



ЭКОНОМИКА. УПРАВЛЕНИЕ. ФИНАНСЫ.

Журнал

АВТОРИТЕТНЫЕ МНЕНИЯ. ДОСТОЙНЫЕ РЕШЕНИЯ.
НАУЧНЫЙ ПОДХОД

2/2020

**Журнал "У". Экономика. Управление. Финансы.
№2 2020**

**Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере связи,
информационных технологий и массовых коммуникаций 18 декабря 2015г.
Свидетельство о регистрации средства массовой информации ЭЛ № ФС 77 – 64116
ISSN 2500-2309**

Главный редактор

Володин Р.С., к.э.н., доцент

Редакционный совет

Mariana Cernicova-Buca, Assoc. prof. (Politehnica University of Timisoara, Romania)

Абдыров Т. Ш. д.э.н., профессор (Бишкекская Финансово - Экономическая Академия, Кыргызская Республика)

Анопченко Т. Ю., д.э.н., профессор (Смоленский государственный университет, Россия)

Лысоченко А.А., д.э.н., профессор (Южный федеральный университет, Россия)

Мурзин А. Д., к.э.н., доцент (Южный федеральный университет, Россия)

Мошкин И. В., к.э.н., доцент (Южный федеральный университет, Россия)

Мохов А. В., директор (АНО «Черноморский информационно-аналитический центр», Россия)

Адрес редакции

344091, Россия, Ростовская область, г.Ростов-на-Дону, ул. Малиновского, 3, оф. 15

Телефон

8 (918) 543-32-05

E-mail

info@portal-u.ru

Сайт

www.portal-u.ru

"Журнал "У". Экономика. Управление. Финансы." – это рецензируемое научное издание, посвященное исследованию проблем в области экономики и менеджмента. К публикации принимаются результаты научных исследований, доклады конференций, обзор деловой и научной литературы, рецензии, экспертные оценки и другие материалы, отвечающие требованиям журнала. К сотрудничеству приглашаются ученые, аспиранты, магистранты, студенты, общественные деятели, политики, экономисты России, стран СНГ и дальнего зарубежья.

Рукописи статей в обязательном порядке оформляются в соответствии с требованиями для авторов, установленными редакцией. Статьи, оформленные не по правилам, редакцией не рассматриваются.

СОДЕРЖАНИЕ

Исследования в экономике и менеджменте	
Характер и причины современной инфляции в России Хуршед Джамшедович Хабибуллоев	10
Факторы инвестиционной привлекательности Ростовской области Дмитрий Владимирович Суббота	16
Направления совершенствования системы предоставления государственных (муниципальных) услуг в Российской Федерации на современном этапе Абдулкадыр Салаявдинович Джантемиров	23
Инфляция и методы её регулирования на современном этапе Темур Шухратович Мурадов	32
Учет материально-производственных запасов (МПЗ) по российским и международным стандартам. Какой способ более эффективный и прибыльный? Ирина Сергеевна Климова	39
Современные тенденции адаптации институциональной среды к рыночным условиям Максим Александрович Сучков	46
Статистическое исследование средней продолжительности жизни населения в России Александра Олеговна Абалмасова	51
Статистический анализ объема инвестиций в основной капитал в РФ Алена Викторовна Макарова	57
Возможность использования теории стихий для разработки рекомендаций по управлению трудовым коллективом Татьяна Вячеславовна Кугушева, Алина Витальевна Поддубная, Елена Дмитриевна Семенова, Олеся Олеговна Титоренко	63
Экономическая основа производства государственных (муниципальных) услуг в России Абдулкадыр Салаявдинович Джантемиров	82
Социальное значение провокационной рекламы Татьяна Вячеславовна Кугушева, Екатерина Андреевна Иванисенко, Ольга Олеговна Васильева	90
Государственно-частное партнерство в Южном федеральном округе в 2020-2022г.г: особенности, перспективы, проблемы Елена Николаевна Гунина, Анастасия Александровна Горина	107
Социально-демографические особенности Ростовской области на современном этапе Ринат Биланович Алдамов	115
Накопительная пенсия как инструмент развития пенсионной системы Российской Федерации Евгений Викторович Шуба	123
Сравнительный анализ зарубежного и российского опыта регулирования естественных монополий Александра Валентиновна Марьина, Элина Фанисовна Шаяхметова	129
Экономико-управленческая практика	
Сравнительный анализ подходов к определению стартапа в России и в США Станислав Труфанов	137

Прогнозирование экономического кризиса в странах с помощью технологии Blockchain Юрий Сергеевич Пипия, Мария Николаевна Гермогентова	144
Перспективы развития системы электронного документооборота "ДЕЛО" на российском рынке автоматизированных информационных систем Татьяна Вячеславовна Кугушева, Виталий Евгеньевич Болгов	151
Формирование стратегии развития предприятия АПК с учетом инструментов государственной поддержки Виктор Владиславович Шегай	163
Эмоциональный интеллект как составляющая физического и морального состояния руководителя Андрей Андреевич Курашов	171
Материальная и нематериальная мотивация как элемент эффективного управления персоналом Анна Валерьевна Сенчукова, Наталья Евгеньевна Тарасова	176
Использование методов фасилитации при принятии управленческих решений, направленных на достижение тактических и стратегических целей Ангелина Кирилловна Литвиненко, Наталья Евгеньевна Тарасова	183
Оценка эффективности проектов государственно-частного партнёрства на региональном уровне Владимир Николаевич Шкред	191
Анализ деятельности ПАО «Газпром» на рынке ценных бумаг Татьяна Анатольевна Дурманаева	197
Оценка кредитоспособности ПАО «Аэрофлот» Семён Борисович Разу	203
Оценка инвестиционной привлекательности компании на примере ПАО «МОСТОТРЕСТ» Александр Викторович Абраменко, Андрей Олегович Лазаренко	223
Анализ бизнес-модели торгово-экспортного предприятия на примере компании ООО «Топ Грейн Л.Т.Д.» Яна Владиславовна Доманова	234
Первые шаги	
Влияние эмоционального интеллекта на рабочую сферу жизни Андрей Андреевич Курашов	241
Интернет как новое экономическое пространство для ведения и развития бизнеса Ильсияр Наиловна Нигаматьянова	248
Снижение продолжительности рабочего времени как фактор эффективной работы Маргарита Рифатовна Мирхайдарова	256
Проблемы формирования и обеспеченности доходами региональных бюджетов на примере Оренбургской области Анастасия Аркадьевна Борисовская, Алена Олеговна Файзулгафарова	261
Инфляция как социально-экономический процесс: сущность, виды, причины возникновения. Основной индикатор инфляции-индекс потребительских цен Наталья Сергеевна Майорова	268
Кредит, его формы и виды Жамол Рустам оглы Рустамов	274

Сущность понятия лояльности потребителей Софья Андреевна Овинникова	281
Требования к сотрудникам IT сферы в России: основополагающие навыки и компетенции Полина Васильевна Фурсова, Виктор Алексеевич Кирсанов	286
Влияние маркетинговой стратегии на конкурентоспособность предприятия Екатерина Андреевна Назарова	292
Финансовая политика банка: портфельный подход к управлению капиталом Наталья Евгеньевна Тарасова, Артем Петрович Леонов	299
Реклама и ее роль в современном мире Екатерина Дмитриевна Кадацкая, Наталья Евгеньевна Тарасова	306
Стратегия развития региона Екатерина Олеговна Довгополая	315
Структура интеллектуального капитала Файруза Фаизовна Галимова, Ольга Вячеславовна Алешкина	320
Отношение современного студента к вегетарианству Елизавета Витальевна Корниенко	325
Денежный мультипликатор в современных финансовых системах Евгений Павлович Жуляев, Илья Александрович Агапов, Ирина Анатольевна Дикарева	332
Ссудный процент: теоретические аспекты и понятия Жавохир Уткирбек угли Жакбаров	339
Сущность криптовалюты, её преимущества и недостатки Анна Вячеславовна Челпанова	344
Развитие ресурсной базы пенсионного обеспечения на мезоэкономическом уровне Ринат Биранович Алдамов	349
Система пенсионного обеспечения в Российской Федерации: современное состояние и направления совершенствования Евгений Викторович Шуба	356
Маркетинговая стратегия и тактика. Возникновение и развитие стратегического маркетинга Зарнигор Нуралиевна Рахимова	363

CONTENTS

Research Works in Economics and Management	
The Nature and Causes of Modern Inflation in Russia Khurshed Khabibulloev	10
Investment Attractiveness Factors Rostov Region Dmitrii Subbota	16
System Improvement Detections Provision of State (Municipal) Services in The Russian Federation at The Modern Stage Abdulkadir Dzhantemirov	23
Inflation and Its Regulation Methods at The Present Stage Temur Muradov	32
Accounting of Material and Production Resources According to Russian and International Standards. Which Method is more Effective and Profitable? Irina Klimova	39
Current Trends in Adapting the Institutional Environment to Market Conditions Maksim Suchkov	46
Statistical Study of the Average Life Expectancy of The Population in Russia Alexandra Abalmasova	51
Statistical Analysis of The Volume of Investments in Basic Capital in The Russian Federation Alena Makarova	57
The Possibility of Using the Theory of Elements to Develop Recommendations for Managing the Workforce Tatiana Kugusheva, Alina Poddubnaya, Elena Semenova, Olesya Titorenko	63
Economic Basis of Production of State (municipal) Services in Russia Abdulkadir Dzhantemirov	82
Social Prospects for Provocative Advertising Tatyana Kugusheva, Ekaterina Ivanisenko, Olga Vasilieva	90
Public-Private Partnership in The Southern Federal District in 2020-2022: Features, Prospects, Problems Elena Gunina, Anastasiya Gorina	107
Socio-Demographic Features of the Rostov Region at the Present Stage Rinat Aldamov	115
Accumulative Pension as a Tool for the Development of the Pension System of the Russian Federation Evgeny Shuba	123
Comparative Analysis of Foreign and Russian Experience in Regulating Natural Monopolies Alexandra Mar'ina, Elina Shayahmetova	129
Practice-Oriented Papers in Economics and Management	
Comparative Analysis of Approaches to Defining a Startup in Russia and the United States Stanislav Trufanov	137
Predicting the Economic Crisis in Countries with Blockchain Technology Yuriy Pipiya, Maria Germogentova	144
Prospects for The Development of The Electronic Document Management System "BUSINESS" in the Russian Market of Automated Information Systems Tatiana Kugusheva, Vitaliy Bolgov	151

Formation of a Strategy for The Development of Agricultural Enterprised Taking into Account the Instruments of State Support Victor Shegay	163
Emotional intelligence as a component of the physical and moral state of a leader Andrey Kurashov	171
Material and Non-material Motivation as An Element of Effective Personnel Management Ann Senchukova, Natalya Tarasova	176
Use of Facilitation Methods in Management Decisions Aimed at Achieving Tactical and Strategic Goals Angelina Litvinenko, Natalya Tarasova	183
Evaluating the Effectiveness of Public-private Partnership Projects at The Regional Level Vladimir Shkred	191
Analysis of Gazprom's Activities on The Stock Market Tatiana Durmanaeva	197
Credit Rating of PJSC "Aeroflot" Semyon Razu	203
Evaluation of a Company's Investment Attractiveness by The Example of MOSTOTREST PJSC Alexander Abramenko, Andrey Lazarenko	223
Analysis of the business model of a trade and export enterprise on the example of the company "Top Grain L. T. D." Yana Domanova	234
Young Researchers' Papers	
The Influence of Emotional Intelligence on The Working Sphere of Life Andrey Kurashov	241
Internet as New Economic Space for a Conduct and Development of Business Ilsiyar Nigmatjanova	248
Reduced Working Hours as a Factor in Effective Work Margarita Mirkhaydarova	256
Problems of Formation and Security of Reasons of Regional Budgets on The Example of The Orenburg Region Anastasia Borisovskaya, Alena Fayzulgafarova	261
Inflation as a Socio-Economic Process: Nature, Types, Causes. The main indicator of inflation is the Consumer Price Index. Natalya Mayorova	268
Loan, Its Forms and Types Zhamol Rustamov	274
Essence of The Concept of Consumer Loyalty Sofya Ovinnikova	281
Requirements for IT employees in Russia: hard skills and soft skills Polina Fursova, Viktor Kirsanov	286
Influence of Marketing Strategy on the Competitiveness of the Enterprise Ekaterina Nazarova	292
Financial Policy of The Bank: Portfolio Capital Management Natalya Tarasova, Artem Leonov	299
Advertising and Its Role in The Modern World	306

Ekaterina Kadatskaya, Natalya Tarasova	
Regional Development Strategy Ekaterina Dovgopolaya	315
The Structure of Intellectual Capital Fairuza Galimova, Olga Aleshkina	320
The Attitude of The Modern Student to Vegetarianism Elizaveta Kornienko	325
The Money Multiplier in The Modern Financial Systems Evgenii Gulyaev, Ilya Agapov, Irina Dikareva	332
Loan Interest: Theoretical Aspects and Concepts Javohir Jakbarov	339
The Essence of Cryptocurrency, Its Advantages and Disadvantages Anna Chelpanova	344
Development of the Resource Base of Pension Provision at the Meso-economic Level Rinat Aldamov	349
The Pension System in the Russian Federation: Current Status and Areas of Improvement Evgeny Shuba	356
Marketing Strategy and Tactics. Emergence and Development of Strategic Marketing Zarnigor Rakhimova	363

Исследования в экономике и менеджменте

Хабибуллоев Хуршед Джамshedович
Магистр 1-го курса
Башкирский Государственный Университет
г.Уфа, Россия
alia.arslanova2017@yandex.ru

Характер и причины современной инфляции в России

В данной статье представлена динамика инфляции в период с 2008 по 2019 годы в России. Инфляция носит монетарный и немонетарный характеры, может быть, как скрытой, так и открытой. Точное выявление причин возникновения инфляции помогут корректно подобрать меры ее подавления.

Ключевые слова: инфляция, монетарный и немонетарный характер инфляции, причины инфляции, темп роста инфляции, рост цен, скрытая и открытая инфляция, антиинфляционная политика.

Khabibullov Khurshed
student
Bashkir State University
Ufa, Russia
alia.arslanova2017@yandex.ru

The Nature and Causes of Modern Inflation in Russia

This article presents the dynamics of inflation in the period from 2008 to 2019 in Russia. Inflation is monetary and non-monetary in nature, can be both hidden and open. Accurate identification of the causes of inflation will help to correctly select measures to suppress it.

Keywords: inflation, the monetary and non-monetary nature of inflation, the causes of inflation, the rate of inflation, price increases, hidden and open inflation, anti-inflationary policies.

Важной проблемой, способствующей возникновению и усилению макроэкономической нестабильности современной Российской экономики, является инфляция, которая тормозит развитие страны, ухудшает благосостояние населения и снижает уровень жизни[2]. В самом общем виде инфляция – это непрерывное, устойчивое снижение покупательной способности денег.

Уровень развитости государства напрямую зависит от ее социально-экономического положения. Инфляция, как длительное увеличение цен, оказывает влияние на все экономические субъекты, поэтому является одним из основных индикаторов социально-экономического положения государства. Превышение количества денежных средств над суммой товарных единиц впоследствии приводит к снижению доходов экономических субъектов и повышению стоимости жизни.

Инфляция может быть двух видов, и от вида зависит уровень влияния на экономику. Первый – скрытая инфляция, она в первую очередь воздействует на потребление через товарный дефицит. Второй – открытая проявляется непосредственно через рост цен. Вопрос роста цен в течении долгого времени находится в центре внимания не только исследователей, но и граждан страны. Применение корректных стабилизирующих государственных мер борьбы с данной актуальной проблемой требует выявления причин возникновения.

Исследователи выявили, что инфляция носит монетарный и немонетарный характеры. К монетарным причинам инфляции относят рост денежной массы в обращении. Денежная масса увеличивается за счет внутренних заимствований для покрытия госбюджета, она приводит к росту платежеспособного спроса, который впоследствии стимулирует рост цен. Ускорение денежного обращения, в частности, вследствие развития рынка электронных банковских услуг также может служить причиной современной инфляции[3].

Немонетарный характер обычно связан со следующими причинами возникновения инфляции:

- повышение тарифов на газ, электроэнергию, железнодорожные перевозки, что ведет к инфляции издержек в России;
- повышение налогов;
- отток капитала из страны
- зависимость Российской экономики от продажи полезных ископаемых на международных рынках;
- монополизация торговых сетей в крупных городах.

Важными причинами возникновения инфляции в России являются ипотечный кризис 2008 года в США, который затронул банковскую систему страны, и санкции 2014 года, что вызвало падение курса национальной валюты. В скором времени темпы роста инфляции так же могут возрасти из-за современной пандемии.

Проанализируем современное состояние инфляции в России. По данным Росстата годовая инфляция 2019 года составила 3,05%, что на 1,22% ниже прошлого года. Данная динамика связана уменьшением давления цен на продовольственные товары. Минэкономразвития в 2020 году ожидает инфляцию на уровне 3%, однако цены на продовольственные товары продолжают расти из-за вызванной паники у населения[5]. Ниже показана диаграмма годовой инфляции в России с 2008 по 2019 год, рассчитанная на основе индексов потребительских цен.

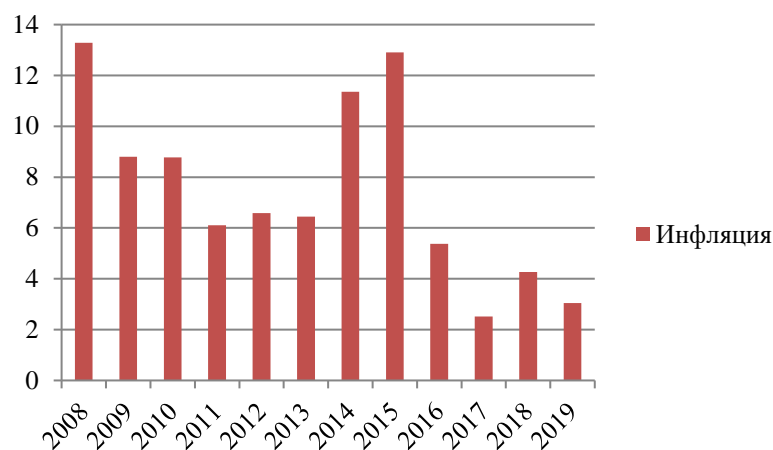


Рисунок 1 – Годовая инфляция в России с 2008 по 2019 год

По утверждению Международного валютного фонда для экономики развитых стран соответствует 2% инфляции. А для развивающихся экономик допустимо повышение на 2 процентных пункта. В России, начиная с 2017 года, инфляция стала соответствовать норме развивающейся экономики.

Росстат в июне 2019 года зафиксировал продовольственную дефляцию в значении 0,5%. Цены на продукты в 2019 году выросли на 3%, что на 2,5% ниже, чем в 2018 году [5]. В 2019 году Россия занимала 10 место по уровню инфляции в мире. В целом ЦБ прогнозирует снижение инфляции до 2%. Однако в 2023-2030 ожидается повышение инфляции до 4,8% [1].

Борьба с инфляцией представляет собой сложный процесс. Разработан комплекс мероприятий существенно подавляющий темп рост инфляции, но применение этих методов требует точной статистики, анализа и прогноза инфляции. На данный момент денежно-кредитная политика является важным инструментом подавления инфляции. Основная задача данной политики – это стабилизация уровня цен. Помимо этого, необходимо осуществлять жесткий контроль денежной эмиссии, повышение тарифов на продукцию естественных монополий, отток капитала из страны [4].

Таким образом, инфляция – это сложный процесс, требующий разработки комплекса мер для подавления. В современном мире необходимо

инвестировать в производственные технологии для модернизации и укрепления экономики страны. Правильно подобранные меры борьбы обеспечат устойчивость и конкурентоспособность Российской экономики.

Список источников и литературы

1. Агентство прогнозирования экономики/ URL: <https://apecon.ru/intro>
(Дата обращения: 15.04.2020)

2. Аллагулов Р.Х. О значении и логике проведения лекции для студентов неэкономических специальностей (направлений) на тему: "Экономический рост и экономический цикл. Макроэкономическая нестабильность". В сборнике: Междисциплинарный подход к исследованию экономики материалы III Международной научно-практической конференции, посвященной 70-летию кафедры общей экономической теории БашГУ: в 3 частях. 2017. С. 7-11.

3. Аллагулов Р.Х., Гильфанова Г.М. О некоторых аспектах развития рынка электронных банковских услуг в РФ. В сборнике: Современное общество: наука, техника, образование материалы Всероссийской научной конференции с международным участием в 4-х томах. Кызыргулов И.Р.. 2016. С. 27-31.

4. Сибгатуллина С.Р. Экономика/ С.Р. Сибгатуллина и др. В 2-х томах. Уфа, 2012. Том 2. С.92-98.

5. Федеральная служба государственной статистики/ URL: <https://www.gks.ru/> (Дата обращения: 15.04.2020)

«Прогноз долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2030 года» (разработан Минэкономразвития России)/ URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_144190/ (Дата обращения: 15.04.2020).

Выходные данные статьи:

Хабибуллоев Х. Д. Характер и причины современной инфляции в России// Журнал «У». Экономика. Управление. Финансы., №2. 2020. URL: <https://portal-u.ru/index.php/journal/article/view/313>

Суббота Дмитрий Владимирович
Магистр
ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет»
Ростов-на-Дону, Россия
dsubbota@sfedu.ru

Факторы инвестиционной привлекательности Ростовской области

В статье анализируется современный инвестиционный потенциал Ростовской области, представлены факторы, определяющие инвестиционную привлекательность субъекта в региональных сопоставлениях.

Ключевые слова: инвестиции, регион, Ростовская область, факторы, экономика.

Subbota Dmitry Vladimirovich
Master of Southern Federal University,
Rostov-on-Don, Russia
dsubbota@sfedu.ru

Investment Attractiveness Factors Rostov Region

The article analyzes the modern investment potential of the Rostov region, presents the factors that determine the investment attractiveness of the subject in regional comparisons.

Keywords: investments, region, Rostov region, factors, economy.

Инвестиционный потенциал – это показатель инвестиционной привлекательности объекта (предприятия, региона, территории или государства в целом). Данный показатель отражает комплексное состояние региона применимо к возможностям и реалиям инвестиционной деятельности. Зачастую это включает в себя оценку потребительского спроса, текущей экономической ситуации, местного налогового законодательства, актуальность инвестиционных предложений и разнообразие объектов

инвестирования. По мнению некоторых исследователей [1, 2, 3], общепринятое понятие «инвестиционная привлекательность» предполагает наличие определенных условий инвестирования, положительно воздействующих на решение инвестора при наличии альтернативных вариантов. В качестве объекта инвестирования можно рассматривать конкретный бизнес- (или соц-) проект, предприятие или организация любой организационно-правовой формы и масштаба действия, а на макроуровне - любого масштаба регион. Отличительной чертой объекта инвестирования является наличие собственного бюджета и системы управления. Любому объекту инвестирования с точки зрения таковой привлекательности присущи определенные признаки и свойства. Что же касается региона в этом смысле, то его можно рассматривать как нечто особое, обладающее неповторимой спецификой, но не уникальное, что позволяет изучать эти объекты в сравнении.

Понятие инвестиционного потенциала необходимо изучать в совокупности понятийного аппарата, определяющего сферу инвестиционной деятельности, особое внимание уделяя инвестиционному риску и инвестиционному климату, анализируя данные явления при выработке и обосновании инвестиционных решений. При этом именно оценка инвестиционного потенциала позволяет получить необходимую инвестору информацию о прогнозных результатах инвестирования.

В настоящее время проблемы регулирования комплексного развития региона и связанных с этим инвестиционных процессов решаются в основном на региональном уровне.

На современном этапе Ростовская область обладает богатыми природными ресурсами. По ее территории протекает одна из крупнейших судоходных рек страны - Дон. Здесь имеются залежи некоторых полезных ископаемых: каменный уголь (в том числе и антрацит), нерудные ископаемые,

используемые в качестве сырья в металлургии и при производстве стройматериалов, имеются запасы газа [5].

Национальная экономика в Ростовской области представлена пищевой, легкой, тяжелой промышленностью, сельским хозяйством. В связи с этим последние годы в Ростовской области наблюдается рост валового регионального продукта, несмотря на сложности в стране и падения ВВП в целом по России. Регион достаточно интересен для инвесторов любого уровня и по мнению правительства готов к взаимовыгодному сотрудничеству

Ростовская область занимает достаточно выгодную экономико-географическую позицию. Она расположена на юге страны, преимущественно на равнинной местности. По ее территории протекает одна из наиболее крупных судоходных рек России Дон (2000 км) и множество его притоков-мелких речек. Реки Северский Донец и Маныч также являются судоходными. В качестве водных ресурсов можно отметить несколько некрупных озер, и рукотворное Цимлянское водохранилище [4].

Транспортно-дорожный комплекс – одна из ведущих отраслей экономики Ростовской области, на долю которой приходится порядка 7 % ВРП.

С учётом сказанного выше, выделим приоритеты развития транспортной системы в Ростовской области:

- совершенствование системы управления транспортным комплексом региона на базе информационных и логистических технологий;
- развитие институциональной инфраструктуры, внедрение автоматизированной системы управления транспортными потоками;
- использование современных экономичных, энергоэффективных и экологических транспортных технологий и транспортных средств;

– эффективная реализация транзитного потенциала Ростовской области, повышение скорости и безопасности передвижения пассажиров и перемещения грузов.

Плотность железнодорожных путей Ростовской области в 2018 году увеличилась вследствие ввода новой железнодорожной ветки Журавка-Миллерово. В таблице 1 отражены показатели плотности состояния путей сообщения

Таблица 1 – Плотность путей сообщения в РФ, Южном федеральном округе и Ростовской области в 2016-2018 г.

Показатель	2016 г.			2018 г.			Динамика		
	Россия	Южный федеральный округ	Ростовская область	Россия	Южный федеральный округ	Ростовская область	Россия	Южный федеральный округ	Ростовская область
Плотность автомобильных дорог общего пользования с твердым покрытием на 1000 км ² территории, км	62	229	262	62	232	263	0	3	1
Плотность железнодорожных путей общего пользования на 10000 км ² территории, км	50	160	182	51	162	189	1	2	7

В структуре перевозки грузов традиционно основное место занимают такие виды транспорта, как железнодорожный и автомобильный – почти половина от общего объема грузов перевозится железнодорожным транспортом, порядка 30% – автомобильным.

Основной движущей силой экономического развития, занятости и социальной стабильности выступает обрабатывающая промышленность. Надо

отметить, что производство продукции предприятиями обрабатывающего сектора в 2018 году выросло на 7,3 %, что в свою очередь обусловило увеличение доли добавленной стоимости обрабатывающей промышленности в ВРП Ростовской области на 0,6 п.п., до 20,6 %. Следует сказать, что по доле обрабатывающей промышленности в экономике региона, Ростовская область значительно превышает средний показатель по ЮФО (на 5,6 п.п.) и среднероссийский уровень (на 3,2 п.п.).

Факторы, определяющие инвестиционную привлекательность Ростовской области в региональных сопоставлениях, отражены в таблице 2.

Таблица 2 – Факторы, определяющие инвестиционную привлекательность Ростовской области в региональных сопоставлениях.

Сфера действия фактора	Содержание
Энергетика	<ul style="list-style-type: none"> - Энергообеспеченный регион; - Реализация мероприятий по энергосбережению и повышению энергоэффективности в регионе позволила снизить электроемкость ВРП; - В настоящее время развитие ветроэнергетики происходит сразу по двум направлениям – строительство ветропарков и локализация производства комплектующих и оборудования для ветроустановок.
Агропромышленный комплекс	<ul style="list-style-type: none"> - Устойчиво сохраняет свои позиции в тройке лидеров в рейтинге субъектов Российской Федерации по производству продукции сельского хозяйства: зерновых культур, подсолнечника, яиц; уровень потребления основных продуктов питания жителями области по большинству видов соответствует/превышает рекомендуемые рациональные нормы потребления продуктов; - Высокий уровень самообеспечения региона основными видами сельскохозяйственной продукции имеет устойчивый характер; сырьевая база способствует наличию практически всех отраслей пищевой промышленности; в пищевой промышленности производится широкий ассортимент продукции.
Транспортно-логистический комплекс	<ul style="list-style-type: none"> - С открытием нового международного аэропорта Платов расширилась география внутренних и международных направлений авиарейсов; - На стадии открытия или реализации находятся 5 значимых инвестиционных проектов по развитию транспортной инфраструктуры на общую сумму около 10 млрд рублей; - По итогам 2018 года рост объемов пассажирских и грузовых перевозок обеспечен железнодорожным и автомобильным транспортом.

