из них по-своему стремится получить преимущество перед конкурентами благодаря своему расположению в разных странах с особыми возможностями.

Эти два типа предприятий используют разные способы сочетания централизации и децентрализации. Международные компании оказывают влияние своей штаб-квартиры на регионы и страны, выполняя координирующую роль. У транснационального предприятия нет единого центра, а несколько, распространяющих свое влияние.

Международные компании, такие как Shell, ABB, Ericson, Procter & Gamble, отказались от идеи, что каждая национальная организация - это точка. У национальных организаций прекрасные отношения друг с другом. Эти отношения основаны на желаниях клиентов и на наилучшем возможном источнике поставок в международной системе. Роль штаб-квартиры заключается не только в том, чтобы давать указания без оценки того, что они координируют, чтобы гарантировать, что одни страны взяли курс на рост, а другие вдохновляются их опытом. Штаб способствует этому. Это также может помочь другим странам пойти по тому же пути.

Все эти взгляды на транснациональный успех предполагают наличие предприятия с плоской структурой, которое несет с собой центры, специализирующиеся на умножении. Вот почему, если компания разрабатывает спортивный автомобиль с электроникой, двигатель может быть из Японии, подвески из Германии, дизайн из Италии, корпус из стекловолокна из Нидерландов, сиденья и оборудование из Франции, отделка из красного дерева из Великобритании, а сборка будет в Испании. Маркетинговые отделы

разных стран придерживаются разной политики продаж, обмениваются опытом и используют свои знания для управления брендом. Каждый элемент скорректированной цепочки создания стоимости осуществляет свою власть над вопросом, раскрывая свою культурную компетенцию.

Американский политолог Роберт Райх утверждал, что на самом деле не имеет значения, принадлежит ли компания американцам, европейцам или азиатам. В транснациональной сети важно то, где находится наибольшая добавленная стоимость. Страны хотят развиваться или стагнировать в зависимости от навыков, которые они хотят включить в цепочку создания стоимости. В экономике будущего знания будут суверенными и будут оказывать влияние. В транснациональном предприятии не имеет значения, какая страна может оказывать влияние на одну или несколько стран, в какой момент цепи она вмешивается, накапливая соответствующие ценности и расширяя петлю для примирения культурных сил.

Мы можем связать особый взгляд на вещи по-итальянски с немецким универсализмом. Мы можем воссоединить американцев с японцами; американцы-индивидуалисты, с творческими способностями, невосприимчивыми к внешним воздействиям, японцы, которые быстро коллективно используют новые продукты, которые знают, как удовлетворить клиентов и открыться внешнему миру. Сформированные транснациональные сети, специализирующиеся на том, что у них получается лучше всего, оказываются непревзойденными.

Список использованной литературы.

1. Межкультурный менеджмент [Электронный ресурс]: https://studopedia.ru/19_213386_chto-takoe-mezhkulturniy-menedzhment.html
2. Пушных В.А. Межкультурный менеджмент, учебное пособие [Электронный ресурс]: https://www.studmed.ru/view/pushnyh-va-mezhkulturnyy-menedzhment_0572e77db25.html
3. Межкультурный менеджмент: учебное пособие Е.Г. Леонтьева; [Электронный ресурс]: <https://cyberpedia.su/16x13ead.html>

PROBLEMS OF INTERCULTURAL MANAGEMENT

K. F. Siraziev

*FSBEI HE «Kazan State University of Power Engineering»
Kazan, Russia*

Management is carried out in diverse and usually complex contexts. International management additionally takes into account the relevant international conditions, while cross-cultural management should take into account the cultural and cross-cultural specifics of behavior and situations.

Keywords: cross-cultural interactions, international management, cross-cultural management, organizational and professional.

ОСОБЕННОСТИ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ВНЕДРЕНИЯ СИСТЕМЫ БЮДЖЕТИРОВАНИЯ В ТОРГОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ

Р.А. Тимофеев, Л. И. Коврижных

*ФГБОУ ВО «Казанский Государственный Энергетический Университет»,
г. Казань, Республика Татарстан, Россия*

Статья подготовлена на актуальную тему оценки эффективности внедрения системы бюджетирования в торговых организациях. Использование такой системы позволяет успешно выявлять резервы снижения затрат в важных функциональных областях деятельности компании, что сказывается на улучшении финансовой стабильности организации, но при оценке эффективности внедрения такой системы необходимо учитывать целый ряд особенностей, которые рассмотрены в данной статье.

Ключевые слова: бюджетирование, затраты, эффективность, доход, торговая организация.

В условиях экономической нестабильности и сложной экономической ситуации усиливается роль бюджетирования в торговых организациях, так как внедрение системы бюджетирования позволяет без существенных инвестиций снизить затраты за счет усиления контроля и поиска необоснованного их расходования.

Бюджетирование становится основой планирования и важнейшим инструментом управления доходами, расходами и ликвидностью торговой организации [1, с.36]. Работники начинают самостоятельно контролировать рост затрат на вверенных им участках работы, а административные подразделения получают более реальную информацию об изменениях ключевых финансово-экономических показателей деятельности предприятия – выручке, себестоимости, расходах, прибыли и рентабельности.

Но прежде чем внедрять какие-то изменения, необходимо провести оценку их экономической эффективности, при этом следует отметить, что методология оценки экономического эффекта от изменения системы бюджетирования отличается от стандартной методологии оценки экономического эффекта при изменении бизнес-процессов торговой организации.

Это связано с тем, что целью самой системы бюджетирования является поиск резервов снижения затрат и роста доходов, а также эффективное использование собственных и заемных средств, поэтому любое прогнозирование увеличения доходов в следствие изменения системы бюджетирования было бы экономически не верным, так как звенья системы бюджетирования не относятся к центрам доходам и не генерируют выручку компании сами по себе, они могут быть лишь центрами финансовой ответственности или центрами затрат.

Изменения системы бюджетирования также не может быть определено через затраты проекта, так как изменения в рамках внедрения бюджетирования происходят в рамках текущей работы отделов организации и не связаны с какими-либо специальными затратами. Другой момент – это то, насколько уменьшаются затраты в функциональных областях компании после проведения реформы системы бюджетирования, но уменьшение затрат также не подходит для оценки экономической эффективности проекта реформы системы бюджетирования, потому что уменьшение затрат может выступать в виде цели новой системы бюджетирования, а также происходить в областях, только косвенным образом связанных с финансовым отделом организации.

И наконец, инвестиции проекта, даже те, которые могут пойти на автоматизацию с целью изменения системы бюджетирования относятся ко всем участкам организации, поэтому окупаемость этих инвестиций должна рассчитываться в рамках проекта изменения бизнес-процессов предприятия, а не только в рамках проекта изменения системы бюджетирования.

В связи с этим предлагается оценивать общую эффективность, которая складывается из эффективности в каждой функциональной области торговой организации после внедрения новой системы бюджетирования.

Для оценки эффекта от проекта новой системы бюджетирования необходимо провести оценку того, как повлияет этот проект на все функциональные области компании, для торговой организации к ним можно отнести, такие области как маркетинг; коммерция; торговля (розница); управление персоналом.

В таблице представлены примеры эффектов в разных функциональных областях торговой организации при внедрении системы бюджетирования на основе ее автоматизации.

Таблица 1 – Эффекты от внедрения системы автоматизированной системы бюджетирования в торговой организации по функциональным областям

Функциональная зона	Эффективность принятых управленческих решений
Финансы	Усиление финансового контроля; Появление ответственных лиц в системе бюджетирования (ЦФО); Повышение эффективности финансовых планов; Учёт «узких мест» в системе бюджетирования; Оперативное решение проблемных вопросов в процессе еженедельных утверждений CF
Коммерция	Появление обратной связи с поставщиками, что положительно действует на планирование продаж; Повышение эффективности работ по претензиям; Повышение качества прогнозируемости сбыта; Возможности для расширения географии поставок; Увеличение оборачиваемости продаж
Маркетинг	Возможность оценки эффективности отдельных маркетинговых проектов; Повышение отдачи от применения маркетинговых инструментов

Управление персоналом	Появление расширенной модели KPI для каждого сотрудника; Рост вовлеченности в трудовую деятельность Снижение текучести кадров
Производство	Повышение контроля за торговым процессом; Уменьшение неликвидных запасов за изменения схемы торговли на основе планирования сбыта; Снижение доли бракованной продукции за счет уменьшения текучести кадров в магазинах

Внедрение системы бюджетирования позволит сократить расходы на финансирование деятельности компании за счет организации грамотного планирования трудовых и материальных ресурсов, именно разница между чистой прибылью до внедрения системы бюджетирования и после внедрения системы бюджетирования и будет выступать в виде дохода проекта.

С точки зрения экономики, некорректным будет отнесение на доход проекта всей выручки от реализации продуктов питания, потому что система бюджетирования влияет только на определенные моменты в процессе управления доходами и затратами, а не на сами доходы и затраты.

Таким образом, бюджетирование способствует реализации двух основных функций управления – планирования и контроля [3, с.28] и может рассматриваться как элемент антикризисной программы современных российских торговых организаций, позволяющей находить решения для минимизации затрат и увеличения выручки от реализации, но необходимо учитывать, что эффективность от ее внедрения должна определяться на основе доходов, возникающих как разница между чистой прибылью до внедрения системы бюджетирования и после ее внедрения.

Список использованных источников.

1. Панчина В.А. Бюджетирование и ценообразование в торговой деятельности // Экономический анализ: теория и практика. 2010. №28. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/byudzhetrovanie-i-tsenoobrazovanie-v-torgovoy-deyatelnosti> (дата обращения: 24.04.2021).
2. Черникова А.А., Демиденко Ю.Г. Разработка системы бюджетирования как основного элемента управленческого учета в торгово-розничных сетях. [Текст]: учеб. пособие / А.А. Черникова, Ю.Г. Демиденко. – М.: Кнорус, 2016. – 264 с.
3. Юрьева Татьяна Борисовна Актуальные вопросы бюджетирования в инвестиционно-строительной сфере // Учет и статистика. 2012. №3 (27). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/aktualnye-voprosy-byudzhetrovaniya-v-investitsionno-stroitelnoy-sfere> (дата обращения: 24.04.2021).

EVALUATING EFFECTIVENESS FEATURES OF THE BUDGETING SYSTEM IMPLEMENTATION IN TRADE ORGANIZATIONS

R.A. Timofeev, L.I. Kovrizhnykh

*Kazan State Power Engineering University,
Kazan, Tatarstan, Russia*

The article is prepared on the current topic of evaluating the effectiveness of the implementation of the budgeting system in trade organizations. The use of such a system allows you to successfully identify reserves for cost reduction in important functional areas of the company, which affects the improvement of the financial stability of the organization, but when evaluating the effectiveness of the implementation of such a system, it is necessary to take into account a number of features that are discussed in this article.

Keywords: budgeting, costs, efficiency, revenue, trade organization.

УДК 339.65

ОМНИКАНАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ – СОВРЕМЕННЫЙ ТРЕНД КЛИЕНТСКОГО СЕРВИСА РИТЕЙЛЕ

О.А. Тинькова

*ФБГОУ ВО «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича
и Николая Григорьевича Столетовых», г. Владимир, Россия*

В статье рассматривается понятие омниканального маркетинга, определены её ключевые положения. Проведен сравнительный анализ результатов его влияния на потребителя в 2019 и в 2020 годах, а также даны рекомендации по дальнейшему развитию данного направления в современных условиях.

Ключевые слова: маркетинг, потребитель, омниканальный маркетинг.

В настоящее время, когда глобально развита клиентоориентированность, все большее значение приобретает маркетинг. Каждый грамотный маркетолог знает о важности удержания клиентской базы для продвижения товаров, а также о том, что в нынешних условиях крайне трудно привлечь потенциального потребителя уникальным брендом [2, с. 292]. Именно эту проблему и помогает решить омниканальный маркетинг.

Omni-channel marketing – сравнительно новое явление. Он представляет собой использование цифровых и/или традиционных маркетинговых каналов для отправки релевантного сообщения клиентам бренда независимо от того, какой клиент взаимодействует с брендом или какие каналы используются для взаимодействия. Его подход создает бесшовное сообщение, которое приспособляется к потребителю на основе его поведения [1]. Также не стоит путать его с многоканальным маркетингом. Хотя эти два термина очень похожи между ними существует одно очень важное отличие.

Многоканальный маркетинг подразумевает доступность всех каналов потребителю, а омниканальный помимо этого еще и интегрирует каждый канал под потенциального потребителя [7]. Наиболее популярные каналы воздействия на потребителя представлены на рисунке 1.

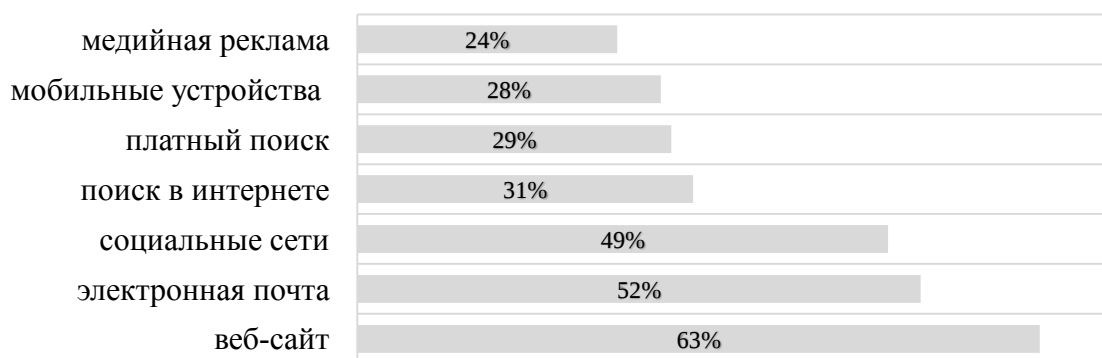


Рисунок 1 – Каналы, используемые омниканальным маркетингом

Омниканальный маркетинг использует каждый из этих каналов, а также автономные каналы и интегрирует их в целостный подход. Важность последнего подтверждают данные представленные в Harvard Business Review [6], которые проводили свои исследования с июня 2019 г. по август 2020 г. Клиентов опрашивали по всем аспектам их походов по магазинам, уделяя наибольшее внимание тому, какой именно канал они использовали и почему. Подводя итоги, компания выяснила что около 76% являлись именно омниканальными покупателями. Лишь малая часть потенциальных потребителей (около 7%) обращались только на интернет-площадки и около 20% клиентов осуществляли покупки исходя из ранее полученного опыта.

Помимо того, что у них были большие корзины для покупок, омниканальные покупатели также были более лояльными. В течение шести месяцев после омниканального шопинга эти клиенты регистрировали на 23% больше повторных покупок в магазинах ритейлера и с большей вероятностью рекомендовали бренд семье и друзьям, чем те, кто использовал один канал.

Согласно другой статистике, представленной IDC Retail Insights [5], омниканальный маркетинг дает ряд преимуществ, представленных на рисунке 2.

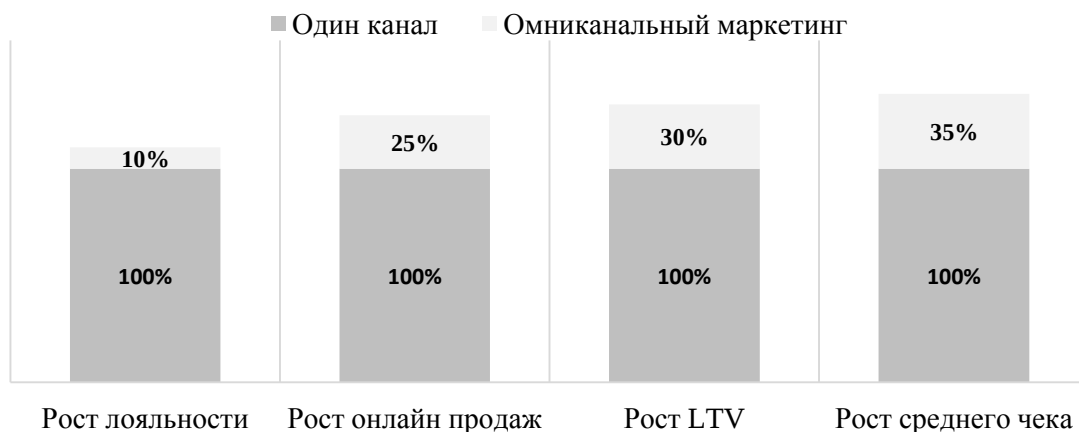


Рисунок 2 – Преимущества омниканального маркетинга

Согласно исследованию IDC Retail Insights, омниканальный маркетинг обеспечивает рост лояльности потенциальных потребителей на 10% и рост онлайн продаж на 25%. Нельзя не сказать, что LTV у покупателей, на которых была направлена омниканальная модель, значительно выше, чем у других (на 30%), однако средний чек увеличивается на 35% [5]. Это и является самым главным преимуществом такого подхода.

В 2019 г. компания Omniend проверила эффективность использования такого направления проанализировав около 2 миллиардов различных компаний и выявило несколько четкий тенденций развития омниканального маркетинга. Было выявлено, что потребители значительно лучше реагировали именно на эту стратегию. Маркетологи, использующие три канала и более заработали почти 20% заинтересованности в их товаре, использование одного канала дало всего 5,4%. Ярким примером, подтверждающим эффективность омниканального маркетинга, является компания Mainline Menswear. Когда компания помимо e-mail рассылок начала использовать и другие каналы (sms-рассылки и социальные медиа), то сразу же были заметны интересные результаты: увеличение прямого трафика на 45%; рост общего трафика на 27%; рост мобильного трафика компании на 93% [8]

Среди российских компаний по данным исследования, проведенного Data Insight и AWG [4], победителями общего рейтинга омниканальности среди российских ритейлеров признана компания «М-Видео», за ней следуют «Adidas» и «ВсеИнструменты.ру». В отдельных рейтингах лидируют: «Спортмастер» (покупательский опыт), «Детский мир» (взаимодействие с технологиями), «Перекресток» (получение заказа).

Кроме того, пандемия, спровоцированная коронавирусом Covid-19, повысила спрос на онлайн-услуги, которые стали альтернативой привычным форматам покупок и проведения досуга [3, с. 9]. Это наглядно доказало ритейлерам важность применения омниканальной стратегии в условиях закрытия магазинов и большой нагрузки на онлайн каналы.

Таким образом, подводя итог можно сказать, что настоящее время омниканальный только набирает обороты, показывая ежегодный рост в 7%. Поэтому компаниям нельзя игнорировать это весьма перспективное направление маркетинга, которое отлично помогает в продвижении товаров на рынке.

Список использованных источников.