Промышленно-индустриальный комплекс	<ul style="list-style-type: none"> - Доля обрабатывающей промышленности в экономике стабильно выше, чем в среднем по ЮФО и РФ; - В 2018 году возрос вклад малого бизнеса в развитие донской промышленности; - Уровень инновационной активности организаций в 2018 году превышает среднее значение по РФ; - По итогам 2018 года доля высокотехнологических и наукоемких отраслей в ВРП увеличилась в сравнении с 2016 годом, традиционно опережая среднеокружной аналогичный показатель.
-------------------------------------	---

Все представленные факторы нацелены на ускорение экономического роста на основе повышения инвестиционной привлекательности Ростовской области, создания нормативно-правовых и инфраструктурных условий, активного привлечения в экономику области капиталов отечественных и иностранных инвесторов.

Список источников и литературы:

1. Боцвинген Д. Инвестиции / Д. Боцвинген, Дж. Маркус / Пер с англ. Е. Мельник. - М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2013.
2. Лачин Ю.В. Инвестиционная активность региональных органов власти как одно из направлений повышения экономического потенциала региона: Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ), (2015), 1 (март), 84-87
3. Москаленко А. П. Инвестиционное проектирование: основы теории и практики / Москаленко А. П., Москаленко С. А., Ревунов Р. В., Вильдяева Н. И. // Санкт-Петербург, 2018. (1-е, Новое)
4. Официальный портал Правительства Ростовской области: [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.donland.ru/>
5. Официальный сайт Ростовстата [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://rostov.gks.ru>

Выходные данные статьи:

Суббота Д. В. Факторы инвестиционной привлекательности Ростовской области// Журнал «У». Экономика. Управление. Финансы., №2. 2020. URL: <https://portal-u.ru/index.php/journal/article/view/319>

Джантемиров Абдулкадыр Саявдинович
магистр
ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет»
Ростов-на-Дону, Россия
jantemirovAS@gmail.com

**Направления совершенствования системы предоставления
государственных (муниципальных) услуг в Российской Федерации на
современном этапе**

В статье рассматривается специфика производства государственных услуг в Российской Федерации на современном этапе, обосновываются основные направления совершенствования системы предоставления государственных (муниципальных) услуг, прогнозируется социально-экономический эффект, возникающий вследствие реализации организационно-административных и технологических инноваций.

Ключевые слова: государственная услуга, регион, механизм, общественное благо, оптимизация, государство.

Dzhantemirov Abdulkadir
master
FSAEI of HE Southern Federal University
Rostov-on-Don, Russia
jantemirovAS@gmail.com

**System Improvement Detections Provision of State (Municipal) Services
in The Russian Federation at The Modern Stage**

The article considers the specifics of the production of public services in the Russian Federation at the present stage, substantiates the main directions of improving the system of providing state (municipal) services, and predicts the socio-economic effect arising from the implementation of organizational, administrative and technological innovations.

Keywords: public service, region, mechanism, public good, optimization, state.

Целесообразность и своевременность рыночно-общественной оптимизации института государственных (муниципальных) услуг не вызывает сомнений в контексте повышения его социально-экономической эффективности. Рыночно-общественная оптимизация указанного института обоснована отказом расширенного государства от избыточных регулятивных функций, передачей некоторых полномочий организованным общественным группам, что позволяет внести в процесс оказания государственных (муниципальных) услуг организационный опыт, прогрессивные практики. Суть получаемого вследствие рыночно-общественной оптимизации института государственных услуг эффекта заключается в минимизации издержек, связанных с их производством (при повышении качества за счёт более эффективных форм обратной связи). Исследование признаков, типовых характеристик государственных (муниципальных) услуг позволило идентифицировать подходы к механизму их регулирования (посредством влияния на сложившиеся формальные и неформальные институты) [1, 4, 6].

С нашей точки зрения, максимально эффективным способом улучшения качественных характеристик системы предоставления государственных (муниципальных) услуг является организация взаимодействия структур общества и государственной власти, и выработки в результате подобного взаимодействия механизма общественно-государственного регулирования института государственных услуг. Подобный подход способствует достижению общественных, государственных и частных интересов, ориентирует институт госуслуг на реальные потребности граждан и фирм, сокращает функциональные издержки, повышая конкурентоспособность экономической системы в целом, ускорению темпа реагирования на внешней и внутренней экономико-политической ситуации и др.

В контексте двойственной природы производимых с помощью

государственных (муниципальных) услуг общественных благ, выделим важнейшие направления развития данного института: снижение издержек, возникающих в процессе производства и предоставления государственных услуг; ускорение документооборота между субъектами предоставления госуслуг за счёт использования инновационных технологических решений; оптимизация процедур предоставления и расширение применения аутсорсинга при оказании государственных (муниципальных) услуг. Оценка налогоплательщиками эффективности функционирования государственных органов в различных странах мира в наибольшей мере детерминирована качеством предоставления актуальных государственных и муниципальных услуг заявителям. По мнению ряда исследователей [7, 8] организационно-технологические форматы оптимизации процедур оказания государственных и муниципальных услуг в некоторых странах являются успешно действующими в том случае, если соблюдаются следующие условия: сфера производства и предоставления публичных государственных (муниципальных) услуг должна быть зафиксирована в нормативно-правовых документах как одна из приоритетных для государственного управления; модернизация системы предоставления публичных государственных (муниципальных) услуг должна сопровождаться политической поддержкой на всех уровнях и соответствующим материально-техническим, кадровым обеспечением; органам власти необходимо стремиться к совершенствованию доступа к необходимым заявителям сведениям, что позволит повысить доверие им со стороны потребителей государственных и муниципальных услуг – физических и юридических лиц.

Дистанционный формат предоставления государственных (муниципальных) услуг в Российской Федерации динамично развивается. Интернет-портал предоставления государственных (муниципальных) услуг расширяет ассортимент сервисов, доступных физическим и юридическим

лицам. Наблюдается тенденция постепенной интеграции в систему интернет-предоставления государственных (муниципальных) услуг различных министерств, ведомств федерального, регионального и муниципального уровней. В таблице 1 представлены основные направления совершенствования системы предоставления государственных (муниципальных) услуг в РФ.

Таблица 1 – Основные направления совершенствования системы предоставления государственных (муниципальных) услуг в Российской Федерации

Формат оказания государственной (муниципальной) услуги потребителям	Направления совершенствования	Прогнозируемый социально-экономический эффект, возникающий вследствие реализации организационно-административных и технологических инноваций	Выгодоприобретатель
1 этап			
Личный (самостоятельное посещение заявителем офиса предоставления)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Дальнейшее расширение сети офисов 2. Упрощение процедур получения услуг 3. Ускорение межведомственного документооборота в связи с оказанием услуг заявителям 	<p>Снижение трудовых затрат, необходимых для оказания услуги потребителям;</p> <p>Снижение временных затрат, необходимых для оказания услуги потребителям;</p> <p>Сокращение бюджетных расходов, связанных с обеспечением взаимодействия между органами и уровнями власти</p>	Налогоплательщики, государство
2 этап			
Дистанционный (взаимодействие с производителями услуг посредством цифровых технологий)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Расширение ассортимента услуг, доступных заявителям в цифровом и дистанционном форматах; 2. Интеграция интернет-сервисов предоставления услуг в единую цифровую среду 3. Упрощение процедур 	<p>Снижение коррупционных проявлений в связи с отсутствием непосредственного взаимодействия заявителей и должностных лиц, а также устранением субъективных факторов;</p> <p>Ускорение получения заявителями результата (устранение потерь времени в связи с ожиданием в очередях,</p>	Налогоплательщики, государство, потребители услуг

	получения услуг 4. Организация цифрового документооборота между гражданами и ведомствами	окончанием перерывов, наступлением приёмных часов и т. п.); Повышение доступности государственных (муниципальных) услуг потребителям (устранение транспортных расходов и т. п.)	
3 этап			
Конкурентный (получение услуги на основе личного выбора у наилучшего поставщика)	1. Передача полномочий по оказанию некоторых услуг гражданам и юрлицам в установленном законом порядке 2. Использование механизмов программно-целевого бюджетирования при финансировании производства услуг (конкурсный отбор поставщиков услуг, предоставление заявителям права выбора)	1. Развитие института конкуренции при производстве услуг; 2. Формирование механизмов обратной связи; 3. Снижение расходов бюджетной системы, связанных с оказанием услуг; 4. Замена нормативных принципов планирования бюджетных расходов на предоставление услуг программно-целевыми, что способствует повышению качества оказания услуг.	Налогоплательщики, государство, потребители услуг

В числе позитивных тенденций необходимо отметить подключение к portalу госуслуг негосударственных организаций, предоставляющих гражданам и юридическим лицам публичные услуги; а также расширение функционала portalа, в частности, предоставления возможности оплачивать жилищно-коммунальные услуги, записаться на приём к врачу и т. п.

Среди направлений совершенствования действующей в Российской Федерации системы предоставления государственных (муниципальных) услуг необходимо отметить постепенное введение принципа конкурентности. Реализация данного предложения может выражаться в форме расширения действия юрисдикции федерального закона от 05 апреля 2013 №44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» [5], Гражданского кодекса Российской Федерации (часть первая) от 30 ноября 1994 г. №51-ФЗ [2] на сферу оказания государственных (муниципальных) услуг. Установленный указанными законодательными актами конкурсный принцип государственных закупок позволяет ввести элементы конкуренции, что способствует снижению расходов налогоплательщиков на производство и оказание государственных (муниципальных) услуг [3].

Например, ряд государственных (муниципальных) услуг в сфере социального обслуживания граждан может предоставляться некоммерческими организациями. Установленный федеральным законодательством принцип выявления поставщика услуги на основе открытых конкурсных процедур, позволяет определить наилучшего из возможного поставщика услуги, в наибольшей степени соответствующего критериям, закреплённым в законодательных и нормативно-правовых актах.

Ещё одним направлением совершенствования механизма производства и предоставления государственных (муниципальных) услуг может быть предоставление гражданам права оказания ряда государственных

(муниципальных) услуг физическим и юридическим лицам.

Важным элементом системы производства государственных (муниципальных) услуг является организация межведомственного взаимодействия между государственными органами РФ, государственными органами субъектов РФ и органами местного самоуправления. В целях ускорения документооборота, снижения влияния человеческого фактора представляется необходимым постепенное внедрение инфокоммуникационных технологий в процедуры межведомственного взаимодействия, поэтапный отказ от предоставления документов на бумажных носителях и, на завершающем этапе – формирование единой государственной системы электронного документооборота, интегрированной с интернет-порталом предоставления государственных услуг.

Реализация указанных предложений позволяет упростить для граждан и организаций доступ к государственным (муниципальным) услугам и будет способствовать повышению качества жизни.

Список источников и литературы:

1. Боева К. Ю. Современные методы управления / Боева К. Ю., Володин Р. С., Григан А. М. и др. // КроРус, М. - 2016.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30 ноября 1994 г. №51-ФЗ.
3. Ревунов Р. В. К вопросу модернизации бюджетной системы России / В сборнике: Проблемы экономического развития Юга России материалы Всероссийской научно-практической конференции. Министерство сельского хозяйства РФ, ФГБОУ ВПО "Новочеркасская государственная мелиоративная академия"; редколлегия: А.П. Москаленко, Н.Б. Сухомлинова, М.А. Стрежкова. 2011. С. 75-79
4. Стиглиц Дж. Ю. Экономика государственного сектора /Пер. с англ. М., 1997. - С. 123.

5. Федеральный закона от 05 апреля 2013 №44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд».

6. Якобсон Л.И. Экономика общественного сектора: Основы теории государственных финансов. М.: Аспект Пресс, 1996.

7. Samuelson P. The pure theory of public expenditure // Journal of Political Economy. 1954. № 56, p. 496-505.

8. Pryadko I.A. / Promotion of educational services in social networks // Pryadko I.A., Paytaeva K.T., Revunov R.V., Zelenova G.V., Evetskaya S.V. Advances in Intelligent Systems and Computing. 2019. Т. 726. С. 931-942.

Выходные данные статьи:

Джантемиров А. С. Направления совершенствования системы предоставления государственных (муниципальных) услуг в Российской Федерации на современном этапе// Журнал «У». Экономика. Управление. Финансы., №2. 2020. URL: <https://portal-u.ru/index.php/journal/article/view/321>

Мурадов Темур Шухратович
студент
ФГБОУ ВПО «Поволжский государственный
технологический университет»
г. Йошкар-Ола, Россия
cleweridze@mail.ru

Инфляция и методы её регулирования на современном этапе

В данной статье анализируются проблемы и специфика инфляции в Российской Федерации в настоящее время. Приводится характеристика инфляции, ее уровни, обосновываются причины. Рассматриваются особенности борьбы с инфляцией в России и меры, способствующие ее снижению на современном этапе. Рассматривается влияние нынешней ситуации, связанной с коронавирусом и падением цен на нефть и, как следствие падение рубля.

Ключевые слова: инфляция, методы регулирования, инфляция и общество, уменьшение инфляции, инфляция и современность.

Muradov Temur
student
FSBEI HPE «Volga State University of Technology»
Yoshkar-Ola, Russia
cleweridze@mail.ru

Inflation and Its Regulation Methods at The Present Stage

This article analyzes the problems and specifics of inflation in the Russian Federation at present. The characteristic of inflation is given, its levels, the reasons are substantiated. The features of the fight against inflation in Russia and the measures that contribute to its reduction at the present stage are considered. The influence of the current situation associated with coronavirus and falling oil prices and, as a consequence, the fall of the ruble is considered.

Keywords: inflation, regulatory methods, inflation and society, inflation reduction, inflation and modernity.

В связи с пандемией коронавируса и падением цен на нефть в экономике и на рынках всего мира царит полная неопределенность.

По этой причине во многих странах резко растёт уровень инфляции. Не обойдет стороной инфляция и Россию. Однако, если учитывать мнение экспертов, можно сказать, что Россия вошла в период коронавирусного кризиса с неплохими резервами, которые смогут покрыть нехватку бюджета в течение пяти лет. При плохом сценарии инфляция может возрасти до 7,5%, а ВВП упасть на 0,8%. [3] Однако с помощью принимаемых правительством мер по стабилизации экономики уровень инфляции будет немного снижен.

По оценкам ведущих специалистов России в области экономики к концу года инфляция может составить 3%-5%. [4] Министерство экономического развития по итогам 2020 года в России ожидает инфляцию в 3 - 4%. Если подсчитать уровень инфляции, исходя из данных приведенных статбюро[5], мы увидим следующую картину. Что с января по декабрь 2019 года уровень инфляции составил 3%, а с марта 2019 по март 2020 года всего лишь 2,87%. Казалось бы, инфляция снизилась. Но это только по сравнению с прошлым годом. Что же происходит на данный момент?

По данным статистического бюро: инфляция в марте 2020 года была 0,55% и это на 0,22 больше, чем в феврале 2020 года и на 0,23 больше, чем в марте 2019 года. [5] Инфляция с начала 2020 года составила 1,29%. Т.е. уровень инфляции в нашей стране постепенно увеличивается. В современном мире процент инфляции рассчитывается исходя из цен на основные товары и услуги. Так как на территории России во времена Советского Союза экономика была плановой, уровень инфляции не рассчитывался. И он стал учитываться только с 1991 года.

Рассмотрим несколько графиков (рис.1, рис.2), свидетельствующих о росте инфляции в России за 2019 год и за первые месяцы 2020 года.

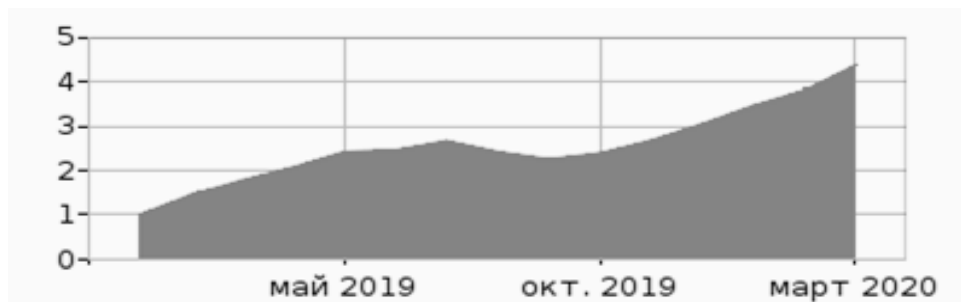


Рисунок 1 – Прогрессирующий уровень инфляции с января по март 2020, Россия, %. www.statbureau.org [5]

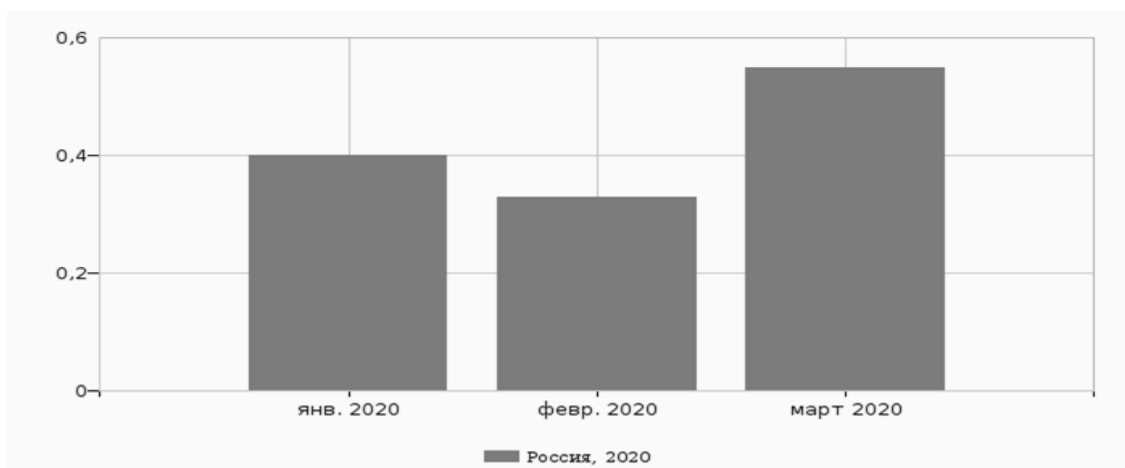


Рисунок 2 – Уровень инфляции по месяцам, %. www.statbureau.org[5]

Данные графики показывают, что в феврале уровень инфляции немного снизился. Однако, на фоне происходящих в мире событий, в марте уровень инфляции опять начал расти. Исходя из них можно сделать вывод, что уровень покупательной способности рубля уменьшается. И по сравнению с началом 2019 года он снизился на 19%. Хотя на конец 2019 года данный показатель составлял 18 %. С другой стороны, за три месяца рубль потерял в своей цене всего лишь 1%. Что же оказывает свое воздействие на повышение цен?

На рост цен существенное влияние оказывает изменение цен на нефть и нефтепродукты, газ, вспышка коронавируса, стоимость национальной валюты, реализация крупных строительных, промышленных и других проектов. Нежелание инвесторов, включая иностранных, осуществлять вложения из-за высоких рисков окупаемости и низких темпов роста экономики.

Влияние инфляции негативно сказывается во всех сферах жизни общества.

Она ведет к падению уровня производства в различных отраслях. Снижает доходы населения, обесценивает плоды трудовой деятельности, уменьшает накопления юридических и физических лиц, препятствует экономическому росту и долгосрочным инвестициям. В связи с этим резко падает реальная цена на имущество. Что влечёт за собой развал денежной системы, ускоряет «отступление» капитала и увеличивает отток финансовых ресурсов в торгово-посреднические операции. Дальнейшее увеличение инфляции служит источником к вытеснению во внутреннем обращении национальной валюты иностранной, чем дестабилизирует возможности финансирования государственного бюджета. Инфляция ведет к перераспределению богатства, усиливая тем самым расслоение общества. Она расшатывает социальную и политическую стабильность, тем самым нарушая демократию общества. Инфляция выгодна некоторым банкам, которые выплачивают низкие проценты по вкладам; должникам, возвращающим долг в неиндексированном размере; государству, которое так же выплачивает населению заработную плату и другие выплаты без учета роста цен.

Рассмотрим несколько конкретных примеров падения уровня производства некоторых отраслей экономики России на данном этапе и, как следствие, рост цен на ряд товаров и услуг. Очень сильно ситуация скажется на индустрии туризма, что повлечет за собой уменьшение авиа и

железнодорожных перевозок. По данным Минфина, за январь авиаперевозки снизились на 7% к декабрю. [3] Повышение цен на транспортные услуги повлияет на изменение цен во многих отраслях экономики. Стоит ожидать увеличение цен и на импортную технику и товары. Сложнее может оказаться ситуация с товарами повседневного спроса. Ожидается подорожание импортных овощей и фруктов, лекарственных препаратов, причем как импортных, так и отечественных, так как многие препараты изготавливаются на основе импортного сырья.

Одной из особенностей 2020 года стало то, что Россия вступила в него в период ускорения инфляции.

Какие же меры можно предпринять в данной ситуации? Уменьшению инфляции может способствовать ряд государственных мер, направленных на усиление экономики государства, и проведение мероприятий в нескольких направлениях.

1) Внести изменения в бюджетную политику. Падение экономики, ведёт к нехватке денег в бюджете государства. Поэтому нужно снизить расходы и постепенно увеличить доходную часть бюджета. Уменьшить инвестиции в национальные проекты, временно прекратить финансирование неперспективных, провести структурную перестройку производств, создать условия поступления в полном объёме налоговых выплат и т.д.

2) Вести более строгий контроль за банковской системой. Курировать финансовые потоки в стране. Не допускать выдачу безвозвратных кредитов. Предоставить стратегически важным отраслям экономики кредитование банками и снижать кредитные ставки, что поможет увеличить кредитную активность населения и бизнеса.

3) Помогать сельскохозяйственным производителям и мелким предпринимателям: снизить для них налоги, обеспечить льготное кредитование,

следить за закупочными ценами на потребляемые ими ресурсы и т.д. То есть создать все необходимые условия для их работоспособности и защитить от банкротства.

4) Курировать действия экспортёров и контролировать рост цен на социально значимые товары, а именно фиксировать цены, по которым эти товары будут продаваться только на внутреннем рынке и следить за их количеством.

5) Своевременно сообщать информацию населению по реальным и планируемым показателям инфляции на текущий год. Это усилит доверие общества к власти и ускорит процессы восстановления экономики.

6) Сосредоточить внимание на развитие собственных производственных предприятий и мощностей, так как они способствуют росту ВВП и понижают зависимость страны от импорта. А чем меньше эта зависимость, тем экономика государства устойчивее к внешним потрясениям.

Подводя итоги статьи, можно сказать следующее. Так как экономические процессы сложны и многогранны, в том числе и инфляционные, их влияние на экономику в разных странах происходит с учетом национальной специфики экономических и общественных отношений. Поэтому нельзя создать идеальную модель борьбы с инфляцией, которая бы подходила для любой страны, а можно лишь попытаться сделать прогнозы, основываясь на опыт предыдущих лет.

Список источников и литературы

1. Бамматказиева, Ф.А. Теоретико-методологические основы денежно-кредитного регулирования инфляционных процессов (Электронный ресурс): — Электрон. дан. — М.: Финансы и статистика, 2014. — 241 с. — Режим доступа: – URL: http://e.lanbook.com/books/element.php?p11_id=69113 (Дата обращения 23.04.2020)

2. Михайлова О.М., Родионова Е.В. Инфляция и антиинфляционная политика в России // Научно-методический электронный журнал Концепт. 2016. № Т26. С. 586-590. (Mikhailova O.M., Rodionova E.V. Inflation and anti-

inflationary policy in Russia // Scientific-methodical electronic journal Concept. 2016. No. T26. S. 586-590.) (Дата обращения 23.04.2020)

3. Материалы статьи: Анна Гальчева. Эксперты оценили запас прочности экономики России перед эпидемией. (Электронный ресурс). – Режим доступа: – URL: <https://www.rbc.ru/economics/18/03/2020/5e71fcb09a794719b1cb7> (Дата обращения 23.04.2020)

4. Материалы статьи: Москва, 13 февраля — Прайм, Надежда Афанасьева. (Электронный ресурс). – Режим доступа: – URL: https://1prime.ru/state_regulation/20200213/830937804.html (Дата обращения 23.04.2020)

5. Графические данные статбюро. Уровень инфляции в России в 2020 году. Текущий уровень инфляции в России: официальные данные за март 2020, сравнение с историческими показателями, обзор, статистика, аналитика. (Электронный ресурс). – Режим доступа: – URL: <https://www.statbureau.org/ru/russia/inflation> (Дата обращения 23.04.2020)

Выходные данные статьи:

Мурадов Т. Ш. Инфляция и методы её регулирования на современном этапе// Журнал «У». Экономика. Управление. Финансы., №2. 2020. URL: <https://portal-u.ru/index.php/journal/article/view/327>

Климова Ирина Сергеевна
магистрант кафедры "Экономика"
Финансовый университет при Правительстве РФ
г.Калуга, Россия
SPIN-код 7676-9989
irinaclimova@yandex.ru

**Учет материально-производственных запасов (МПЗ) по
российским и международным стандартам. Какой способ более
эффективный и прибыльный?**

Научная статья посвящена исследованию особенностей учета материально-производственных запасов по российским стандартам бухгалтерского учета (РСБУ) и международным стандартам финансовой отчетности (МСФО). Проведена сравнительная характеристика и описаны их различия при учете МПЗ. Актуальность исследования обоснована периодом перехода все большего числа производственных предприятий экономики Российской Федерации (РФ) на МСФО с целью совершенствования своей учетной политики. Выводом статьи выступает заключение о том, что международные стандарты финансовой отчетности раскрывают вопрос учета МПЗ более полноценно и подробнее, чем российские стандарты бухгалтерского учета. В связи с этим, желательный переход российских предприятий производственного сектора на МСФО.

Ключевые слова: материально-производственные запасы, бухгалтерский учет, РСБУ, МСФО, МПЗ, учетная политика, учет запасов.

Klimova Irina
master degree department of Economy
Financial University under the Government of the Russian Federation
Kaluga, Russia
SPIN-code 7676-9989
irinaclimova@yandex.ru

Accounting of Material and Production Resources According to Russian and International Standards. Which Method is more Effective and Profitable?

A scientific article is devoted to the study of accounting features of inventories according to Russian Accounting Standards (RAS) and International Financial Reporting Standards (IFRS). A comparative characteristic is carried out and their differences are described when taking into account the MPZ. The relevance of the study is justified by the period of transition of an increasing number of manufacturing enterprises of the economy of the Russian Federation (RF) to IFRS in order to improve their accounting policies. The conclusion of the article is the conclusion that international financial reporting standards disclose the issue of accounting for inventories more fully and in more detail than Russian accounting standards. In this regard, the desirable transition of Russian manufacturing enterprises to IFRS.

Keywords: inventories, Accounting, RAS, IFRS, MPZ, accounting policy, inventory accounting.

На сегодняшний день, с учетом высокой доли промышленного сектора в структуре валового внутреннего продукта экономики России, бухгалтерский учет материально-производственных запасов – актуальный вопрос, влияющий на эффективность самой производственной деятельности предприятий.

По этой причине, целью научной статьи выступает исследование особенностей учета материально-производственных запасов по российским стандартам бухгалтерского учета и международным стандартам финансовой отчетности, а также проведение сравнительной характеристики и описания их различий при учете МПЗ. Важным выступает ответ на следующий вопрос: какой из данных видов бухгалтерского учета наиболее экономически эффективный для производственных предприятий при учете запасов?

Материально-производственные запасы – это активы, которые используются в качестве сырья, материалов при производстве продукции, предназначенной для продажи либо приобретаемые непосредственно для перепродажи [2].

Материально производственные запасы выступают одной из ключевых составляющих производственного цикла предприятия, требующих правильного учета и всестороннего анализа по их использованию в деятельности организации и предлагает действенные пути оптимизации их состояния [3].

В системе бухгалтерского учета материально-производственные запасы отображаются по фактической себестоимости, в независимости от формы своего происхождения. Их учет выступает крайне важным по причине прямого влияния на:

- эффективность производственного цикла;
- финансовую устойчивость предприятия.

К основным задачам бухгалтерского учета МПЗ в независимости от вида отчетности, стоит относить[1]:

- организация процесса быстрого возврата денежных средств на кассу предприятия при высвобождении материально-производственных запасов;
- оптимизация затрат на хранение и управление материально-производственными запасами;
- минимизация потерь для компании в случае отсутствия товаров на складах;
- оптимизация необходимого размера материально-производственных запасов, необходимых для поддержания устойчивости операционного цикла и финансового состояния;
- оптимизация расходов при закупочной деятельности предприятия для пополнения запасов.

Исходя из списка задач учета материально-производственных запасов предприятия можно установить следующее: ключевая цель учетной политики выступает соблюдение таких показателей, как «норматив запасов» и «фактические запасы». Поскольку именно их несоответствие приводит к неоптимальному размеру товарно-материальных ценностей организации, выплывающего в двух формах:

- переизбыток МПЗ приводит к увеличению запасов на складах компании, увеличивается себестоимость и снижается рентабельность производства;

- дефицит МПЗ приводит к нарушению сроков и торможению производственного цикла предприятия, что затягивает время поставку товаров до дистрибьюторов и увеличивает размер дебиторской задолженности на балансе.

Именно по этим причинам, учет материально-производственных запасов крайне важен, поскольку благодаря нему обеспечивается экономическая безопасность производственной деятельности и финансовая устойчивость предприятия.

Теперь перейдем к анализу сравнительной характеристики учета запасов по российским стандартам бухгалтерского учета и международным стандартам финансовой отчетности.

На сегодняшний день между ними существуют значительные различия, которые отображены в таблице 1.

В РСБУ учет запасов регламентируется Положением по бухгалтерскому учету «Учет материально-производственных запасов» (ПБУ 5/01). В международной практике учет запасов регламентирует Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 2 «Запасы» [6].

Таблица 1 – Сравнительный анализ бухгалтерского учета запасов по РСБУ и МСФО [4; 5; 7].

Предмет	РСБУ	МСФО
Классификация запасов	Материалы, сырье и готовая продукция	Материалы, сырье, готовая продукция и незавершенное производство
Оценка активов	Оценка по стоимости приобретения	Оценка по стоимости приобретения и возможность чистой стоимости реализации
Обесценивание запасов	Механизм не определен	Методический инструментарий проработан на значительном уровне
Включение в себестоимость запасов затрат по займам	Включается в виде процентов, которые уплачены	Включается лишь в случае длительного операционного цикла и несерийном производстве
Учет в себестоимости запасов скидок и надбавок	В себестоимость включены все расходы	Скидки и надбавки признаются доходами и расходами за период
Методы оценки себестоимости запасов	Метод специфической идентификации, Метод средневзвешенной стоимости, метод ФИФО	Метод оценки по себестоимости каждой единицы, метод средней себестоимости, метод ФИФО
Отражение запасов в финансовой отчетности	В зависимости от права собственности запасы могут быть отражены за балансом	Вне зависимости от права собственности

Исходя из сравнительного анализа различия бухгалтерского учета запасов по РСБУ и МСФО можно установить следующее: международные стандарты финансовой отчетности раскрывают вопрос учета запасов более полноценно и подробнее, чем российские стандарты бухгалтерского учета.

В связи с этим, постепенный переход российских предприятий к стандартам МСФО при организации и ведении учетной политики – верный шаг, позволяющий повысить эффективность учета запасов, что позволяет управлять себестоимостью производства, проводить оптимизацию затрат, совершенствовать процесс управления экономической безопасностью и финансовой устойчивостью.

Список источников и литературы

1. Бердникова Л.Ф., Трушкина О.Ю. Развитие методики анализа материально-производственных запасов // Инновационная экономика: материалы Междунар. науч. конф. (г. Казань, октябрь 2014 г.). – Казань: Бук, 2014. – С. 80-85.
2. Адаменко А.А., Заставенко И.В. Материально-производственные запасы как значимый объект учета и анализа // Научный журнал КубГАУ - Scientific Journal of KubSAU. 2016. №124.
3. Кулякина Е.Л., Москалюк Д.С., Власов С.В. Теоретические аспекты учета материально-производственных запасов в организациях РФ // Молодой ученый. – 2017. – №17.
4. Овчинникова О.А., Муравьева И.А. Сравнительная характеристика российской и международной практики учета материально-производственных запасов // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2015. – № 7-2. – С. 297-301.
5. Рулева В.В., Небавская Т.В. Различия в учете запасов соответствии с МСФО и РСБУ // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2016. №7 (17).
6. Долгова Ю.В. Сравнительный анализ ПБУ 5/01 и МСФО № 2 по учету материально-производственных запасов // Молодой ученый. – 2016. – №30. – С. 188-191.
7. Поддубная З.В. Учет запасов по МСФО и РСБУ. URL: [http://nf-innovate.com/content/files/sn/sn6\(28\)-16/5\(27\)-16/cn4\(26\)-16/cn3\(25\)-16/cn2\(24\)-16/cn1\(23\)-16/Поддубная.pdf](http://nf-innovate.com/content/files/sn/sn6(28)-16/5(27)-16/cn4(26)-16/cn3(25)-16/cn2(24)-16/cn1(23)-16/Поддубная.pdf) (дата обращения: 18.05.2020).

Выходные данные статьи:

Климова И. С. Учет материально-производственных запасов (МПЗ) по российским и международным стандартам. Какой способ более эффективный и прибыльный? // Журнал «У». Экономика. Управление. Финансы., №2. 2020.
URL: <https://portal-u.ru/index.php/journal/article/view/336>

Сучков Максим Александрович
кандидат экономических наук, доцент
Кыргызский филиал ФГБОУ ВО «Казанский национальный
исследовательский технологический университет»,
Кыргызская Республика, г. Кант
kf.knitu@mail.ru

Современные тенденции адаптации институциональной среды к рыночным условиям

Исследование направлено на выявление тенденций адаптации институциональной среды к современным рыночным условиям. Достижению цели способствовало решение задачи – определить преобразования институциональной среды организации, связанные с инновациями, в частности цифровой трансформацией и внедрением бережливого производства. Модернизация формальных институтов способствует формированию неформальных норм, базирующихся на принятии «цифровых» стандартов мышления и философии бережливого производства.

Ключевые слова: институциональная среда; цифровизация; бережливое производство; адаптация экономических систем.

Suchkov Maksim Aleksandrovich
PhD in Economics, Assistant professor
Kyrgyz Branch of the Kazan National Research Technological University,
Kyrgyz Republic, Kant
kf.knitu@mail.ru

Current Trends in Adapting the Institutional Environment to Market Conditions

The research is aimed at identifying trends in the adaptation of the institutional environment to modern market conditions. The goal was achieved by solving the problem of identifying changes in the organization's institutional environment related to innovation, in particular, digital transformation and the

introduction of lean production. The modernization of formal institutions contributes to the formation of informal norms based on the adoption of "digital" standards of thinking and the philosophy of lean production.

Keywords: institutional environment; digitalization; lean production; adaptation of economic systems.

Тенденции развития рыночной экономики характеризуются высокой динамичностью, ужесточением конкуренции, что требует гибкости экономических систем, инфраструктурного обеспечения и институциональной среды. Под последней принято понимать совокупность норм, правил, регламентирующих процессы управления материальными потоками, финансами, информацией и услугами и поведение участников рыночного пространства на разных уровнях экономической системы, в результате направленная на снижение транзакционных издержек. Поведение сотрудников регулируется совокупностью норм и правил, закрепленных в уставе организации, положениях о структурном подразделении, должностных инструкциях, а также законодательстве РФ.

Актуальными революционными инструментами повышения конкурентоспособности хозяйствующих субъектов являются цифровые технологии, автоматизация, «шесть сигм» и бережливое производство и др. Интеграция данных инструментов в экономическую систему диктует необходимость регламентации трансформируемых бизнес-процессов, то есть порождает институциональные изменения [1].

Цифровая трансформация сопровождается коренными изменениями в бизнес-процессах организации, операции подлежат автоматизации, и, как следствие, сокращению трудоёмкости выполняемых операций, повышению безопасности труда [2]. Система формальных институтов в рамках

микроэкономической системы предполагает соответствующие организационные преобразования:

– модернизация политики предприятия в соответствии с внедряемыми инновациями, информационными технологиями, технологическими обновлениями производственных процессов;

– коррективы в положении о конфиденциальности (государственная, служебная или коммерческая тайна), связанные с защитой персональных данных, внедряемых технологий, финансовой защитой;

– изменения в положениях о структурном подразделении, касающиеся возможной реорганизации отдела, изменений штатной численности, задач, функций, прав и обязанностей подразделения, а также взаимоотношений с другими подразделениями;

– уточнения в трудовом договоре, в частности системы ключевых показателей эффективности, системы премирования, что в целом обусловлено повышением требований к компетенциям сотрудников;

– должностные инструкции сотрудников подвергаются пересмотру и модернизации в части алгоритма работы с учетом внедрения цифровых технологий.

Следствием реализации обозначенных мероприятий должно выступать формирование неформальных норм, базирующихся на принятии «цифровых» стандартов мышления.

Бережливое производство целесообразно рассматривать как самостоятельный институт, консолидирующий совокупность инструментов, направленных на рационализацию рабочего места (система 5S), совершенствование производства в целях удовлетворения потребностей и предпочтений конечного потребителя (Кайдзен), организацию процессов предприятия по принципу «точно в срок» (Канбан), картирование потока создания ценности. Таким образом, внедрение технологий бережливого

производства также сопряжено с реинжинирингом ключевых бизнес-процессов.

Преобразованию институциональной среды также способствует развитие кооперационных связей хозяйствующего субъекта с представителями научного сообщества и при поддержке государства. Участие предприятия в двойных и тройных спиралях (в частности кластерах, технологических платформах, государственно-частном партнерстве и др.) детерминирует установление устойчивого институционального пространства, поведение участников в рамках которого регламентировано уставом партнерств, положениями о наблюдательном, научно-техническом и экспертном советах, дорожными картами и другими документами. В том числе доказан высокий потенциал реализации модели соконкуренции, предполагающей межфирменное взаимодействие, направленное на стимулирование инновационного развития предпринимательского сектора [3].

Таким образом, совокупность современных моделей, технологий, инструментов организации бизнес-процессов закономерно детерминирует трансформацию институциональной среды (внутренней и внешней), охватывающей как формальные, так и неформальные институты, вдоль вектора экономического развития и повышения конкурентоспособности.

Список источников и литературы

1. Шинкевич А.И., Шинкевич М.В. Состояние и перспективы инновационного развития институционально-логистических систем промышленности Республики Татарстан: монография. Казань: Изд-во Казан. гос. технол. ун-та, 2006. 252 с.

2. Savon D.Y., Aleksakhin A.V., Skryabin O.O., Goodilin A.A. Occupational health and safety digitalization in the coal industry // Eurasian mining. 2019. № 2 (32). P. 70-72.

3. Shinkevich A.I., Lubnina A.A., Chikisheva N.M., Simonova L.M., Alenina E.E., Khrustalev B.B., Sadykova R.S., Kharisova R.R. Innovative forms of production organization in the context of high-tech meso-economic systems sustainable development // International Review of Management and Marketing. 2016. 6(2). P. 219-224.

Выходные данные статьи:

Сучков М. А. Современные тенденции адаптации институциональной среды к рыночным условиям // Журнал «У». Экономика. Управление. Финансы., №2. 2020. URL: <https://portal-u.ru/index.php/journal/article/view/337>

Абалмасова Александра Олеговна

студент

Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова

Оренбург, Россия

abalmasovaaleksandra2000@mail.ru

Статистическое исследование средней продолжительности жизни населения в России

Актуальность темы исследования заключается в необходимости исследования фактора продолжительности жизни как одного из критериев, показывающих эффективности преобразований в социальной сфере. В работе изучен показатель – средняя продолжительность жизни населения за 2009 – 2019 годы. Рассматриваются факторы, которые уменьшают продолжительность жизни. Предполагаются меры по увеличению средней продолжительности жизни населения. Проведен факторный анализ средней продолжительности жизни в Российской Федерации и построена регрессионная модель.

Ключевые слова: продолжительность жизни, рождаемость, смертность, демография, плотность населения, экономические факторы

Abalmasova Alexandra

student

Russian University of Economics G.V. Plekhanova

Orenburg, Russia

abalmasovaaleksandra2000@mail.ru

Statistical Study of the Average Life Expectancy of The Population in Russia

The relevance of the research topic lies in the need to study the factor of life expectancy as one of the criteria showing the effectiveness of transformations in the social sphere. The work studied the indicator - the average life expectancy of the population for 2009 - 2019. Factors that reduce life expectancy are considered. Measures are proposed to increase the average life expectancy of the population. A

factor analysis of life expectancy in the Russian Federation was carried out and a regression model was constructed.

Keywords: life expectancy, birth rate, mortality, demography, population density, economic factors

По данным Росстат (официальный сайт ведения статистики РФ) показатель средней продолжительности жизни обоих полов составляет на 2019 год 73,4 года. За анализируемый период средняя продолжительность жизни населения России увеличивалась ежегодно в среднем на 0,3 года. Ниже приводится таблица продолжительности жизни по годам с группировкой по полу и делением на городское и сельское население [1].

Средняя ожидаемая продолжительность жизни для мужчин ниже средней ожидаемой продолжительности жизни для женщин, и этот показатель среди сельского населения отличается от городского населения.

Причинами смерти в больших количествах в стране являются различные факторы, некоторые из которых: дорожно-транспортные происшествия, химическое загрязнение воздуха, которое привело к различным смертельным заболеваниям, опасным природным явлениям, низкому уровню жизни, чрезмерному употреблению табака и алкоголя и т. д.

К счастью, по мнению исследователей, в ближайшие 20-30 лет россияне будут жить дольше. На данный момент благосостояние улучшается, качество медицинских услуг улучшается, многие увлекаются спортом, отказались от курения и алкоголя и придерживаются правильного питания. Ученые считают, что к 2030 году граждане России доживут до 75 лет.

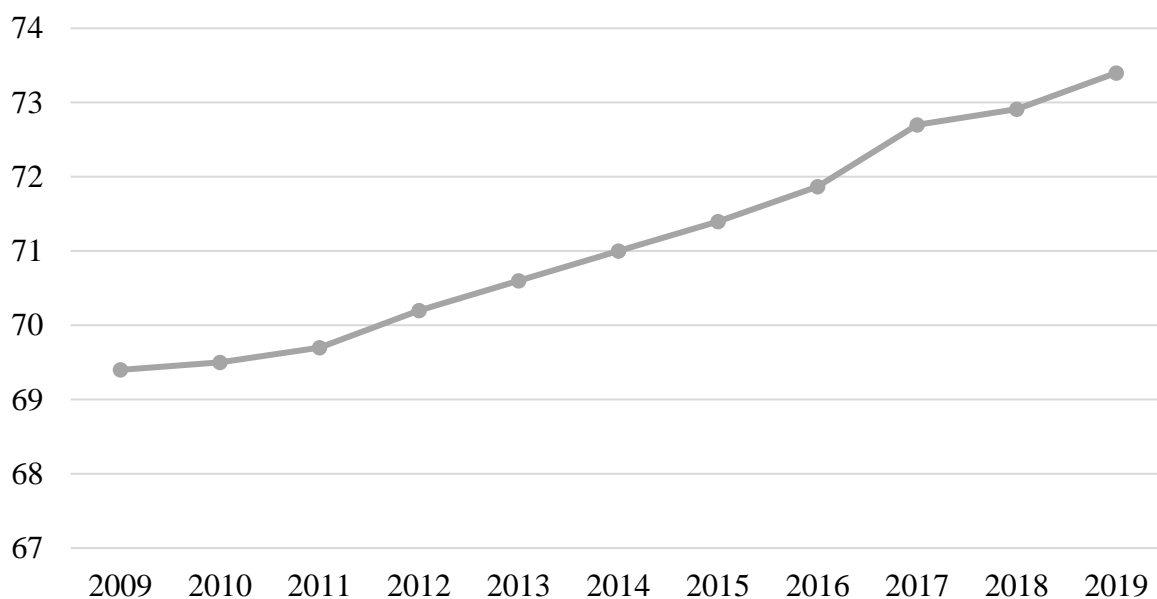


Рисунок 1 – Динамика средней продолжительности жизни в РФ

По данным рисунка 1 мы можем сделать вывод о том, что с каждым годом происходит увеличение средней продолжительности жизни населения Российской Федерации. Такие изменения обуславливаются улучшением качества жизни населения, повешением средней заработной платы и повышением заинтересованности населения в спорте. Положительная динамика средней продолжительности жизни населения наблюдается на протяжении всего исследуемого периода.

Для выяснения причин колебания средней продолжительности жизни населения в Российской Федерации необходимо провести многофакторный корреляционно-регрессионный анализ [3] за период 2009-2019 гг.

На среднюю продолжительность жизни населения в Российской Федерации могут оказывать влияния совершенно разные факторы.

У – средняя продолжительность жизни, лет

X1 – средняя заработная плата, тыс.

X2 – численность медицинских учреждений на 1000 чел., тыс.

X3 – плотность населения, чел/км²

X4 – уровень выброса в атмосферу загрязняющих веществ, %

X5 – общая численность большого населения, млн. чел.

Построение корреляционной матрицы позволит выявить факторы, оказывающие наибольшее влияние на динамику средней продолжительности жизни населения в Российской Федерации, т.е. значения коэффициентов по модулю больше 0,6, что говорит о наличии мультиколлинеарности [2].

Проведем проверку мультиколлинеарности факторов с помощью корреляционной матрицы (Табл.1).

Таблица 1 – Проверка мультиколлинеарности факторов с помощью корреляционной матрицы

	Y	X1	X2	X3	X4	X5
Y	1					
X1	0,986275	1				
X2	0,989542	0,971143	1			
X3	0,849862	0,887498	0,822906	1		
X4	0,976361	0,966729	0,982582	0,865035	1	
X5	0,524526	0,522824	0,544353	0,41093	0,540036	1

По корреляционной матрице мы видим, что наибольшее влияние динамику средней продолжительности жизни населения в Российской Федерации оказывает фактор X2 – численность медицинских учреждений.

Согласно рисунку 2 мы получаем следующее уравнение регрессии:

$$Y=89,99+2,34X2$$

Таким образом, на основании проведенного анализа мы делаем вывод о том, что с увеличением количества медицинских учреждений, в расчете на 1000 чел. на 1%, средняя продолжительность жизни населения увеличится на 2,34%.

Парный коэффициент корреляции, равный 0,96, указывает на то, что существует тесная прямая связь, то есть с увеличением количества медицинских учреждений средняя продолжительность жизни населения в Российской Федерации будет увеличиваться. Коэффициент детерминации

0,95 показывает, что средняя продолжительность жизни населения в Российской Федерации зависит на 95% от темпов роста числа медицинских учреждений, тогда как другие факторы составляют 5%.

Вывод итогов					
<i>Регрессионная статистика</i>					
Множественный R	0,956275281				
R-квадрат	0,952738929				
Нормированный R-кв	0,969709921				
Стандартная ошибка	0,247715378				
Наблюдения	11				
<i>Дисперсионный анализ</i>					
	<i>df</i>	<i>SS</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>Значимость F</i>
Регрессия	1	19,706152	19,706152	238,1411006	2,38574E-08
Остаток	9	0,552266177	0,061362909		
Итого	10	20,25841818			
<i>Коэффициенты стандартная ошибка t-статистика P-Значение</i>					
У-пересечение	89,99766362	0,297202357	136,0630562	3,87489E-18	
Переменная X 2	2,3465576	0,009065487	14,57699092	2,38574E-08	

Рисунок 2 – Регрессионный анализ

Чтобы оценить статистическую значимость уравнения регрессии, рассмотрим F-критерий Фишера. Его фактическое значение (238,14) превышает табличное (5,12), что позволяет нам отклонить нулевую гипотезу, то есть уравнение является статистически значимым.

Далее мы проверяем значимость параметров уравнения с помощью t-критерия Стьюдента. Для этого необходимо сравнить фактические значения a (222,06) и b (17,92) по модулю с табличным значением (2,26). Этот результат указывает на то, что найденные параметры уравнения регрессии являются статистически значимыми [4].

Оценка общей средней продолжительности жизни населения в Российской Федерации за анализируемый период с 2009-2019 гг. показывает тенденцию к увеличению этого показателя за весь исследуемый период. Многофакторный анализ позволил сделать вывод о том, что наибольшая часть

вариаций средней продолжительности жизни в Российской Федерации напрямую зависит от количества медицинских учреждений. Одним из приоритетов в государственной политике является повышение качества медицинской помощи населению Российской Федерации при условии, что можно поддерживать максимальную бесплатную медицинскую помощь с использованием современных методов диагностики и лечить пациентов в амбулаторных и стационарных учреждениях [5].

Список источников и литературы

1. Замедлина Е.А. Статистика: Учебное пособие для средних специальных учебных заведений / Е.А. Замедлина. - Москва: ИЦ РИОР: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 160 с.
2. Снатенков А.А., Тимофеева Т.В. Экономико-статистическое исследование способности населения России к сбережению // «Аудиторские ведомости» 2020. №2.
3. Харченко Л.П. Статистика: Учебник / Л.П. Харченко, В.Г. Ионин, В.В. Глинский; Под ред. В.Г. Ионина. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва: ИНФРА-М, 2016. – 445 с.
4. Шумак О.А. Статистика: Учебное пособие / О.А. Шумак, А.В. Гераськин. - Москва: ИЦ РИОР: НИЦ Инфра-М, 2017. – 311 с.
5. Минздравсоцразвития России [Электронный ресурс]. - информационная база данных документов. - Режим доступа: <http://www.mindzravsoc.ru>

Выходные данные статьи:

Абалмасова А. О. Статистическое исследование средней продолжительности жизни населения в России // Журнал «У». Экономика. Управление. Финансы., №2. 2020. URL: <https://portal-u.ru/index.php/journal/article/view/342>

Макарова Алена Викторовна
студент
Оренбургский филиал ФГБОУ ВО «Российский экономический
университет им. Г.В. Плеханова»
г. Оренбург, Россия
makarova-alena99@mail.ru

Статистический анализ объема инвестиций в основной капитал в РФ

В статье исследуется динамика инвестиций в основной капитал РФ за 2010-2018 года, и проведен анализ объема инвестиций в основной капитал в РФ. Основой для ускорения научно-технического прогресса являются инвестиции в основной капитал, именно поэтому для современной рыночной экономики Российской Федерации необходимо анализировать и увеличивать объемы инвестиций в основной капитал. Основной целью исследования – выявление факторов, оказывающих влияние на рассматриваемый параметр.

Ключевые слова: инвестиции в основной капитал, валовой внутренний продукт, корреляционно-регрессионный анализ

Makarova Alena
Student
Orenburg branch of FGBOU VO " Russian economic
University. G. V. Plekhanov"
Orenburg, Russia
makarova-alena99@mail.ru

Statistical Analysis of The Volume of Investments in Basic Capital in The Russian Federation

The article examines the dynamics of investments in fixed assets of the Russian Federation for the years 2010-2018, and analyzes the volume of investments in fixed assets in the Russian Federation. The basis for accelerating scientific and technological progress is investment in fixed assets, which is why for the modern market economy of the Russian Federation it is necessary to analyze and increase

investment in fixed assets. The main goal of the study is to identify factors that influence the parameter in question.

Keywords: investment in fixed assets, correlation coefficient, regression analysis

Процесс расширенного воспроизводства определяют инвестиции [4]. От процесса инвестирования, а также реального капиталовложения зависят возведение жилых домов, предприятий, проектирование дорог, следствием чего является создание новых рабочих мест [3]. Отраслевым учетом объемов инвестиций в основной капитал, учетом воспроизводственной структуры инвестиций и инвестиций в основной капитал по видам основных фондов занимается такая наука как статистика [5]. Актуальность данной работы заключается в том, что вопрос исследование инвестиций в основной капитал довольно многогранен.

Процесс вложения, использования и финансирования инвестиционных ресурсов называется инвестированием. Данные процессы являются основой финансовой деятельности организации [2]. Для того что бы грамотно вкладывать инвестиции необходимо проводить статистическое прогнозирование инвестиций в основной капитал. Основным инструментарием данного исследования является методология многомерных временных рядов, а точнее это корреляционно-регрессионный анализ.

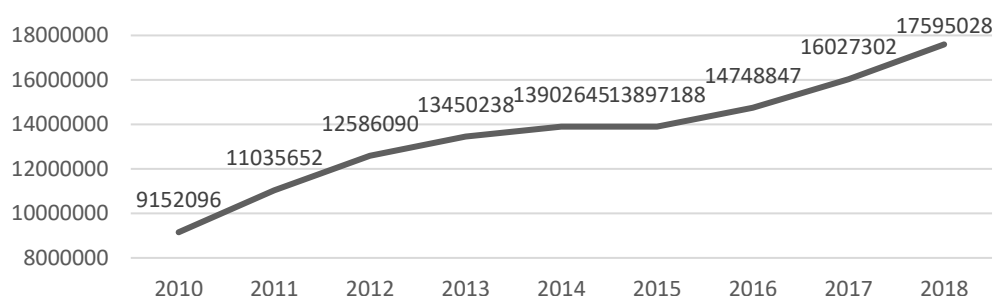


Рисунок 1 – Динамика инвестиций в основной капитал в Российской Федерации [1].

Рассмотри динамику инвестиций в основной капитал в Российской Федерации за 2010-2018 годы представленную на рисунке 1. В период за 2010-2014 год наблюдается тенденция к росту инвестиций в основной капитал Российской Федерации, в 2015 году в связи с введением экономических санкций происходит снижение данного показателя, но уже начиная с 2016 года данное значение вновь начинает расти.

Влияние каких процессов сказывается на изменение уровня инвестиций в основной капитал в РФ за исследуемый период, определим в рамках данного исследования, путем проведения корреляционно-регрессионного анализа за период 2009-2018 годов. Данные для проведения анализа были взяты из базы данных Федеральной службы государственной статистики.

В работе рассмотрен следующий набор показателей:

Y – Объем инвестиций в основной капитал, темп роста %;

X1 – Внутренний валовый продукт, темп роста %;

X2 – Среднедушевые денежные доходы населения, темп роста %;

X3 – Сальдо прибылей и убытков, темп роста %;

X4 – Удельный вес прибыльных организаций, %.

Рассмотрим взаимосвязь данных показателей с помощью корреляционного анализа.

Таблица 1 – Корреляционная матрица

	<i>Y</i>	<i>X1</i>	<i>X2</i>	<i>X3</i>	<i>X4</i>
<i>Y</i>	1				
<i>X1</i>	0,775349	1			
<i>X2</i>	0,718437	0,466107	1		
<i>X3</i>	-0,27769	-0,10342	-0,05146	1	
<i>X4</i>	0,508822	0,211865	0,43219	0,076294	1

Из корреляционной матрицы, представленной в таблице 1 видно, что объясняющая переменная имеет достаточно тесную связь только с первым (X_1) и вторым (X_2) факторами. Поэтому для дальнейшего анализа исключим

факторы X_3 и X_4 из модели. То есть регрессионный анализ будем проводить только с факторами X_1 и X_2 . При проведении анализа регрессии с двумя факторами было выявлено, что фактор X_2 (t -критерий при $X_2 = 2,03$, что меньше $t_{\text{табличный}}$) статистически не значим, поэтому для дальнейшего анализа используем только фактор X_1 .

На основе полученных данных произведем регрессионный анализ и составим уравнение регрессии.