1. Акулич, М. Omnichannel (омниканальность) и омниканальный маркетинг. Эффективный подход к повышению лояльности клиентов / Акулич М. – Екатеринбург: Ridero, 2018. – 62 с.
2. Жуковская, И.Ф. Модели поведения потребителей: экономический, социальный и психологический подходы: учебное пособие / И.Ф. Жуковская; Авт. некоммерческая орг. «Владимирский ин-т бизнеса». – Владимир: АНО «ВИБ», Сбор, 2009. – 336 с.
3. Жуковская, И.Ф. Сфера услуг в период пандемии Covid-19: рост онлайн-сервиса / И.Ф. Жуковская, Д.А. Митяков, А.Ю. Овчинников // Вестник Национальной академии туризма. – 2021. – № 1 (57). – С. 9-11.
4. Рейтинг омниканальности российских ритейлеров [Электронный ресурс]. URL: https://datainsight.ru/DI_AWG_OmniRating2020 (дата обращения: 08.04.2021)
5. Brands Are Winning Thanks To An Omnichannel Approach To E-Commerce [Электронный ресурс]. URL: <https://www.forbes.com/sites/forbescommunicationscouncil/2018/08/01/brands-are-winning-thanks-to-an-omnichannel-approach-to-e-commerce/?sh=66c865e76e47> (дата обращения: 08.04.2021)
6. Harvard Business Review [Электронный ресурс]. URL: <https://hbr-russia.ru/> (дата обращения: 08.04.2021)
7. McCabe, K. Omnichannel Marketing: What it is, Why it Matters, and How to Execute it [Электронный ресурс]. URL: <https://learn.g2.com/omnichannel-marketing> (дата обращения: 08.04.2021)
8. What is Omnichannel Marketing? (+4 Best Practices for Ecommerce) [Электронный ресурс]. URL: <https://www.omnisend.com/blog/omnichannel-marketing/> (дата обращения: 08.04.2021)

OMNICHANNEL MARKETING - A MODERN TREND OF RETAIL CLIENT SERVICE

O.A. Tinkova

*Vladimir State University named after Alexander and Nikolai Stoletovs
Vladimir, Russia*

The article discusses the concept of omnichannel marketing, defines its key provisions. A comparative analysis of the results of its impact on the consumer in 2019 and in 2020 carried out, as well as recommendations for the further development of this direction in modern conditions.

Key words: marketing, consumer, omnichannel marketing.

ДИНАМИКА КОЛИЧЕСТВА ПРЕДПРИЯТИЙ ОРЕНБУРГСКОЙ ОБЛАСТИ И ФАКТОРЫ ЕЕ ИЗМЕНЕНИЯ

Н.А. Троенко

*МОАУ «Гимназия № 7» (полного дня),
г. Оренбург, Россия*

В статье проанализирована динамика числа предприятий в Оренбургской области за последние пять лет и выделены основные проблемы, с которыми сталкиваются предприятия в связи с пандемией короно-вируса.

Ключевые слова: предприятия, проблемы, снижение числа предприятий, сокращение спроса, неплатежи.

Пандемия COVID-19 оказала существенное влияние на все стороны жизни современного общества, внося свои коррективы и в образ жизни отдельных людей, и в деятельность предприятий и организаций. Им пришлось искать новые стратегии выживания или уходить с рынка. В итоге экономическая сфера оказалась в числе наиболее пострадавших несмотря на достаточно существенную поддержку со стороны государства.

Последние несколько лет Оренбургскую область все чаще относят к депрессивным регионам. Одним из фактов, подтверждающих данную информацию, является отрицательная динамика количества предприятий, функционирующих на ее территории. Проанализируем данные официальной статистики [3].

Таблица 1 – Динамика числа предприятий
в Оренбургской области в 2016 – 2020 гг

Показатели	2016 г	2017 г	2018 г	2019 г	2020 г	Отклонение 2020 г от 2016 г (+)	Темп роста 2020 г к 2016 г (%)	Отклонение 2020 г от 2019 г (+)	Темп роста 2020 г к 2019 г (%)
Всего предприятий, шт	4135 5	3932 3	3738 3	3359 6	3065 5	-107000	74,1 3	-2941	91,2 5
В том числе									
- государственных	2321	2139	2111	1852	1668	-653	71,8 7	-184	90,0 6
- муниципальных	3582	3481	3396	3313	3265	-317	91,1 5	-48	98,5 5
- частных	3252 8	3090 4	2916 5	2590 7	2333 7	-9191	71,7 4	-2570	90,0 8

Показатели таблицы 1 свидетельствуют, что с 2016 года наблюдается стабильное сокращение числа предприятий в Оренбургской области. Об-

щее снижение составило 10 700. В итоге их количество соответствует 74,13% уровня 2016 года. Причем, снижение характерно для предприятий всех форм собственности. В наименьшей степени оно коснулось муниципальных предприятий. Сокращение в данном случае составило 8,85% от уровня 2016 года. Уровень государственных и частных предприятий сократился до 71%, но первых уменьшилось на 653, а вторых на 9191.

Следует отметить, что наибольшее сокращение по сравнению с предыдущим периодом наблюдалось в 2019 году. Общее число ушедших с рынка предприятий составило 3787. Из них 259 – государственных предприятий и 3258 – частных. В 2020 году по сравнению с 2019 годом общее снижение составило 294 предприятие. Государственных закрылось 84, муниципальных – 48 и 2570 – частных.

Примечательным является следующий факт. В 2019 году в области наблюдался прирост налоговых поступлений в консолидированный бюджет «за счет увеличения объема уплаты налога на добавленную стоимость (НДС) на 20,1%, а также налога на добычу полезных ископаемых (НДПИ) на 3,9%» [2]. То есть при сокращении числа предприятий, сумма налоговых поступлений возросла. В значительной степени это объясняется увеличением ставки НДС на 2%, а также усилением активности налоговых органов.

Для 2020 года характерно существенное сокращение поступлений по налогу на прибыль организаций за счет уменьшения платежей от предприятий нефтегазового сектора из-за снижения цен на нефть и уменьшения объемов реализации газа на экспорт [1].

Серьезные трудности испытывают предприятия, пережившие 2020 год. В рамках данной работы было опрошено двадцать пять главных бухгалтеров функционирующих предприятий различных сфер деятельности. Все однозначно отмечают резкий рост нарушений договорных обязательств, проявляющийся в первую очередь в увеличении неплатежей и задержки оплат.

Существенное сокращение спроса как на потребительские товары, так и на средства производства, также негативно влияют на результаты деятельности предприятий. Большинство выживших предприятий были вынуждены изменить тактику выживания, соглашаясь на разовые и небольшие контракты, которые еще полтора года назад их бы не заинтересовали вовсе. Кроме того, часть предприятий столкнулись с проблемой оптимизации численности персонала в связи с сокращением объемов деятельности. Несмотря на попытки сохранить рабочие места, работников приходилось увольнять, либо переводить на сокращенный режим работы с соответствующим уменьшением заработной платы.

Многие отмечают, что при росте цен на топливо и энергоносители, не все производители имеют возможность повышать цены на свою продукцию, так как это автоматически лишит их значительной части покупателей, но при этом сокращает величину прибыли.

Проблемой также является невозможность оплачивать арендные и коммунальные платежи, обслуживание обязательств перед банками и лизинговыми компаниями.

Наиболее благоприятная ситуация на текущий момент в строительной отрасли. Государственные программы по льготной ипотеке поддерживают уровень продажи жилья, позволяя выживать предприятиям.

Из числа интервьюируемых 10 заявили, что в ближайшее время руководство будет вынуждено сокращать персонал, и 13 планируют закрыть бизнес до конца года.

Таким образом, пандемия COVID-19 усугубила уже существующие области проблемы предприятий Оренбургской области и создала ряд новых, требующих решения, на которые предприятия зачастую не имеют ресурсов.

Список использованных источников.

1. Министр финансов Оренбургской области рассказала, сколько процентов от налоговых поступлений остается в регионе, а сколько отправляется в Федерацию 20.04.2021 // <https://www.ural56.ru/news/661734/> [Электронный ресурс] (дата обращения 20.04.2021).

2. Оренбургская область за год увеличила налоговые отчисления в федеральный бюджет на 7,3%. Региональные налогоплательщики пополнили федеральный бюджет на 322,8 млрд рублей. 21.10.2020 // <https://tass.ru/ekonomika/7566779> [Электронный ресурс] (дата обращения 15.04.2021).

3. Предприятия и организации // <https://orenstat.gks.ru/folder/31536> [Электронный ресурс] (дата обращения 15.04.2021).

DYNAMICS OF THE NUMBER OF ENTERPRISES IN THE ORENBURG REGION AND FACTORS OF ITS CHANGE

N. A. Troenko

*MOAU "Gymnasium No. 7 "(full-time),
Orenburg, Russia*

The article analyzes the dynamics of the number of enterprises in the Orenburg region and highlights the main problems faced by enterprises in connection with the coronavirus pandemic.

Keywords: enterprises, problems, reduction in the number of enterprises, reduction in demand, non-payments.

УДК 33

ОБ ИЗМЕНЕНИЯХ КРИТЕРИЕВ ОБЯЗАТЕЛЬНОГО АУДИТА ОРГАНИЗАЦИЙ

А.И. Тюпаева, Л.В. Азарова

*ФГБОУ ВО «Тверской государственный технический университет»
г. Тверь, Россия*

Статья содержит анализ изменений в статье 5 Федерального закона «Об аудиторской деятельности», внесенных в декабре 2020 года, связанных с изменением критериев проведения обязательного аудита. В том числе, анализируется увеличение размера выручки и валюты баланса – основных финансовых показателей, рассматриваемых при определении необходимости проведения аудита по закону.

Ключевые слова: негосударственный финансовый контроль, обязательный аудит, бухгалтерский учет, бухгалтерская отчетность.

В соответствии со статьей 1 Федерального закона «Об аудиторской деятельности» от 30.12.2008 г. № 307-ФЗ (ред. от 09.03.2021 г.), далее – ФЗ-307, аудит - независимая проверка бухгалтерской (финансовой) отчетности аудируемого лица в целях выражения мнения о достоверности такой отчетности.

В Российской Федерации по данным Департамента регулирования бухгалтерского учета, финансовой отчетности, аудиторской деятельности, валютной сферы и негосударственных пенсионных фондов Минфина России в 2019 году осуществляли свою деятельность 3,9 тыс. аудиторских организаций и 0,6 тыс. индивидуальных аудиторов [5]. Число клиентов, бухгалтерская отчетность которых проаудирована, в 2019 году составило 50,6 тыс. В 2019 году 82,4 % аудируемых лиц получили немодифицированные аудиторские заключения (безоговорочно-положительные); мнения с оговоркой – 16,5 %; с выражением отрицательного мнения – 0,7 %; с отказом от выражения мнения – 0,4 %; аудиторские заключения с выражением сомнения в возможности клиента продолжать деятельность и с указанием на значительную неопределенность в деятельности клиента, получили 4,9 % аудируемых лиц [5].

В соответствии со статьей 3 ФЗ-307 аудиторская организация - коммерческая организация, являющаяся членом одной из саморегулируемых организаций аудиторов (СРО). Для ее включения в СРО организация должна быть зарегистрирована в любой организационно-правовой форме, за исключением публичного акционерного общества, государственного или муниципального унитарного предприятия [1].

Федеральным законом от 29.12.2020 г. №476-ФЗ в статью 5 ФЗ-307 были внесены изменения. Рассмотрим основные направления.

Если ранее в статье 5 содержались конкретные критерии проведения обязательного аудита (организационно-правовая форма акционерных обществ; вид деятельности: банки, страховые организации, клиринговые организации; профессиональные участники рынка ценных бумаг и др.; фи-

нансовые показатели выше значений: по выручке – больше 400 млн. руб.; по валюте баланса – выше 60 млн. руб.), то теперь из них частично остался критерий по видам деятельности и по финансово-экономическим показателям деятельности, причем по последнему произошло существенное увеличение размеров. И в целом, большинство прежних норм относительно обязательного аудита заменены на фразу о том, что обязательный аудит проводится в соответствии с соответствующими федеральными законами. То есть статью 5 ФЗ-307 увязали со множеством статей различных нормативно-правовых актов федерального уровня: кодексов, федеральных законов. Из ФЗ-307 исчезла норма о том, что обязательный аудит проводят все акционерные общества. Но это вовсе не означает, что акционерные общества перестают проводить обязательный аудит. В других законах эта норма остается. Но чтобы это перепроверить (попадает ли организация под обязательную проверку по критерию «организационно-правовая форма») придется обращаться к соответствующим федеральным законам. Например, в соответствии со статьей 88 Федерального закона «Об акционерных обществах» от 26.12.1995 г. № 208-ФЗ (ред. от 31.07.2020 г., с изм. от 24.02.2021 г.) общество обязано привлечь для ежегодного аудита годовой бухгалтерской (финансовой) отчетности аудиторскую организацию, не связанную имущественными интересами с обществом или его акционерами [2]. Таким образом, фактически этот критерий остается (в других законах), но в ФЗ-307 его нет.

Далее рассмотрим основания проведения обязательного аудита по видам деятельности. Среди видов деятельности в ст. 5 ФЗ-307 остались только профессиональные участники рынка ценных бумаг и бюро кредитных историй. Однако в соответствии с другими законами виды деятельности, попадающие под обязательный аудит, остаются прежними (банки, страховщики, клиринговые организации, микрофинансовые организации и др.). Например, в отношении банков, в соответствии со ст. 42 Федерального закона от 02.12.1990 г. № 395-1 (ред. от 30.12.2020 г.) «О банках и банковской деятельности» годовая бухгалтерская (финансовая) отчетность кредитной организации, годовая консолидированная финансовая отчетность банковской группы, годовая консолидированная финансовая отчетность банковского холдинга подлежат обязательному аудиту [3].

Также в статью 5 ФЗ-307 введен абзац о том, что фонды подлежат обязательному аудиту в случае, если поступление имущества, в том числе денежных средств, за год, непосредственно предшествовавший отчетному году, превышает 3 миллиона рублей [1].

Рассмотрим далее критерий «Показатели деятельности». Ранее обязательному аудиту подлежали организации при превышении выручки за год 400 млн. руб, а валюты баланса – 60 млн. руб. Начиная с отчетности за 2021 год значение по выручке выросло в 2 раза и составляет 800 млн. руб.; валюта баланса увеличилась до 400 тыс. руб. [1].

Необходимо отметить также, что существуют категории субъектов, которые ни до новой редакции, ни после, не были перечислены в ФЗ-307. Они попадали в категорию критерия «в случаях, установленных федеральным законодательством». Это госкорпорации, госкомпании, застройщики, политические партии, публично-правовые компании, саморегулируемые организации и др.

Например, в соответствии с Федеральным закон от 12.01.1996 г. № 7-ФЗ (ред. от 30.12.2020 г.) «О некоммерческих организациях» годовая бухгалтерская отчетность государственной корпорации подлежит обязательному аудиту, проводимому аудиторской организацией, отобранной по результатам открытого конкурса и утвержденной высшим органом управления государственной корпорации [4]. Кроме того, в отдельных федеральных законах, полностью посвященных отдельной госкорпорации (например, в законах о Ростехе, Роскомосе, Росатоме), также содержится норма о том, что отчетность госкорпорации подлежит ежегодному обязательному аудиту.

В Российской Федерации среди превалирующих оснований проведения обязательного аудита выделяют критерий организационно-правовой формы (акционерные общества) и превышение предельных значений выручки и активов баланса. Так, по данным Минфина России за 2019 год 30,4 процента организаций, проводивших в 2019 году обязательный аудит, провели его по основанию соответствия организационно-правовой форме; 53,5 процента - по превышению финансовых показателей (выручки и валюты баланса).

Таким образом, в целом все остается, как и прежде, (критерии организационно-правовой формы, видов деятельности, финансовых показателей сохраняются). За исключением того, что конкретизирован размер стоимости имущества, при превышении которого фонд обязан провести аудит. А также существенным образом увеличен размер выручки и показатель валюты баланса за год (по выручке в 2 раза, по валюте баланса почти в 7 раз), при превышении которых организации обязаны провести обязательный аудит.

Список использованных источников.

1. Федеральный закон от 30.12.2008 г. № 307-ФЗ (ред. от 09.03.2021 г.) «Об аудиторской деятельности».
2. Федеральный закон от 26.12.1995 г. № 208-ФЗ (ред. от 31.07.2020 г., с изм. от 24.02.2021 г.) «Об акционерных обществах» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2021 г.).
3. Федеральный закон от 02.12.1990 г. № 395-1 (ред. от 30.12.2020 г.) «О банках и банковской деятельности».
4. Федеральный закон от 12.01.1996 г. № 7-ФЗ (ред. от 30.12.2020 г.) «О некоммерческих организациях»

5. Официальный сайт Министерства финансов РФ. Основные показатели рынка аудиторских услуг в Российской Федерации в 2019 году. https://minfin.gov.ru/ru/performance/audit/audit_stat/MainIndex/.

ON CHANGES IN CRITERIA OF ORGANIZATIONS MANDATORY AUDIT

A.I. Tyupaeva, L.V. Azarova

*Federal State Budget Educational Institution of Higher Education
«Tver State Technical University», Tver, Russia*

The paper pays attention on changes in Article 5 of Federal Law “On audit activity”, made in December 2020. Changes concern criteria of execution of mandatory audit. Specifically, it was analyzed the increasing of revenue value and balance currency – main financial indicators, taken in attention during decision of necessity of an audit according to Law.

Keywords: nongovernmental financial control, mandatory audit, accounting, accounting reporting.

УДК 330.11

ТЕНЕВАЯ ЭКОНОМИКА В КОНТЕКСТЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

О.И. Уланова

*ФГБОУ ВО Пензенский ГАУ,
г. Пенза, Россия*

Теневая экономика является наиболее сложным социально-экономическим феноменом. В статье рассматриваются понятие и причины теневой экономики. Обозначены основные направления государственного воздействия на теневую экономику.

Ключевые слова: теневая экономика, экономическая безопасность, фиктивная экономика, сферы теневой экономической деятельности, государственное воздействие.

THE SHADOW ECONOMY IN THE CONTEXT OF ECONOMIC SAFETY

O.I. Ulanova

*FSBEI HE "Penza SAU "
Penza, Russia*

The shadow economy is the most complex socio-economic phenomenon. The article deals with the concept and causes of the current economy. The main directions of the state impact on the shadow economy are outlined.

Keywords: shadow economy, economic security, fictitious economy, spheres of shadow economic activity, state influence.

На современном этапе в условиях формирования конкурентоспособных национальных экономик, важную роль играет экономическая безопасность, как важнейшая качественная характеристика экономической системы, которая определяет ее способности поддерживать нормальные условия жизнедеятельности населения, устойчивое обеспечение ресурсами народного хозяйства, а также последовательную реализацию национально-государственных интересов.

Основными задачами экономической безопасности являются: обеспечение пропорционального и непрерывного экономического роста, преодоление инфляции и безработицы, формирование эффективной структуры экономики, уменьшение дефицита бюджета и государственного долга, обеспечение социальной защиты и повышение качества жизни населения, стабилизация национальной валюты, повышение конкурентоспособности страны и др. [1].

Государство выступает ключевым элементом в системе обеспечения экономической безопасности, состояния защищенности общества, развития экономики, что обусловлено наличием государственно-властных полномочий на издание общеобязательных норм, применение аппарата управления и принуждения. Одной из причин негативных преобразований в экономике страны является неадекватное восприятие органами государственного управления экономической реальности, когда происходящими экономическими процессами управляют представители теневой экономической деятельности [2].

В настоящее время вопросы развития теневой экономики являются важными для многих государств, в том числе и России. Данная серьезная проблема соотносится с другими важнейшими (безработица, бедность, нищета и др.).

Теневая экономика представляет собой деятельность субъектов хозяйствования, которая официально не зарегистрирована в соответствующих государственных органах.

Впервые интерес к теневой экономике возник в 30-х гг. прошлого столетия, однако только в 70-х гг. зарубежным авторам удалось достичь определенных результатов в исследовании теневых экономических отношений. В нашей стране интерес к теневой экономике возник позднее – в конце 1980-х гг. В настоящее время изучению данной экономики посвящено большое количество научных исследований, ее изучением занимаются экономисты, юристы, социологи и представители других профессий [3].