Вывод итогов						
Регрессионная статистика						
Множественный коэффициент корреляции	0,775349086					
R-квадрат	0,701166205					
Нормированный коэффициент корреляции	0,544189948					
Стандартная ошибка	4,100483723					
Наблюдения	9					
Дисперсионный анализ						
	df	SS	MS	F	Значимость F	
Регрессия	1	177,4070327	177,4070327	10,55117065	0,014091208	
Остаток	7	117,6977673	16,81396676			
Итого	8	295,1048				
	Коэффициенты	Стандартная ошибка	t-статистика	P-Значение	Нижние 95%	Верхние 95%
Y-пересечение	15,13918278	26,91299079	0,56252324	0,59131039	-48,49992791	78,77829348
X1	0,782909734	0,241024599	3,248256556	0,014091208	0,212977122	1,352842347

Рисунок 2 – Регрессионная статистика

Проведем оценку статистической значимости параметров регрессии на основе t -критерия Стьюдента. Для этого с помощью таблицы критических значений t -критерия Стьюдента найдем теоритическое значение критерия, который будет равен 2,365. Из анализа регрессии видно, что фактор X_1 является статистически значимым, так как t -статистика = 3,25, что больше, чем $t_{\text{табличный}}$. Поэтому при построении уравнения регрессии используем только статистически значимый фактор X_1 .

По данным таблицы, представленной на рисунке 2, составим уравнение регрессии:

$$y = 15,14 + 0,78x_1$$

Коэффициенты регрессионного уравнения позволяют понять, что инвестиции в основной капитал будут увеличиваться на 0,78 %, при увеличении ВВП на 1 %.

Так же исходя из результатов проведенного анализа видно, что коэффициент детерминации (r^2) равен 0,7, это показывает то, что от факторов, включённых в данную модель, зависит 70 % вариации инвестиций в основной капитал. На факторы, не включенные в модель, приходится лишь 30 %.

Так как индекс парной корреляции в исследовании составляет 0,78, следовательно между результативным признаком и всем набором исследуемых факторов связь будет тесной.

Рассмотрим адекватна ли применяемая модель. Для этого из проведенного ранее регрессионного анализа узнаем, чему равен F-критерий Фишера фактический. По данным рисунка 2, можно увидеть, что $F_{\text{факт}} = 10,55$. Далее необходимо найти критерий Фишера табличный. Исходя из данных $F_{\text{табл}} = 5,41$. Так как, $F_{\text{факт}} > F_{\text{табл}}$, то можно сделать вывод, что уравнение регрессии статистически значимо, следовательно данную модель можно использовать для дальнейшего осуществления прогнозов.

Для того чтобы определить качество модели, найдем среднюю ошибку аппроксимации. По данным представленным ранее, после проведения расчетов получается, что средняя ошибка аппроксимации равна 5,23 %, следовательно можно сделать вывод о том, что качество модели хорошее, так же можно сказать, что в среднем значения отклоняются от результатов, получаемых в результате расчетов с помощью полученного уравнения регрессии не более чем на 5,23 %.

По проведенному анализу можно сделать следующие выводы: объем инвестиций в основной капитал в значительной степени зависит от валового внутреннего продукта, это может объясняться тем, что рентабельность предприятия увеличивается при увеличении показателя ВВП, так же начинает

происходить рост прибыли, а следовательно увеличиваются и инвестиции в основной капитал.

При анализе каких-либо факторов, можно повлиять на них в нужном направлении заранее. Для более эффективного развития экономики России нужны масштабные инвестиции в производство, новые технологии и обучение персонала.

Созданию стабильных экономических условий способствует улучшение инвестиционного климата в стране.

Список источников и литературы

1. Сайт Федеральной службы государственной статистики. Режим доступа: <https://www.gks.ru/>
2. Крапивина Т.А. Исследование динамики инвестиций в основной капитал в Российской Федерации // Молодой ученый. 2016. № 11 (115). С. 789-791.
3. Конденкова М.А. Статистический анализ объема инвестиций в основной капитал в РФ // Инновационная экономика: материалы IV Междунар. науч. конф. (г. Казань, октябрь 2017 г.). Казань: Бук, 2017. С. 7-9.
4. Николаев И. Инвестиции как источник экономического роста / И. Николаев, Т. Марченко, О. Точилкина // Общество и экономика. 2019. № 5. С. 5-27.
5. Тимофеева Т.В., Снатенков А.А. Оценка инвестиционной привлекательности регионов РФ // Труды V Всероссийской конференции молодых ученых по институциональной экономике. Екатеринбург. 2007. С. 187-190.

Выходные данные статьи:

Макарова А. В. Статистический анализ объема инвестиций в основной капитал в РФ// Журнал «У». Экономика. Управление. Финансы., №2. 2020.
URL: <https://portal-u.ru/index.php/journal/article/view/345>

Кугушева Татьяна Вячеславовна
кандидат экономических наук, доцент
ФГАОУ ВПО «Южный федеральный университет»
ORCID iD is 0000-0001-8801-8245
г. Ростов-на-Дону, Россия
tvkugusheva@sfedu.ru

Поддубная Алина Витальевна
Студенты 1 курса
Направления 38.03.02 «Менеджмент»
Направленность «Менеджмент»
ФГАОУ ВПО «Южный федеральный университет»,
факультет управления
г. Ростов-на-Дону, Россия
apoddubnaya@sfedu.ru

Семенова Елена Дмитриевна
Студенты 1 курса
Направления 38.03.02 «Менеджмент»
Направленность «Менеджмент»
ФГАОУ ВПО «Южный федеральный университет»,
факультет управления
г. Ростов-на-Дону, Россия
esemenova@sfedu.ru

Титоренко Олеся Олеговна
Студенты 1 курса
Направления 38.03.02 «Менеджмент»
Направленность «Менеджмент»
ФГАОУ ВПО «Южный федеральный университет»,
факультет управления
г. Ростов-на-Дону, Россия
titorenko@sfedu.ru

**Возможность использования теории стихий для разработки
рекомендаций по управлению трудовым коллективом**

В настоящее время не угасает актуальность поиска новых форм построения эффективных систем управления персоналом, в том числе связанных с индивидуализацией психо-соматических характеристик

личности, отдельного коллектива, организации в целом. В статье рассматривается возможность использования теории стихий для построения оптимальной системы управления персоналом организации. Указанное, несомненно, может сказаться на эффективности работы сотрудников в организации, а также на самом её развитии.

Ключевые слова: управление персоналом организации, управление трудовым коллективом, теория четырёх стихий

Tatiana V. Kugusheva

candidate of economic Sciences, associate Professo
ORCID iD is 0000-0001-8801-8245
Southern Federal University
Rostov-on-Don, Russia
tvkugusheva@sfedu.ru

Alina V. Poddubnaya

1st year students
The Area 38.03.02 "Management»
Focus "Management"
Southern Federal University,
faculty of management
Rostov-on-Don, Russia
Apodd0ubnaya@sfedu.ru

Elena D. Semenova

1st year students
The Area 38.03.02 "Management»
Focus "Management"
Southern Federal University,
faculty of management
Rostov-on-Don, Russia
esemenova@sfedu.ru

Olesya O. Titorenko

1st year students
The Area 38.03.02 "Management»
Focus "Management"
Southern Federal University,
faculty of management
Russia, Rostov-on-Don
titorenko@sfedu.ru

The Possibility of Using the Theory of Elements to Develop Recommendations for Managing the Workforce

Nowadays, the urgency of searching for new forms of building effective personnel management systems, including those related to the individualization of psychosomatic characteristics of the individual, the individual team, and the organization as a whole, does not fade. The article considers the possibility of using the theory of elements to build an optimal system of personnel management in an organization. This, of course, can affect the effectiveness of employees in the organization, as well as its development.

Keywords: personnel management of the organization, management of the labor collective, the theory of the four elements.

В настоящее время всё ещё остаётся актуальной проблема управления персоналом организации. Связано это, например, с нехваткой времени, возможными внутренними конфликтами между сотрудниками, между руководителями и сотрудниками, которые возникли в первую очередь из-за непонимания каких-либо ценностей, установок, а может быть, в свете того, что виновники конфликта не считаются с мнением другого. Указанное способствует развитию в теории и применению на практике новых подходов, методов и технологий к управлению различными процессами, в том числе процессами управления персоналом, трудовыми ресурсами. Эти подходы, методы и технологии позволяют если не полностью, то частично ликвидировать неэффективное управление персоналом.

Поле проблем, которое возникает в результате управления персоналом, может быть связано с тем, что каждый день людям ставят задачи. И эти задачи могут иметь мало общего с их личностными качествами и задатками только из-за того, это входит в их обязанности. В результате непонимания руководителя в таких тонких вещах в командах возникают разногласия,

споры. Если бы набор индивидуальных характеристик каждого члена команды, принимался во внимание руководства, задачи выполнялись бы более эффективно и результативно. Индивидуальные характеристики членов команды и коллектива в целом представляется возможным описать с помощью теории стихий.

Цель исследования заключается в том, чтобы на примере теории четырёх стихий исследовать возможности диагностики и последующего выявления личностных характеристик отдельной трудовой единицы и коллектива в целом. На этой основе представляются возможные предложения, конкретные рекомендации по индивидуализации управления тем или иным коллективом.

В первую очередь отметим, что управление персоналом – неотъемлемая область знаний в менеджменте и совместной, практической деятельностью состава руководства организации, в состав руководства организации входят[1]:

1. Руководители предприятия;
2. Другие специалисты, которые отвечают за выработку действенной концепции политики кадрового дела, а также индивидуальных методологических основ управления работниками на предприятии.

При этом каждый руководитель хочет получить хороший результат, развить свою организацию, сделать так, чтобы она долго просуществовала. А для этого следует помнить, что в наше время простые методы управления персоналом становятся менее эффективными, поэтому многие современные управленцы всё чаще придумывают новые подходы в руководстве сотрудниками. На данный момент отходят даже от такой технологии в управлении персоналом, как тайм-менеджмент (технология организации времени и повышения эффективности его использования) из-за того, что времени оказывается недостаточно для реализации всех дел, работникам не хватает энергии. Вслед за тайм-менеджментом появился такой подход, как

тонус-менеджмент – подход к повышению личной эффективности, при котором в фокусе внимания оказывается энергия человека как основной ресурс продуктивности и успешной деятельности. Грамотный руководитель может использовать данную теорию при построении оптимальной системы управления персоналом, что может хорошо повысить эффективность самой работы в организации. Главное – учитывать и индивидуальные, личностные особенности каждого сотрудника.

С целью повышения эффективности управления трудовым коллективом представляется целесообразным осуществлять предварительную оценку при приёме на работу и последующий мониторинг трудовых ресурсов конкретного предприятия. На сегодняшний день используют три основных подхода для оценки и мониторинга персонала. Каждый подход имеет свои методы и общие инструменты (табл. 1).

Таблица 1 – Подходы к оценке персонала [2]

Подходы	Методы	Инструменты
Качественный	<ul style="list-style-type: none"> - Оценка выполнения задач - Матричный - Метод системы произвольных характеристик - Метод 360 градусов - Групповая дискуссия 	<ul style="list-style-type: none"> - Наблюдение - Сравнение - Анализ - Опросы с помощью анкет
Количественный	<ul style="list-style-type: none"> - Метод балльной оценки - Ранговый метод - Метод свободной балльной оценки 	
Комбинированный	<ul style="list-style-type: none"> - Метод суммы оценок - Система группировки 	

Если же говорить об оценке личности, как индивидуальной трудовой единицы, то сейчас большинство оценок личностных типов основаны на четырехкомпонентных типах личности, как DISC (концепция Уильяма Марстона, 1928 г.) или Myers-Briggs (типология, разработанная Изабеллой

Майерс-Бриггс и её мать Кэтрин Бриггс на основе работы «Психологические типы» швейцарского психиатра Карла Густава Юнга)[3].

Личностная оценка «Четыре стихии» родилась на волне разочарования, которое сотрудники компании Leadership Excellence чувствовали, спрашивая лидеров: «Кто вы?». В ответ они говорили или о своей работе, или о должности. Они описывали то, что они делают, а не то, кто они есть. Возможно, статья поможет нам разобраться, что же такое четырехкомпонентный тип личности, к какой стихией[4].

Истоки развития личностной оценки «четыре стихии» уходя корнями к трудам древнегреческого философа и врача Эмпедокл, идеи которого сохранились в фрагменте «О природе». Затем, свой вклад в данную теорию внёс Гиппократ, который сопоставил четыре стихии с четырьмя типами темперамента. Эта теория часто используется с целью исследования человека, как личности. В целом, метафора четырех стихий позволяет помочь людям найти себя и выявить закономерности поведений, которые влияют на все: от выбора любимого дела, профессии до организации своего дня.

Косвенно, теория «четырёх стихий» перекликается с типами темперамента. Согласно данной теории, в спокойных флегматиках присутствует много Земли, в чувствительных меланхоликах преобладает Вода, в легковозбудимых холериках доминирует Огонь, в подвижных сангвиниках – Воздух. При этом, для каждой стихии характерны определенные качества. Учитывая их особенности, можно определить темперамент, его преимущества и недостатки.

На рисунке 1 показано соответствие темпераментов характера Стихиям.

Сангвиник Воздух	Холерик Огонь	Меланхолик Вода	Флегматик Земля
<ul style="list-style-type: none"> • Лёгкость • Высота • Полёт • Независимость 	<ul style="list-style-type: none"> • Жар • Быстрота • Яркость • Подвижность 	(восприимчивость, изменчивость, гибкость) Земля (твёрдая основа мира)	Вода

Рисунок 1 – Соответствие темперамента и Стихий[5]

В таблице представлена сравнительная характеристика темперамента и Стихий. С её помощью мы более подробно рассмотрим темперамент людей различных стихий, их сильные и слабые стороны (табл.2).

Таблица 2 – Сильные и слабые стороны Стихий [6]

Стихия	Характеристика	Сильные стороны	Слабые стороны
Земля	Самый уравновешенный тип темперамента. Такие люди не торопливы, все делают последовательно и основательно. Они также ценят традиции, радуются простым вещам	<ul style="list-style-type: none"> •сила воли; •устойчивая нервная система; •практичность; •трудолюбие; •крепкое здоровье; •невозмутимость; •запасливость; •распорядительность в финансовых делах; •любовь делать вещи своими руками 	<ul style="list-style-type: none"> •привязанность в вещам и людям •отсутствие гибкости; •неподвижность; •лень; •апатия; •медленное постижение нового
Вода	Люди данной стихии никогда не будут стремиться быть первыми в чем-либо. Все производимые ими действия осторожные и неопределённые. Таким людям характерна гибкость и дипломатичность. Они способны легко сгладит любой конфликт,	<ul style="list-style-type: none"> •интуитивность; •склонность к самопознанию; •гибкость мышления; •вдумчивость; •доброжелательность; •повышенная чувствительность; •идеализм 	<ul style="list-style-type: none"> •депрессивность; •трудность сосредоточения; •подозрительность; •чрезмерная жертвенность; •плаксивость; •перепады настроения; •апатия; •нерешительность; •безответственность.

	приспособиться к каким-либо новым обстоятельствам		
Огонь	Такие люди довольно подвижны, энергичны. Все психологические изменения проходят в ускоренном темпе	<ul style="list-style-type: none"> •бодрость; •склонность к новаторству; •решительность; •смелость; •настойчивость; •жизнерадостность. •уверенность в себе; •способность мыслить и понимать, работать с идеями; •рискованность; 	<ul style="list-style-type: none"> •быстрое эмоциональное выгорание; •любовь к азартным играм; •агрессия; •тщеславие; •раздражительность; •напористость; •нетерпимость; •зависимость от чужого мнения
Воздух	Таким людям присуще худощавое телосложение. Общение с такими личностями легкое и непринуждённое.	<ul style="list-style-type: none"> •быстрое мышление; •любопытность; •неординарный подход к решению задач, свободное творчество; •сообразительность; •легкое общение. 	<ul style="list-style-type: none"> •чрезмерная отстраненность от различных проблем; •непрактичность; •суетливость; •раздражительность; •склонность к страхам и фобиям.

Теория стихий применима к теории управления командной работой, ведь любой коллектив может действовать в соответствии с собственным набором установок, а каждая из стихий предполагает свои установки. В таблице представлено, как человек, являющийся ярким представителем той или иной стихии, будет работать в команде. И в этой связи возможен комплекс определённых советов руководителям тех или иных «стихий».

Таблица 3 – Особенности Стихий в командной работе и советы руководителям [7]

Стихия	Особенности	Советы
Земля	Хорошо справляются со всем, что связано с системой, порядком и документацией. Они любят ставить цели и идти к ним в аккуратной, пунктуальной и предсказуемой манере. Работают медленно и не демонстрируют никаких	Следует помнить, что в центре Земли всегда огонь, и в то время как страсть не проявляется внешне, она живет в глубине. Давайте им больше информации для работы, желательно чтобы у

	явных всплесков эмоций, однако при этом они могут быть очень продуктивными	таких людей был свой «уголок», в котором они могут спокойно работать. Помните, такие люди не терпят хаос и беспорядок
Вода	Необходимо время для обдумывания вопроса и неконфликтная, спокойная обстановка. Для них важно видеть то, как плоды их усердных стараний дают начало новому развитию и росту дела. Такие люди находят собственные способы решения задач- более легкие и быстрые	Важно не забывать, что сковывать «водных» членов команды нельзя: из-за отсутствия самовыражения или времени на то, чтобы обдумать, они могут начать проявлять не самые свои благоприятные стороны и даже стать ядовитыми.
Огонь	Хотят авторитета, власти, бушующих страстей. Им также необходимы признание и похвала. Также необходимо чувствовать, что они несут ответственность за определенную участок задач.	«Огненные» наименее подвержены самоконтролю и наиболее склонны к выгоранию, депрессии и отчаянию, поэтому помогайте им не потухнуть. Зажигайте периодически их «огонёк», для этого достаточно всего лишь обратить на них внимания
Воздух	«Воздушные» члены команды хотят новых и сложных задач, в которых присутствует высокая степень их свободы, независимость.	Позвольте им отпраиваться в поездки, командировки или поручите им дела, которые требуют выполнения повышенной ответственности. Давайте им творить, как они хотят, прислушивайтесь к ним.

Как видим из таблицы, личности «огненного» типа легко решают сложные задачи и преодолевают на пути сложности, в то время как для «водного» типа комфортней быть в спокойствии. «Воздушные» личности любят хаос и перемены, в то время как «земные» – организованность и порядок. Бросить вызов начальнику – таким может быть один из первых пунктов в списке дел «огня», но для «воды» это не представляется правильным. «Привести в порядок папки с документами» – с этого будет

начинать свои дела «земля», но этим с нежеланием будем заниматься «воздух».

С целью узнать, к какой из стихий принадлежит конкретный коллектив для выработки последующих рекомендаций эффективного управления им, нами был проведен опрос посредством анонимного анкетирования у студентов 1 и 2 курса направления 38.03.02 «Менеджмент», обучающихся на дневной форме обучения на факультете управления ЮФУ. Опрос осуществлялся с помощью Google form и представлял собой анкету из 10 вопросов с вариантами ответов на них.

На первый вопрос «*Какие слова лучше всего описывают Вашу личность?*» респонденты ответили так, как показано на рисунке 2.

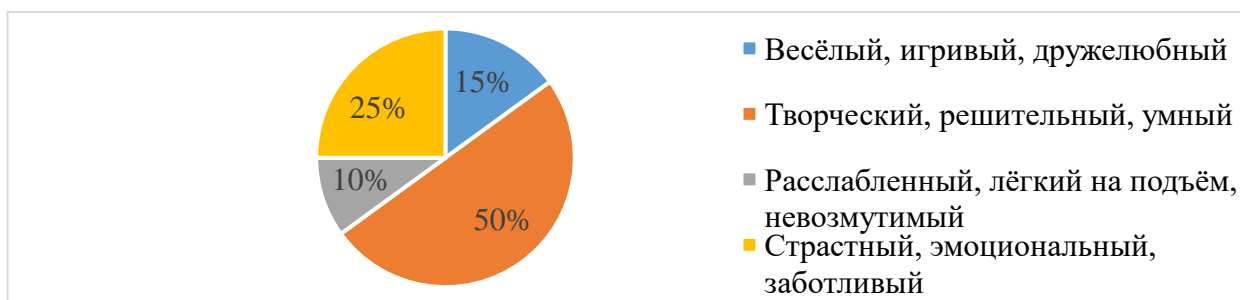


Рисунок 2 – Результаты ответов на вопрос «Какие слова лучше всего описывают Вашу личность?»¹

Как видим из рисунка, половина опрошенных оценивает себя как творческая, решительная и умная личность. Чуть меньше респондентов считают себя страстным, эмоциональным и заботливым человеком. Наименьшее количество студентов оценивают себя как веселый, игривый, дружелюбный или расслабленный, легкий на подъем, невозмутимый.

На второй вопрос «*В какое время суток Вы чувствуете себя наиболее энергичным/энергичной?*» респонденты ответили так, как показано на рисунке 3.

¹ Составлено авторами на основе проведенного анкетирования

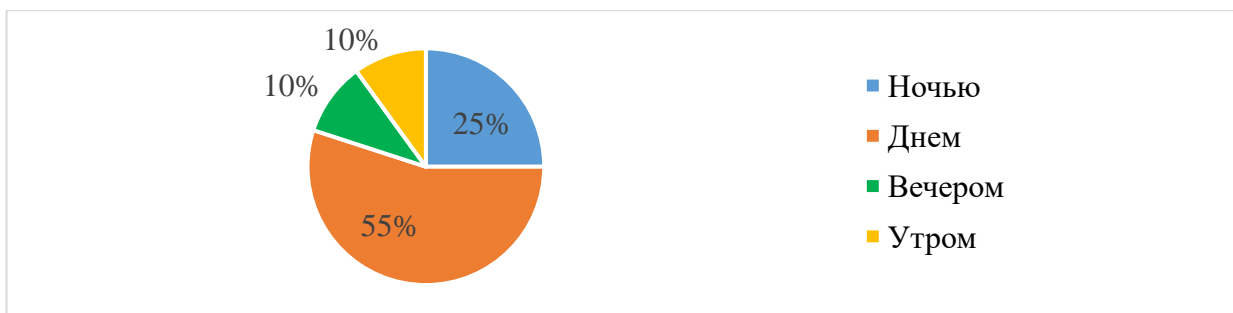


Рисунок 3 – Результаты ответов на вопрос «В какое время суток Вы чувствуете себя наиболее энергичным/энергичной?»²

Данный рисунок показывает, что более половины опрошенных чувствуют себя энергичным/энергичной днем. Чуть меньше респондентов ночью. Наименьшее количество студентов чувствуют себя энергичным/энергичной вечером или утром.

На третье утверждение «Я хотел бы быть похожим на тех, кто ...» респонденты ответили так, как показано на рисунке 4.

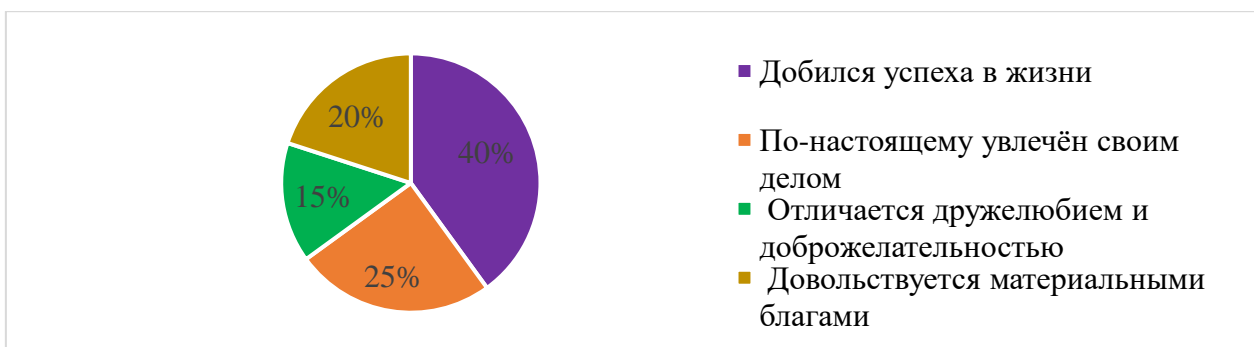


Рисунок 4 - Результаты ответов на вопрос «Я хотел бы быть похожим на тех, кто...»³

Из этих результатов мы узнали, что наибольшее количество опрошенных хотели бы быть похожими на тех, кто добился успеха в жизни. Чуть меньше респондентов хотят быть похожими на тех, кто по-настоящему увлечен своим делом или довольствуются материальными благами.

² Составлено авторами на основе проведённого анкетирования

³ Составлено авторами на основе проведённого анкетирования

Наименьшее количество студентов на тех, кто отличается дружелюбием и доброжелательностью.

На четвертое утверждение «*Наибольшее удовлетворение Вы получаете от*» респонденты ответили так, как показано на рисунке 5.

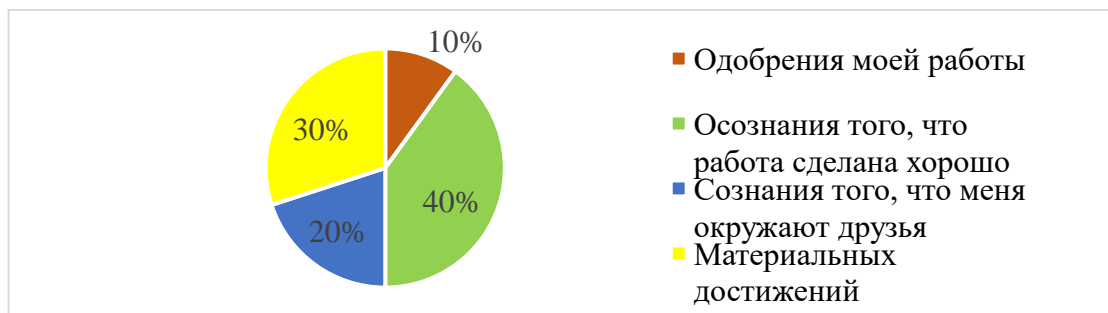


Рисунок 5 – Результаты ответов на вопрос «Наибольшее удовлетворение Вы получаете от...»⁴

Как видим из рисунка, наибольшее количество опрошенных получают наибольшее удовлетворение получает от осознания того, что работа сделана хорошо. Чуть меньше респондентов от материальных достижений или сознания того, что окружают друзья. Наименьшее количество студентов от одобрения проделанной работы.

На пятый вопрос «*Какую роль Вы предпочитаете на себя взять в работе над групповыми проектами?*» респонденты ответили так, как показано на рисунке 6.

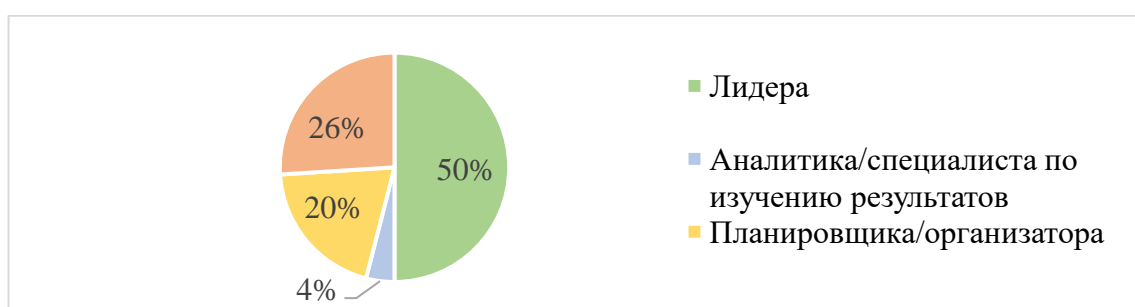


Рисунок 6 – Результаты ответов на вопрос «Какую роль Вы предпочитаете на себя взять в работе над групповыми проектами?»⁵

⁴ Составлено авторами на основе проведённого анкетирования

⁵ Составлено авторами на основе проведённого анкетирования

Далее, из этого рисунка мы узнали, что половина опрошенных предпочитает на себя брать роль лидера в работе над групповыми проектами. Чуть меньше респондентов предпочитают быть экспериментаторами или планировщиками/организаторами в командной работе. Наименьшее количество студентов берут на себя роль аналитика/специалиста по изучению результатов.

На шестой вопрос «*Когда Вы сердитесь, то, что с Вами происходит?*» респонденты ответили так, как показано на рисунке 7.

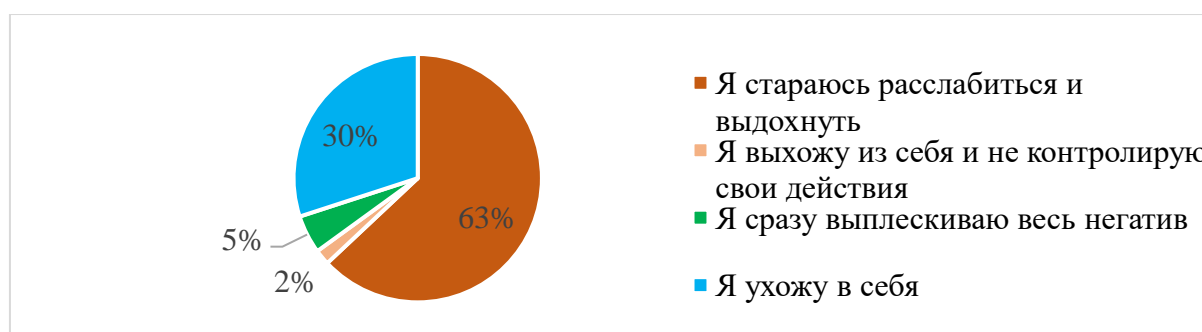


Рисунок 7 – Результаты ответов на вопрос «Когда Вы сердитесь, то что с Вами происходит?»⁶

На основе полученных ответов на данный вопрос мы выяснили, что больше половины опрошенных, когда сердятся, стараются расслабиться и выдохнуть. Чуть меньше респондентов уходят в себя. Наименьшее количество студентов сразу выплескивают весь негатив или выходят из себя, не контролируя свои действия.

На седьмой вопрос «*Ваши коллеги начали спорить о вопросе, в котором Вы отлично разбираетесь. Ваши действия?*» (рисунок 8) более половины респондентов ответили, что в данной ситуации помогут коллегам разобраться. Чуть меньше респондентов вступят в спор и будут доказывать свою точку зрения или не станут вмешиваться в спор до тех пор, пока не спросят их

⁶ Составлено авторами на основе проведённого анкетирования

мнения. Наименьшее количество студентов останутся в стороне, так как уверены, что их мысли никого не интересуют.

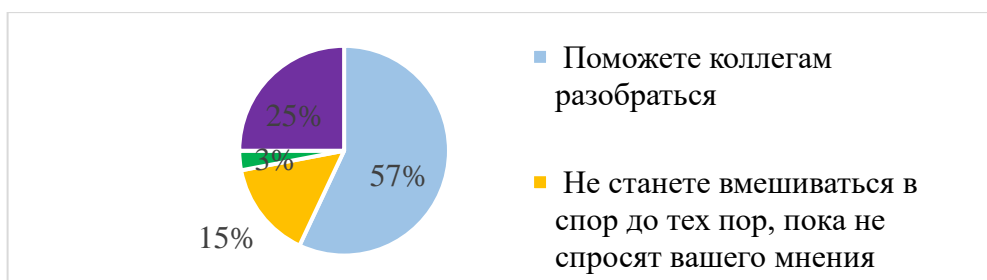


Рисунок 8 – Результаты ответов на вопрос «Ваши коллеги начали спорить о вопросе, в котором Вы отлично разбираетесь. Ваши действия?»⁷

На восьмой вопрос «На скольких задачах Вы обычно концентрируетесь?» респонденты ответили так, как показано на рисунке 9.

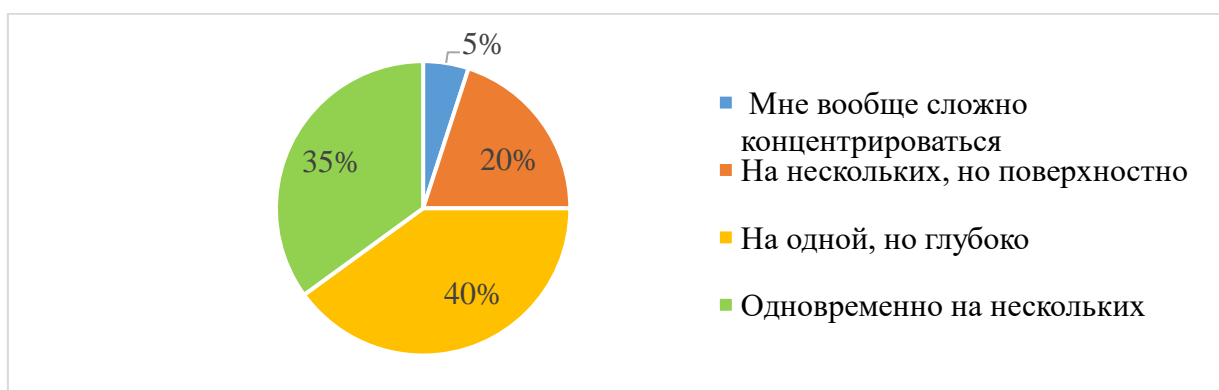


Рисунок 9 – Результаты ответов на вопрос «На скольких задачах Вы обычно концентрируетесь?»⁸

Отсюда следует, что наибольшее количество опрошенных могут концентрироваться на одной задаче, но глубоко. Чуть меньше респондентов одновременно на нескольких или на нескольких, но поверхностно. Наименьшему количеству студентов сложно вообще концентрироваться.

На девятый вопрос «Способны ли Вы организовывать работу в группе/коллективе?» респонденты ответили так, как показано на рисунке 10.

⁷ Составлено авторами на основе проведённого анкетирования

⁸ Составлено авторами на основе проведённого анкетирования



Рисунок 10 – Результаты ответов на вопрос «Способны ли Вы организовывать работу в группе/коллективе?»⁹

На основе полученной информации мы можем сделать выводы, что наибольшее количество опрошенных организуют работу в группе/коллективе с большим удовольствием. В разы меньше респондентов предпочитают самостоятельно выполнять работу. Наименьшее количество студентов делают это только в случае необходимости или не делают, так как испытывают дискомфорт.

На десятый вопрос «Насколько легко Вам выступать на совещаниях, собраниях, презентациях?» респонденты ответили так, как показано на рисунке 11.

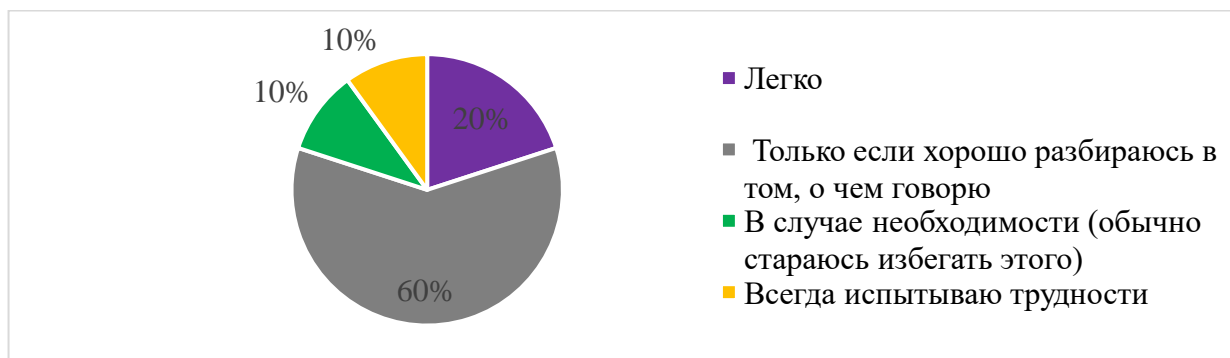


Рисунок 11 – Результаты ответов на вопрос «Насколько легко Вам выступать на совещаниях, собраниях, презентациях?»¹⁰

⁹ Составлено авторами на основе проведённого анкетирования

¹⁰ Составлено авторами на основе проведённого анкетирования

Следовательно, по анализу ответов на данный вопрос мы выяснили, что чуть больше половине опрошенных легко выступать на совещаниях, собраниях, презентациях только если хорошо разбираются в том, о чем говорят. Чуть меньше респондентам абсолютно легко выступать. Наименьшее количество студентов выступают в случае необходимости или всегда испытывают трудности.

Ответы на вопросы были проанализированы и систематизированы. Авторами статьи на основе результатов опроса были разработаны диаграммы.

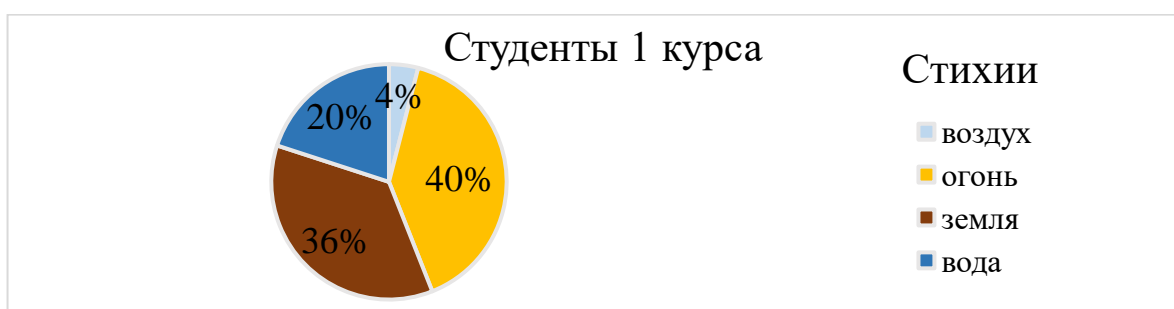


Рисунок 12 – Общие результаты опроса студентов 1 курса¹¹

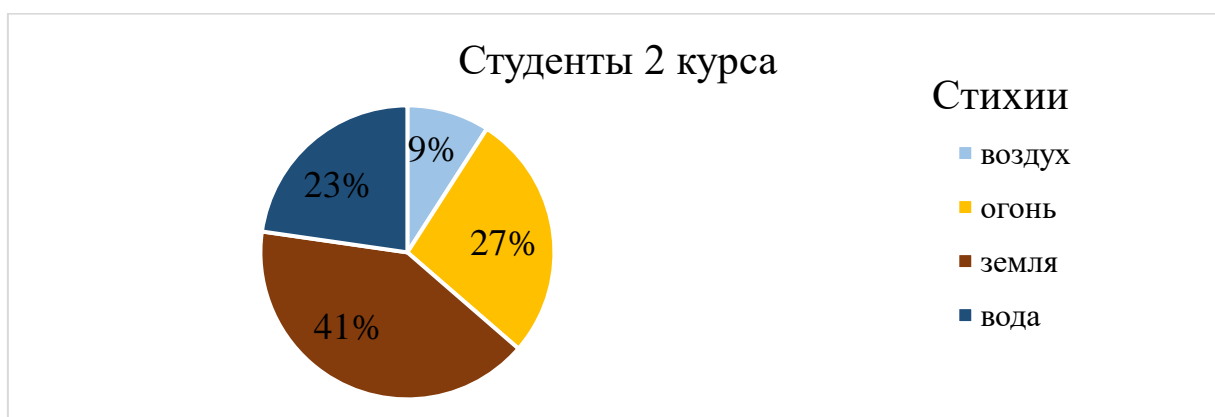


Рисунок 13 – Общие результаты опроса студентов 2 курса¹²

Результаты проведенного исследования позволили выявить следующее:

1. Большому числу опрошенных среди первокурсников характерна такая стихия, как «огонь» (40%). Эти люди подвижные, энергичные, целеустремлённые, решительные, имеют способность мыслить, работать с

¹¹ Составлено авторами на основе проведённого анкетирования

¹² Составлено авторами на основе проведённого анкетирования

идеями, владеют энергией созидания, что важно и необходимо в выбранной профессии.

3. Опрос студентов 2 курса показал, что для них характерна стихия «земля» (41%). Эти люди трудолюбивы, практичны, последовательны. Работник с такой стихией – хороший исполнитель.

4. Исходя из результатов анкетирования студентов 1 и 2 курса, мы выявили, что наименьшее количество опрошенных (4% - 1 курс; 9% - 2 курс) обладает стихией «воздух». Эти люди полны мыслей, фантазий, идей, обладают быстрым мышлением, имеют неординарный подход к решению задач. Их способность организовать слаженную работу в команде – важное преимущество ценного сотрудника.

5. Средний показатель опрошенных – люди со стихией «вода» (1 курс – 20%; 2 курс – 23%). Такие студенты не стремятся быть первыми в чем-либо, им характерны такие качества, как осторожность, нерешительность, гибкость.

Проведённое анкетирование помогло выявить, что большему числу студентов 1 и 2 курса присущи такие стихии, как «огонь» и «земля».

Старостам групп с такими стихиями важно быть «зажигалочками» в своих коллективах. Им следует настраивать студентов на нужный лад, помогать при необходимости разобраться в сложных ситуациях, разжигать огонь энтузиазма, провоцировать их на выполнение работы и проявление креативности в решении повседневных задач. Чтобы найти контакт с каждым студентом старостам необходимо быть разными стихиями. С одним человеком быть «огнем», с другим «землей», с третьим «водой», с четвертым «воздухом». Так как в данных коллективах идет преобладание стихии «огня» и «земли», то стоит помнить, что студенты, относящиеся к первой стихии, нуждаются в признании и похвале. Им необходимо чувствовать, что они несут ответственность за определенный участок задач. А студенты, относящиеся ко второй стихии, хорошо справляются со всем, что связано с системой,

порядком и документацией. Работают медленно и не демонстрируют никаких явных всплесков эмоций, однако, при этом они могут быть очень продуктивными. Важно найти подход и учитывать особенности каждого студента, чтобы быть эффективным управленцем коллектива.

Таким образом, в результате проведенного исследования нами были получены следующие выводы:

1. Управление персоналом является важной составляющей менеджмента организации. В настоящее время существуют различные концепции и подходы организационного управления, ряд из которых оказались не столь эффективными. Одним из ведущих направлений в контексте управления персоналом может считаться теория четырёх стихий, основанная на трудах Эмпедокла и Гиппократов. Данная теория проводит параллель между темпераментами характера личности и трудового коллектива в целом и возможным инструментарием управления тем или иным коллективом, той или иной личностью.

2. Чтобы быть эффективным управленцем и найти контакт с коллективом, лидеру необходимо быть разными стихиями. С одним человеком «огнем», с другим «землей», с третьим «водой», с четвертым «воздухом». Важно находить подход к каждому члену коллектива, учитывать набор индивидуальных характеристик. Следовательно, задачи будут выполняться более эффективно и результативно.

3. Для того, чтобы было понимание между лидером и подчиненными, следует проводить анализ своего коллектива для выявления доминирующих стихий. Например, в коллективах 1 и 2 курса идет преобладание стихии «огня» и «земли», поэтому лидерам нужно учитывать особенности этих доминирующих стихий и выработать свою стратегию эффективного управления.

Список источников литературы

1. Кибанов, А. Я. Управление персоналом организации. Стратегия, маркетинг, интернационализация. Учебное пособие / А.Я. Кибанов, И.Б. Дуракова. - М.: ИНФРА-М, 2018. - 304 с
2. Фёдорова, Н. В. Управление персоналом. Учебник / Н.В. Фёдорова, О.Ю. Минченкова. - М.: КноРус, 2018. - 224 с.
3. Материал из официального сайта «Практичная психология для себя и для руководителя. DISC и MBTI: различия между моделями», режим доступа: <https://ttisi.ru/blog/306069> (Дата обращения 16.04.2020)
4. Калабина С. Как повысить эффективность персонала: регламенты и стандарты: Развитие персонала – Статьи, режим доступа: <https://ubo.ru/articles/?cat=123&pub=484> (Дата обращения 13.04.2020)
5. Материал из официального сайта «Темперамент человека: типы и характеристика», режим доступа: <http://www.grandars.ru/college/psihologiya/temperament.html> (Дата обращения 13.04.2020)
6. Материала из официального сайта «4 стихии и 4 типа психологического темперамента», режим доступа: <https://zen.yandex.ru/media/id/5c4c134e6823bc046572e70f/4-stihii-i-4-tipa-psihologicheskogo-temperamenta-5c77b84675283300b3e06b11> (Дата обращения 14.04.2020)
7. Основы командной работы. Бакалавриат. Учебное пособие / Карякин А.М., Великороссов В.В. - Москва: Русайнс, 2019. - 188 с.

Выходные данные статьи:

Кугушева Т. В., Поддубная А. В., Семенова Е. Д., Титоренко О. О. Возможность использования теории стихий для разработки рекомендаций по управлению трудовым коллективом // Журнал «У». Экономика. Управление. Финансы., №2. 2020. URL: <https://portal-u.ru/index.php/journal/article/view/347>

Джантемиров Абдулкадыр Саявдинович
магистр
ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет»
г. Ростов-на-Дону, Россия
JantemirovAS@gmail.com

**Экономическая основа производства государственных
(муниципальных) услуг в России**

В статье рассматриваются источники финансового обеспечения производства государственных (муниципальных) услуг, представляющих собой разновидность общественного блага, обосновываются направления совершенствования механизма их предоставления физическим и юридическим лицам на современном этапе.

Ключевые слова: государственная услуга, регион, механизм, общественное благо, оптимизация, государство.

Dzhantemirov Abdulkadir
master
FSAEI of HE Southern Federal University
Rostov-on-Don, Russia
JantemirovAS@gmail.com

**Economic Basis of Production of State (municipal)
Services in Russia**

The article discusses the sources of financial support for the production of state (municipal) services, which are a kind of public good, substantiates the directions for improving the mechanism for their provision to individuals and legal entities at the present stage.

Keywords: public service, region, mechanism, public good, optimization, state.

В современном обществе источником функционирования государства являются налоги, взимаемые с граждан и юридических лиц, таможенные сборы, доходы, получаемые государством от использования, принадлежащего

ему имущества (движимого, недвижимого), других активов. Совокупность денежных средств, поступающих по вышеизложенным основным направлениям, формирует доходную часть соответствующего бюджета. Доходная часть бюджета является источником исполнения государственных обязательств, в том числе касающихся предоставления государственных услуг гражданам и юридическим лицам.

В контексте сказанного, рассмотрим состав и структуру доходов федерального бюджета РФ за период 2016-2019 гг., представленных в таблицах 1 и 2.

Анализ информации, представленной в таблицах 2.2 и 2.3, позволяет сформулировать следующие основные выводы. За период с 2016 по 2019 гг. наблюдается увеличение доходной части федерального бюджета, составившее +3763 млрд руб.: с 23600 млрд руб. в 2016 г. до 27363 млрд руб. в 2019 г.

Таблица 2 – Доходы федерального бюджета РФ за период 2016-2019 гг., млрд руб. [4]

Показатель	Годы				Динамика
	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.	
1. Доходы от экспорта углеводородного сырья, в том числе:	8718	8301	7941	8021	-697
экспортные пошлины на углеводородное сырьё	4670	4930	5160	5384	714
налог на добычу полезных ископаемых	4048	3371	2781	2637	-1411
3. Доходы от реального сектора, в том числе:	10041	11673	12284	12959	2918
налог на добавленную стоимость на товары, изготовленные на территории РФ	3447	3986	4279	4609	1163
акцизы на производимые товары	845	970	960	950	105
налог на прибыль	897	959	979	1019	123
другие налоги и сборы, установленные Налоговым кодексом РФ	4853	5758	6066	6381	1528
3. Таможенные сборы	3148	3675	3921	4206	1058
таможенные пошлины на ввозимые в РФ товары	2429	2921	3120	3350	921
налог на добавленную стоимость на	96	99	106	112	16

ввозимые товары					
акцизы на ввозимые товары	623	656	695	744	121
4. Прочие доходы	1693	2087	2149	2177	484
Итого доходов за период:	23600	25737	26295	27363	3763

Таблица 2 – Структура доходов федерального бюджета РФ за период 2016-2019 гг., %[4]

Укрупнённая группа	Годы				Динамика
	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.	
Доходы от экспорта углеводородного сырья	36,9	32,3	30,2	29,3	-7,6
Доходы от реального сектора	42,5	45,4	46,7	47,4	4,8
Таможенные сборы	13,4	14,3	14,9	15,4	2,0
Прочие доходы	7,2	8,1	8,2	8,0	0,8
Итого доходов федерального бюджета:	100	100	100	100	

При этом, отмечается тенденция сокращения доходов от нефтегазового сектора экономики, снизившихся на 697 млрд руб. за анализируемый период. Их доля в структуре доходов сократилась на 7,6 %. Наблюдается рост собираемости налоговых платежей по всем видам налогов, что в совокупности дало положительную динамику государственных доходов от реального сектора экономики, составившую +2918 млрд руб.: с 10041 млрд руб. в 2016 г. до 12959 млрд руб. в 2019 г. Отмечается устойчивый рост данной укрупнённой группы в структуре доходов с 42,5 до 47,4 % (+4,8 %) за период наблюдения.

Величина таможенных сборов в доходную часть федерального бюджета возрастает с 3148 млрд руб. в 2016 г. до 4206 млрд руб. в 2019 г. (+1058 млрд руб.).

Указанные доходы являются экономической основой производства государственных услуг в Российской Федерации. Аналогичным образом устроено финансовое обеспечение производства муниципальных услуг. Помимо опосредованной оплаты производства государственных

(муниципальных) услуг в виде налогов, действующим российским законодательством предусмотрена прямая оплата, имеющая вид государственной пошлины.

Согласно статье 333.16 Налогового кодекса Российской Федерации (часть вторая) от 05 августа 2000 г. № 117-ФЗ [2], государственная пошлина это «сбор, взимаемый с лиц при их обращении в государственные органы, органы местного самоуправления, иные органы и (или) к должностным лицам, которые уполномочены в соответствии с законодательными актами Российской Федерации, законодательными актами субъектов Российской Федерации и нормативными правовыми актами органов местного самоуправления, за совершением в отношении этих лиц юридически значимых действий».

Таким образом, государственная пошлина представляет собой форму прямой оплаты получателя государственной (муниципальной) услуги за производство данной услуги. Поступления денежных средств отражаются среди прочих доходов бюджета соответствующего уровня.

Суммарный сбор государственной пошлины увеличился с 478,2 млрд руб. в 2016 г. до 529,8 млрд руб. в 2019 г. (+51,6 млрд руб.). При этом доходы от государственной пошлины распределяются между уровнями бюджетной системы на основании нормативов, установленных Бюджетным кодексом РФ

Действующие нормативы отчисления сборов государственной пошлины за оказанные государственные (муниципальные) услуги между уровнями бюджетной системы РФ представлены в таблице 3.

Таблица 3 – Установленные нормативы отчисления сборов государственной пошлины за оказанные государственные (муниципальные) услуги между уровнями бюджетной системы РФ

Наименование государственной (муниципальной) услуги, плата за которую взимается в форме государственной пошлины	Норматив отчисления в:		
	Федеральный бюджет	Региональный бюджет	Местный бюджет
госрегистрация актов гражданского состояния и иные правовые действия, осуществляемые органами ЗАГС и другими уполномоченными должностными лицами	100	0	0
госрегистрация установления отцовства, включая выдачу документа установленного образца об установлении отцовства	100	0	0
госрегистрация изменения имени, включая выдачу документа установленного образца об изменении имени	100	0	0
подача искового заявления имущественного характера	100	0	0
подача заявления о вынесении судебного приказа	100	0	0
подача административного искового заявления об оспаривании нормативно-правовых актов госорганов, Банка России, государственных внебюджетных фондов, органов местного самоуправления, госкорпораций, должностных лиц	100	0	0
предоставление документов, имеющих в госреестрах (регистрах) организациями, осуществляющими ведение госреестров (регистров)	100	0	0
предоставление документов, имеющих в госреестрах (регистрах) через многофункциональный центр предоставления государственных и муниципальных услуг	50	50	0
предоставление документов, имеющих в госреестрах (регистрах), если заявление о предоставлении госуслуги подано в электронном виде и выдача указанных документов произведена через многофункциональный центр предоставления государственных и муниципальных услуг	50	25	25
установление сервитута в отношении объектов недвижимости, госсобственность на которые не зафиксирована (территориально локализованных в границах городов)	0	50	50
Изменение границ частных объектов недвижимости вследствие перераспределения земельных участков, госсобственность на которые не зафиксирована (территориально локализованных в границах сельских поселений)	0	0	100

По нашему мнению, в действующих нормативах распределения доходов от государственной пошлины между местным, региональным и федеральным уровнями бюджетной системы РФ имеется дисбаланс в пользу федерального центра. Это приводит к дополнительной нагрузке на структурные подразделения федерального казначейства, федеральное и региональные министерства финансов. В частности, федеральный минфин собирает платежи в рамках государственной пошлины, затем, в виде целевых субвенций связанных с выполнением делегированных государственных полномочий РФ по оказанию тех или иных госуслуг, направляет денежные средства обратно в регионы, где происходит ещё один этап распределения между муниципальными образованиями [3].

Получается, что одни и те же деньги перемещаются из муниципалитетов в федеральный центр, затем обратно. Это приводит к созданию избыточной нагрузки на работников сферы государственных и муниципальных финансов, на телекоммуникационные каналы связи, замедляет процесс принятия управленческих решений. С учётом сказанного, по нашему мнению, необходимо пересмотреть нормативы межбюджетного распределения доходов от государственной пошлины в пользу региональных и муниципальных бюджетов, в той части, которая касается государственных услуг, оказываемых через многофункциональные центры предоставления государственных (муниципальных) услуг. Регионы и муниципальные образования РФ несут основное бремя содержания многофункциональных центров, поэтому необходимо обеспечить их соответствующими финансовыми ресурсами, позволяющими эффективно оказывать государственные и муниципальные услуги гражданам и юридическим лицам.

Оценка налогоплательщиками эффективности функционирования государственных органов в наибольшей мере детерминирована качеством предоставления актуальных государственных и муниципальных услуг

заявителям. Организационно-технологические форматы оптимизации процедур оказания государственных и муниципальных услуг являются успешно действующими в том случае, если соблюдаются следующие условия [1, 5, 6]:

- сфера производства и предоставления публичных государственных (муниципальных) услуг должна быть зафиксирована в нормативно-правовых документах как одна из приоритетных для государственного управления;

- модернизация системы предоставления публичных государственных (муниципальных) услуг должна сопровождаться политической поддержкой на всех уровнях и соответствующим материально-техническим, кадровым обеспечением;

- органам власти необходимо стремиться к совершенствованию доступа к необходимым заявителям сведениям, что позволит повысить доверие им со стороны потребителей государственных и муниципальных услуг – физических и юридических лиц.

С нашей точки зрения, максимально эффективным способом улучшения качественных характеристик системы предоставления государственных (муниципальных) услуг является организация взаимодействия структур общества и государственной власти, и выработки в результате подобного взаимодействия механизма общественно-государственного регулирования института государственных услуг. Подобный подход способствует достижению общественных, государственных и частных интересов, ориентирует институт госуслуг на реальные потребности граждан и фирм, сокращает функциональные издержки, повышая конкурентоспособность экономической системы в целом, ускорению темпа реагирования на внешней и внутренней экономико-политической ситуации и др.

Список источников и литературы

1. Боева К. Ю. Современные методы управления / Боева К. Ю., Володин Р. С., Григан А. М. и др. // КроРус, М. - 2016.
2. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05 августа 2000 г. № 117-ФЗ
3. Ревунов Р. В. К вопросу модернизации бюджетной системы России / В сборнике: Проблемы экономического развития Юга России материалы Всероссийской научно-практической конференции. Министерство сельского хозяйства РФ, ФГБОУ ВПО "Новочеркасская государственная мелиоративная академия"; редколлегия: А.П. Москаленко, Н.Б. Сухомлинова, М.А. Стрежкова. 2011. С. 75-79
4. Официальный сайт Министерства финансов РФ <https://www.minfin.ru/ru/> дата обращения 4 июня 2020 г.
5. Samuelson P. The pure theory of public expenditure // Journal of Political Economy. 1954. № 56, p. 496-505.
6. Pryadko I.A. / Promotion of educational services in social networks // Pryadko I.A., Paytaeva K.T., Revunov R.V., Zelenova G.V., Evetskaya S.V. Advances in Intelligent Systems and Computing. 2019. Т. 726. С. 931-942.