Среди причин, способствующих развитию теневой экономической деятельности можно выделить следующие:

- высокие издержки транзакции легального бизнеса. В стремлении сократить эти издержки предприниматели уходят из легальной экономики в теневую экономику;

– несовершенная правовая система. Неразумно обременительные требования, вынуждающие иметь дело с неэффективными, коррумпированными учреждениями, увеличивают операционные издержки, что также выталкивает предпринимателей из легальной экономики;

– чрезмерное расслоение общества по доходам. Люди, живущие в нищете в условиях высокой безработицы или неполной занятости, идут в теневую экономику, чтобы выжить;

– сокращение рабочего дня, официальные запреты на работу для отдельных категорий рабочей силы и т.д.

В современной ситуации становится очевидным, что теневая экономика играет огромную роль в развитии нашей страны, влияя почти на все экономические, социальные и политические процессы.

В России проблема теневой экономики сегодня особо актуальна – по подсчетам экспертов, сектор теневой экономики составляет около 40-50% ВВП страны и этот показатель возрастает из года в год. По данным Росстата в 2018 году в теневой экономике было занято 15,3 млн человек, а это 21% от общего количества занятых [4].

По мнению многих исследователей экономической безопасности, основными элементами экономической безопасности являются: сырьевая и ресурсная безопасность, энергетическая безопасность, финансовая безопасность, социальная безопасность, инновационная и технологическая безопасность, продовольственная безопасность, внешнеэкономическая безопасность и др. [5].

Теневая экономическая деятельность воспринимается всегда как отрицательное социально-экономическое явление, потому что в основном несет отрицательные последствия: является питательной средой для возникновения и развития организованной преступности; деформацию налоговой и бюджетной сфер; искажение показателей макроэкономической статистики; отрицательное влияние на денежно-кредитную сферу, инвестиционный процесс и эффективность производства; отток капитала за рубеж; нарушение стабильности отношений собственности и усиление криминализации экономической сферы и др.

Теневая экономика – тяжелая проблема национальной безопасности России, которую необходимо решать путем совместных усилий государства и общества. В настоящее время выделяются следующие основные направления государственного воздействия на теневую экономику (рис. 1.).

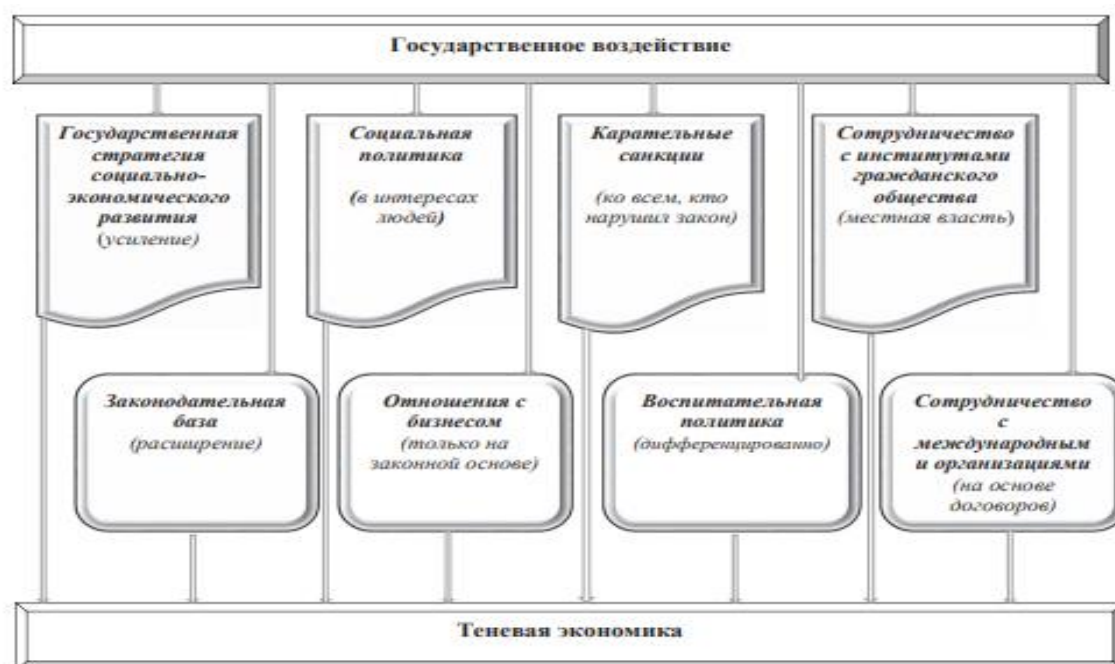


Рисунок 1 – Воздействие государства на теневую экономику [6]

Таким образом, теневая экономика – это сложное, многогранное явление, являющееся одной из важнейших проблем в современном мире, оказывающим влияние на экономическую безопасность. Пока не будут устранены все причины роста и существования теневой экономики, к сожалению, она будет процветать. Положительные результаты в борьбе с теневой экономикой зависят как от государства и его заинтересованности в решении данной проблемы, так и от доверия граждан к преобразованиям в государстве.

Список использованных источников.

1. Стяпшин, А.С. Экономическая безопасность в современных условиях / А.С. Стяпшин // Индустриальная экономика. – 2020 [Электронный ресурс]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekonomicheskaya-bezopasnost-v-sovremennyh-usloviyah>
2. Черепашкин, А.С. Теневая экономика как угроза экономической безопасности / А.С. Черепашкин, А.Д. Комлева // Вестник Уральского института экономики, управления и права. – 2017. №1. – С. 13-17. [Электронный ресурс]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tenevaya-ekonomika-kak-ugroza-ekonomicheskoy-bezopasnosti>
3. Зюзин, Ю.И. Феноменология и типология теневой экономики / Ю.И. Зюзин [Электронный ресурс]. – URL: <http://vestnik.volbi.ru/upload/numbers/146/article-146-2303.pdf>
4. Логвинова, И.В. Теневая экономика и ее влияние на экономическую безопасность/ И.В. Логвинова, С.О. Гетманова // Актуальные исследования. 2020. –

№2 (5). – С. 40-44. [Электронный ресурс]. – URL: <https://apni.ru/article/291-tenevaya-ekonomika-i-ee-vliyanie>

5. Моисеев, В.Е. Экономические реформы России: учебно-методическое пособие / В.Е. Моисеев, О.И. Уланова. – Пенза: РИО ПГСХА, 2005.

6. Гончаров, В. Теневая экономика: государственные меры борьбы / В. Гончаров, И. Денисенко, М. Шевченко // Право и управление. XXI век. [Электронный ресурс]. – URL: http://pravo.mgimo.ru/sites/default/files/pdf/015_goncharovmt_denisenkoia_shevchenkomn.pdf

УДК 336.02

ФИНАНСОВАЯ СТРАТЕГИЯ ОРГАНИЗАЦИИ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Д.Р. Файзуллин, Д.М. Шакирова

*ФГБОУ ВО «Казанский государственный энергетический университет»
г. Казань, Россия*

В данной статье дано определение финансовой стратегии, определены ее цели и описаны факторы, которые необходимо учитывать при ее планировании.

Ключевые слова: финансовая стратегия, средства, планирование, управление капиталом, финансовые решения, стратегическое решение.

Финансовая стратегия организации в основном связана с закупками и использованием средств. Основной ее целью является обеспечение адекватного и регулярного поступления средств, удовлетворяющих нынешним и будущим потребностям предприятия.

Финансовая стратегия взаимосвязана с такими областями, как финансовые ресурсы, анализ структуры затрат, оценка потенциала прибыли, функции бухгалтерского учета и т.д. Иными словами, финансовая стратегия связана с наличием источников, использованием и управлением средствами. Она фокусируется на согласовании управления финансами с корпоративными и бизнес-задачами организации для получения стратегического преимущества.

Согласно мнению ученых и специалистов – «финансовая стратегия изучает финансовые последствия корпоративных и бизнес-стратегических вариантов и определяет наилучший финансовый курс действий [1;2]. Она также может обеспечить конкурентное преимущество за счет более низкой стоимости средств и гибкой способности привлекать капитал для поддержки бизнес-стратегии.

Задачами финансовой стратегии принято определять:

1. Максимизация финансовой стоимости фирмы. Финансовая стратегия может обеспечить конкурентное преимущество предприятия за счет низкозатратных средств. Исследования указывают на то, что высокий уровень задолженности ведет к повышению производительности и улучше-

нию денежных потоков. Исследования также указывают на то, что стратегия диверсификации влияет на финансовую стратегию [1]. Акционерное финансирование является гораздо более предпочтительным для соответствующей диверсификации, в то время как долговое финансирование является более предпочтительным для несвязанной диверсификации.

2. Выкуп за счет заемных средств. При выкупе с использованием заемных средств компания приобретается в рамках сделки, которая в основном финансируется за счет средств, полученных у третьей стороны, например, у банка или финансового учреждения. Основными проблемами при выкупе с использованием заемных средств называют: слишком большие ожидания, «выгорание» руководства, использование слабых мест и отсутствие стратегического управления и упадок фирмы [2].

3. Управление дивидендами. Многие производители компьютеров вообще не декларируют дивиденды. Вместо этого они используют эти средства для дальнейшего роста фирмы, что, в свою очередь, приводит к увеличению продаж, высокой прибыли и увеличению стоимости акций [3].

Для оценки значимости финансовой стратегии стоит также рассмотреть ее важные компоненты:

Компонент № 1 – финансирование. Доступность средств является важным условием для реализации многих выбранных стратегий [3]. Специалистами отмечается, что финансирование может быть получено из двух источников:

1. Внешние источники средств – могут состоять из собственного капитала и / или заемного капитала [2]. Собственный капитал может быть увеличен путем выпуска обыкновенных акций или привилегированных акций. С другой стороны, заемный капитал может быть привлечен путем выпуска долговых обязательств, срочных займов, государственных депозитов, других займов и кредитов [3].

2. Внутренние средства – формируются за счет удержания прибыли (хранения свободных резервов) и обеспечения амортизации основных средств [2]. Финансовый менеджер должен обеспечить предоставление средств по разумной цене и с минимальным риском. Он должен принимать решения об оптимальном сочетании финансирования (сочетание долга и собственного капитала) или структуре капитала организации.

Компонент № 2 – инвестиционные решения. Они являются жизненно важным аспектом финансовой стратегии. Инвестиционное решение – это операция, которая после тщательного анализа организует сохранность капитала и удовлетворительную доходность. Инвестиции часто идентифицируются с безопасностью [1]. Следует отметить, что фонды связаны с денежными средствами и имеются в наличии в ограниченном количестве (компания должна принимать очень осторожные решения относительно общей суммы активов, которые будут храниться на предприятии), составом этих активов и риском, связанным с инвестированием фондов. Страте-

гические решения относительно типа приобретаемых основных средств должны приниматься в рамках корпоративной финансовой стратегии.

Компонент № 3 – дивидендные решения. Решение о выплате дивидендов имеет решающее значение для финансового менеджера. Оно определяет размер прибыли, которая будет распределена между акционерами, и размер прибыли, которая будет сохранена в бизнесе для финансирования его долгосрочного роста [3]. Целью дивидендной политики является максимизация стоимости фирмы для ее акционеров [2].

Компонент № 4 – управление оборотным капиталом. Оборотный капитал необходим для повседневной работы компании. Руководство оборотным капиталом очень важно, так как при эффективном управлении он может максимизировать благосостояние акционеров. Источниками оборотных средств являются торговые и банковские кредиты, дисконтирование векселей, овердрафт и другие [3]. На стратегические решения в этом отношении существенно влияют компромиссы между ликвидностью и доходностью.

Компонент № 5 – управление денежными потоками. Для фирмы оно включает в себя управление ликвидностью фирмы и минимизацию финансовых затрат. Финансовый отдел также должен стремиться к минимизации налогов.

Международные компании должны заниматься различными денежными, политическими и финансовыми аспектами этих проблем, так как они работают во многих странах. Стратегические решения в этом отношении в подобных организациях должны приниматься более тщательно [2]. Умение фирмы приспосабливаться к изменению внешней среды часто зависит от ее способности получения денежных средств. К примеру, в результате колебаний валютных курсов и процентных ставок международные компании повышают требования и внутренний надзор в денежно-кредитной сфере.

Компонент № 6 – управление развитием и рисками. Развитие компании в финансово-экономическом плане является довольно капиталозатратным и требует осторожного управления [1]. Для эффективной разработки концепции управления развитием необходима организация сбора необходимой информации для оценки инвестиционных возможностей для того. Также, необходимо учитывать все внешние риски, для минимизации негативных финансовых последствия для компании. Менеджменту компаний необходимо адекватно принимать стратегические решения в отношении управления развитием и рисками.

В заключении, хотелось бы отметить, что грамотное и компетентное составление финансовой стратегии компании с учетом всех факторов, влияющих на бизнес, позволит повысить финансово-экономические показатели предприятия и даст толчок к дальнейшему развитию, однако, в против-

ном случае, если не предусмотреть все риски для компании в стратегическом финансовом планировании, высок шанс разорения организации.

Список использованных источников.

1. Гейбель Е.Э., Халяпин А.А. Финансовый менеджмент в организации // Естественно-гуманитарные исследования. 2019. № 24(2). С. 18-21.
2. Довыденко К.В. Особенности развития финансового менеджмента на предприятиях малого торгового бизнеса // Актуальные проблемы социально-экономических наук. 2016. С. 33-35.
3. Герасименко А. Финансовый менеджмент - это просто / Базовый курс для руководителей и начинающих специалистов / Москва, 2016.

FINANCIAL STRATEGY OF THE ORGANIZATION AS A FACTOR OF INCREASING THE EFFICIENCY OF THE ENTERPRISE

D.R. Fayzullin, D.M. Shakirova

*FSBEI HE «Kazan State Power Engineering University»,
Kazan, Russia*

This article provides a definition of a financial strategy, defines its goals and describes the factors that must be considered when planning it.

Keywords: financial strategy, funds, planning, capital management, financial decisions, strategic decision.

МК 13-21

УДК [336.747.5](#)

О МОШЕННИЧЕСТВЕ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ПЛАТЕЖНЫХ КАРТ

В.С. Федорова, А.В. Лялюк

*ФГБОУ ВО "Кубанский государственный
технологический университет" г.Краснодар, Россия*

Рассмотрено состояние дел о мошенничестве с использованием платежных карт, дана уголовно-правовая характеристика данных преступле-

ний, раскрыто значение и методы судебной бухгалтерской экспертизы электронных средств платежа

Ключевые слова: бухгалтерский учет, платежные карты, мошенничество, экспертиза.

За последние годы безналичная система расчётов стала неотъемлемой частью жизни каждого человека. Для большинства населения России оплата с помощью карт приобрела привычный характер. Согласно данным Центрального Банка РФ, общее количество эмитированных банковских карт по состоянию на 01 января 2021 года составляет 305,6 млн., что более чем в два раза превышает население страны, а количество операций, совершенные на территории Российской Федерации с использованием карт, эмитированных российскими кредитными организациями достигло 49938,4 млн. единиц[1].

Безналичный расчёт имеет существенные преимущества перед расчетами в бумажной форме, можно не иметь всегда с собой наличные денежные средства и при необходимости расплатиться достаточно предъявить карту или смартфон с функцией оплаты в электронной форме, а в если средств недостаточно с ее помощью возможно оформить кредит.

Из-за роста использования систем безналичного расчёта, трансформировалась и структура экономических преступлений. Для достижения своих корыстных целей преступники используют все возможности безналичной системы расчетов, Причиняя имущественный ущерб путём использования идентификационных сведений электронных счетов законных владельцев, с помощью которых совершают различные операции, расплачиваясь чужими средствами.

Раскрытые факты мошенничества с использованием электронных средств платежа составляют не более 10-15% от общего количества зарегистрированных преступлений данного вида, и не отражает действительного положения дел в сфере "электронной преступности", что может свидетельствовать о высокой степени латентности преступлений данной направленности.

За 2020 год количество мошенничеств с использованием электронных средств платежа (ст. 159.3 УК РФ) составило 25820 преступлений, что на 60,2% больше чем в 2019 г., что объясняются развитием финансовых отношений в стране, ростом банковского и страхового сектора экономики и инвестиционных отраслей, информационных и промышленных технологий, появлением ранее не известных моделей услуг.

Хищение денежных средств с применением платёжных карт в зависимости от обстоятельств могут быть квалифицированы по признакам преступлений содержащихся в ст.158, 159, 159.3, 187 Уголовного кодекса РФ. Преступные деяния, предусмотренные данными статьями, предполагают хищение чужого имущества, совершенное с использованием кредитной, расчетной или другой банковской карты, которая является поддельной или

принадлежит иному лицу посредством использования денежных средств владельца и обращения их в свою пользу.

Основной непосредственный объект мошенничества - отношения собственности, т.е. юридические полномочия лица владеть, пользоваться и распоряжаться принадлежащим ему конкретным имуществом, а дополнительный непосредственный объект - общественные отношения в сфере обеспечения бесперебойного, эффективного и доступного оказания услуг по переводу денежных средств. Предметом мошенничества является чужое имущество - денежные средства.

Состав объективной стороны материальный и характеризуется следующими признаками: это общественно опасное деяние, а именно – хищения денежных средств наносящее материальный ущерб собственнику платежной карты; причинно-следственная связь между общественно опасным деянием и наступившими общественно опасными последствиями; способ совершения преступления – обман уполномоченного работника кредитной, торговой или иной организации [2].

Для эффективного расследование дела, возбуждённого по факту хищения денежных средств с использованием платёжных карт, правоохранительным органам необходимо с помощью ретроспективного анализа собрать информацию о событиях преступления данного вида, проанализировать каждую ситуацию, каждый элемент криминалистической характеристики преступного посягательства, рассмотреть вопрос о назначении судебной бухгалтерской экспертизы [4]. Назначение судебно-бухгалтерской экспертизы является обязательным для:

установления суммы причиненного вреда и этапов обработки бухгалтерских данных сформированных с использованием электронно-вычислительной техники;

выявления данных, в которые вносились те или иные изменения;

выявление признаков интеллектуальной фальсификации в документах первичного учета и бухгалтерских реестрах, составленных с использованием электронно-вычислительной техники и т.д.

Объектами экспертизы выступают бухгалтерские документы, материалы инвентаризации и периодической отчетности, а также документы оперативного учета, выемку которых необходимо предварительно провести в банке [3]. Также, вместе с постановлением о назначении экспертизы, следователь может направить на экспертизу:

пластиковую карту;

документы: удостоверяющие личность (например паспорт, водительские права и т.п.), слипы;

устройства предназначенные для приема платежных карт (напр. импринтер, эмбоссер и др.)

фото и видео материалы.

На разрешение судебно-бухгалтерской экспертизы, могут быть поставлены следующие вопросы:

The state of affairs on fraud with the use of payment cards is considered, the criminal-legal characteristics of these crimes are given, the meaning and methods of forensic accounting of electronic means of payment are disclosed.

Key words: accounting, payment cards, fraud, expertise.

УДК 614.2

ИССЛЕДОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ СТИЛЯ УПРАВЛЕНИЯ В ОРГАНИЗАЦИИ

А.С. Филатова

*Самарский университет государственного управления
«Международный институт рынка», г. Самара, Россия*

Стремление поддерживать соответствие организации вызовам времени требует непрерывного развития менеджмента и управления. Развитие организации проявляется в динамичном освоении новой продукции, техники и технологии; применении новых форм организации труда, операций, управления и менеджмента. Исследование атрибутов менеджмента организации через понимание конкретных проблемных ситуаций – главный фактор научного подхода к их совершенствованию. Современные методы управления позволяют выполнить необходимые разработки по развитию стиля управления в организации.

Ключевые слова: организация, управление, менеджмент, стиль управления, развитие, проблемы, технология.

Определение проблем и точек развития стиля управления руководства организации необходимо для ее успешного функционирования и совершенствования [10]. Это вызвано тем, что при наличии даже незначительных затруднений и противоречий процесс привычной работы в организации может быть нарушен [3]. Во избежание подобных проблем в деятельности организации и для понимания их источников и причин возникновения необходимо уделять внимание выявлению погрешностей и непонимания при использовании какого-то конкретного стиля управления в деятельности государственного учреждения [7-8].

Стиль управления – это способ, которым руководитель управляет подчиненными ему сотрудниками, а также независимый от конкретной ситуации управления образец поведения руководителя.

С помощью конкретного стиля управления можно достичь удовлетворенность работой и поощряется производительность труда специалистов и управленцев. В то время оптимального стиля управления не существует и оценка преимущества какого-либо стиля управления можно только для

определенной ситуации в рамках управления. процессами и человеческими отношениями.

Каждый атрибут стиля управления имеет элементы, которые определяют его формы, содержание, предмет, объект, инструмент влияния (воздействия) субъекта на объект, а также методы и технологии реализации на практике.

Предметом изучения являются проблемы и поиск точек развития эффективного поиска и оптимального использования ресурсов; свойство, поведение, функционирование объекта, подлежащего непосредственному изучению.

Для выбора направления развития стиля управления учреждения, необходимо выявить проблемные точки (или точки развития). Фрагмент результатов исследования представлены в табл. 1.

Таблица 1. Проблемы и точки развития стиля управления (фрагмент).

Наименование проблемы (точки развития)	Методы исследования	Причины возникновения	Ожидаемые последствия
1. Цели, назначение			
1. Низкая производительность труда сотрудников	1.1. Наблюдение, отчетность.	1.1. Отсутствие мотивации сотрудников. 1.2. Обесценивание поставленных задач. 1.3. Отсутствие компетентности.	1.1. Невыполнение плана работ. 1.2. Отсутствие понимания требований, сложность с выполнением задания.
2. Ресурсы			
2. Неуважительное отношение подчиненных (между подчиненными, подчиненных к руководителю)	2.1. Наблюдение, общение, анализ.	2.1. Высокая неоправданная требовательность к подчиненным. 2.2. Чрезмерная строгость. 2.3. Непроведение мероприятий, направленных на сплоченность коллектива.	2.1. Текучесть кадров. 2.2. Долгое выполнение поставленных задач. 2.3. Нежелание подчиненного контактировать с другими сотрудниками.
3. Информация			
3. Использование лишней (ненужной) информации при общении с подчиненными	3.1. Наблюдение, самоанализ.	3.1. Отсутствие компетентности. 3.2. Отсутствие опыта.	3.1. Недопонимание в отношениях с подчиненными.
4. Основные этапы (операции) выполнения			
4. Невозможность руководителя организовать работу подчиненных	4.1. Наблюдение, самоанализ, изучение.	4.1. Отсутствие квалификации, необходимых знаний. 4.2. Отсутствие	4.1. Длительное выполнение задач. 4.2. Недопонимание в отношениях с под-

		опыта.	чиненными. 4.3. Отказ работников от поставленных задач.
5. Методы выполнения			
5. Непонимание ситуации	5.1. Наблюдение, самоанализ, изучение.	5.1. Отсутствие квалификации, необходимых знаний. 5.2. Отсутствие опыта.	5.1. Замечание от вышестоящего руководства. 5.2. Недопонимание в отношениях с подчиненными.

Рассмотрены выше проблемы государственного бюджетного учреждения могут привести к замедленному темпу работы, текучести кадров, невыполнению стратегически важных для региона задач, и, как следствие, к снижению репутации учреждения в системе административного управления.

Предложения – это инновации для улучшения применения заданных атрибутов менеджмента организации. Для решения возникших (или долгое время существующих) проблем учреждения разработаны предложения по развитию стиля управления, фрагмент перечня которых представлен в табл. 2.

Таблица 2. Предложения по развитию стиля управления организации (фрагмент).

Наименование проблемы (точки развития)	Наименование предложения	Средства реализации	Ожидаемые результаты
1. Цели, назначение			
1. Низкая производительность труда сотрудников	1.1. Постановка задач с четким формулированием цели. 1.2. Улучшение мер по мотивации сотрудников.	1.1. Регулярное проведение совещаний. 1.2. Использование возможности хвалить сотрудника.	1.1. Понимание сотрудниками поставленных задач. 1.2. Повышение желания сотрудников выполнять свою работу.
2. Ресурсы			
2. Неуважительное отношение подчиненных (между подчиненными, подчиненных к руководителю)	2.1. Регулярное проведение совещаний. 2.2. Снижений требований к подчиненным.	2.1. Четко поставленная речь. 2.2. Возможность творчески подходить к выполнению задач.	2.1. Постоянный контакт с руководителем. 2.2. Осознание сотрудниками своей значимости. 2.3. Выявление сотрудников с профессиональными качествами.
3. Информация			
3. Использо-	3.1.	3.1. Проведение	3.1. Понимание подчиненными

вание лишней (ненужной) информации при общении с подчиненными	Корректировка речи.	социального-психологического тренинга. 3.2. Регулярное проведение совещаний.	должностных требований. 3.2. Сокращение времени на досужие разговоры, постановку задач и т.д.
4. Основные этапы (операции) выполнения			
4. Затруднения руководителя в организации работы подчиненных	4.1. Повышение квалификации. 4.2. Замена руководителя на более опытного сотрудника.	4.1. Обучение сотрудника. 4.2. Поиск подходящей кандидатуры на должность.	4.1. Выполнение заданного объема работ в короткие сроки. 4.2. Понимание подчиненными требований руководителя, желание работать.
5. Методы выполнения			
5. Непонимание конкретной ситуации	5.1. Повышение квалификации.	5.1. Обучение сотрудника. 5.2. Регулярное проведение совещаний.	5.1. Быстрое ориентирование в возникшей сложной ситуации. 5.2. Принятие решений в экстренных ситуациях.

Результатом определения предложений являются рекомендации по развитию управления. Данные предложения могут помочь решить накопившиеся проблемы и провести модернизацию собственной работы, выбрать стиль управления [5].

Первым и одним из наиболее важных этапов технологии исследования и развития стиля управления станет этап подготовки. В рамках данного этапа происходит принятие ключевых решений: определение целей и задач, исследование внешних и внутренних условий, формирование бюджета, необходимых ресурсов [8, 10]. Заключительный этап содержит меры по закреплению достигнутых результатов и составление отчетов по проделанным работам. Этап мониторинга включает обработку и анализ полученных отчетов, анализ уровня достижения поставленных целей, выявление и устранение недостатков в процессе её реализации [2]. Технология исследования и развития стиля управления представлена на рис. 1.

Данная технология помогает представлять и раскрывать все этапы деятельности в рамках использования стиля управления в своей деятельности, а этапы, в свою очередь, разделять на конкретные операции. Данная технология

1. Подготовка



2. Проведение



мент)

менеджмента может применяться в практике управленческой деятельности на любой стадии существования и развития любой организации.

Таким образом, был проведенное исследование деятельности выбранного государственного учреждения Самарской области, в рамках которого были рассмотрен и охарактеризован атрибут менеджмента организации – стиль управления, определены и рассмотрены параметры и его содержание в рамках деятельности учреждения. Кроме того, была разработана технология менеджмента последовательность деятельности в виде операций по улучшению использования выбранного атрибута (стиля управления) менеджмента на примере государственного учреждения.

Список использованных источников

1. Акофф Р., Эмери Ф. О целеустремленных системах / пер. с англ. М.: Сов. радио, 1974. 272 с.
2. Анисимов О.С., Деркач А.А. Основы общей и управленческой акмеологии. М.; Новгород: СЕТ, 1995. 272 с.
3. Герасимов Б.Н. [Игровое моделирование управленческих процессов в организациях](#) // Менеджмент и бизнес-администрирование. 2017. №2. С. 33-40.
4. Герасимов Б.Н. Исследование роли и места менеджмента в управленческой деятельности организации // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2016. №1 (135). С. 55-60.
5. Герасимов Б.Н. Исследование и определение направления развития стратегии деятельности организации // Менеджмент и бизнес-администрирование. 2021. №1. С. 81-95.

6. Герасимов Б.Н. Построение систем управления организациями на основе типовых методологических подходов // Менеджмент и бизнес-администрирование. 2019. №3. С. 121-131.

7. Герасимов Б.Н., Герасимов К.Б. Методология управления: онтология, структура, содержание // Управление. 2020. Т.8. №3(37). С. 5-15.

8. Герасимов Б.Н., Герасимов К.Б. Технология управления: онтология, структура, содержание // Менеджмент и бизнес-администрирование. 2020. №3. С. 99-108. С. 23-33.

9. Герасимов Б.Н. Шимельфениг О.В. Онтология как рефлексивная картина представления экономических систем // Креативная экономика и социальные инновации. 2018. Вып 8. № 2(23). С. 7-26.

Герасимов Б.Н., Яковлева Н.Г. Управление персоналом организации. М.: МФЮА, 2011. 352 с.

10. Гительман Л.Д. Преобразующий менеджмент: Лидерам организаций и консультантам по управлению. М.: Дело, 1999. 496 с.

11. Гуияр Ф.Ж., Келли Д.Н. Преобразование организации / пер. с англ. М.: Дело, 2000. 376 с.

12. Клок К., Голдсмит Дж. Конец менеджмента и становление организационной демократии / пер. с англ. СПб.: Питер, 2004. 368 с.

Лафта Дж.К. Эффективность менеджмента организации. М.: Русс. дел. лит., 1999. 320 с.

Майнер. Дж. Процесс менеджмента / пер. с англ. М.: Дело, 1998. 195 с.

Питерс Т., Уотермен Р. В поисках эффективного управления / пер. с англ. М.: Прогресс, 1985. 357 с.

13. Пудич В.С. Системные компоненты менеджмента. Чебоксары: ИД «Пегас», 2009. т.1. 560 с. т.2. 502 с.

Саймон Г. Менеджмент в организации / пер. с англ. М.: Экономика, 1995. 335 с.

14. Хэмэл Г., Брин Б. Будущее менеджмента / пер. с англ. СПб.: BestBusinessBooks, 2013. 280 с.

15. Шепель В.М. Человековедческая компетентность менеджера. Управленческая антропология. М.: Дом педагогики, 2000. 544 с.

RESEARCH AND DEVELOPMENT OF MANAGEMENT STYLE IN THE ORGANIZATION

A.S. Filatova

*Samara University of Public Administration
"International Market Institute", Samara, Russia*

The desire to keep the organization in line with the challenges of the time requires continuous development of management and management. The devel-

opment of the organization is manifested in the dynamic development of new products, equipment and technology; the application of new forms of labor organization, operations, management and management. The study of the attributes of the organization's management through the understanding of specific problem situations is the main factor of the scientific approach to their improvement. Modern management methods allow you to perform the necessary developments for the development of the management style in the organization.

Keywords: organization, management, management, management style, development, problems, technology.

УДК 331

МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ КОНФЛИКТАМИ В ОРГАНИЗАЦИИ

Э.Ф. Хузиева, М.И. Салахова

*ФГБОУ ВО «Казанский государственный энергетический университет»,
г. Казань, Россия*

В статье рассмотрены механизмы снижения уровня конфликта в организации, а также пути их решения.

Ключевые слова: конфликты, методы решения конфликтов, причины конфликтов.

Каждый руководитель желает, чтобы его задачи и поручения выполнялись быстро, качественно и успешно. И каждый руководитель задумывается о том, что нужно предпринять, чтобы улучшить эти качества, и все же, какие эти меры, сейчас мы в этом разберемся.

Если копнуть глубже, то можно заметить, 70% успеха работы составляет команда. Команда – это единый организм и основная часть результата, то над чем можно и нужно работать. Что же такое конфликт, разногласие, отстаивание своей точки зрения, столкновение?

От того, как руководитель эффективно решит конфликтную ситуацию, его последствия либо причинят еще больше ущерба, либо помогут в настоящем и будущем, от чего будут зависеть последующие конфликты в организации.

Чтобы решить проблему конфликта, руководителю нужно заглянуть еще глубже и выяснить причину ее возникновения. На этом месте ошибаются многие, все дело в понимании, люди не машины, выслушать человека и понять в чем дело, да это то, что нужно. Звучит легко, но каждый ли человек захочет вам рассказать, что не так, что его тревожит. Оставим пока что этот философский вопрос и обратимся к науке.

С научной точки зрения бывают несколько причин возникновения конфликта: ограниченность в ресурсах – случается особенно в больших компаниях и организациях, ведь в них ресурсы часто ограничены, компания делает все, чтобы минимально затратить, но эффективно выполнить цель; взаимосвязь задач – человек зависит от того, как выполнит задачу другой человек; различия в целях – конфликт появляется из-за того, что организации становятся более специализированными и крупным, разбиваясь на подразделения. Тем самым специализированные подразделения, в свою очередь, сами формулируют свои цели и могут уделять большее внимание их достижению, чем целей всей организации. Различия в манере поведения; различия в манере поведения – тут все просто, люди не схожи и каждый индивидуален, бывает, что мы не понимаем друг друга. [1]

Для полного понятия ситуации, изучим виды конфликтов, не мало важно их понимать, для правильного разрешения неприятных ситуаций, с чем и с кем мы боремся.

Внутриличностный конфликт – мало платят, слишком много работы, отношение к коллективу плохое. Такие мысли у человека создают внутриличностный конфликт, чаще всего это неудовлетворение работой, бывает, что от работника требует слишком высокий результат, вследствие чего человек начинает сомневаться. Такой вид наблюдается у людей с низкой самооценкой или тем, кому не нравится место работы.

Межличностный – более распространенный вид, наблюдается между двумя людьми, обычно у людей с разными видами на жизнь и поведением. Чаще между руководителями, в борьбе с ограниченным количеством ресурсов.

Между группами людей – компании состоят из групп людей, и они не всегда довольны отношением управляющих и администрации к ним, работники объединяются, происходит сговор против начальства, как правило, это снижение эффективности работы или вообще забастовка.

Между личностью и группой – в каждой организации есть правила поведения и нормы, устанавливаемые самим коллективом, которые нужно соблюдать, чтобы быть принятыми в круг общения коллектива, но не всегда это происходит, кто-то хочет отличаться от других или кто-то просто не вписывается в круг их поведения, бывает, что природа человека совсем другая, тем самым от него отворачивается группа людей. [1]

После понятия причины и вида конфликта, руководитель должен предпринять правильную методику. Уменьшение конфликтности в организациях как раз-таки достигается с помощью различных методик.

Есть 4 основных метода разрешения конфликта - использование координационных и интеграционных механизмов, использование системы вознаграждений, разъяснение требований к работе, и установление общеорганизационных комплексных целей:

- разъяснение требований к работе – самый главный и результативный метод, нужно объяснить работникам их задачи, что от них ожидают, дать понять, что цели и результаты должны быть достигнуты, мотивировать, поставить все точки над i.
- координационные и интеграционные механизмы – второй по результативности метод, его суть состоит в том, что при конфликте двух и более сотрудников организации стоит обратиться к общему, выше стоящему начальнику, помочь решить данную ситуацию, подчиненные прислушиваются к советам выше стоящих людей, начальники для них авторитеты.
- установление общеорганизационных комплексных целей – еще один метод, который поможет разрешить конфликтную ситуацию. Общая цель или работа поможет двум или более работникам, выйти из ссоры и направить общие силы, чтобы добиться результата.
- использование системы вознаграждений – крайний метод из 4 основных, данная методика пересекается с 3-й методикой, если дать работникам общую задачу, поставить цель и вознаградить их в будущем за достижение цели, то они скооперируются, решив все свои ссоры, возьмутся за общее дело. [2]

Рассмотрев, все варианты разрешения конфликтных ситуаций, руководитель будет знать, что нужно делать в той или иной ситуации.

Но нужно понимать, что стопроцентных эффективных и не эффективных методик нет, все происходит на практике, от того как вы уместно или нет примените методику будет зависеть ее эффективность, как правильно действовать в данной ситуации, можно понять в ходе изучения конфликта, и конфликтующих сторон.

Таким образом, снизить уровень конфликтности в организации – главная задача руководителя, однако, снизить их, то есть спорные моменты, до нуля не получится, разногласия всегда были и будут, важно научиться ими управлять и правильно решать, не ущемив кого-либо.

Список использованных источников.

1. Анцупов А. Я., Шипилов А. И. Конфликтология. Учебник. СПб.: Питер. 2019. 528 с.

2. Степанов Е. И. Современная конфликтология. Общие подходы к моделированию, мониторингу и менеджменту социальных конфликтов. Учебное пособие. М.: ЛКИ, 2015. 176 с.

METHODS OF CONFLICT MANAGEMENT IN THE ORGANIZATION

E.F. Khuzieva, M.I. Salahova

*FSBEI HE «Kazan State Power Engineering University»
Kazan, Russia*

The article discusses the mechanisms of reducing the level of conflict in the organization, as well as ways to solve them.

Keywords: conflicts, methods of conflict resolution, causes of conflicts.

УДК 338.4

ПРОБЛЕМНЫЕ АСПЕКТЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СТРУКТУРЫ ТОВАРНОЙ ПРОДУКЦИИ В ПРОИЗВОДСТВЕННОМ СЕКТОРЕ

Е.С. Царева, О.А. Зарубина

*ФКОУ ВО «Академия права и управления Федеральной службы исполнения наказаний»,
г. Рязань, Россия*

В статье рассматриваются вопросы оптимизации ассортиментной политики производственного сектора, особое внимание уделяется основным принципам формирования ассортимента и одному из методов анализа структуры товарной продукции в рамках рассматриваемой проблемы.

Ключевые слова: товарная продукция, оптимизация, ABC-анализ, производственный сектор.

Производство в учреждениях ФСИН России охватывает многие отрасли промышленности и является многопрофильным.

Эффективность производственного сектора всегда занимает важное место среди актуальных вопросов в уголовно-исполнительной системе. Работа производственного подразделения УИС направлена на получение качественных товаров, работ и услуг при минимальных затратах. Если в первоначальной работе такие результаты возможны, то со временем активность может начать снижаться. Зная источники проблем и направлений повышения эффективности функционирования их легко устранить или улучшить. Об актуальности данного направления свидетельствует и большое количество публикаций отечественных авторов [1-4].

Формирование и реализация ассортиментной политики необходимы для решения, как маркетинговых, так экономических проблем: обеспечения безубыточной работы учреждения, управления объемом прибыли.

Задачи ассортиментной политики:

- установление реальных и предполагаемых потребностей в определенных товарах;
- определение основных показателей ассортимента и анализ его рациональности;
- выявление источников товарных ресурсов, которые необходимы для формирования рационального ассортимента;
- оценка материальных возможностей организации для выпуска, реализации отдельных товаров;
- определение основных направлений формирования ассортимента.