Выходные данные статьи:

Джантемиров А. С. Экономическая основа производства государственных (муниципальных) услуг в России // Журнал «У». Экономика. Управление. Финансы., №2. 2020. URL: <https://portal-u.ru/index.php/journal/article/view/358>

Кугушева Татьяна Вячеславовна
кандидат экономических наук, доцент
ФГАОУ ВПО «Южный федеральный университет»
ORCID iD is 0000-0001-8801-8245
tvkugusheva@sfnedu.ru

Иванисенко Екатерина Андреевна
Студент
ФГАОУ ВПО «Южный Федеральний Университет»
Ростов-на-Дону, Россия
kivanisenko@mail.ru

Васильева Ольга Олеговна
Студент
ФГАОУ ВПО «Южный Федеральний Университет»
Ростов-на-Дону, Россия
Olyavva@yandex.ru

Социальное значение провокационной рекламы

Проблематика социального значения провокационной рекламы крайне актуальна в современном мире, поскольку из-за информационного перегруза обычные виды рекламы уже не способны привлечь внимание человека. В связи с этим в исследовании осуществлён обзор сущности провокационной рекламы и определено её влияние на сознание потребителей. Внимание акцентировано именно на тенденциях развития рекламы вместе с прогрессированием общества, которое, в свою очередь, сопровождается увеличением уровня толерантности среди населения и признанием прав и свобод человека действительно высшей ценностью. Представлены результаты исследования об отношении людей к использованию в рекламе различных провокационных тематик и сделаны выводы о том, что в современном мире реклама такого типа играет огромную роль как для продажи товара, так и для увеличения уровня толерантности среди общества.

Ключевые слова: провокационная реклама, провокационная реклама и социум, толерантность, общественный прогресс

Kugusheva Tatyana
PhD in Economics, Associate Professor
FSAEI HPE Southern Federal University
ORCID iD is 0000-0001-8801-8245
tvkugusheva@sfedu.ru

Ivanisenko Ekaterina
Student
FSAEI HPE Southern Federal University
Rostov-on-Don, Russia
kivanisenko@mail.ru

Vasilieva Olga
Student
FSAEI HPE Southern Federal University
Rostov-on-Don, Russia
Olyavva@yandex.ru

Social Prospects for Provocative Advertising

The problems of the social significance of provocative advertising are extremely relevant in the modern world, because due to information overload, ordinary types of advertising are no longer able to attract human attention. In this regard, the study carried out a review of the essence of provocative advertising and determined its influence on the minds of consumers. Attention is focused on advertising development trends along with the progression of society, which, in turn, is accompanied by an increase in tolerance among the population and recognition of human rights and freedoms as truly the highest value. The results of a study on the attitude of people to the use of various provocative topics in advertising are presented and conclusions are drawn that in the modern world advertising of this type plays a huge role both for the sale of goods and for increasing the level of tolerance among society.

Keywords: provocative advertising, marketing, society, tolerance, social progress.

В настоящее время наблюдается актуальность использования нетрадиционных методов продвижения товаров и услуг, в числе которых находится провокационная реклама. Одной из причин такого положения дел может являться факт некоторого пресыщения общества информацией, в связи с чем привлечь внимание потребителя к тому или иному продукту становится сложным. Именно поэтому рекламная компания ведущих производителей и корпораций не в последнюю очередь сопряжена с привлечением внимания к таким явлениям, как феминизм, ЛГБТ, межрасовое уважение и иные вопросы, носящие провокационный характер. Безусловно, обращение к подобным тематикам отвергается определённой частью населения. Но, вместе с тем, в большинстве случаев таким образом привлекается внимание потребителя в том или ином контексте и вызывает определённые эмоции, негативного или позитивного характера.

Обращаясь к методологической основе такого явления как «провокационная реклама», отметим, что проблематике рекламы, как инструмента продвижения продукта на рынке, посвящено немало научных работ, среди которых можно выделить таких исследователей, как Багиев Г.Л., Бендин Н.В., Евстафьева В.А., Калюжникова Н. Я., Якобсон А. Я.

Учитывая исследования указанных авторов, наиболее целесообразным нам представляется следующее определение.

Реклама – это один из видов маркетинговой деятельности, направленный на распространение заранее оплаченной информации для привлечения потребителей, непосредственного стимулирования к приобретению товара и увеличения вследствие чего объемов продаж [6]. Она играет огромную роль, в некотором смысле – ключевую при реализации функции «продажи». От качественной подачи товара\услуги зависит дальнейшая судьба производителя, как следствие – прибыльность компании.

Особняком в плеяде различных видов рекламы стоит так называемая

«провокационная реклама», представляющая собой инструмент привлечения внимания потребителей, информация о ней распространяется силами самой аудитории, которая увеличивается автоматически, без дополнительного финансирования [**Ошибка! Источник ссылки не найден.**]. Скандальные провокации, эффективность которых достаточно высока, способны выделить бренд среди конкурентов. Подобная реклама работает намного дольше, чем классические аналоги. Для того чтобы покупатель не забыл, о чем был ролик или иное воспроизведение рекламного предложения, применяется провокация или шок. В современный период эти технологии помогают захватить интерес потребительской аудитории и формируют запоминание того, что рекламируется [2].

История развития провокационной рекламы начинается в начале 20-го века. В 1911 году Woodbury Soap Company стала первой компанией, которая использовала изображения сексуального характера, чтобы продать продукт. Их слоган, созданный Еленой Лансдаун, утверждал, что женщины, которые пользуются их мылом, будут иметь «кожу, которую так приятно трогать». Лозунг стал настолько популярным, что компания использовала его вплоть до 1940-х годов. Альберт Ласкер сказал, что использование сексапильности сделало эту рекламу одной из трех величайших вех в её истории [4].

В 1936 году Woodbury была одной из первых компаний, использующих наготу в своих рекламных объявлениях. Объявление, известное как «The Sun Bath», показывало обнаженную женщину, лежащую на лестнице спиной к камере. Текст говорил, что их мыло теперь обогащено «фильтром солнца». Уже с 90-ых годов такая реклама являлась одним из самых эффективных способов продажи товара [5].

Таким образом, провокационная реклама относительно новое явление для маркетинга, которое было востребовано как с самого её появления, так и остается крайне актуальной до сих пор.

По своей сути провокационная реклама направлена на три действия[6]:

1. Обратить внимание потребителя;
2. Заставить его посмотреть рекламу;
3. Заставить его запомнить рекламу.


Такую рекламу необходимо создавать очень осторожно, чтобы не отпугнуть потенциальных клиентов, а сделать так, чтобы реклама ими запомнилась, и они захотели приобрести ваш товар\услугу [7].

Провокационная реклама нередко используется различными крупными компаниями в самых разных областях, так, например, такая реклама была применена компаниями спортивной одежды, косметических средств и печенья, рекламные макеты которых приведены в таблице (Таблица 1).

Таблица 1 – Примеры провокационной рекламы¹³

Компания	О чем реклама	Провокационность	Реклама
Reebok	Проект #НиВКакиеРамки	Провокационные лозунги на тему феминизма	
Dove	Ролик со слоганом «Если бы на вашей коже были отметки о стирке, что бы на них было написано?»	Подтекст, содержащий расизм	

¹³ Составлено авторами по материалам с официальных страниц брендов

Kraft foods	Изображение радужного печенья с надписью «25 июня Гей-прайд».	Агитация ЛГБТ	
--------------------	---	---------------	---

Рассмотрим представленные примеры более подробно.

1) *«Reebok: Проект #НиВКакиеРамки»*

В феврале 2019 года компания *Reebok* запустила новую рекламную кампанию *#НиВКакиеРамки* для поднятия уровня продаж с резонансными фразами на тему феминизма [8]. Резкость и смелость данной рекламы вызвали множество споров в обществе и была удалена в день запуска. Слоганы, использованные компанией, призывали девушек не бояться собственной силы и не стесняться быть собой. В видео-версии данной рекламы девушки рассказывают, как борются со стереотипами о «женском предназначении». Реакция на рекламу спортивного бренда показала, что общество еще не готово говорить о социальных проблемах настолько открыто, сохраняя консерватизм во взглядах на положение женщин в социуме.

2) *«Dove: Ролик со слоганом «Если бы на вашей коже были отметки о стирке, что бы на них было написано?»*

Большой резонанс в обществе вызвала реклама бренда *Dove* [9]. Команда выпустила ролик, по сюжету которого девушка с темным цветом кожи снимает с себя футболку, а под ней оказывается другая девушка с кожей светлее, и такой трюк проделывается несколько раз. Этим представители бренда хотели показать, что их продукция подходит для любого типа кожи. Но на официальном сайте была выложена картинка всего из 4 кадров, на которых афроамериканка снимает с себя футболку, а под ней оказывается девушка с

белой кожей. Из-за того, что кадры были выдернуты из контекста, реклама была воспринята неправильно, и компании пришлось ее удалить, а также принести публичные извинения.

3) *«Kraft foods: изображение радужного печенья с надписью «25 июня | Гей-прайд»»*

В годовщину создания флага ЛГБТ на официальной странице Oreo в «Фейсбуке» появилось изображение радужного печенья с надписью «25 июня | Гей-прайд» [10]. Общество резко отреагировало на данное сообщение компании и разделилось на два лагеря. Одни писали, что больше никогда не купят ничего у компании Kraft foods, а другие – что никогда ничего не покупали у компании, но из-за этой рекламы купят. Некоторые даже создали петицию с просьбой начать производство такого печенья и выпустить его в продажу.

Рассмотренные примеры показывают, что даже с благими намерениями, реклама может вызвать негативную реакцию общества. Поэтому маркетологам компаний следует продумывать все возможные риски перед запуском рекламной кампании, а также учитывать состояние общества на данный момент для ее восприятия.

Для того, что оценить отношение к провокационной рекламе в г. Ростове-на-Дону с 20 марта по 20 апреля 2020 г. был проведен опрос среди молодых людей в возрасте от 16 до 25 лет, большую часть из которых, а именно 80 процентов, составили представители женского пола. В опросе приняли участие 179 человек. Молодым людям с помощью Google Form были заданы 11 вопросов, два из которых не имели прямого отношения к рекламе, а нужны были для выявления пола и возраста, остальные же 9 вопросов были напрямую связаны с провокационной рекламой и содержали в себе примеры таких рекламных афиш для наилучшего понимания опрашиваемых сути вопроса. В ходе исследования были получены следующие результаты.

На вопрос «Считаете ли Вы, что реклама воздействует на сознание людей?» большинство ответили «да» или «скорее да, чем нет», пятая часть опрошенных придерживаются нейтральной позиции и только 6,5 процентов ответили «нет» и «скорее нет, чем да» (Рисунок 1).

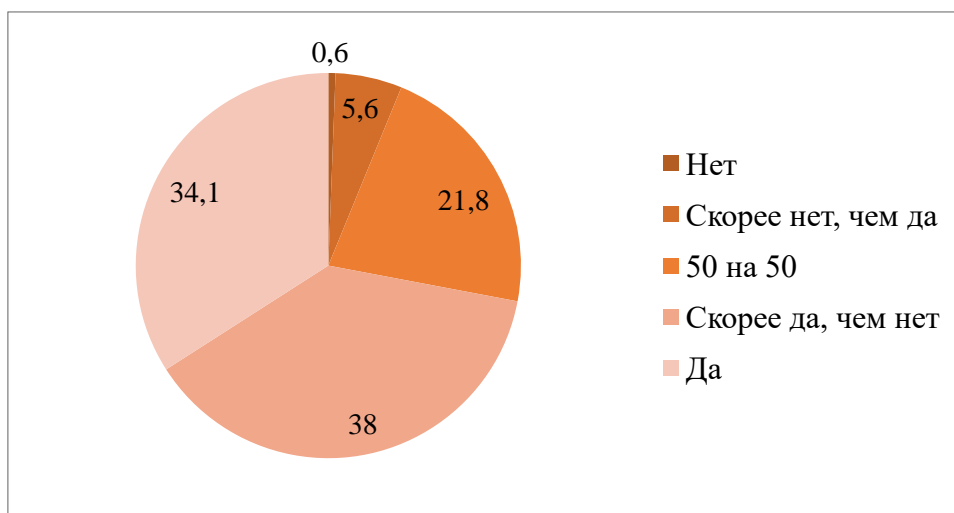


Рисунок 1 – Результаты опроса «Считаете ли Вы, что реклама воздействует на сознание людей?»¹⁴

Можно сделать вывод, что по мнению подавляющего большинства реклама все же не проходит мимо людей, а так или иначе влияет на их сознание.

На вопрос «Как вы относитесь к современным тенденциям развития рекламы (более активное транслирование ЛГБТ, феминизма, бодипозитива и т.д. в рекламе)?», где в качестве примера была представлена реклама Макдоналдс (Рисунок 3) на которой мужчина будто целовал бургер, очертания которого напоминали другого мужчину [11], 57 процентов ответили «нейтрально», положительное отношение было выявлено лишь у четверти, и самую маленькую часть составляли люди, которые негативно относятся к таким тенденциям (Рисунок 4).

¹⁴ Составлено авторами по результатам опроса

Исходя из представленных данных можно сказать, что основная часть толерантна к затрагиванию провокационных тематик в рекламе, из чего следует, что уровень толерантности, как минимум, по отношению к рекламе в нашем обществе может быть достаточно высок среди молодежи.



Рисунок 3 – Реклама McDonald's¹⁵

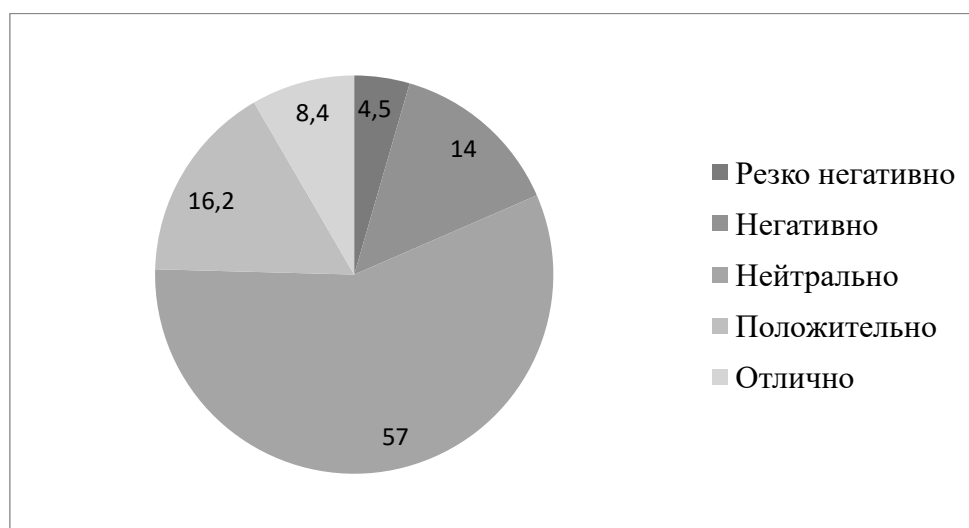


Рисунок 4 – Результаты опроса «Как вы относитесь к современным тенденциям развития рекламы (более активное транслирование ЛГБТ,»

¹⁵ Электронный ресурс «Официальный сайт McDonald's» / Режим доступа: <https://mcdonalds.ru/> (Дата обращения 30.03.2020)

феминизма, бодипозитива и т.д. в рекламе)?»¹⁶

При анализе ответов на вопрос «Как вы считаете, положительно ли влияет провокационная реклама на сознание подрастающего поколения?» было выявлено, что результаты оказались более неоднозначные, половина по-прежнему придерживалась нейтральной позиции, но уже треть опрошенных сказали, что такая реклама несет негативное влияние для подрастающего поколения (Рисунок 5).

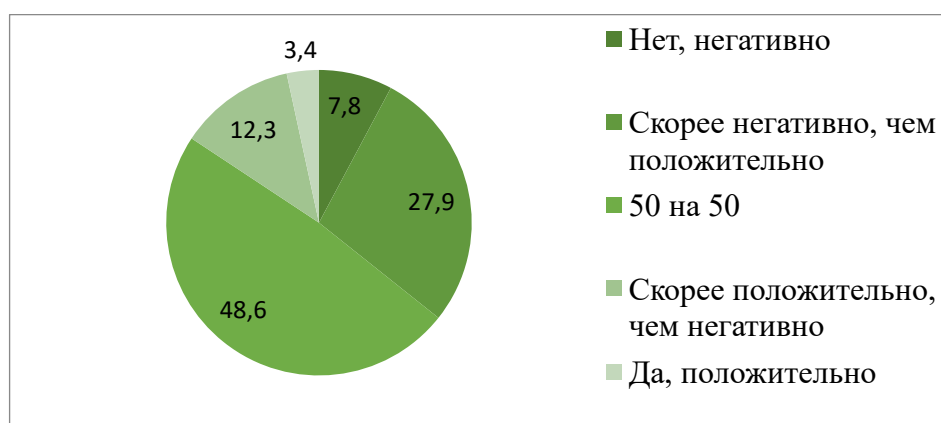


Рисунок 5 – Результаты опроса «Как вы считаете, положительно ли влияет провокационная реклама на сознание подрастающего поколения?»¹⁷

Можно предположить, что такие ответы прежде всего связаны с неустойчивостью психики подростков, которые впитывают информацию и не всегда способны её должным образом отфильтровать. Далеко не вся реклама несет положительный подтекст и воспитывает толерантность, некоторая несет в себе прямо противоположную цель, и вот именно такая реклама и может оказать негативное влияние на подрастающее поколение.

На вопрос «Как Вы считаете: провокационная реклама разрушает общественные ценности?» опрошенные поделились ровно на пять лагерей.

¹⁶ Составлено авторами по результатам опроса

¹⁷ Составлено авторами по результатам опроса

На каждый из вариантов ответа пришлось примерно одинаковое количество голосов и данный вопрос вызвал серьезные разногласия. Вместе с тем, половина опрошенных больше склоняется именно к варианту «нет» и «скорее нет, чем да» (Рисунок).

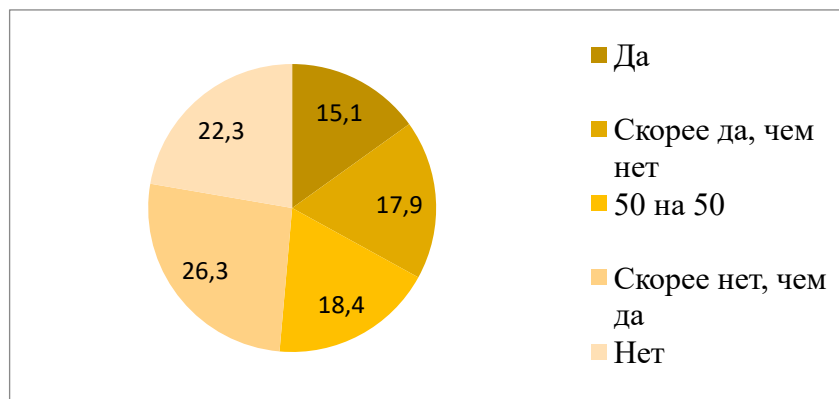


Рисунок 6 – Результаты опроса «Как Вы считаете: провокационная реклама разрушает общественные ценности?»¹⁸

Опираясь на данные диаграммы, мы приходим к выводу, что данный вопрос является достаточно остросоциальным и вызывает неоднозначные ответы среди молодых людей. Возможно, общество еще не до конца готово принимать различные проявления ЛГБТ, феминизма и т.п. в своей привычной жизни.

Следующим вопросом было: «Как Вы считаете: провокационная реклама воспитывает толерантность в людях?» и на него треть опрошенных вновь заняла нейтральную позицию, выбрав ответ «50 на 50», а люди, проголосовавшие за варианты ответа с «да» и «нет» примерно равны между собой по процентному соотношению (Рисунок).

¹⁸ Составлено авторами по результатам опроса

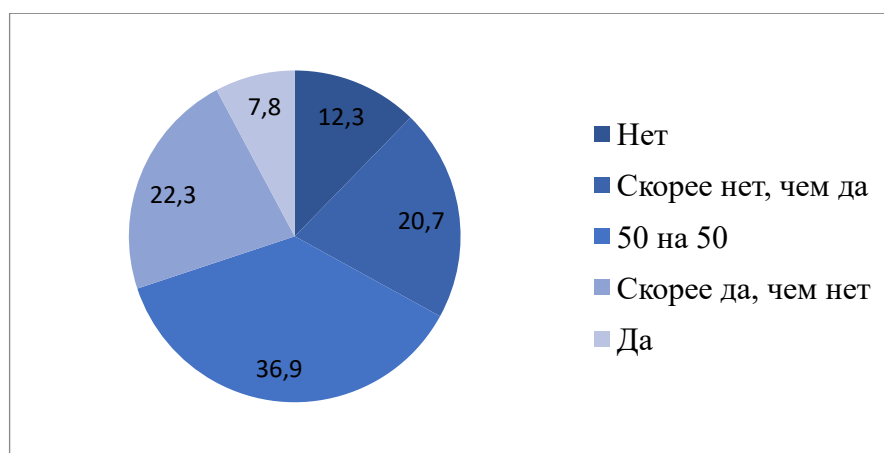


Рисунок 7 – Результаты опроса «Как Вы считаете: провокационная реклама воспитывает толерантность в людях?»¹⁹

Данные этого опроса говорят нам о том, что в обществе присутствует неоднозначное мнение касательно провокационной рекламы и использованию в ней современных социальных тенденций. Люди еще не до конца осознают важность таких тенденций, либо же просто считают, то реклама не способна справиться с такой важной функцией как влияние на мировоззрение человека.

На вопрос «Вы бы хотели видеть в рекламе моделей, более приближенных к реальности?» всего 10% опрошенных ответили, что хотят видеть в рекламе только моделей с идеальной внешностью (Рисунок 8). К вопросу также прилагался пример фотографии моделей разного телосложения и цвета кожи (Рисунок 9).

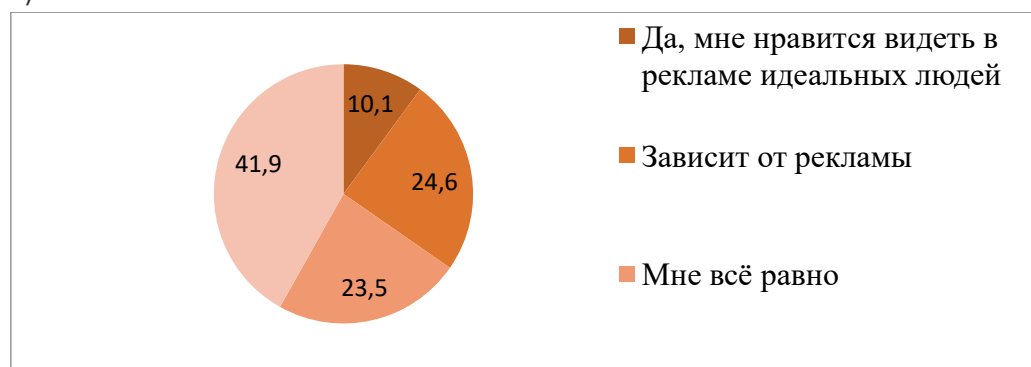


Рисунок 8 – Результаты опроса «Вы бы хотели видеть в рекламе моделей, более приближенных к реальности?»²⁰

¹⁹ Составлено авторами по результатам опроса

²⁰ Составлено авторами по результатам опроса

Исследование показывает, что небольшой процент опрошенных категорически против рекламы с участием людей, внешность которых приближена к реальности, следовательно, подавляющее большинство поддерживают естественную красоту в рекламе.



Рисунок 9 – Реклама Dove²¹

На вопрос *«Вы бы хотели видеть в рекламе моделей, более приближенных к реальности?»* всего 8% опрошенных ответили, что хотят видеть в рекламе только моделей с идеальной внешностью, а 47% хотят видеть людей, внешность которых приближена к реальности (Рисунок 10). Из приведенных результатов опроса следует, что общество постепенно начинает уходить от стандартизации красоты, отдавая предпочтение естественности и натуральности.

²¹ Электронный ресурс «Официальный сайт Dove» / Режим доступа: <https://www.dove.com> (Дата обращения 30.03.2020)



Рисунок 10 – Результаты опроса «Вы бы хотели видеть в рекламе моделей, более приближенных к реальности?»²²

На вопрос «Как вы считаете, должны ли люди нестандартной внешности сниматься в рекламе?» 77% опрошенных дали положительный ответ, а 19% считают, что возможность участия таких моделей зависит от рекламы (Рисунок 11).

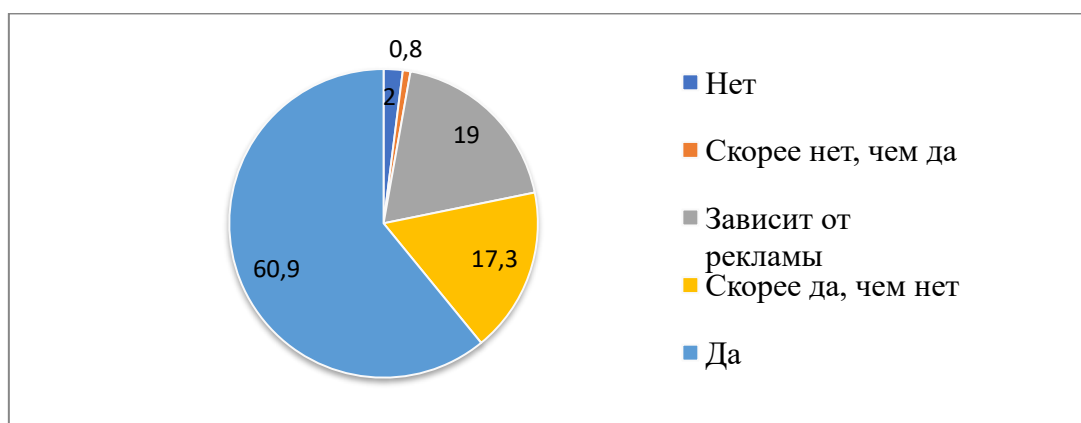


Рисунок 11 – Результаты опроса «Как вы считаете, должны ли люди нестандартной внешности сниматься в рекламе?»²³

Таким образом, можно допустить, что общество возможно нормально относится к людям нестандартной внешности и принимает их участие в рекламе.

²² Составлено авторами по результатам опроса

²³ Составлено авторами по результатам опроса

На вопрос «Как вы относитесь к участию моделей plus-size, моделей с дефектами кожи и т.д. в рекламе одежды и белья?» 14% опрошенных отметили варианты «негативно» и «резко негативно» (Рисунок 12).

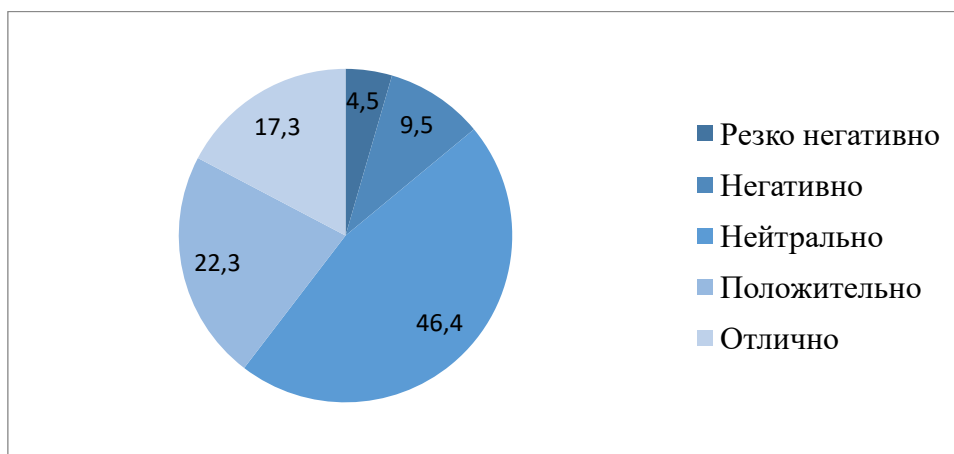


Рисунок 12 - Результаты опроса «Как вы относитесь к участию моделей plus-size, моделей с дефектами кожи и т.д. в рекламе одежды и белья?»²⁴

Из этих данных можно сделать вывод, что среди молодежи уровень толерантности и принятия внешности других людей достаточно высок, что свидетельствует об отдалении от консервативных взглядов.