Основные принципы, которые должны быть определены ассортиментной политикой в области формирования ассортимента следующие:

– Расширение ассортимента – это количественные и качественные изменения набора товаров за счет увеличения показателей широты, полноты и новизны. Причины, способствующие расширению ассортимента: увеличение спроса и предложения, высокая рентабельность.

– Стабилизация ассортимента – состояние набора товаров, которое характеризуется высокой устойчивостью и низкой степенью обновления. Это редкое состояние ассортимента, присущее в основном ассортименту пищевых товаров повседневного спроса. Ассортимент непродовольственных товаров характеризуется высокой степенью изменений под влиянием моды, достижений научно-технического прогресса и другие.

– Обновление ассортимента – это количественные и качественные изменения состояния набора товаров, характеризующиеся увеличением показателя новизны. Критерием выбора этого направления можно считать необходимость удовлетворения постоянно изменяющихся потребностей, повышения конкурентоспособности, изменение моды, достижения научно-технического прогресса и др.

– Совершенствование ассортимента – это количественные и качественные изменения состояния набора товаров для повышения его рацио-

нальности. Это комплексное направление, обуславливающее выбор возможных путей: сокращение, расширение и (или) обновление ассортимента. При этом необходимо учитывать научно обоснованные рациональные потребности, а также требования общества: обеспечение безопасности для потребителей и окружающей среды, использование достижений научно-технического прогресса для максимального повышения качества жизни.

- Гармонизация ассортимента – это количественные и качественные изменения состояния набора товаров, отражающие степень близости реального ассортимента к оптимальному или лучшим зарубежным и отечественным аналогам, наиболее полно соответствующие целям организации.

- Сокращение ассортимента, т.е. количественное и качественное изменение состояния набора товаров за счет уменьшения его широты и полноты. Причины сокращения: падение спроса на товар, убыточность или низкая прибыльность при производстве и (или) реализации отдельных товаров

Выбор того или иного направления формирования ассортимента товаров из рассмотренных выше требует знания факторов, влияющих на него. Такие факторы подразделяются на общие и специфические. К общим факторам относят спрос и рентабельность.

При формировании товарно-ассортиментной политики учреждение должно учитывать, с одной стороны, спрос на данные виды продукции, а с другой – наиболее эффективное использование трудовых, сырьевых, технических, технологических, финансовых и других ресурсов, имеющихся в его распоряжении.

Система совершенствования товарно-ассортиментной политики включает в себя следующие основные элементы:

- определение текущих и перспективных потребностей покупателей;
- оценку уровня конкурентоспособности продаваемой продукции;
- изучение жизненного цикла продукции и принятие своевременных мер по внедрению новых, более рентабельных видов продукции;
- оценку экономической эффективности и степени изменений в ассортименте продукции.

Оптимизация ассортимента может осуществляться по таким направлениям, как его сокращение, расширение и обновление. Чтобы грамотно подойти к вопросу оптимизации мы предлагаем использовать ABC-анализ. Данный метод позволяет определить наиболее значимые ресурсы производственного подразделения с точки зрения валовых продаж и валовой прибыли. Цель ABC анализа – простое, удобное и наглядное ранжирование любых ресурсов с точки зрения их вклада в прибыль или продажи. Благодаря такому ранжированию можно правильно расставить приоритеты деятельности, сфокусировать использование ограниченных ресурсов учреждения (трудовые, временные и т.д.), выявить излишнее использование ресурсов и предпринять своевременные корректирующие меры.

Таким образом, в рамках рассматриваемой проблематики необходимо оптимизировать структуру товарной продукции производственного подразделения учреждения УИС путем проведения описанного выше анализа.

Список использованных источников:

1. Валуйко К.П., Зарубина О.А., Крапивина С.В. Особенности совершенствования сбытовой политики в пенитенциарной системе России // Формирование конкурентной среды, конкурентоспособность и стратегическое управление предприятиями, организациями и регионами: сб. статей V Междунар. науч.- практ. конференции. Пенза, 2020. С. 38-41.

2. Везломцева С.Г., Зарубина О.А. Особенности применения интернет-маркетинга в уголовно-исполнительной системе // Экономика и предпринимательство. 2018. № 5 (94). С. 1232-1235.

3. Грачева А.А., Кузьмина И.А., Курочкина Е.Н., Масальская М.В., Прудников В.В., Тарасов А.А. Актуальные вопросы ценообразования и калькулирования себестоимости продукции подсобных сельскохозяйственных подразделений уголовно-исполнительной системы // Курск: Университетская книга, 2018. – 181 с.

4. Зарубина О. А., Ураков И. А. К вопросу об организации сбытовой деятельности производственных подразделений учреждений УИС // Проблемы развития предприятий: теория и практика: сб. статей VI Междунар. науч.- практ. конференции. Пенза, 2019. С. 87-89.

5. Феофанова А.С., Зарубина О. А. К вопросу о конкурентоспособности продукции // Организационно-экономические и инновационно-

технологические проблемы модернизации экономики России: сб. статей X Междунар. науч.- практ. конференции. Пенза, 2020. С. 227-230.

PROBLEMATIC ASPECTS OF IMPROVING THE STRUCTURE OF COMMODITY PRODUCTS IN THE PRODUCTION SECTOR

O. A. Zarubina, E. S. Tsareva

*Academy of the Federal penitentiary service of Russia,
Ryazan, Russia*

The article deals with the issues of optimizing the assortment policy of the manufacturing sector, with special attention paid to the basic principles of assortment formation and one of the methods of analyzing the structure of marketable products within the framework of the problem under consideration.

Keywords: commodity products, optimization, ABC analysis, production sector.

УДК 339.564

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В ОБЛАСТИ ЭКСПОРТА ТОВАРОВ И УСЛУГ

Ю.А. Черкасова

ФГАОУ ВО «Московский государственный институт международных отношений (университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации», г. Москва, Россия

В статье анализируются последние тенденции на мировом рынке товаров и услуг, вызванные распространением COVID-19 и введенными ограничительными мерами в большинстве стран мира. Раскрывается проблема взаимосвязи инновационности и конкурентоспособности компаний. Целью написания работы является определение новых путей развития деятельности предприятий и оптимизации мер государственной поддержки экспортно ориентированных компаний. В результате проведенного исследования выработаны рекомендации для организаций как частного, так и государственного сектора

Ключевые слова: внешнеэкономическая деятельность, экспорт, государственная поддержка экспорта, инновации, конкурентоспособность предприятий, COVID-19.

Определение наиболее актуальных тенденций на мировом рынке необходимо как для компаний частного сектора, которые хотят преуспеть на зарубежном рынке, так и для организаций государственного сектора в процессе выработки политики, направленной на поддержку экспортной деятельности и повышение конкурентоспособности отечественных компаний.

Прежде всего стоит отметить общее влияние пандемии COVID-19 на мировую экономику в 2019-2021 годах. Справедливо полагать, что глобальное восстановление экономики будет зависеть от предложения на рынке средств индивидуальной защиты, оборота вакцин и медикаментов, требуемых для лечения. В целом нестабильная эпидемиологическая обстановка привела к появлению трех трендов, влияющих на международную торговлю, которые продолжают усиливаться в 2021 году: уязвимость цепочек поставок, применение политики протекционизма, переход в «онлайн» режим. [1]

Что касается последнего, то, согласно мнению экспертов, компании, которые отнеслись к мировому экономическому кризису на фоне пандемии как к переходному периоду и воспользовались им для создания услуг электронной коммерции, как правило, пострадали меньше, чем фирмы, которые не изменили свою структуру и предложение. Стремительное внедрение новых технологий таких как искусственный интеллект, блокчейн, робототехника и беспилотники за последние несколько лет произвело революцию в цепочках поставок. Такой прогресс можно считать выходом на новый уровень. Очевидно, что как крупные, так и малые и средние предприятия и в дальнейшем будут развиваться в данном направлении, совершенствуя гибкость и автоматизацию всевозможных процессов.

Из-за того, что управлять цепочкой поставок становится все сложнее, появляется необходимость найма новой специализированной команды экспертов для этой цели. Это особенно актуально, когда компания планирует или уже осуществила выход на мировой рынок. Многие предприниматели в таком случае прибегают к услугам аутсорсинга. Компании, предоставляющие услуги в сфере менеджмента цепей поставок «supply chain as service» готовы предложить использование современных подходов и самых новых технологий в процессе администрирования процессов цепи. Такие услуги приобрели особую популярность в связи с введенными ограничениями на полеты, поскольку дополнительная команда может находиться в стране назначения и решать проблемы, возникающие непосредственно на местах, когда основная бизнес-команда не может этим заниматься.

Вышеперечисленные тенденции являются также предпосылками к четвертой – желанием компаний удовлетворить потребителя. Компании стремятся делать акцент только на интересных покупателям продуктах. Потребители все чаще выбирают полностью экологичные продукты, и популярность идеологии, основывающейся на заботе об окружающей среде, набирает обороты с каждым годом. Так, статистика продаж около 85% ритейл-компаний свидетельствует о росте продаж экологически чистых продуктов за последние пять лет, а 92% ритейлеров прогнозируют дальнейшее увеличение продаж таких продуктов в ближайшие пять лет. Именно на рынке появляется все больше товаров с пометкой об экологичности. [2] К тому же сегодня компании ориентированы на соблюдение принципа про-

зрачности в вопросе безопасности своих сотрудников и клиентов. Большинство предприятий уведомляют клиентов о том, что для них здоровье в приоритете, и поэтому, например, в случае с пандемией коронавируса, фирмы сокращают число сотрудников, работающих на складе, и предупреждают о возможных задержках поставок.

Кроме того, предприниматели активно взаимодействуют с государственными органами, контрагентами, партнерами, логистическими службами и прочими акторами, чтобы обеспечить положительные впечатления клиентов от каждой покупки. Гибкие компании готовы пересмотреть свою клиентскую базу и целевую аудиторию продукта, чтобы стать конкурентоспособнее. Такие предприятия не боятся перемен и применяют инновационные подходы даже при переходе в онлайн формат. Одной из главных тенденций мирового рынка за последний год стало сотрудничество и выпуск межотраслевого продукта совместно с другими участниками рынка. Такие товары или услуги пользуются большим спросом среди потребителей, поскольку представляют принципиально новый продукт, у которого еще нет аналогов на рынке. Примером может служить совместный продукт компании, реализующей платформу по бронированию столов в ресторанах и кафе, и городских супермаркетов, позволяющих бронировать посещение выбранного магазина без ожидания в очереди на улице. В некоторых странах государственные органы начали активно стимулировать сотрудничество между различными компаниями. Кроме того, руководители компаний, в которых использовали такой подход, сообщили о положительном влиянии партнерства на экономические показатели и около 78% предпринимателей заявили о намерении продолжить применение такой практики и в будущем. Некоторые предприятия не прибегают к сотрудничеству, а создают новый, ранее не представленный в ассортименте или изменяют уже выпускаемый продукт таким образом, чтобы спрос на него был выше, чем на изначальную версию. Например, парфюмерные дома стали создавать антисептические средства, необходимые каждому в повседневной жизни. [1]

Таким образом, анализ мировых трендов внешнеторговой деятельности позволяет убедиться в том, что изменения на рынке, которые появились в результате распространения COVID-19 и ограничительных мер, введенных в большинстве стран, останутся навсегда. Будущие трансформации рынка будут также создавать новые формы торговли, пути взаимодействия субъектов между собой и доказывать, что современные экономические процессы неотделимы от технологий, развивающихся одновременно с научно-техническим прогрессом. Экспортеры должны внимательно изучать поведение игроков на международном рынке, чтобы вырабатывать свою стратегию согласно новым условиям и внедрять инновации, чтобы повысить свою конкурентоспособность. Органам государственной власти также стоит отслеживать тенденции функционирования и развития зарубежных рынков, чтобы предлагать экспортерам эффективную помощь. В

связи с чем целесообразно создание раздела на портале внешнеэкономической деятельности или на сайте РЭЦ, где перечислялись бы примеры лучших зарубежных и отечественных практик, позволившим компаниям выстоять в кризисных ситуациях, новые подходы к управлению предприятием, основные инновации и способы их применения.

Список использованных источников:

1. P. Hayatt 10 global trends we'll be watching in 2020 [Электронный ресурс] // Trade ready – blog for international trade experts – URL: <https://www.tradeready.ca/2019/featured-stories/10-global-trade-trends-well-be-watching-in-2020/> (Дата обращения: 19.03.21)

2. The European Union market for sustainable products [Электронный ресурс] // International trade Centre, European Commission, 2019 https://www.intracen.org/uploadedFiles/intracenorg/Content/Publications/EU%20Market%20for%20Sustainable%20Products_Report_final_low_res.pdf (Дата обращения: 15.03.21)

CURRENT TRENDS IN WORLD TRADE OF GOODS AND SERVICES

Iu.A. Cherkasova

FSAEI HE “Moscow state Moscow State Institute of International Relations

(University) of the Ministry of Foreign Affairs of the Russian Federation”

Moscow, Russia

The article analyzes the latest trends in the global market of goods and services caused by the spread of COVID-19 and the restrictive measures imposed in most countries of the world. The problem of the relationship between innovation and competitiveness of companies is revealed. The purpose of this paper is to identify new ways to develop the activities of enterprises and optimize the measures of state support for export-oriented companies. As a result of the study, recommendations were developed for both private and public sector organizations

Keywords: external economic activity, export, state export promotion, innovations, enterprises' competitiveness, COVID-19.

УДК 37

МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА МЕНЕДЖМЕНТА

Д.Р. Шайхутдинова, Д.М. Шакирова

ФГБОУ ВО «Казанский государственный энергетический университет»

г. Казань, Россия

Статья описывает методы реализации возможностей сотрудников, обучения персонала процессам качества и привитие основных ценностей в качестве прочной основы для успешного развития организации. Сравнивая практики и методологии, подчеркивается важность обучения руководства и сотрудников, а также распределения ответственности и доверия как основных ценностей. Изучаются основные этапы, которые помогают разработать успешную стратегию развития организацию.

Ключевые слова: управление персоналом, развитие организации, методы и методология, работа, рабочее место, удовлетворенность, решения.

Ранний подход к развитию управления человеческими ресурсами подчеркивал индивидуальное развитие через обучение и надлежащий надзор [1]. Однако с развитием и усложнением структуры организаций было определено, что обучение отдельных сотрудников играет лишь ограниченную роль в развитии организаций. Очень остро сегодня заметна потребность в улучшении качества рабочей атмосферы за счет повышения уровня удовлетворённости и продуктивности.

Первым исследователем категории качества считается греческий философ Аристотель. Еще в IV в. до н. э. в работе «Метафизика» он дал определение качества: «Качеством, с одной стороны, называется видовое отличие сущности, как, например, человек есть некоторое качественно определенное животное, потому что это животное двуногое, а конь – четвероногое; и круг – некоторая качественно определенная фигура, ибо эта фигура без углов, так что качеством является относящееся к сущности видовое отличие».

Улучшения качества рабочей атмосферы зависит от таких факторов, как характер работы, роль и участие сотрудников в принятии рабочих решений [1]. Методами, используемыми для развития уровня качества управления персоналом, являются: обогащение работы, дизайн работы, ролевое управление и внутренний маркетинг. Понимание менеджерами этих методов и их применение в организациях имеет важное значение для повышения уровня развития качества в организации. [2]

1. Метод обогащения работы включает в себя подробный анализ работы для понимания факторов, которые определяют уровень удовлетворенности сотрудников. Данный метод использует работу как средство развития сотрудников и трансформирования организационной практики компа-

ний. Примером факторов, повышающих удовлетворенность работой, могут являться: трудовые успехи работника (достижения), признание заслуг, характер самой работы, возможность учиться новому и повышать свою квалификацию. [2]

Согласно Герцбергу, принцип обогащения рабочих мест – это методология, которая подразумевает устранение контроля при сохранении подотчетности, расширение и усложнение трудовых функций, независимость в принятии решений и помощь сотрудникам в их становлении при выполнении задач [2]. Эти методы могут применяться менеджерами для повышения качества управления рабочим персоналом и удовлетворенности персонала работой.

Реализация программ по обогащению рабочих мест оказалась успешна в плане повышения качества работы и удовлетворенности работой [1]. Однако было установлено, что данная методология имеет ограниченное представление о работе, и была определена необходимость акцентирования внимания человеческим ценностям [2]. Такая трансформация привела к созданию концепции дизайна работы, которая заключается в структурировании работы для удовлетворения технических, организационных, социальных и человеческих требований человека, выполняющего работу.

2. Методология дизайна рабочих мест, основанная на гуманизации труда, направлена на повышение качества рабочей атмосферы путем изменения отношения к работникам как к людям и акцентирования их развития и участия в принятии решений [3]. Она подчеркивает использование внешних и внутренних факторов работы, участие сотрудников в управлении, автономию, адаптируемость и разнообразие труда. Концепция дизайна рабочих мест может быть использована менеджерами с целью расширения участия персонала в планировании и управлении задачами компании, что позволит улучшить качество их «трудовой жизни» [3].

3. Изучение методологии ролевого управления является относительно неиспользуемым аспектом управления. Роли (должности) являются важным фактором повышения эффективности работы организации. Эта ролевая связь сотрудников с компанией позволяет повысить эффективность работы организации при помощи глубинной интеграции отдельных лиц в организацию. Такая интеграция повышает уровень удовлетворенности и личную эффективность сотрудника [1]. Цель ролевого управления заключается во взаимодействии ролей в организациях.

4. Концепция внутреннего маркетинга предполагает, что к сотрудникам (персоналу) нужно относиться как к клиентам, т.е. с концентрацией внимания на его интересах, а не только как к «инструменту» достижения целей организации и ее руководства, который может быть заменен в любой момент [4].

Эта методология подразумевает, что сотрудники рассматриваются как внутренние клиенты, а рабочие места – это внутренние продукты, которые

должны быть разработаны таким образом, чтобы лучше удовлетворять потребности клиентов [3]. Внутренний маркетинг направлен на постоянное совершенствование деятельности компании по нескольким направлениям:

- мотивация сотрудников на высокое качество обслуживания клиентов;
 - поиск и привлечение новых высококвалифицированных сотрудников;
 - постоянное повышение профессиональных умений и навыков персонала;
 - оптимизация процесса взаимодействия структурных подразделений компании для достижения единых (для компании) стратегических целей.
- [3]

В заключении, стоит отметить, что на сегодняшний день большинство топ-менеджеров используют классические устаревшие методики управления персоналом, не учитывая мнения сотрудников, что ведет к снижению уровня качества менеджмента организации. Именно поэтому изучение и применение методов управления, основанных на отношениях к сотрудникам, является объектом совершенствования уровня развития и качества компании. Также необходимо отметить, что важно не просто собрать воедино или механически объединить несколько вышеперечисленных методов, исходя из особенностей и специфики операционной деятельности как самого предприятия, так и производственной деятельности (характера и содержания трудовых функций) работника.

Список использованных источников.

1. Минченко Л.В., Подавалкина Е.В., Журавлева М.Н. Совершенствование системы управления и развития персонала на предприятии // Научный журнал НИУ ИТМО. 2018. № 2. С. 75-80.
2. Калмыкова О.Ю., Гагаринская Г.П., Чечина О.С. Кадровый риск-менеджмент: инновации и практика // Вестник евразийской науки. 2020. Т. 12. № 6. С. 53.
3. Mykhailova Y., Valinkevych N., Kulikov O. Conceptual principles and modern methods of forming a system for assessing the quality of personnel management of construction companies // The scientific heritage. 2020. № 56. С. 38-43.
4. Селентьева Д. О., Зиганшина Д. Г. Совершенствование системы управления персоналом организации // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2018. № 12-1. С. 81-86.

METHODS OF PERSONNEL MANAGEMENT TO IMPROVE THE QUALITY OF MANAGEMENT

D.R. Shaikhutdinova, D.M. Shakirova

*FSBEI HE «Kazan State Power Engineering University»,
Kazan, Russia*

This article describes the methods of implementing employee capabilities, training staff in quality processes, and instilling core values as a solid foundation for the successful development of the organization. Comparing practices and methodologies, emphasizing the importance of training management and employees, as well as the distribution of responsibility and trust as core values, studying the milestones that help develop a successful strategy for the development of the organization.

Keywords: human resource management, organization development, methods and methodologies, work, workplace, satisfaction, solutions.

УДК 331.1

ВЗАИМОСВЯЗЬ КАДРОВОЙ СТРАТЕГИИ И СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ОРГАНИЗАЦИИ

Д.М. Шакирова, Р.Р. Мубаракшина

*ФГБОУ ВО «Казанский государственный энергетический университет»,
г. Казань, Россия*

В данной статье представлена сущность понятий кадровой стратегии, а также типы стратегий развития организации. Рассмотрена взаимосвязь между кадровой стратегией и общей стратегией развития организации.

Ключевые слова: стратегия, кадровая стратегия, человеческие ресурсы, стратегическое планирование.

В современных условиях российской рыночной экономики и высокой конкуренции управленческая деятельность имеет важное значение для организации. Таким образом, возникает необходимость разработки стратегических управленческих задач в системе управления организацией. Чтобы добиться успешного функционирования и развития на рынке, организация должна уделять внимание своему персоналу и социально-трудовым отношениям в самой организации. Поэтому для любой организации средством достижения успеха и основой конкурентных преимуществ будет кадровая стратегия.

Кадровая стратегия организации в современной литературе рассматривается авторами по-разному. Наиболее распространенные определения включают в себя:

- это приоритетный, качественно определенный курс действий, разработанный руководством организации, необходимый для достижения долгосрочных целей по созданию высокопрофессиональной, ответственной и сплоченной команды и учитывающий стратегические цели организации и ее ресурсные возможности

- это программный способ мышления и управления, обеспечивающий согласование целей, возможностей предприятия и интересов работников.

Она предполагает не только определение общего курса деятельности компании, но и повышение мотивации и заинтересованности всех сотрудников в его осуществлении; [1]

Стратегия необходима для определения вектора развития предприятия и обеспечения его целостности. В результате стратегический подход к развитию широко используется во многих организациях. Она дает возможность найти то направление развития, которое бы подходило для любой компании, реализовать свои ресурсы так, чтобы не было больших убытков при их неправильном применении.

Стратегия развития организации- это долгосрочный разработанный план, который не детализирует этапы, включает в себя совокупность методов и действий, направленных на достижение поставленных целей и выполнение задач.

Всем известно, что кадровая стратегия очень тесно связана со стратегией развития любой организации. Они являются неотъемлемым элементом при работе и управлении кадрами персонала, а также играют большую роль в повышении эффективности развития внутренней работы организации и достижения совместных целей (рис.1)

ВЗАИМОСВЯЗЬ СТРАТЕГИИ ОРГАНИЗАЦИИ И КАДРОВОЙ СТРАТЕГИИ

Стратегия организации	Требования к персоналу	Элементы кадровой стратегии			
		Отбор	Оценка	Развитие	Вознаграждение
Стратегия предпринимательства	Гибкость мышления, ответственность на управленческие риски, высокая работоспособность, умение работать в группах	Из числа новаторов с высоким потенциалом и компетенцией	По индивидуальным результатам, малоформализована	Индивидуальное развитие и повышение квалификации	Привлечение к участию в реализации стратегии и разработке управленческих решений
Стратегия динамического роста	Квалификация, преданность организации, умение адаптироваться к изменениям	Из числа высококомпетентных специалистов	По индивидуальным результатам	Постоянное повышение квалификации, профессиональное продвижение	По оценке индивидуального труда, эффективной работы в группах и группового поведения

Кадровая стратегия и стратегия развития организации представляют вместе одно целое, так как неразрывно связаны. Поэтому для того, чтобы предприятие работало и функционировало по единому вектору направления, необходимо, чтобы эти два главных элемента взаимодействовали и согласовывали между собой.

Также, для получения эффективного результата от взаимодействия кадровой стратегии и стратегии организации, учитывают факторы, которые смогут повлиять на их положительную реализацию. Данные условия являются лишь показателями примера того, что их взаимодействие возможно для любой организации:

- возможность кадрового управления поучаствовать в усовершенствовании стратегического плана;
- совместный анализ вопросов и проблем сотрудниками организации;
- создание комфортных условий для реализации быстрой и безопасной адаптации любого сотрудника к постоянно изменяющимся условиям внутри организации и за ее пределами;
- учет индивидуальных достижений и результатов персонала при формировании заработной платы;
- формирование устойчивой системы организации труда, направленная на основные моменты работы любой организации: культура ведения разговоров, предоставление комфортного рабочего места каждому сотруднику и другие.

Каждый аспект взаимодействия должен четко проанализирован и применен организацией для повышения эффективности работы.

Подводя итог, можно сказать, что правильное применение кадровой стратегии и стратегии развития организации дает большую возможность для максимальной реализации существующих ресурсов и получения большой выгоды.

Список использованных источников

1. Дудин М.Н. Стратегический менеджмент: учебное пособие для студентов высших учебных заведений. Москва: КноРус, 2014.
2. Дэкерс, Л. Мотивация: теория и практика: расшир. курс / Л. Дэкерс. – М. : ГроссМедиа, 2007.
3. Ветлужских Е «Мотивация и оплата труда: Инструменты. Методики. Практика» / Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Ар Медиа 2007.

RELATIONSHIP BETWEEN HR STRATEGY AND DEVELOPMENT STRATEGY ORGANIZATIONS

D. M. Shakirova, R. R. Mubarakshina

*Kazan State Power Engineering University,
Kazan, Russia*

This article presents the essence of the concepts of personnel strategy, as well as the types of strategies for the development of the organization. The relationship between the HR strategy and the overall development strategy of the organization is considered.

Keywords: strategy, HR strategy, human resources, strategic planning.

УДК 005.331

ЭФФЕКТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ ОРГАНИЗАЦИЕЙ ПУТЕМ МОТИВАЦИИ СОТРУДНИКОВ

Д.М. Шакирова, А.Р. Казиханов

*ФГБОУ ВО «Казанский государственный энергетический университет»,
г. Казань, Россия*

В данной статье определяются факторы, влияющие на мотивацию сотрудников, рассматриваются теории мотивации, выявляется связь между эффективным управлением и мотивацией сотрудников в организациях.

Ключевые слова: мотивация, мотивация сотрудников, управление, управление персоналом.

Любая организация стремится быть успешной, но только немногие считают, что сотрудники являются ее главным активом, который может привести к долговременному успеху организации. Современный рынок характеризуется высоким уровнем конкуренции, и каждая организация сталкивается с проблемой текучести персонала. Чтобы этого предотвратить, следует создать и поддерживать высокую сплоченность коллектива. Пока сотрудники не будут удовлетворены, мотивированы на воплощение личных целей и достижение целей организации, достичь успеха организации будет сложно. Сотрудники организации являются самой основной частью управления компании, поэтому необходимость влиять на них и убеждать их о важности достижения цели компании становится важной задачей руководителей. Каждая организация ориентирована на цели, которые ставит перед собой, и все усилия направлены на их реализацию. Поэтому, чтобы укрепить успех в достигнутых целях, менеджеры должны постоянно способствовать формированию мотивации сотрудников.

Доказано, что если персонал не мотивирован, он не может достигнуть высокого уровня производительности. Для того чтобы сотрудник был мо-

тивирован выполнять свои обязанности, он должен понимать, что его потребности удовлетворяются.

Мотивация – это способность человека удовлетворять свои потребности посредством какой-либо деятельности. Для достижения определенных целей, человек должен быть уверенным в своем предназначении. Отсутствие мотивации оказывает отрицательное влияние на производительность.

Кроме того, мотивация рассматривается как процесс стимулирования людей к достижению определенных целей, а также процесс стимулирования себя к действию, чтобы удовлетворить потребность. Руководству организации нужно поощрять достижение не только организационных целей, но и личных целей работников.

Стоит отметить, что деньги - это не единственный способ мотивации, который используется при управлении персоналом. Есть и другие стимулы, позволяющие стимулировать работников в организации. Работник является в первую очередь, обычным человеком с неограниченными потребностями. Одни только деньги не способны удовлетворить все его потребности.

Мотивация сотрудников в организациях дает следующие преимущества:

- 1.Повышает эффективность сотрудников. Вовлеченность сотрудников приведет к улучшению производительности, повышению эффективности компании.

2. Активизирует человеческие ресурсы. Для достижения целей компании требуются физические, финансовые и человеческие ресурсы. Именно благодаря мотивации, человеческие ресурсы можно использовать в полном объеме. Это можно сделать формированием готовности сотрудников работать. Это поможет компаниям обеспечить рациональное использование ресурсов.

3. Создает хорошую атмосферу в коллективе. Работа занимает большую часть жизни человека, поэтому нужно, чтобы атмосфера на работе была благоприятной. От общего климата в коллективе напрямую зависит эффективность коллективной работы сотрудников и межличностных отношений. Есть работники которые ценят хорошие взаимоотношения с коллегами и положительные эмоции, больше чем перспективы карьерного роста и большего материального вознаграждения за труд.

4. Приводит к достижению целей организации. Развитие системы мотивации персонала в организации помогает достичь максимальных результатов, увеличить производительность сотрудников компании, повысить конкурентоспособность организации.

5. Стабилизация кадров. Правильно выстроенная система мотивации создает у сотрудников лояльность к организации. Лояльность персонала – уровень мотивации сотрудника, при котором он проявляет преданность компании, заинтересованность в ее успехе. Такой сотрудник стремится за-

держаться в компании в долгосрочной перспективе, поэтому высокий уровень лояльности персонала уменьшает уровень текучести в компании, тем самым приводит к стабильности кадров.

При создании правильной системы мотивации персонала, происходит повышение продуктивности сотрудников, так как сформированная внутренняя мотивация положительно влияет на деятельность специалистов. Грамотно Продуманная система мотивация активизирует трудовую деятельность сотрудников, что в свою очередь повышает эффективность всей системы управления персоналом.

Список использованных источников.

1. Чернов А.В., Зарубина Е.В. Совершенствование методов отбора персонала // Молодежь и наука. 2017. № 6. С. 50.
2. Куанышпаева А.К., Шарипова Н.Ф. Совершенствование методов отбора персонала в организации // Молодежь и наука. 2017. № 4-1. С. 75.
3. Петрова Л.Н. Инновационные подходы к кадровой службе организации // Молодежь и наука. 2014. № 2. С. 36.
4. Петрова Л.Н., Крутикова Н.Ф., Куимова В.А. Понятия информационной безопасности и защиты информации в управленческой системе // Молодежь и наука. 2019. № 9. С. 19.

EFFECTIVE MANAGEMENT OF THE ORGANIZATION BY MOTIVATING EMPLOYEES

D.M. Shakirova, A.R. Kazikhanov

*Kazan State Power Engineering University,
Kazan, Tatarstan*

This article identifies the factors that influence employee motivation, examines the theories of motivation, and identifies the relationship between effective management and employee motivation in organizations.

Keywords: motivation, employee motivation, management, personnel management.

УДК 336.02

ФИНАНСОВАЯ СТРАТЕГИЯ ОРГАНИЗАЦИИ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Д.М. Шакирова, Д.Р. Файзуллин

*ФГБОУ ВО «Казанский государственный энергетический университет»
г. Казань, Россия*

В данной статье дано определение финансовой стратегии, определены ее цели и описаны факторы, которые необходимо учитывать при ее планировании.

Ключевые слова: финансовая стратегия, средства, планирование, управление капиталом, финансовые решения, стратегическое решение.

Финансовая стратегия организации в основном связана с закупками и использованием средств. Основной ее целью является обеспечение адекватного и регулярного поступления средств, удовлетворяющих нынешним и будущим потребностям предприятия.

Финансовая стратегия взаимосвязана с такими областями, как финансовые ресурсы, анализ структуры затрат, оценка потенциала прибыли, функции бухгалтерского учета и т.д. Иными словами, финансовая стратегия связана с наличием источников, использованием и управлением средствами. Она фокусируется на согласовании управления финансами с корпоративными и бизнес-задачами организации для получения стратегического преимущества.

Согласно мнению ученых и специалистов – «финансовая стратегия изучает финансовые последствия корпоративных и бизнес-стратегических вариантов и определяет наилучший финансовый курс действий [1;2]. Она также может обеспечить конкурентное преимущество за счет более низкой стоимости средств и гибкой способности привлекать капитал для поддержки бизнес-стратегии.

Задачами финансовой стратегии принято определять:

1. Максимизация финансовой стоимости фирмы. Финансовая стратегия может обеспечить конкурентное преимущество предприятия за счет низкозатратных средств. Исследования указывают на то, что высокий уровень задолженности ведет к повышению производительности и улучшению денежных потоков. Исследования также указывают на то, что стратегия диверсификации влияет на финансовую стратегию [1]. Акционерное финансирование является гораздо более предпочтительным для соответствующей диверсификации, в то время как долговое финансирование является более предпочтительным для несвязанной диверсификации.

2. Выкуп за счет заемных средств. При выкупе с использованием заемных средств компания приобретает в рамках сделки, которая в основном финансируется за счет средств, полученных у третьей стороны, например, у банка или финансового учреждения. Основными проблемами при выкупе с использованием заемных средств называют: слишком большие ожидания, «выгорание» руководства, использование слабых мест и отсутствие стратегического управления и упадок фирмы [2].

3. Управление дивидендами. Многие производители компьютеров вообще не декларируют дивиденды. Вместо этого они используют эти средства для дальнейшего роста фирмы, что, в свою очередь, приводит к увеличению продаж, высокой прибыли и увеличению стоимости акций [3].

Для оценки значимости финансовой стратегии стоит также рассмотреть ее важные компоненты:

Компонент № 1 – финансирование. Доступность средств является важным условием для реализации многих выбранных стратегий [3]. Спе-

циалистами отмечается, что финансирование может быть получено из двух источников:

1. Внешние источники средств – могут состоять из собственного капитала и / или заемного капитала [2]. Собственный капитал может быть увеличен путем выпуска обыкновенных акций или привилегированных акций. С другой стороны, заемный капитал может быть привлечен путем выпуска долговых обязательств, срочных займов, государственных депозитов, других займов и кредитов [3].

2. Внутренние средства – формируются за счет удержания прибыли (хранения свободных резервов) и обеспечения амортизации основных средств [2]. Финансовый менеджер должен обеспечить предоставление средств по разумной цене и с минимальным риском. Он должен принимать решения об оптимальном сочетании финансирования (сочетание долга и собственного капитала) или структуре капитала организации.

Компонент № 2 – инвестиционные решения. Они являются жизненно важным аспектом финансовой стратегии. Инвестиционное решение – это операция, которая после тщательного анализа организует сохранность капитала и удовлетворительную доходность. Инвестиции часто идентифицируются с безопасностью [1]. Следует отметить, что фонды связаны с денежными средствами и имеются в наличии в ограниченном количестве (компания должна принимать очень осторожные решения относительно общей суммы активов, которые будут храниться на предприятии), составом этих активов и риском, связанным с инвестированием фондов. Стратегические решения относительно типа приобретаемых основных средств должны приниматься в рамках корпоративной финансовой стратегии.

Компонент № 3 – дивидендные решения. Решение о выплате дивидендов имеет решающее значение для финансового менеджера. Оно определяет размер прибыли, которая будет распределена между акционерами, и размер прибыли, которая будет сохранена в бизнесе для финансирования его долгосрочного роста [3]. Целью дивидендной политики является максимизация стоимости фирмы для ее акционеров [2].

Компонент № 4 – управление оборотным капиталом. Оборотный капитал необходим для повседневной работы компании. Руководство оборотным капиталом очень важно, так как при эффективном управлении он может максимизировать благосостояние акционеров. Источниками оборотных средств являются торговые и банковские кредиты, дисконтирование векселей, овердрафт и другие [3]. На стратегические решения в этом отношении существенно влияют компромиссы между ликвидностью и доходностью.

Компонент № 5 – управление денежными потоками. Для фирмы оно включает в себя управление ликвидностью фирмы и минимизацию финансовых затрат. Финансовый отдел также должен стремиться к минимизации налогов.

Международные компании должны заниматься различными денежными, политическими и финансовыми аспектами этих проблем, так как они работают во многих странах. Стратегические решения в этом отношении в подобных организациях должны приниматься более тщательно [2]. Умение фирмы приспосабливаться к изменению внешней среды часто зависит от ее способности получения денежных средств. К примеру, в результате колебаний валютных курсов и процентных ставок международные компании повышают требования и внутренний надзор в денежно-кредитной сфере.

Компонент № 6 – управление развитием и рисками. Развитие компании в финансово-экономическом плане является довольно капиталозатратным и требует осторожного управления [1]. Для эффективной разработки концепции управления развития необходима организация сбора необходимой информации для оценки инвестиционных возможностей для того. Также, необходимо учитывать все внешние риски, для минимизации негативных финансовых последствия для компании. Менеджменту компаний необходимо адекватно принимать стратегические решения в отношении управления развитием и рисками.

В заключении, хотелось бы отметить, что грамотное и компетентное составление финансовой стратегии компании с учетом всех факторов, влияющих на бизнес, позволит повысить финансово-экономические показатели предприятия и даст толчок к дальнейшему развитию, однако, в противном случае, если не предусмотреть все риски для компании в стратегическом финансовом планировании, высок шанс разорения организации.

Список использованных источников.

1. Гейбель Е.Э., Халяпин А.А. Финансовый менеджмент в организации // Естественно-гуманитарные исследования. 2019. № 24(2). С. 18-21.
2. Довыденко К.В. Особенности развития финансового менеджмента на предприятиях малого торгового бизнеса // Актуальные проблемы социально-экономических наук. 2016. С. 33-35.
3. Герасименко А. Финансовый менеджмент - это просто / Базовый курс для руководителей и начинающих специалистов / Москва, 2016.

FINANCIAL STRATEGY OF THE ORGANIZATION AS A FACTOR OF INCREASING THE EFFICIENCY OF THE ENTERPRISE

D.M. Shakirova, D.R. Fayzullin

*FSBEI HE «Kazan State Power Engineering University»,
Kazan, Russia*

This article provides a definition of a financial strategy, defines its goals and describes the factors that must be considered when planning it.

Keywords: financial strategy, funds, planning, capital management, financial decisions, strategic decision.