Таким образом, в ходе опроса были сделаны следующие выводы:

1. Большая часть людей считает, что реклама так или иначе влияет на их сознание, и особенному воздействию поддается именно подрастающее поколение. Многие респонденты уверены, что реклама не воспитывает чувства толерантности, поэтому крайне важно подходить к созданию провокационной рекламы ответственно, чтобы не отталкивать людей и не вызывать негатив и отторжение, а, наоборот, показывать и оповещать людей о различных социальных тенденциях.

2. Исходя из данных опроса, видно, что зрители хотят видеть в качестве моделей в рекламе людей с обычной стандартной внешностью, а не

²⁴ Составлено авторами по результатам опроса

идеальными параметрами, что говорит о необходимости создателей рекламы отходить от стандартов красоты в рекламе и отдавать предпочтение естественности.

3. Молодежь готова принимать людей с самой разнообразной внешностью в рекламе, что также говорит о том, реклама движется в верном направлении в смысле толерантности и естественности человеческого бытия, положительно влияя на сознание людей, хотя они это не осознают в явном виде, ведь скорее уверены, что реклама либо не влияет на уровень толерантность в обществе, либо в какой-то степени даже разрушает общественные ценности. Важно с помощью рекламы показывать прямо противоположное- реклама должна создавать ценности, а не разрушать их.

Список источников и литературы

1. Багиев, Г.Л. Маркетинг: Учебник для вузов. 3-е изд. / Г. Л. Багиев, В. М. Тарасевич, Х. Анн. – СПб.: Питер, 2007. – 736с.
2. Бендина, Н.В. Маркетинг (конспект лекций). / Н. В. Бендина. – М.: «Приор-издат», 2005. – 215 с.
3. Голубков, Е.П. Основы маркетинга / Е. П. Голубков. – М.: Фин-Пресс, 2003. – 688 с.
4. Электронный ресурс «Википедия – свободная энциклопедия» / Режим доступа: https://en.wikipedia.org/wiki/Woodbury_Soap_Company (Дата обращения 11.04.2020)
5. Маркетинг: Общий курс: Учебное пособие /Под ред. Н. Я. Калюжниковой, А. Я. Якобсона. – 2-е изд., испр. – М.: Омега-Л, 2007. – 795 с.
6. Евстафьев, В.А. Введение в медиапланирование / В.А. Евстафьев, В.Н. Яссонов. – М.: Рой, 1998. – 260 с.
7. Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ (ред. от 18.07.2011) «О рекламе» Электронный ресурс «Консультант Плюс» / Режим доступа:

<http://www.consultant.ru/online/base/?req=doc;base=LAW;n=116655> (Дата обращения 10.05.2020)

8. Электронный ресурс «Instagram – социальная сеть» / Режим доступа: <https://www.instagram.com/p/BtlvoKanIqG/?igshid=1ifks39q113mp> (Дата обращения 10.04.2020)

9. Электронный ресурс «Официальный сайт Dove» / Режим доступа: <https://www.dove.com> (Дата обращения 30.03.2020)

10. Электронный ресурс «Википедия – свободная энциклопедия» / Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Oreo> (Дата обращения 10.04.2020)

11. Электронный ресурс «Официальный сайт McDonald's» / Режим доступа: <https://mcdonalds.ru/> (Дата обращения 30.03.2020)

Выходные данные статьи:

Кугушева Т. В., Иванисенко Е. А., Васильева О. О. Социальное значение провокационной рекламы // Журнал «У». Экономика. Управление. Финансы., №2. 2020. URL: <https://portal-u.ru/index.php/journal/article/view/359>

Гунина Елена Николаевна
кандидат экономических наук, доцент
доцент кафедры Управление развитием пространственно-экономических
систем, Южный федеральный университет
генеральный директор
Общество с ограниченной ответственностью
«Экспертное бюро оценки и консалтинга»
г. Ростов-на-Дону, Россия
gunina-helen@mail.ru

Горина Анастасия Александровна
магистрант
факультет управления Южного федерального университета
г. Ростов-на-Дону, Россия
anastasija.don@yandex.ru

**Государственно-частное партнерство в Южном федеральном
округе в 2020-2022г.г: особенности, перспективы, проблемы.**

В данной статье рассматривается государственно-частное партнерство в Южном федеральном округе, в пример приводятся Ростовская область, Волгоградская область и Краснодарский край. Также в статье указываются те проблемы, которые существуют при государственно-частном партнерстве. Автором статьи были разработаны меры решения проблем, а также комплекс перспектив, которые помогут эффективно реализовывать государственно-частное партнерство в Южном федеральном округе.

Ключевые слова: государственно-частное партнерство, инвесторы, государство, муниципалитет, бизнес, отрасли, Южный федеральный округ, особенности.

Gunina Elena
PhD in Economics, Associate Professor
FSAEI HPE Southern Federal University
Rostov-on-don, Russia
gunina-helen@mail.ru

Anastasia Gorina

student

Faculty of management of the southern Federal University,

Rostov-on-don, Russia

anastasija.don@yandex.ru

Public-Private Partnership in The Southern Federal District in 2020-2022: Features, Prospects, Problems

This article discusses public-private partnership in the southern Federal district, as an example, the Rostov region, Volgograd region and Krasnodar territory. The article also specifies the problems that exist in public-private partnership. The author of the article has developed measures to solve problems, as well as a set of perspectives that will help effectively implement public-private partnership in the southern Federal district.

Keywords: public-private partnership, investors, state, municipality, business, industries, southern Federal district, features.

Государственно-частным партнерством является комплекс форм длительного взаимодействия государства и бизнеса с целью решения общественно значимых задач на взаимовыгодных условиях.

На данный момент государственно-частное партнерство является одним из важных инструментов привлечения отечественного, а также иностранного частного капитала, который необходим для удовлетворения существующих нужд инфраструктуры.

«Развитие объектов, являющихся составляющими инфраструктуры транспорта, городского хозяйства, социальной сферы, всегда связано с высокими затратами».[3] Финансирование нередко выходит за пределы возможностей региональных и городских бюджетов. Данные проблемы должны быть решены в обязательном порядке, так как развитие инфраструктуры, собственно, и обеспечивает экономический рост. Также

одними из важных являются вопросы качества предоставления государственных услуг. Именно поэтому привлекаются предпринимательские структуры и власть вступает с ними в партнерство. Для бизнеса партнерство с государством — это, как правило, снижение долгосрочных рисков ведения бизнеса.

С 2002 года в России глубоко заговорили о партнерстве государства и предпринимательских структур, как об основном инструменте промышленной политики. Этому поспособствовало осознание того, что в ближайшее десятилетие экономика страны неизбежно будет развиваться в условиях высоких цен на нефть и другое сырье. Правительство заявило о начале возрождения высокотехнологических секторов, создании инновационной инфраструктуры и восстановлении науки. Вместе с изменением правового регулирования экономики с целью стимулирования развития наукоемких отраслей и их финансовой поддержки, государство выступило в роли непосредственного субъекта экономической деятельности. Как итог - появление инструментов государственно-частного партнерства.

Для реализации проектов государственно-частного партнерства в РФ возможно использовать различные источники финансирования, такие как:



Рисунок 1 – Источники финансирования государственно-частного партнёрства[1]

Процесс комбинирования источников финансирования открывает новые возможности для органов государственной и муниципальной власти, связанные с улучшением бюджетной и социально-экономической эффективности проекта, а также увеличение численности возможных кредиторов и инвесторов. «Каждый конкретный проект предполагает гибкую модель финансирования, что делает его более привлекательным одновременно для общества и инвесторов».[5]

«Южный федеральный округ стал одним из первых субъектов РФ, который целенаправленно формировал на своей территории правовые основы для отработки механизма государственно-частного партнерства».[4] Именно это помогло начать осуществление масштабных проектов с элементами государственно-частного партнёрства в области жилищно-коммунальных хозяйств для активного развития систем водоснабжения и водоотведения, учитывая жилищные и промышленные строительства в городах Южного федерального округа.

На примере города Ростова-на-Дону, можно сказать, что в условиях государственно-частного партнёрства в рамках регионального законодательства была реализована реконструкция набережной в Ростове-на-Дону, а также были выстроены водноспортивные оздоровительные комплексы в соседних районах, также формировались центры амбулаторного гемодиализа не только в Ростове-на-Дону, но также и в близлежащих городах.

Сотрудничество Ростовской области и различных муниципальных образований с частными партнерами реализуется для общественно значимых проектов, как в области экономики, так и в социальной сфере.

За последнее время, можно сказать, что уровень развития государственно-частного партнерства был увеличен практически на 6%. Ростовская область в 2018 году занимала 33 место по уровню развития

государственно-частного партнерства среди субъектов ЮФО, уступая Астраханской и Волгоградской области.

На 2020 год Ростовская область обеспечивает осуществление почти двухсот проектов государственно-частного партнёрства, общий объем инвестиций которых составляет свыше 105,0 млрд рублей.

Что касается Волгоградской области, то в 2019 году она заняла 1 место среди субъектов ЮФО по уровню развития сферы государственно-частного партнерства, что свидетельствует о том, что решаются крупные социальные задачи, посредством реализации проектов в медицинской, образовательной и коммунальной сферах. В Волгоградской области наблюдается активное участие не только государства, но и инвесторов, что способствует росту привлекательности региона и улучшению инвестиционного климата.

На данный момент, в Волгоградской области заключено 12 концессионных соглашений и 1 соглашение о государственно-частном партнёрстве, а общий объем инвестиций составляет около 100 млрд. рублей.

Среди крупных проектов, выделим концессионное соглашение о централизации систем холодного водоснабжения и водоотведения (около 60 млрд руб.), соглашение по реконструкции полигона ТБО в Волжском (95,9 млн руб.), соглашение в отношении объектов теплового хозяйства Волгограда, планируемое до 2045 года (29,6 млрд руб.), а также соглашение о наружном освещении Волгограда, о создании имущества для санаторно-курортного лечения и так далее.

Краснодарский край активно использует государственно-частное партнерство для привлечения частных инвестиций и бизнеса для решения тех задач, которые тесно связаны с социальной сферой, а именно с товарами, услугами и строительными объектами социального и инженерного обеспечения. Государственно-частное партнерство Краснодарского края включает в себя ряд определённых форм взаимовыгодного сотрудничества,

благодаря которым и государство, и частный сектор могут извлекать взаимную выгоду.

Таким образом, в Краснодарском крае были заключены соглашения о предоставлении оборудования для снабжения парковочных мест на дорогах (338,5 млн руб.), соглашение о теплоснабжении муниципального образования (175,4 млн руб.), соглашение о реконструкции муниципального имущества Славянского района (140 млн руб.), соглашение в отношении имущества Черноморского городского поселения Северского района (11 млн руб.) и так далее.

Стоит сказать о том, что Южный федеральный округ обладает значительными преимуществами для инвесторов для развития экономики, так как он обладает выгодным природно-ресурсным потенциалом и благоприятной демографической ситуацией. Также в Южном федеральном округе можно наблюдать развитую транспортную инфраструктуру, промышленный потенциал и квалифицированные трудовые ресурсы. Самими благоприятными отраслями, по мнению администраций регионов Южного федерального округа, являются: топливно-энергетическая, машиностроительная, металлургическая, пищевая, туристско-рекреационная.

За последние годы можно наблюдать рост основных экономических показателей Южного федерального округа, которые способствуют расширению интереса для потенциальных инвесторов.

Основной проблемой Южного региона является неэффективная экономическая структура и низкая производительность труда, это определяется тем, что в мощных секторах, таких, как сельское хозяйство, транспорт и строительство, объем производительности труда составляет от 40 до 75% от среднероссийского уровня. Также Южный федеральный округ сталкивается тем, что в нем недостаточный уровень специальных компетенций и знаний у государственных и муниципальных заказчиков в

области государственно-частного партнерство, что влечет за собой низкий уровень мотивации, как со стороны государства, так и со стороны инвесторов.

Для решения имеющихся проблем, необходимо привлекать не только отечественных инвесторов, но также и зарубежных, что поможет освоить новейшие технологии, а также будет способствовать активному применению новейших методов управления для решения имеющихся проблем.

Также необходимо разрабатывать единую и общую государственную и региональную политику по отношению к развитию государственно-частного партнерства в России, что можно сделать посредством определения роли и места государственно-частного партнерства в социально-экономической политики России, а также выделить значимые направления для активного развития всех форм государственно-частного партнерства.

«Также необходимо создавать единые институты развития государственно-частного партнёрства и не только со стороны государства, но и также со стороны бизнеса».[2] А еще для большей эффективности управления в области государственно-частного партнёрства необходимо привлекать высококвалифицированных специалистов, тем самым удерживая способность государственно-частного партнерства в своих рядах.

Но и в завершении, стоит выделить еще одно немаловажное направление, которое поможет решить имеющиеся проблемы в государственно-частном партнерстве Южного федерального округа. Данным направлением является увеличение уровня специальных компетенций и знаний в области государственно-частного партнерства у государственных и муниципальных заказчиков, что, впоследствии, будет способствовать созданию мотивации на местах со стороны органов власти при осуществлении проектов государственно-частного партнерства.

Список источников и литературы

1. Борщевский Г.А. Государственно-частное партнерство. Учебник и практикум / Г.А. Борщевский. - М.: Юрайт, 2015. - 346 с.
2. Йескомб Э. Государственно-частное партнерство. Основные принципы финансирования / Э. Йескомб. - М.: Альпина Паблишер, 2015. - 411 с.
3. Казанцев А.К. Государственно-частное партнерство в научно-инновационной сфере / А.К. Казанцев. - М.: ИНФРА-М, 2017. - 221 с.
4. Кабашкин В. Государственно-частное партнерство в регионах Российской Федерации / В. Кабашкин. - М.: Дело, 2015. - 251 с.
5. Романцов А.Н., Фоменко А.В. Государственно-частное партнерство как инструмент развития объектов инфраструктуры и реализации общественно значимых проектов // Вестник ПАГС. 2018. №5.

Выходные данные статьи:

Гунина Е. Н., Горина А. А. Государственно-частное партнерство в Южном федеральном округе в 2020-2022г.г: особенности, перспективы, проблемы // Журнал «У». Экономика. Управление. Финансы., №2. 2020. URL: <https://portal-u.ru/index.php/journal/article/view/361>

Алдамов Ринат Биланович
магистр
ФГАОУ ВО «Южный федеральный
университет»
Ростов-на-Дону, Россия
aldamov_rinat@mail.ru

Социально-демографические особенности Ростовской области на современном этапе

В статье рассматривается современная гендерная структура Ростовской области, основные региональные демографические тенденции, возрастающая структура субъекта Российской Федерации, обоснованы направления, способствующие повышению качества жизни на мезоэкономическом уровне и улучшения социального самочувствия.

Ключевые слова: Ростовская область, регион, население, структура, возраст, гендерный состав.

Aldamov Rinat
master
FSAEI of HE Southern Federal University
Rostov-on-Don, Russia
aldamov_rinat@mail.ru

Socio-Demographic Features of the Rostov Region at the Present Stage

The article discusses the modern gender structure of the Rostov region, the main regional demographic trends, the growing structure of the subject of the Russian Federation, substantiates areas that contribute to improving the quality of life at the mesoeconomic level and improving social well-being.

Keywords: Rostov region, region, population, structure, age, gender composition.

Не вызывает сомнений тот факт, что социально-демографические тенденции оказывают существенное влияние на экономическую конъюнктуру,

качество жизни граждан, состояние бюджетной системы. С учётом сказанного, актуальными являются исследования социально-демографических особенностей на мезоэкономическом уровне, что позволяет выработать практические рекомендации, направленные на повышение эффективности функционирования системы государственного социального обеспечения.

Гендерный состав жителей Ростовской области сходен с общероссийским: в частности, доля женского населения в суммарной численности жителей региона составила 52,8 %, доля мужского – 45,9 %, что совпадает с показателями Российской Федерации. Для Ростовской области характерны следующие демографические тенденции: увеличение количества детей, рост численности пенсионеров. Подобные тенденции совпадают с общероссийскими социально-демографическими трендами [5]. При этом, как в Ростовской области, так и в Российской Федерации, отмечается снижение численности граждан, находящихся в трудоспособном возрастном диапазоне.

В таблице 1 отражена возрастная структура населения Ростовской области [3, 4].

Анализ информации, представленной в таблице 1 позволяет сделать следующие выводы. По сравнению с началом 2015 г., к началу 2018 года количество граждан, находящихся в возрастном диапазоне моложе трудоспособного возросла на 32,1 тыс. чел. (+ 4,7 %) и составила 715,6 тыс. чел. (на начало 2015 года – 683,5 тыс. чел.). Удельный вес молодёжи в возрасте 0-15 лет возрос за период 2015-2018 гг. с 16,1 % до 17,0 % (+0,9 %).

За период наблюдения количество граждан Ростовской области, находящихся в трудоспособном возрасте сократилась с 2463040 чел. в 2015 г. до 2359064 чел. в 2018 г. (-103976 чел.). В структуре сокращение доли трудоспособных граждан составила 2,2 %, с 58,1 до 55,9 % за период 2015-2018 гг. Количество граждан Ростовской области, возраст которых превышает

трудоспособный, возросло за период наблюдения на 50221 чел. (+1,3 %): с 1095566 (25,8 %) чел. в 2015 г. до 1145787 (27,1 %) чел. в 2018 г.

Таблица 1 – Возрастная структура населения Ростовской области

Показатель	Годы								Динамика	
	2015		2016		2017		2018			
	чел.	%	чел.	%	чел.	%	чел.	%	чел.	%
Всего трудоспособных граждан, в том числе	4242080	100,0	4236000	100,0	4231355	100,0	4220452	100,0	-21628	-
Младше трудоспособного возраста	683474	16,1	698981	16,5	708952	16,8	715601	17,0	32127	0,8
В трудоспособном возрасте	2463040	58,1	2421681	57,2	2390902	56,5	2359064	55,9	-103976	-2,2
Старше трудоспособного возраста	1095566	25,8	1115338	26,3	1131501	26,7	1145787	27,1	50221	1,3

При этом, также наблюдается увеличение категории граждан младше трудоспособного возраста. В абсолютных значениях прирост составляет 32127 человека за анализируемый период, структурная динамика составляет 0,8 %. На сегодняшний день в Ростовской области на одну тысячу граждан, находящихся в трудоспособного возрасте, приходится 789 граждан в возрастных категориях ниже и выше трудоспособной, из них 303 человека 0-15 лет и 486 граждан, чей возраст превышает трудоспособный. Негативной экономико-демографической тенденцией является опережающий темп роста численности граждан старше трудоспособного возраста по сравнению с другими категориями.

На 1 января 2018 года средний возраст граждан анализируемого региона равняется 41,0 лет. Подобный показатель незначительно превосходит общероссийский. Для мужчин средний возраст составляет 39,1 года, для женщин – 42,5 лет. Гендерный дисбаланс по показателю среднего возраста отражает общероссийские соотношения. Такой важный социально-демографический показатель, как ожидаемая продолжительность жизни по данным за 2017 год в Ростовской области составил 72,8 лет. Значение регионального показателя несколько превосходит общероссийское, составляющее 72,7 года. В гендерном составе ожидаемой продолжительности жизни также наблюдается диспропорция, т. к. для женщин этот показатель составляет 77,5 лет, для мужчин – 68,3 года. Разница в ожидаемой продолжительности жизни мужчин и женщин Ростовской области в 2017 году составила 9,24 года (по России в целом – 10,13 лет) [3, 4]. Ожидаемая продолжительность жизни городских жителей исследуемого региона на 1,25 года превосходит подобный показатель для граждан, проживающих в сельской местности.

Результаты состоявшейся в 2010 г. Всероссийской переписи населения, отражают тот факт, что для проживающих в Ростовской области граждан

характерен сравнительно высокий уровень образования. Доля жителей в возрастном диапазоне 15+, составляющая 91,8 %, имеет образование уровня среднее и выше. Подобный показатель превышает среднероссийский уровень, составляющий 90,2 %. Доля жителей Ростовской области, обладающих профессиональным образованием, превышает 70 %. Подобные показатели отражают наличие в регионе нескольких научно-образовательных центров, обеспечивающих не только внутреннее потребление, но и межрегиональный экспорт образовательных продуктов. 73,4 % проживающих в Ростовской области специалистов высшей квалификации, обладающих учёной степенью, находятся в трудоспособном возрасте и осуществляют профессиональную деятельность. С учётом сказанного, не вызывает сомнений тот факт, что на современном этапе Ростовская область располагает значительным человеческим капиталом и потенциалом его развития. Как отмечают Кручек И. В. и Бернатас Е. «сфера распространения социальных пенсий еще долгое время будет определяться социально-экономической ситуацией в стране, поскольку государство с социально ориентированной экономикой не может оставить без средств к существованию граждан, по разным причинам не охваченных социальным страхованием» [2].

Подводя итог сказанному, необходимо сформулировать следующие основные выводы:

Практическая реализация в исследуемом регионе комплексам мер, направленных на стимулирование рождаемости, улучшение социально-демографических показателей, развитие социальной инфраструктуры способствовали достижению ряда промежуточных показателей, зафиксированных в документах стратегического планирования Ростовской области и Российской Федерации [1, 6]. Однако обеспечить достижение запланированных показателей в полном объёме пока не удаётся. Одной из основных причин подобного является хроническое недофинансирование

инфраструктуры здравоохранения, что приводит к недоступности качественного медицинского обслуживания для различных категорий граждан, особенно проживающих в сельских районах Ростовской области.

Для региона характерно сокращение сети медицинских организаций, финансируемых за счёт средств бюджетной системы Российской Федерации. Сложная, непрозрачная система оплаты труда демотивирует квалифицированный медицинский персонал и способствует его переходу в негосударственные лечебные учреждения. Развитие подобных тенденций ухудшает как качество медицинского обслуживания граждан, так и доступность услуг здравоохранения.

Развитие системы образования является одним из важнейших общественно-государственных приоритетов, в связи с тем, что качественная образовательная среда, позволяющая гражданину в полном объёме реализовать свой потенциал, является, неотъемлемым элементом высокого качества жизни. Не следует забывать о том, что в современных условиях образование является важной отраслью экономики, так как производство и экспорт знаний, образовательных продуктов упрощается за счёт применения онлайн-технологий.

Список источников и литературы

1. Боева К. Ю. Современные методы управления / Боева К. Ю., Володин Р. С., Григан А. М. и др. // КроРус, М. - 2016.
2. Кручек И. В. Социальные пенсии как вид государственных пенсий с точки зрения принципов права социального обеспечения / Кручек И. В., Бернатас Е. // Таврический научный обозреватель. 2016. №11-1 (16). С. 170-174.
3. Официальный сайт Правительства Ростовской области <https://www.donland.ru>, дата обращения 25 мая 2020 г.
4. Официальный сайт Ростовстата <https://rostov.gks.ru>, дата

обращения 15 мая 2020 г.

5. Ревунов Р. В. Повышение эффективности экономического комплекса юга России Ревунов Р.В., Дальченко Е.А. / Императивы, векторы, организационно-экономические решения / Саарбрюкен, 2016.

6. Pryadko I.A. / Promotion of educational services in social networks // Pryadko I. A., Paytaeva K.T., Revunov R.V., Zelenova G.V., Evetskaya S.V. Advances in Intelligent Systems and Computing. 2019. Т. 726. С. 931-942.

Выходные данные статьи:

Алдамов Р. Б. Социально-демографические особенности Ростовской области на современном этапе // Журнал «У». Экономика. Управление. Финансы., №2. 2020. URL: <https://portal-u.ru/index.php/journal/article/view/364>

Шуба Евгений Викторович
магистр
ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет»
Ростов-на-Дону, Россия
shuba96@bk.ru

Накопительная пенсия как инструмент развития пенсионной системы Российской Федерации

В статье рассматриваются особенности распределительной и смешанной пенсионных систем, уровень пенсионных накоплений в 2019 г. в различных странах мирового сообщества, анализируется инвестиционный потенциал накопительного элемента пенсионной системы.

Ключевые слова: пенсионная система, пенсия, накопительная часть, экономика, инвестиции.

Shuba Evgeny
master
FSAEI of HE Southern Federal University
Rostov-on-Don, Russia
shuba96@bk.ru

Accumulative Pension as a Tool for the Development of the Pension System of the Russian Federation

The article discusses the features of the distribution and mixed pension systems, the level of pension savings in 2019 in various countries of the world community, analyzes the investment potential of the funded element of the pension system.

Keywords: pension system, pension, funded part, economy, investments.

Начавшееся в 2002 году реформирование пенсионной системы Российской Федерации подразумевает вовлечение граждан в процесс формирования собственной пенсии. Переход от распределительной модели пенсионного обеспечения к смешанной повышает мотивированность граждан

к участию в имеющихся на рынке инструментах капитализации пенсионных накоплений [1]. В связи со сказанным, актуальными являются исследования, посвящённые анализу накопительных способов формирования пенсионного капитала.

По мнению И. Г. Шатохина, «Появление института накопительной пенсии в российской экономике не случайно, т. к. в большинстве развитых стран эти структуры играют важную роль не только в жизни пенсионеров, но и всего общества в целом» [6].

Об актуальности перехода от распределительной модели к смешанной размышляет И. Ф. Смаков «Накопительная часть пенсии – главное нововведение пенсионной реформы 2002 года. Её появление означало переход пенсионной системы России от распределительной схемы к смешанной. Это актуально, когда количество работающих и пенсионеров в стране приближается к соотношению один к одному, при том, что ещё 40 лет назад на одного пенсионера приходилось пятеро трудящихся» [5].

Таким образом, в условиях наблюдаемых в Российской Федерации демографических тенденций, сопровождающихся старением граждан нашей страны, сокращением доли трудоспособных при одновременном увеличении уровня нетрудоспособных граждан, переход от распределительной к смешанной системе пенсионного обеспечения – за счёт введения накопительного элемента, формируемого из обязательных взносов гражданина из фонда оплаты труда, – является одним из способов финансовой стабилизации пенсионной системы Российской Федерации.

Рассмотрим уровень пенсионных накоплений в 2019 г. в различных странах мирового сообщества (таблица 1) [2, 4].

Таблица 1 – Сумма пенсионных сбережений граждан в 2019 г. в некоторых странах мирового сообщества

Наименование страны	Сумма сбережений, млрд долл. США	Сумма сбережений в расчёте на душу населения, долл. США	Доля в валовом внутреннем продукте, %
Соединённые Штаты Америки (1940)	2540,3	8221,59	17,9
Швеция (2000)	108,8	11637,53	27,2
Великобритания (1979)	566,9	3894,29	14,7
Мальта (1983)	38,7	899,7	15,4
Бельгия (2001)	24,6	2069,32	22,4
Исландия (1984)	119,7	3063,13	9,6
Финляндия (1974)	99,3	9874,34	26,5
Люксембург (1977)	54,2	1564,3	31,8
Федеративная республика Германия (1973)	866,9	9344,34	21,6
Корея (1976)	199,3	4261,76	28,4
Российская Федерация (2002)	16,7	116,86	0,007
Испания (1983)	83,4	1810,18	5,7
Япония (2006)	1137,7	8931,54	23,2

• Примечание: в скобках указан год принятия решения о формировании накопительной составляющей пенсии.