УДК 007.331

СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ

Д.М. Шакирова, А.Р. Казиханов

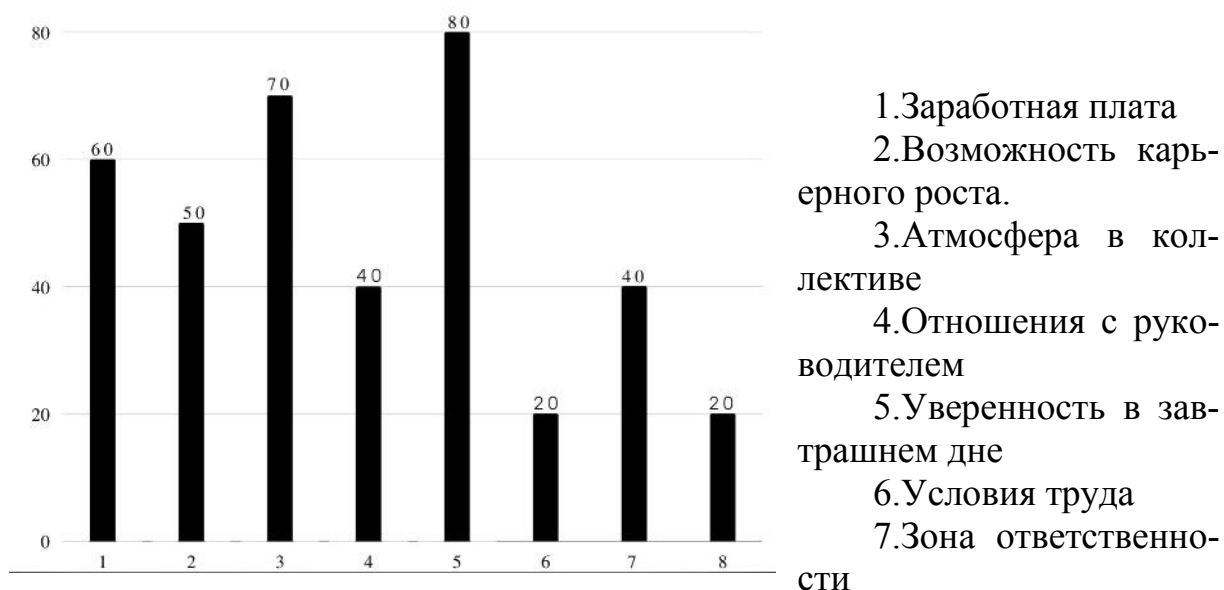
*ФГБОУ ВО «Казанский государственный энергетический университет»,
г. Казань, Россия*

В данной статье рассмотрено планирование потребности в персонале и описание мотивирующих факторов, на основании которых даются рекомендации по совершенствованию оплаты труда.

Ключевые слова: персонал, торговая организация, планирование, мотивация, производительность труда.

Ключевым фактором увеличения производительности труда считается эффективная система мотивации персонала, рекомендуется подробно проанализировать мотивирующие факторы, оказывающие на человека при выборе места работы, сделать это можно путем анкетирования.

На рисунке 1 представлены результаты анкетирования студентов 4 курса направления «Тепловые электрические станции» в количестве 380 человек. Исходя из полученных данных следует, что не всегда заработная плата является основным критерием при выборе будущего места работы. Им важно видеть перспективы развития компании и карьерного роста, а также чувствовать зону ответственности своей работы.



8.Корпоративная культура в компании

Рисунок 1.

Непростой процесс адаптации способен вызвать у сотрудника нежелание работать в данной организации. Адаптация характеризуется принятием работника коллективом, и корпоративная культура в организации. С целью увеличения корпоративной культуры организации можно организовывать команда-образующие мероприятия, которые будут способствовать улучшению сплоченности коллектива.

В части создания эффективной системы оплаты и стимулирования труда стоит отметить важность принципа связи вознаграждения с результатами компании, с достижением поставленных целей и задач. Результативность может быть индивидуальной и коллективной. Достоинством данного метода является стремление коллектива к достижению целей предприятия в целом, понятность, прозрачность и справедливость системы, что в дальнейшем приведет к оптимизации расходов на оплату труда.

Для повышения показателей организации рекомендуется использовать систему оплаты труда методом грейдирования, который включает в себя гибкость и прозрачность подхода. Смысл грейдирования заключается в распределении должностей компании по ряду критериев, среди которых степень ответственности, знания, опыт, сложность, самостоятельность и др.

В результате распределения по этим критериям создают иерархическую систему в виде должностей различного уровня, которые были поставлены в соответствии с их ценностью для компании. Заключительной процедурой грейдирования можно считать создание четко выстроенной таблицы по должностям организации.

Грейд в рамках категории определяется на основе оценки должности по следующим факторам: профессиональные знания, знание бизнеса, уровень руководства, решение проблем, характер влияния на бизнес, коммуникативные навыки.

Так как грейдинг – прозрачная и понятная для сотрудников система, вследствие этого текучесть кадров будет уменьшаться, работники будут видеть свое положение и ценность на предприятии, повышается заинтересованность в работе, что будет способствовать их развитию, и хотя разработка грейдов требует немало временных и материальных вложений, но при правильном подходе компания в конце концов получает инструмент, который объединяет в единое целое все основные системы управления персоналом – оплату труда, мотивацию, оценку и обучение. Данная технология позволяет ввести единую систему окладов для всех подразделений в организации, выстраивает прозрачную систему профессионального карьерного роста. Рост заработной платы у сотрудника связывается с присвое-

нием категории по результатам оценки и повышает мотивацию к постоянному совершенствованию и развитию.

Список использованных источников:

1. Слипачук, С. Система грейдов – методика определения должностных окладов. [Электронный ресурс] // HR-портал. HR-сообщество и публикации.

2. Чемяков, В. Точный расчет или работа над ошибками. – 2007. [Электронный ресурс] // Официальный сайт Национального союза кадровиков. URL: 175

3. Чемяков В.П. Грейдинг: технология построения системы управления персоналом. М.: Вершина, 2008. С. 16.

4. Сковпень В. Грейдинг, или дифференциация заработной платы работников // Кадровик. Трудовое право для кадровика. 2008. № 6.

IMPROVING THE PERSONNEL MANAGEMENT SYSTEM IN TRADE ORGANIZATIONS

D. M. Shakirova, A. R. Kazikhanov

Kazan State Power Engineering University,

Kazan, Tatarstan

This article demonstrates the planning of personnel needs and motivating factors, based on which recommendations are made to improve remuneration.

Keywords: personnel, trade organization, planning, motivation, labor productivity.

УДК 336

ПРОБЛЕМА ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

Д.Р. Шарипова, О.Н. Пушкарёв

*ФГБОУ ВО «Казанский государственный энергетический университет»
г. Казань, Россия*

В статье рассмотрены основные проблемы эффективности внутренней и внешней деятельности предприятия. А так же разобраны основные ошибки во внешнеэкономической деятельности организаций, предложены варианты исправления ошибок политики ведения предприятия.

Ключевые слова: предприятие, внешнеэкономическая деятельность, маркетинг, конкурентоспособность.

THE PROBLEM OF INCREASING THE EFFICIENCY OF THE FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY OF ENTERPRISES

D.R. Sharipova, O. N. Pushkarev

*Kazan State Power Engineering University
Kazan, Russia*

The article deals with the main problems of the efficiency of the internal and external activities of the enterprise. And also analyzed the main mistakes in the foreign economic activity of organizations, suggested options for correcting errors in the policy of running an enterprise.

Key words: enterprise, foreign economic activity, marketing, competitiveness.

Основной целью современного предприятия является создание конкурентного производства, обеспечение успешной реализации продукции на внутреннем и внешнем рынках. Решение такой задачи позволит вам выполнить основную цель компании - ее эффективное функционирование.

Внешекономическая деятельность-это процесс осуществления иностранных экономических связей. Термин внешнеэкономическая деятельность в настоящее время наиболее подходит для внешнеэкономической деятельности экономических субъектов. Это связано с результатами реформ внешнеэкономической сферы, в результате чего: кардинально изменилась роль государства в внешнеэкономической деятельности. В внешнеэкономической деятельности государство действует в основном как регулятор этой деятельности, в отличие от своей роли в осуществлении межгосударственных экономических отношений, где непосредственным предметом этих отношений является; центром внешнеэкономической деятельности являются предприятия, а сама внешнеэкономическая деятельность осуществляется в основном на уровне производственных структур (компаний, организаций, компаний и др.) с полной независимостью в выборе иностранного партнера, номенклатуры товаров для экспорта и импорта операций, в определении цены и стоимости контракта, объема и времени доставки.

Каждая компания, которая успешно работает на рынке, в конечном итоге приходит к выводу, что она должна развиваться и выходить на новые рынки, расширяя свое присутствие в других регионах.

Самой важной проблемой во внешнем магазине можно назвать качество продукции. Даже если качество продукции на предприятии соответствует всем российским стандартам, необходимо соблюдать дополнительные требования к продукции и ее качеству для внешней торговли. Выполнение этих требований напрямую связано с техническими и человеческими проблемами.

В дополнение к отсутствию некоторых видов продукции, из-за введения санкционных мер наблюдается рост цен на продукцию всех видов, что приводит к увеличению прибыли на предприятии даже с учетом фактора снижения спроса на продукцию.

Проблемы человеческой природы включают в себя текущую высокую текучесть кадров, отсутствие молодых кадров (часто большую долю в структуре сотрудников занимают люди старше тридцати лет и старше пенсионного возраста), а также отсутствие квалифицированного персонала по специальности.

Кроме того, среди внутренних проблем можно выделить неправильное или неудачное географическое положение для проведения внешнеэкономической деятельности. Компания может находиться в районах, расположенных далеко от границ государства, что приводит к высоким материально-техническим расходам на доставку продуктов, как для внутреннего потребителя, так и для зарубежных потребителей. Это приводит к увеличению стоимости товаров, а также сложности в таможенном оформлении поставок.

С другой стороны, в пограничной зоне или в районах с достаточной близостью возникает проблема энергоснабжения и высоких затрат для обеспечения энергетических предприятий. Такие затраты увеличивают издержки производства, что приводит к снижению конкурентоспособности.

Существует самый распространенный фактор, препятствующий развитию внешнеэкономической деятельности в условиях рыночной экономики, это высокая конкуренция.

Для повышения конкурентоспособности продукции, в первую очередь, необходимо обеспечить соответствие качества товаров международным стандартам. Как упоминалось выше, одним из лучших вариантов может быть модернизация оборудования предприятия, участвующего в деятельности. Таким образом, снижается пагубный эффект от одного из факторов, влияющих на качество продукта.

Также для повышения эффективности внешнеэкономической деятельности предприятия могут использовать стратегию диверсификации производства. Бизнес не должен забывать о важности такого аспекта торговли, как маркетинг и реклама в частности. Компании должны проводить маркетинговые исследования на перспективных рынках и перспективных продуктах, а также сильные рекламные кампании на внутреннем и внешнем рынках.

Маркетинговые методы регулирования конкурентоспособности включают использование методов конкуренции, а именно ограничение торговых сборов дистрибьюторов, получение скидок на крупные поставки, а также различные способы стимулирования продаж (акции, бонусы, экспозиции).

В результате выяснилось, что организация внешнеэкономической деятельности должна полностью соответствовать техническим и финансовым возможностям предприятия, его конкурентоспособности на этом международном рынке продаж. В настоящее время без грамотного исследования маркетинга внешнеэкономической деятельности трудно предсказать будущее конкретной компании, но при всех ранее перечисленных методах

повышения эффективности внешнеэкономической деятельности компания сможет решить проблемы, препятствующие внешней торговле, найти другие резервы для увеличения объема внешнеэкономических операций., и изменить организационную структуру управления маркетингом и продажами в соответствии с представленными здесь многообещающими инструкциями для повышения эффективности внешней торговли.

Список использованных источников.

1. Внешнеэкономическая стратегия России в условиях глобализации // Мировая экономика и междунар. отношения. - 2018. - N 3. - С.24-39.2.
2. Гоголева Т.Н. Методика оценки эффективности внешнеэкономической политики государства: институциональный подход / Т.Н.Гоголева, Л.А.Мажорова // Нац. интересы: приоритеты и безопасность. - 2016. - N 7. - С.81-86.
3. Оболенский В.П. Роль внешнего фактора в экономическом развитии России: тез. докл. // Мировая экономика и междунар. отношения. - 2014. - N 5. - С.13-18.
4. Прокушев Е. Ф. Внешнеэкономическая деятельность: учебник / Е. Ф. Прокушев. - 8-е изд. - М.: Дашков и К, 2015. - 500 с

УДК 657.2

ОПРЕДЕЛЕНИЕ НАПРАВЛЕНИЯ РЕФОРМИРОВАНИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ОРГАНИЗАЦИИ

И.А. Шмагин

*Самарский университет государственного управления
«Международный институт рынка», г. Самара, Россия*

Исследование существующей управленческой деятельности организации необходимо для ее непрерывного поддержания и развития. Это вызвано тем, что при наличии даже незначительных противоречий и трудностей процесс привычной деятельности в организации может быть нарушен. Для устранения существующих проблем в деятельности организации необходимо разработать инновационные предложения и ранжировать их в соответствии с оценками целесообразности их реализации.

Ключевые слова: управленческая деятельность, опасность, полезность, проблемы, предложения, параметры, целесообразность реализации, оценка.

Управленческая деятельность является обязательным, а иногда и приоритетным компонентом, осуществляющим формирование, поддержание и развитие различных видов и типов деятельности, а также исследование, построение и реформирование объектов и процессов в социальных и экономических средах для достижения ими поставленных целей, миссии и стратегии.

Современное онтологическое представление науки управления, как картины действительности, определяющей совокупность атрибутов её

пространства с установлением для неё традиционных научных разделов: теория, методология и технология [9. 10].

В качестве базовой организации был выбран Департамент городского хозяйства и экологии Администрации г. Самара, который осуществляет свои полномочия в сфере жилищно-коммунального хозяйства, благоустройства и экологии, наружной рекламы. Актуальность темы обусловлена тем, что в данном Департаменте равно, как и в любых других подобных организациях, имеются те или иные сложности и противоречия в процессах деятельности, влекущие за собой сбои в выполнении поставленных задач.

Была поставлена задача произвести исследование управленческой деятельности в рамках данного Департамента в целях последующего повышения эффективности работы организации. Исследование и определение проблем в атрибутах управленческой деятельности организации необходимо для устранения препятствий и затруднений в деятельности и предупреждения повторного их возникновения [1, 2].

Фрагмент результатов исследования и выявления проблем атрибутов управленческой деятельности организации представляется в виде табл. 1.

Таблица 1. Проблемы и точки развития атрибутов управленческой деятельности организации (фрагмент)

Наименование проблемы (точки развития)	Методы исследования	Причины возникновения	Ожидаемые последствия
нормирование			
1. Отсутствие выстроенного рабочего графика	1.1. Обследование 1.2. Измерение 1.3. Анализ	1.1. Халатность руководства 1.2. Низкая квалификация управляющего состава	1.1. Увеличение трудовой нагрузки у работников 1.2. Увеличение текучести кадров
организация			
2. Нерациональное распределение плановых заданий	2.1. Наблюдение 2.2. Обследование 2.3 Сравнение	2.1. Низкая квалификация управляющего состава 2.2. Отсутствие должностных регламентов	2.1. Увеличение сроков производства продукции 2.2. Ухудшение качества производимой продукции
контроль			
3. Усиление контроля за всеми процессами – усложнение условий работы для персонала	3.1. Наблюдение 3.2. Тестирование 3.3. Анализ	3.1. Низкая квалификация управляющего персонала 3.2. Отсутствие выстроенной системы организации труда	3.1. Увеличение стресса у работников 3.2. Увеличение текучести кадров
структура			
4. Панибратство	4.1. Наблюдение 4.2. Обследование 4.3. Интервьюирование	4.1. Наличие клановости в организации 4.2. Отсутствие должностных регламентов	4.1. Разложение кадровой структуры организации 4.2. Нарушение системы жизнедеятельности организации
управление стратегией			
5. Отсутствие проработанной стратегии развития организации	5.1. Обследование 5.2. Анализ 5.3. Синтез	5.1. Низкая квалификация управляющего состава 5.2. Незаинтересованность руководящего состава в развитии организации	5.1. Отсутствие развития организации 5.2. Постепенное вытеснение ее с рынка 5.3. Банкротство организа-

			ции
управление инновациями			
6. Нежелание ген. директора меняться и совершенствоваться (имеется ввиду развитие компании)	6.1. Обследование 6.2. Интервьюирование 6.3. Анализ	6.1. Устаревание и консерватизм руководящего состава 6.2. Нежелание руководства производить изменения в системе отношений организации	6.1. Моральное устаревание производимой продукции 6.2. Уменьшение клиентской базы 6.3. Потеря доли рынка

Рассмотрение проблем и возможных точек развития важнейших атрибутов управленческой деятельности в Департаменте городского хозяйства и экологии Администрации г. Самара позволило выявить их причины, а также спрогнозировать возможные последствия существования данных проблем [11, 13].

На основании представленного материала специалистам была поставлена задача изучить найденные проблемы, предложить варианты для их разрешения, а также определить средства реализации данных предложений и ожидаемые результаты [12]. Фрагмент предложений по развитию атрибутов управленческой деятельности организации приведен в табл. 2.

Таблица 2. Предложения по развитию атрибутов управленческой деятельности организации (фрагмент)

Наименование проблемы (точки развития)	Наименование предложения	Средства реализации	Ожидаемые результаты
нормирование			
1. Отсутствие выстроенного рабочего графика	1.1. Разработка и внедрение рабочего графика	1.1. Анализ действующих рабочих графиков у конкурентов 1.2. Разработка собственного рабочего графика	1.1. Снижение трудовой нагрузки на персонал 1.2. Проявление слаженности в коллективе
организация			
2. Нерациональное распределение плановых заданий	2.1. Выстраивание рациональной системы распределения плановых заданий	2.1. Поиск рациональной системы распределения плановых заданий 2.2. Заимствование опыта 2.3. Внедрение рациональной системы	2.1. Сокращение сроков производства продукции 2.2. Улучшение качества производимой продукции
контроль			
3. Усиление контроля за всеми процессами – усложнение условий работы для персонала	3.1. Налаживание системы контроля	3.1. Анализ действующей системы контроля 3.2. Разработка и модернизация новой системы контроля	3.1. Улучшение психологического состояния работников 3.2. Развитие слаженности в коллективе
структура			
4. Панибратство	4.1. Осуществление кадровых перестановок и обновление кадрового состава	4.1. Анализ деятельности отдельных сотрудников 4.2. Перемещение работника на иную должность	4.1. Искоренение панибратства 4.2. Выстраивание между сотрудниками рабочих отношений
управление стратегией			
5. Отсутствие проработанной стратегии развития	5.1. Смена руководящего состава на	5.1. Анализ деятельности менеджеров	5.1. Разработка стратегии развития организации

тия организации	более профессио- нальных специали- стов	5.2. Увольнение несоответ- ствующих должностным обязанностям работников	5.2. Появление ориентиров для дальнейших действий в области развития организа- ции
управление инновациями			
6. Нежелание топ- менеджеров меняться и совершенствоваться (имеется ввиду развитие компании)	6.1. Повышение квалификации руко- водящего состава	6.1. Курсы повышения ква- лификации 6.2. Перемещение работ- ника на иную должность	6.1. Появление молодых спе- циалистов позволит освежить организацию 6.2. Появление возможностей внедрения использования новейших технологий

Следующий этап процесса реформирования - это реализация данных предложений в заданных атрибутах управленческой деятельности [4, 7]. Для их осуществления необходимо исследовать и определить значения отдельных параметров проблем интегральной оценки опасности, выявленных проблем организации. Фрагмент значений оценок параметров выявленных проблем и точек развития атрибутов управленческой деятельности организации представлен в табл. 3.

Таблица 3. Оценка параметров проблем и точек развития атрибутов управленческой деятельности организации (фрагмент)

Наименование про- блемы (точки разви- тия)	Значение параметров				
	важность (a_i)	сложность ис- следования ($си_i$)	необходимость устранения (d_i)	компетентность понимания (k_i)	опасность (a)
нормирование					
Отсутствие выстроен- ного рабочего графика	8	3	8	3	43.5
организация					
Нерациональное рас- пределение плановых заданий	9	4	9	3	48
контроль					
Усиление контроля за всеми процессами – усложнение условий работы для персонала	7	2	8	3	42
структура					
Панибратство	6	1	7	1	12.5
управление стратегией					
Отсутствие прорабо- танной стратегии раз- вития организации	9	4	9	3	48
управление инновациями					
Нежелание ген. дирек- тора меняться и со- вершенствоваться (имеется ввиду разви- тие компании)	10	2	10	3	57

Определение значений отдельных параметров выявленных проблем в заданной организации позволило составить рейтинг опасности каждой из

них, что позволит в дальнейшем произвести улучшения заданных атрибутов управленческой деятельности на основе работ [3, 8].

Для развития заданных атрибутов управленческой деятельности организации были определены оценки отдельных параметров интегральной оценки целесообразности реализации разработанных предложений [14, 15]. Для выработки предложений можно использовать игровые методы на основе сценариев коллективной мыследеятельности по работе [5]. Фрагмент значений оценок параметров развития атрибутов управленческой деятельности организации представлен в табл. 4.

Таблица 4. Оценка параметров предложений атрибутов управленческой деятельности организации (фрагмент)

Наименование предложения	Значение параметров				
	важность (bi)	сложность реализации (ci)	обеспеченность реализации (oi)	компетентность понимания (ki)	полезность реализации (pi)
нормирование					
Разработка и внедрение рабочего графика	8	3	6	2	25
организация					
Выстраивание рациональной системы распределения плановых заданий	9	6	6	3	36
контроль					
Налаживание системы контроля	7	3	7	2	25
структура					
Осуществление кадровых перестановок и обновление кадрового состава	8	6	5	3	30
управление стратегией					
Смена руководящего состава на более профессиональных, а также его омоложение	9	7	4	3	28.5
управление инновациями					
Смена руководящего состава на более профессиональных, а также его омоложение	9	7	4	3	28.5

Затем были выполнена оценка значений отдельных параметров интегральной оценки целесообразности реализации предложений по устранению проблем для дальнейшего развития заданных атрибутов управленческой деятельности организации [16, 17]. Это позволит определить полезность предложенных нами решений. Конечный этап - определение показателей опасности и полезности и расчет на их основе показателя целесообразности реализации разработанных предложений [6].

Фрагмент значений оценок параметров опасности, полезности и целесообразности реализации предложений по улучшению атрибутов управленческой деятельности организации сведены в табл. 5.

Таблица 5. Оценки параметров целесообразности реализации предложений по улучшению атрибутов управленческой деятельности организации (фрагмент)

№ п/п	Наименование предложения	Значение			Ранг
		O_i	P_i	C_i	
1	Разработка и внедрение рабочего графика	43.5	25	3.25	5
2	Выстраивание рациональной системы распределения плановых заданий	48	36	12	2
3	Налаживание системы контроля	42	25	4	4
4	Осуществление кадровых перестановок и обновление кадрового состава	12.5	30	23.75	1
5	Смена руководящего состава на более профессиональных, а также его омоложение	48	28.5	4.5	3
6	Смена руководящего состава на более профессиональных, а также его омоложение	57	28.5	0	6

Определение значений показателей опасности проблем и полезности разработанных предложений позволило ранжировать совокупность показателей целесообразности реализации предложений в соответствии с их значениями.

Таким образом, исследование, формулирование и рассмотрение значений параметров оценка проблем и точек развития заданных атрибутов, а также оценивание и ранжирование разработанных предложений, которые позволят устранить выявленные противоречия и затруднения в деятельности процессов и объектов организации для дальнейшего повышения качества и эффективности операционной и управленческой деятельности, а также формирования направлений их развития в обозримом будущем.

Список используемых источников.

1. Адизес И.К. Управляя изменениями. Как эффективно управлять изменениями в обществе, бизнесе и личной жизни / пер. с англ. М.: Манн, Иванов и Фербер. 2014. 368 с.
2. Акофф Р., Эмери Ф. О целеустремленных системах / пер. с англ. М.: Сов. радио, 1974. 272 с.
3. Герасимов Б.Н. Построение систем управления организациями на основе типовых методологических подходов // Менеджмент и бизнес-администрирование. 2019. №3. С. 121-131.
4. Герасимов Б.Н. Исследование и определение направления развития стратегии деятельности организации // Менеджмент и бизнес-администрирование. 2021. №1. С. 81-95.
5. Герасимов Б.Н. Игровое моделирование управленческих процессов в организациях // Менеджмент и бизнес-администрирование. 2017. №2. С. 33-40.

6. Герасимов Б.Н. Технологизация атрибутов процессов экономических системах типа «организация» // Менеджмент и бизнес-администрирование. 2020. №1. С. 109-120.
7. Герасимов Б.Н. Реформирование процесса управления инновациями организации // Развитие экономических систем: теория, методология, практика: Пенза: ПГАУ, 2020. С. 46-65.
8. Герасимов Б.Н. Методологические инструменты науки управления в социальных и экономических средах // Менеджмент и бизнес-администрирование. 2020. №4. С. 4-17.
9. Герасимов Б.Н., Герасимов К.Б. Методология управления: онтология, структура, содержание // Управление. 2020. Т.8. №3(37). С. 5-15.
10. Герасимов Б.Н., Герасимов К.Б. Технология управления: онтология, структура, содержание // Менеджмент и бизнес-администрирование. 2020. №3. С. 23-33.
11. Гуияр Ф.Ж., Келли Д.Н. Преобразование организации / пер. с англ. М.: Дело, 2000. 376 с.
12. Клок К., Голдсмит Дж. Конец менеджмента и становление организационной демократии / пер. с англ. СПб.: Питер, 2004. 368 с.
13. Пригожин И., Стенгерс И. Порядок из хаоса. М.: Прогресс, 1986, 432 с.
14. Пудич В.С. Системные компоненты менеджмента. Чебоксары: ИД «Пегас», 2009. т.1. 560 с. т.2. 502 с.
15. Сивко П. Инновационная деятельность организации // Менеджмент сегодня. №4, 2005. С. 47-59.
16. Уилбер К. Око духа: Интегральное видение для слегка свихнувшегося мира / пер. с англ. М: АСТ, 2002. 476 с.
17. Щедровицкий Г.П. Оргуправленческое мышление: идеология, методология, технология. 5 изд. М.: Изд-во студии Артемия Лебедева, 2018. 644 с.

DETERMINING THE DIRECTION OF MANAGEMENT REFORM IN THE ORGANIZATION

I.A. Shmagin

*Samara University of Public Administration
"International Market Institute", Samara, Russia*

The study of the existing management activities of the organization is necessary for its continuous maintenance and development. This is due to the fact that in the presence of even minor contradictions and difficulties, the process of habitual activity in the organization can be disrupted. To eliminate the existing problems in the organization's activities, it is necessary to develop innovative proposals and rank them in accordance with the assessments of the feasibility of their implementation.

Keywords: management activity, danger, utility, problems, proposals, parameters, feasibility of implementation, evaluation.

СОДЕРЖАНИЕ

ТРАНСФОРМАЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ЦИФРОВЫХ ДВОЙНИКОВ	3
В.И. Абрамов, Д.С. Бобоев	3
О КОНЦЕПТУАЛЬНЫХ ОТЛИЧИЯХ В МЕТОДАХ ОЦЕНКИ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ ПО ОПЕРАЦИЯМ ЛИЗИНГА В БЮДЖЕТНЫХ И КОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЯХ	8
Л.В. Азарова, А.И. Тюпаева, А.И. Хоменко	8
ИНВЕСТИЦИОННАЯ СТРАТЕГИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ	11
Т.А. Антонов	11
К ВОПРОСУ ОБ ОРГАНИЗАЦИИ ВЫПУСКА НОВЫХ ВИДОВ ПРОДУКЦИИ В ИСПРАВИТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЯХ	16
Н.В. Байдова, О.Ю. Гришина, Д.Н. Гнездилов*	16
ИНВЕСТИЦИИ В ИННОВАЦИИ КАК СПОСОБ РАЗВИТИЯ КОМПАНИИ	19
А.Х. Баймурзин	19
МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ ДЛЯ РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА	21
А.Х. Баймурзин	21
ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ОТНОСИТЕЛЬНО КАЧЕСТВА ПРЕДОСТАВЛЯЕМЫХ УСЛУГ (НА ПРИМЕРЕ ФИТНЕС-КЛУБА)	25
А.Х. Баймурзин, Д.М. Шакирова	25
СУЩНОСТЬ ФИНАНСОВОГО ПЛАНИРОВАНИЯ	28
А.Х. Баймурзин	28
ЦИФРОВИЗАЦИЯ ПРОЦЕССОВ УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТАМИ	31
А. С. Бакланов, Д.М. Шакирова, Д.С. Баширова	31
ИССЛЕДОВАНИЕ СИСТЕМ УПРАВЛЕНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ	34
Р.Е. Баранов, Д.М. Шакирова	34
МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УПРАВЛЕНИЯ ДОХОДНОСТЬЮ КАК ФАКТОР УСТОЙЧИВОСТИ ПРОМЫШЛЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ	37
В.В. Борисова	37
УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ В СТРОИТЕЛЬНОЙ СФЕРЕ	43
А.А. Гайнуллина, Л.П. Кузьмина	43
МОТИВАЦИЯ ПРОЕКТНОЙ КОМАНДЫ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ	46
Д.Р. Гайнутдинова, Д.М. Шакирова	46
ТРУДОВЫЕ РЕСУРСЫ И КОНТИНГЕНТ СОТРУДНИКОВ РЕКЛАМНО - ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ КОМПАНИЙ	49
М.В. Галкина	49
ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ КАК КЛЮЧЕВОЙ РИСК СТРОИТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ	53
Ю.Б. Гендлина, В.В. Михайлов, М.Н. Соколова	53
КУЛЬТУРА ТРУДА	56
Д.С. Генералов, С.А. Котова	56
СУДЕБНАЯ ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭКСПЕРТИЗА ПРИ РАССЛЕДОВАНИИ ФАКТОВ НЕЗАКОННОГО ПОЛУЧЕНИЯ КРЕДИТА	59
Е.В. Гудкова, А.В. Лялюк	59
СРАВНЕНИЕ ПОЛОЖЕНИЙ ТРУДОВОГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА ОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ И ФЕДЕРАТИВНОЙ РЕСПУБЛИКИ ГЕРМАНИЯ	62
Л.В. Гуркина	62
СПЕЦИФИКА ПРИНЯТИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СФЕРЕ	66
А.В. Давыдова, Л.П. Кузьмина	66
АНАЛИЗ ДЕЛОВОЙ АКТИВНОСТИ КРУПНЕЙШИХ ПРЕДПРИЯТИЙ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ ПРИМОРСКОГО КРАЯ	69
М.В. Ерисковский, А.И. Грачева	69

СПЕЦИФИКА КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ	76
А.А. Жигирь	76
МЕТОД АНАЛИЗА ДОКУМЕНТОВ КАК РАЗНОВИДНОСТЬ ИССЛЕДОВАНИЯ В ПРОЕКТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.....	80
Р.Д. Исянова, Э.Ф. Хузиева	80
РИСКИ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	83
И.В. Калмыков, Р.А. Тимофеев	83
ФИНАНСОВАЯ УСТОЙЧИВОСТЬ КОМПАНИИ В СИСТЕМЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ	88
Л.А. Камалиева, Л.В.Хайрулина (нет удк).....	88
ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ СТАНДАРТЫ КАК ЭЛЕМЕНТ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ ОРГАНИЗАЦИИ	92
Д.Г. Кузьменкова	92
ПРОБЛЕМЫ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ	95
Р.Р. Мавлеев, О.Н. Пушкарев	95
ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ АСПЕКТЫ УЧАСТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ МАЛОГО БИЗНЕСА В СИСТЕМЕ ГОСЗАКУПОК	99
И.В. Магера	99
ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ ДЕЛОВОЙ АКТИВНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ И ПУТИ ЕЕ ПОВЫШЕНИЯ	104
И.В. Магера, Т.А. Воробьева	104
МОТИВАЦИЯ КАК ФУНКЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В ТЕПЛОЭНЕРГЕТИЧЕСКОМ КОМПЛЕКСЕ	107
Р.Р. Мубаракшина, Д.М. Шакирова	107
ПРОЕКТНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ НА ПРЕДПРИЯТИИ КАК СПОСОБ ПОВЫШЕНИЯ ИМИДЖА ОРГАНИЗАЦИИ	111
И.М. Назмутдинова, Е.А. Ехлакова	111
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ БЕССОЗНАТЕЛЬНОГО ПОВЕДЕНИЯ В МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЯХ ПОТРЕБИТЕЛЯ С БРЕНДОМ.....	114
О.Н. Невкрытая, Ю.А. Огорева, А.В. Моисеев.....	114
ОСНОВНЫЕ ПРАВИЛА И ЭТАПЫ СОЗДАНИЯ ПРОМЫШЛЕННОЙ РЕКЛАМЫ	118
О.Н. Невкрытая, Ю.А. Огорева, А.В. Моисеев.....	118
ОРГАНИЗАЦИЯ СТИМУЛИРОВАНИЯ ПЕРСОНАЛА СВОБОДНЫМ ВРЕМЕНЕМ В ОРГАНИЗАЦИИ	122
Л.Н. Петрова.....	122
ОСОБЕННОСТИ МЕНЕДЖМЕНТА В СОВРЕМЕННЫХ РОССИЙСКИХ КОМПАНИЯХ.....	125
А.А. Пронина, Д.М. Шакирова.....	125
ОЦЕНКА РИСКА ЗАКУПОК ДЛЯ НУЖД УИС НА ЭТАПЕ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ПОСТАВЩИКА (ПОДРЯДЧИКА, ИСПОЛНИТЕЛЯ).....	127
О.П. Пружинина.....	127
ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ НА КРУПНЫХ РОССИЙСКИХ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ	131
О.Н. Пушкарев, Р.Р. Башаров	131
РЕГУЛИРОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ПОТОКОВ МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ СТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ.....	135
И.В. Сергеев, О.Н. Пушкарев	135
ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИИ РОСТА ПРЕДПРИЯТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА (НА ПРИМЕРЕ СФЕРЫ УСЛУГ).....	138
О.Н. Пушкарев, В.П. Артемьев, А.А. Гаянов.....	138
МЕТОДЫ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ НА МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ.....	142
О.Н. Пушкарев, Е.В. Захарова, А.Ю. Васина.....	142
О ДОКУМЕНТИРОВАНИИ ПРИЗНАКОВ ФИКТИВНОГО БАНКРОТСТВА.....	145
В.В. Рогожина, А.В. Лялюк	145

СТАДИИ РЕАЛИЗАЦИИ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ В ОРГАНАХ ВНУТРЕННИХ ДЕЛ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	147
С.А. Рябко	147
РОЛЬ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ В ЭКОНОМИКЕ РЕГИОНА	152
А.М. Савина, Н.В. Байдова	152
ПРОБЛЕМЫ МЕЖКУЛЬТУРНОГО МЕНЕДЖМЕНТА	155
К.Ф. Сиразиев.....	155
ОСОБЕННОСТИ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ВНЕДРЕНИЯ СИСТЕМЫ БЮДЖЕТИРОВАНИЯ В ТОРГОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ	159
Р.А. Тимофеев, Л. И. Коврижных	159
ОМНИКАНАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ – СОВРЕМЕННЫЙ ТРЕНД КЛИЕНТСКОГО СЕРВИСА РИТЕЙЛЕ.....	162
О.А. Тинькова.....	162
ДИНАМИКА КОЛИЧЕСТВА ПРЕДПРИЯТИЙ ОРЕНБУРГСКОЙ ОБЛАСТИ И ФАКТОРЫ ЕЕ ИЗМЕНЕНИЯ.....	166
Н.А. Троенко	166
ОБ ИЗМЕНЕНИЯХ КРИТЕРИЕВ ОБЯЗАТЕЛЬНОГО АУДИТА ОРГАНИЗАЦИЙ	169
А.И. Тюпаева, Л.В. Азарова.....	169
ТЕНЕВАЯ ЭКОНОМИКА В КОНТЕКСТЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ.....	172
О.И. Уланова	172
ФИНАНСОВАЯ СТРАТЕГИЯ ОРГАНИЗАЦИИ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ	176
Д.Р. Файзуллин, Д.М. Шакирова.....	176
О МОШЕННИЧЕСТВЕ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ПЛАТЕЖНЫХ КАРТ	179
В.С. Федорова, А.В. Лялюк	179
ИССЛЕДОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ СТИЛЯ УПРАВЛЕНИЯ В ОРГАНИЗАЦИИ	183
А.С. Филатова	183
МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ КОНФЛИКТАМИ В ОРГАНИЗАЦИИ.....	189
Э.Ф. Хузиева, М.И. Салахова	189
ПРОБЛЕМНЫЕ АСПЕКТЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СТРУКТУРЫ ТОВАРНОЙ ПРОДУКЦИИ В ПРОИЗВОДСТВЕННОМ СЕКТОРЕ	192
Е.С. Царева, О.А. Зарубина.....	192
СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В ОБЛАСТИ ЭКСПОРТА ТОВАРОВ И УСЛУГ	196
Ю.А. Черкасова	196
МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА МЕНЕДЖМЕНТА	200
Д.Р. Шайхутдинова, Д.М. Шакирова	200
ВЗАИМОСВЯЗЬ КАДРОВОЙ СТРАТЕГИИ И СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ОРГАНИЗАЦИИ.....	203
Д.М. Шакирова, Р.Р. Мубаракшина	203
ЭФФЕКТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ ОРГАНИЗАЦИЕЙ ПУТЕМ МОТИВАЦИИ СОТРУДНИКОВ....	206
Д.М. Шакирова, А.Р. Казиханов	206
ФИНАНСОВАЯ СТРАТЕГИЯ ОРГАНИЗАЦИИ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ	208
Д.М. Шакирова, Д.Р. Файзуллин.....	208
СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ	212
Д.М. Шакирова, А.Р. Казиханов	212
ПРОБЛЕМА ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ	214
Д.Р. Шарипова, О.Н. Пушкарёв.....	214
ОПРЕДЕЛЕНИЕ НАПРАВЛЕНИЯ РЕФОРМИРОВАНИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ОРГАНИЗАЦИИ	217
И.А. Шмагин	217

**ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ:
ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА**

VIII Международная научно-практическая конференция.
Сборник статей.

**Сборник статей будет размещен в РИНЦ
(договор № 760-03/2017К от 31/3/2017)**

Под общей редакцией ***В.И. Будиной***

Ответственный за выпуск специалист по учебно-методической работе
МНИЦ ***Е.А. Галиуллина***

Компьютерная верстка ***А.А. Галиуллина***

Статьи публикуются в авторской редакции

Подписано в печать
Бумага SvetoCopy
Тираж 95 экз.

Формат 60×84 1/16
Уч.-изд. лист. 16,34
Заказ №

РИО ПГАУ
440014, г. Пенза, ул. Ботаническая, 30