Анализ информации, представленной в таблице 1, позволяет сказать следующее. Накопительная часть пенсии является весьма значимым элементом инвестиционного потенциала. В частности, в Соединённых Штатах Америки объём пенсионных накоплений граждан составляет 2540,3 млрд долл., доля в ВВП - 17,9 %, в расчёте на одного гражданина 8221,59 долл. В Швеции при объёме накопленных денежных средств, составляющем 108,8 млрд долл., доля пенсионных сбережений в ВВП равняется 27,2 %, а в расчёте на одного гражданина 11637,53 долларов.

Исследование мирового опыта, касающегося функционирования накопительных пенсий в экономической системе, свидетельствует о том, что фонды, аккумулирующие пенсионные накопления граждан, являются

важными инвесторами на рынке капитала (В Австралии – Future Fund, во Франции – Fond, de Reserves des Retraites, в Швеции – National Pension Funds и др.). Указанные финансовые институты осуществляют капиталовложения в высоконадёжные активы – ценные бумаги государственного займа, привилегированные акции и т. п. Кроме того, пенсионные фонды финансируют инвестиции в реальном секторе экономики, а также на международном уровне. Деятельность пенсионных фондов строго регламентирована законодательными актами и контролируется соответствующими государственными службами.

К сожалению, в Российской Федерации как государственный, так и негосударственные пенсионные фонды функционируют недостаточно эффективно. Пенсионные накопления граждан пока не стали источником дешёвого капитала для реального сектора российской экономики. Доля пенсионных накоплений составляет лишь 0,007 % в валовом внутреннем продукте РФ. Однако накопленная доходность пенсионных накоплений превышает накопленную инфляцию, которая по данным Федеральной службы государственной статистики с 2002 года составила 190 % [3].

Представленные данные говорят о том, что у российской пенсионной системы есть потенциал развития. По нашему мнению, в условиях наблюдаемой в настоящее время нестабильности экономики, государственный пенсионному фонду необходимо реализовать мероприятия, направленные на повышение эффективности внутреннего аудита, прозрачности организационно-управленческих процессов для граждан, снижения операционных издержек. Реализация предлагаемых мер позволит повысить доверие общественности к этой организации. В среднесрочной перспективе необходима разработка нормативно-правовой базы, упрощающей для Пенсионного фонда России процедуру прямых инвестиций в реальный сектор экономики страны. С нашей точки зрения, аккумулированные в

государственном пенсионном фонде денежные средства граждан целесообразно направлять на реализацию крупных инфраструктурных проектов, имеющих общеэкономическое значение в масштабах каких-либо регионов Российской Федерации или всей страны в целом.

Критерии конкурсного отбора подобных проектов, предусматривающих обязательное софинансирование за счёт внебюджетных источников, должны быть регламентированы правительством РФ и содержать исчерпывающий перечень характеристик и критериев оценки эффективности капиталовложений. Функцию независимого аудита необходимо возложить на Счётную палату РФ.

Подводя итог сказанному, необходимо отметить, что пенсионные накопления в условиях смешанной пенсионной системы представляют собой важный инструмент обеспечения средне- и долгосрочных инвестиций, а также стабильности финансового рынка. Основанная на анализе накопленного передового мирового опыта постепенная модернизация отечественной системы пенсионного обеспечения граждан, включая реализацию мероприятий по повышению эффективности деятельности государственного оператора – Пенсионный фонд России, – позволит в полной мере реализовать социально-экономические преимущества, присущие смешанной пенсионной модели.

Список источников и литературы

1. Мачульская Е. Е. Накопительная пенсия: вопросы и решения / Мачульская Е.Е. // Социальное и пенсионное право. 2011. №4. С. 7-10.
2. Официальный сайт Пенсионного фонда России <http://www.pfrf.ru> дата обращения 1 июня 2020 г. (дата обращения 2 июня 2020 г.)
3. Официальный сайт Росстата <https://www.gks.ru> (дата обращения 2 июня 2020 г.)

4. Официальный сайт Всемирного банка worldbank.org (дата обращения 2 июня 2020 г.)

5. Смаков И. Ф. Роль накопительной части пенсии в пенсионной системе / Смаков И. Ф. // Современные наукоемкие технологии. 2013. №10-2. С. 256-257.

6. Шатохин И. Г. Необходимость формирования в России института накопительной пенсии / Шатохин И. Г. // Вестник социально-политических наук. 2007. №7. С. 96-98.

Выходные данные статьи:

Шуба Е. В. Накопительная пенсия как инструмент развития пенсионной системы Российской Федерации // Журнал «У». Экономика. Управление. Финансы., №2. 2020. URL: <https://portal-u.ru/index.php/journal/article/view/366>

Марьяна Александра Валентиновна
кандидат экономических наук, доцент
ФГБОУ ВО «Уфимский государственный авиационный технический
университет»
г. Уфа, Россия
<https://orcid.org/0000-0002-5688-6854>
alemar08@mail.ru

Шаяхметова Элина Фанисовна
Студент
ФГБОУ ВО «Уфимский государственный авиационный технический
университет»
г. Уфа, Россия
shayahmetovaelina12@gmail.com

**Сравнительный анализ зарубежного и российского опыта
регулирувания естественных монополий**

В статье дается определение понятию «естественная монополия». Дается описание роли и значимости для экономики российского и зарубежных государств. Также проведен анализ российского и зарубежного опыта практики регулирования естественных монополий.

Ключевые слова: монополия, естественная монополия, регулирование, экономика, отрасль, предприятие.

Mar'ina Alexandra
PhD in Economics, docent
Ufa State Aviation Technical University
Ufa, Russia
alemar08@mail.ru

Shayahmetova Elina
Student
Ufa State Aviation Technical University
Ufa, Russia
Shayshmetovaelina12@gmail.com

**Comparative Analysis of Foreign and Russian Experience in Regulating
Natural Monopolies**

The article defines the concept of “natural monopoly”. The role and significance for the economy of the Russian and foreign countries is described. An analysis of Russian and foreign experience in the practice of regulating natural monopolies is also carried out.

Keyword: monopoly, natural monopoly, regulation, economy, industry, enterprise.

Существуют производители и продавцы товаров, которые в условиях конкуренции просто не смогут работать эффективно, в том числе в плане рентабельности. Но при этом и нет возможности для замены их продуктов на другие. Такие ситуации на рынке относят к естественным монополиям, и для них предусмотрено специальное нормативно-правовое регулирование [4].

Что такое естественная монополия, определяется в статье 3 Федерального закона «О естественных монополиях» от 17.08.1995 № 147-ФЗ. [1]. Естественная монополия – это состояние товарного рынка с конкретными характеристиками, где участники способны нормально работать только при отсутствии конкуренции. В обратном случае издержки перестанут быть минимальными, а это серьезно сократит прибыль. Решая проблему, участники рынка будут вынуждены увеличить цены для потребителей, чего государство из-за социальной значимости продукции (товаров, услуг) допустить не может. Но при этом нет и возможности для адекватной замены такой продукции [5]. Отсюда – необходимость регулирования.

Рассмотрим российский опыт регулирования естественных монополий. Основными методами регулирования являются:

- ценовое регулирование (тарифное);
- определение приоритетных потребителей.

Кроме того, государство обеспечивает контроль[2]:

1. Сделок естественного монополиста по приобретению основных

средств на сумму более 10% собственного капитала.

2. Сделок по приобретению основных средств естественного монополиста на сумму более 10% собственного капитала монополиста.

3. Инвестиций монополиста в производство (реализацию) продукции (товаров), не попадающих под регулирование и превышающих 10% собственного капитала монополиста.

4. Цен (тарифов) монополиста. Соблюдения стандартов раскрытия информации.

Работа монополий в России занимает огромную часть экономики. В нашей стране к естественным монополиям относятся «Газпром», «Почта России», «РЖД» и др.

Газпром является естественной монополией за счет того, находится на первом месте по добыче газа во всем мире. Доля в Российской добыче газа составляет 69%. В 2019 году Газпром заплатил в бюджет государства около 2,7 трлн. руб. [8].

«Почта России» является субъектом естественной монополии на рынке услуг почтовой связи по пересылке простой и заказной письменной корреспонденции. С 1 октября 2019 года «Почта» преобразована в акционерное общество, которое стало правопреемником одноименного ФГУПа, 100% его акций принадлежит РФ [7].

«РЖД» относится к естественным монополиям за счет того, что данная организация является монополистом в сфере железнодорожных перевозок РФ. В сферах перевозки массового и груза большого веса услуги РЖД, как монополиста - уникальны. В структуре транспортной отрасли доля РЖД за 2019 год составила 87,4%, остальные доли распределились между автомобильным, морским и воздушным транспортом. Общая сумма уплаченных налогов в бюджет государства по итогу 2018 года составила 319,08 млрд. руб. [9].

Базовое нормативное регулирование естественных монополий обеспечивает Федеральный закон № 147-ФЗ от 17.08.1995 (ред. от 29.07.2017) «О естественных монополиях», в котором: раскрывается сущность естественной монополии; определяется, какие участники рынка к ней относятся, и предъявляемые к ним требования; определяются органы регулирования, их полномочия и методы; устанавливается ответственность за нарушение закона и порядок привлечения к ней участников рынка [1].

Кроме того, к естественным монополиям применяются[6]:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации.
2. Другие федеральные законы, которые регулируют экономическую деятельность в России и деятельность хозяйствующих субъектов. Например, законодательство о регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, о деятельности различных организационно-правовых форм юридических лиц, о банкротстве.

3. Некоторое специальное законодательство, регулирующие отдельные направления экономической деятельности. Например, в сфере государственных закупок, в сфере тарифного регулирования.

4. Законодательство регионального уровня, как общего плана, так и специальное, которое касается только естественных монополий.

Если рассматривать зарубежную практику (страны ЕС) регулирования естественных монополий, то можно сделать вывод, что она отличается от российских, совершенно другими инструментами управления. Главные из них сводятся к трем инструментам, а именно [3]:

1. Естественным монополиям устанавливают цены и тарифы на продукцию (работы и услуги) на государственном уровне;

2. Государство влияет на такие критерии как повышение цен и уровень доходности, стоит отметить, что это происходит не напрямую, а косвенно;

3. В условиях естественной монополии используются конкурентные

механизмы для передачи прав на реализацию выпускаемой продукции или услуг.

Рассмотрим регулирование естественных монополий на примере США.

В настоящее время функции регулирования разделены между Федеральной энергетической регулирующей комиссией и штатными комиссиями по регулированию компаниями общего пользования.

Главным в деятельности данных регулирующих органов является фиксирование уровня доходов предприятий, относящихся к естественным монополиям. При этом, стоит отметить, что базируется идея о «справедливой цене», которая не дает естественной монополии получить максимальную прибыль, но оставляет ей возможность покрыть свои расходы на реализацию продукции и услуг, а также получить обоснованную, справедливую прибыль.

Перечислим самые важные нормативные акты США, которые регулируют деятельность естественных монополий:

1. Акт Шермана (1890г.). Целью данного закона является запрещение договоров между субъектами предпринимательской деятельности, мешающих торговле на одних рынках.

2. Закон Клейтона (1914г.). Данный закон в целом является дополнением к Акту Шермана, однако пункт 2 данного закона вводит запрет на дискриминацию цен для розничных покупателей, если она ведет к понижению уровня конкуренции.

3. Закон Робинсона-Питмэна (1936г.). Данный закон фактически вводит поправки для пункта 2 закона Клейтона. В него вносят положения о запрете любого устранения конкурентов и причинения им любого ущерба, а также применение уголовной ответственности за нарушения [10].

Таким образом, регулирование естественных монополий в разных странах заметно различается. Естественные монополии являются субъектами бизнеса, являющихся крупными налогоплательщиками и хорошими

работодателями для большого количества людей. По этим причинам государство содействует их бизнесу и заинтересовано в его стабильности. Однако, при наличии каких-то причин, власти имеют право вмешиваться в работу таких предприятий, если нужно модернизировать определенный рыночный сегмент.

Список источников и литературы

1.Федеральный закон от 17.08.1995 № 147-ФЗ (ред. от 29.07.2017) «О естественных монополиях» // Собрание законодательства РФ, 21.08.1995, № 34, ст. 3426.

2.Васильев, В. П. Экономика: учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. П. Васильев, Ю. А. Холоденко. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 297 с.

3. Нуриев Л.М. Краткий обзор международного опыта тарифного регулирования естественных монополий / Л.М. Нуриев // Умная экономика. – 2017. - №1. – С. 15-25.

4.Шишкин, М. В. Антимонопольное регулирование: учебник и практикум для вузов / М. В. Шишкин, А. В. Смирнов. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 143 с.

5.Что такое естественные монополии и повлиял ли кризис на их работу [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.law.ru/article/22886-что-такое-estestvennyye-monopolii> (дата обращения: 15.06.2020)

6.Естественные монополии в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://onlineserviceip.ru/biznes/vedenie/estestvennaya-monopoliya-primery.html> (дата обращения: 15.06.2020)

7. Почта России» в 2019 г обработала 60 тыс. тонн международных посылок — рост на 9% [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://finance.rambler.ru/other/43649872/?utm_content=finance_media&utm_medium=read_more&utm_source=copylink (дата обращения: 15.06.2020)

8. Годовой отчет ПАО «Газпром» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: file:///C:/Users/User/AppData/Local/Temp/Tmp_view/gazprom-annual-report-2018-ru_.pdf (дата обращения: 15.06.2020)

9. Годовой отчет ОАО «РЖД» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: file:///C:/Users/User/AppData/Local/Temp/Tmp_view/Годовой%20отчет%20ОАО%20РЖД%20за%202018%20год.pdf (дата обращения: 15.06.2020)

10. Антимонопольное законодательство США [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.istmira.com/drugoe-noveyshee-vremya/18268-antimonopolnoe-zakonodatelstvo-ssha.html> (дата обращения: 15.06.2020)

Выходные данные статьи:

Марьина А. В., Шаяхметова Э. Ф. Сравнительный анализ зарубежного и российского опыта регулирования естественных монополий // Журнал «У». Экономика. Управление. Финансы., №2. 2020. URL: <https://portal-u.ru/index.php/journal/article/view/368>

Экономико-управленческая практика

Труфанов Станислав Алексеевич
кандидат экономических наук, руководитель Акселератора SBS
ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет»,
г. Ростов-на-Дону, Россия
trust@spark-mail.ru
ORCID: 0000-0002-0269-9439

Сравнительный анализ подходов к определению стартапа в России и в США

В статье приводятся различные подходы к определению термина «стартап», используемые на практике российскими и американскими предпринимателями, венчурными инвесторами, технологическими брокерами, руководителями акселераторов и бизнес-инкубаторов. Проведён сравнительный анализ и обобщение этих подходов.

Ключевые слова: стартап, предпринимательство, бизнес, проект, бизнес-проект, коммерциализация.

Stanislav A. Trufanov
PhD in Economics, Head of SBS Accelerator
Southern Federal University
Rostov-on-Don, Russia
trust@spark-mail.ru
ORCID: 0000-0002-0269-9439

Comparative analysis of approaches to defining a startup in Russia and the United States

The article presents various approaches to the definition of the term "startup" used in practice by Russian and American entrepreneurs, venture investors, technology brokers, managers of accelerators and business incubators. Comparative analysis and generalization of these approaches are carried out.

Keywords: startup, entrepreneurship, business, project, business project, commercialization.

Практика работы с руководителями акселераторов и бизнес-инкубаторов, предпринимателями, техноброкерами, венчурными и инвестиционными фондами, компаниями, преподавателями, руководством вузов в России и США показывает принципиальную дифференцированность подходов к пониманию термина «стартап» различными людьми и в разных ситуациях. Вместе с тем постоянная коммуникация в процессе сотрудничества по обмену стартапами и коллаборация в проведении общих мероприятий, взаимное участие или иные взаимовыгодных формы взаимодействия между всеми стейкхолдерами — требуют некоего общего понимания того, что такое стартап. Особенно актуально это становится в свете организации Национального сетевого акселератора технологических стартапов (НСА), Агентство стратегических инициатив, Платформы Национальной технологической инициативы (НТИ), «Сколково» и Российской венчурной компании (РВК) [1]. Кроме того, объединение усилий вузов и предприятий по формированию научно-образовательных центров мирового уровня в России логически ведёт к созданию сетевых акселераторов и инкубаторов.

Так, развитие всё большего числа акселераторов и тенденция к сотрудничеству привели, например, к созданию Лиги Акселераторов Ростовской области в 2019 г. Деятельность Лиги, в основном, связана с поиском путей сотрудничества, кооперации, взаимопомощи: совместные мероприятия, обмен проектами, наставниками, спикерами, менторами и практиками, координация действий, программ. В ходе споров и обсуждений, были сформулированы несколько подходов к пониманию стартапа. Отметим наиболее чётко сформулированные из них.

Первое, авторское, из Акселератора SBS, которое основано на элементах определения Стивена Бланка, но адаптировано под собственную практику: «Стартап — это временный этап работы команды над проектом, когда она находится в поиске экономически эффективной и масштабируемой бизнес-

модели, постоянно тестируя гипотезы. При этом проект должен быть инновационным в самом широком смысле: от технологических инноваций до организационных и маркетинговых. Команда, чаще всего, должна состоять из 2 и более человек. Могут быть исключения, когда в команде 1 человек, но такой стартап рискует стать самозанятостью. К тому же, в команде важен баланс мнений, важно, чтобы были люди, которые могут взглянуть на проблему под иным углом. Когда в Акселератор или к инвестору приходит не 1 основатель, а 2 или более, целая команда, значит в проект верят уже несколько человек, а это сильно снижает риски «неадекватности» идеи. Важно отметить, что при таком подходе не важно, создано ли юридическое лицо, индивидуальное предпринимательство или есть лишь словесная договорённость.

Подход руководителя банковского акселератора, также участника Лиги, принципиально иной. Согласно нему, стартап — недавно зарегистрированная инновационная предпринимательская структура (ИП или ООО) с бизнес-планом, основателем которой, чаще всего, является 1 человек (определение №2). При этом важным критерием является то, что стартап находится в поиске инвестиций (или кредитных финансовых средств), либо уже привлёк их. Единоначалие объясняется в данном случае важным, так как в случае с ИП как самым распространённым способом создания предприятия — при наличии нескольких партнёров не всегда очевидно, как в них инвестировать, как выдавать кредиты. Важно, что в этом подходе также есть критерий инновационности стартапа в широком смысле.

А. Морозов, управляющий партнер промышленного акселератора «Территория», больше придерживается определения, согласно которому стартапом может называться организованная команда, тестирующая технические и рыночные гипотезы продукта на рынке на ранних этапах (определение №3). Если говорить об уровнях TRL, то понятие стартап больше

подходит под TRL 4-5, когда происходит тестирование прототипа. Стартап занимается устойчивой деятельностью по проверке гипотез, в отличие от обычного проекта, в котором, чаще всего, проверяется лишь одна гипотеза. [2]

Если обратиться к практикам в США, то можно заметить, что большинство подходов здесь связаны с развитой культурой инвестирования и многократной купли-продажи бизнеса. Инвесторы в Америке могут вложиться в бизнес-проект на ранней стадии не потому, что он очень продуманный, уникальный, точно станет успешным и принесёт много ценности. Инвестор рассчитывает на то, что убедительный CEO убедит и вдохновит своей презентацией не только его, но и других игроков, и за этим стартапом выстроится очередь. Тогда его можно будет выгодно продать. Похожая история развивалась со стартапом «Boom Supersonic», основатели которого очень ярко выступили с презентацией нового «Конкорда», в разы более быстрого и экономичного, после чего в них последовательно вложились несколько инвесторов — ресурсами на создание прототипа.

Поэтому популярным определением Кремниевой долины является следующее: «Стартап — компания, которая задумана или создана так, чтобы попытаться вырасти быстро» (определение №4), Кевин Хейл, «Y Combinator». Это скорее связано с тем, что основатели видят в своих проектах тех самых «единорогов» — новые компании, которые быстро выросли до капитализации в 1 млрд. долл.

С точки зрения Кит Нидэм, руководителя «Проекта Олимпус» в Центре Предпринимательства Шварц Университета Картеги — Меллона, стартап — это всё, что ещё не компания (определение №5). Опять-таки, это связано с деятельностью самого «Проекта Олимпус», куда попадают чаще проекты на самых ранних стадиях [3].

Сотрудники центра «Big Idea» также придерживаются мнения, что: стартап — это намерение студента создать компанию (определение №6).

По мнению Рида Макмэнигела, старшего менеджера по развитию бизнеса и лицензированию Центра трансфера технологий и создания предприятий (СТТЕС), Университета Картеги — Меллона, можно выделить следующие определения в зависимости от ситуации:

— Стартап — это стадия, когда команда создаёт (регистрирует) компанию (определение №7).

— Стартап — это стадия, когда команда делает лицензию (определение №8).

В целом, представители Центра трансфера технологий и создания предприятий Университета Картеги — Меллона придерживаются позиции, что стартап — это проект с интеллектуальной собственностью (определение №9). Коммерциализация происходит за счёт интеллектуальной собственности (чаще — лицензии).

Аналогичная позиция и у юридических компаний, таких, как «Cohen & Grisby, P.C.»: стартап представляет собой компанию с интеллектуальной собственностью, которая подаёт заявку на патент (определение №10).

Колман М. Вольфсон, Руководитель программы «Alphalab Gear», называет стартапом технология с потенциалом роста и наличием интеллектуальной собственности (определение №11) [4].

Интеллектуальная собственность принципиальная не во всех случаях, как отмечает Майк Стаблер, управляющий директор и сооснователь венчурного фонда «Draper Triangle Ventures». Для проектов в IT патенты не обязательны, для робототехники — очень желательны, для медицины — жизненно необходимы. При этом для него всё-таки стартап — это компания, в которую можно вложить, в среднем, 7 млн. долл. (определение №12).

Ставшее классическим для большинства акселераторов определение гласит: «Стартап — это **временная** организация, созданная для поиска

повторяемой и масштабируемой бизнес-модели», Стив Бланк, Профессор Университета Стэнфорда (определение №13) [5].

Обобщая закономерности формулировки определений стартапа, можно заметить, что все они привязаны к контексту, к стейкхолдеру. Если организация занимается акселерацией на ранней стадии, то для неё проще называть стартапом всё, что на ранней стадии создания бизнеса до его регистрации. Если стейкхолдер помогает лицензировать, то для него стартапами будут все наукоёмкие проекты с ценной интеллектуальной собственностью. Последнее больше актуально для США, где рынок лицензирования интеллектуальной собственности развит существенно больше, чем в России. Отечественные определения зачастую предполагают начальную стадию бизнес-проекта и наличие неких инноваций.

Список источников и литературы

1. В 2020 году заработает Национальный сетевой акселератор технологических стартапов [Электронный ресурс] // Информбюро 20.35 ntinews.ru – официальный медиа-ресурс Национальной Технологической Инициативы. – Режим доступа: <https://ntinews.ru/news/unti/ostrov/v-2020-godu-zarabotaet-natsionalnyy-setevoy-akselerator-tekhnologicheskikh-startapov.html> (дата обращения: 31.03.2020)
2. Технологическая магия: два «лайка» для успеха проекта [Электронный ресурс] // Информбюро 20.35 ntinews.ru – официальный медиа-ресурс Национальной Технологической Инициативы. – Режим доступа: <https://ntinews.ru/blog/interview/tekhnologicheskaya-magiya-dva-layka-dlya-uspekha-proekta.html> (дата обращения: 31.03.2020)
3. Официальный сайт «Swartz Center for Entrepreneurship» [Электронный ресурс] // Carnegie Mellon University. – Режим доступа: <https://www.cmu.edu/swartz-center-for-entrepreneurship/index.html> (дата обращения: 31.03.2020)

4. Helping great founders build great companies [Электронный ресурс]
// Innovation Works. – Режим доступа:
<https://www.innovationworks.org/programs/accelerators> (дата обращения:
31.03.2020)

5. Бланк С., Дорф Б. Стартап. Настольная книга основателя. – М.: Альпина Паблишер, 2016. – 616 с.

6. Береза А.И., Володин Р.С. тенденции развития интернет-стартапов в России // Журнал У. Экономика. Управление. Финансы. - 2016. - № 2. - С. 5-15.

Выходные данные статьи:

Труфанов С. А. Сравнительный анализ подходов к определению стартапа в России и в США // Журнал «У». Экономика. Управление. Финансы., №2. 2020. URL: <https://portal-u.ru/index.php/journal/article/view/307>

Гермогентова Мария Николаевна

к.э.н., доцент

ФГБОУ ВПО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»

г. Москва, Россия

79773950792@mail.ru

Пипия Юрий Сергеевич

Студент

ФГБОУ ВПО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»

г. Москва, Россия

79773950792@mail.ru

Прогнозирование экономического кризиса в странах с помощью технологии Blockchain

В статье проводится анализ возможностей применения технологии распределенного реестра Blockchain для прогнозирования кризисных состояний стран на основе методов сравнительного анализа и экстраполяции. Научная новизна работы, по мнению автора, заключается в соединении практической роли технологии Blockchain и теоретической важности разработки устойчивых к изменениям в экономике моделей прогнозирования экономического кризиса.

Ключевые слова: технология Blockchain, распределенный реестр, экономический кризис, динамика уровня производства, индекс промышленности производства, средний прирост цен, индекс человеческого развития, экстраполяция.

Maria N. Germogentova

Ph.D. in economics

Financial university under the Government of the Russian Federation

Russia, Moscow

79773950792@mail.ru

Yuriy Pipyay

Student

Financial university under the Government of the Russian Federation

Russia, Moscow

79773950792@mail.ru

Predicting the economic crisis in countries with Blockchain technology

The article analyzes the possibilities of using Blockchain distributed registry technologies to predict the crisis states of countries based on methods of comparative analysis and extrapolation. The scientific novelty of the work, according to the author, lies in the combination of the practical role of Blockchain technology and the theoretical importance of developing economic-resistant models for predicting an economic crisis.

Keywords: blockchain technology, distributed registry, economic crisis, production level dynamics, industrial index, average price increase, human development index, extrapolation.

Каждый год учеными всего мира проводится множество исследований, направленных на поиск инструментов прогнозирования экономических кризисов в странах. Однако стоит заметить, что политическая и экономическая обстановка в мире постоянно меняется, и ввиду постепенно усложняющегося в использовании математического и статистического инструментария, проблемы при прогнозировании кризисов становятся все более ощутимыми. Названные ранее проблемы находят выражение операциях с погрешностями, в невозможности адаптации условий определенной модели к условиям реального (внутреннего или внешнего) рынка, а также в специфике выбора математического аппарата для прогнозирования.

В наши дни, в период существования и развития информационного общества, наука располагает широким «арсеналом» средств со скрытым потенциалом для анализа объектов экономической среды. К числу таких

средств можно отнести технологию распределенного реестра Blockchain. Ее преимуществами являются несколько принципов организации, а именно: децентрализация, распределенность, скрытость данных и безопасность. С учетом данных специфических черт использование названной ранее технологии может быть связано с анализом экономической ситуации, в частности, с прогнозированием экономического кризиса, изучению и прогнозированию которого посвящено настоящее исследование.

В основе функционирования модели прогнозирования экономического кризиса с помощью технологии Blockchain лежит научный принцип статистической экстраполяции. Для процедуры экстраполяции необходимым условием является проведение анализа показателей стран, входящих в один региональный блок или имеющих схожие факторы формирования хозяйственности в краткосрочной и долгосрочной перспективах. [1, с.256].

Использование предлагаемой модели включает в себя несколько этапов. На первом этапе записанные в блоках системы ячейки данных с числовыми показателями экономических и социальных параметров поддаются экстраполяционному анализу по отношению к стране, в которой планируется провести прогнозирование. В качестве стран для исследования и работы с моделью были отобраны четыре государства Южной Америки, которые имеют общие факторы формирования хозяйственности и социокультурной жизни: Колумбия, Гайана, Эквадор и Венесуэла. В качестве гипотезы устанавливается утверждение о том, что показатели параметров социально-экономической жизни будут иметь существенный разброс значений относительно среднего, однако показатель индекса человеческого развития данные государства, теоретически должен объединять выбранные государства в одну группу. Структурное изображение данной модели, реализованной в системе Blockchain, можно представить в виде Blockchain-схемы. (рис. 1).

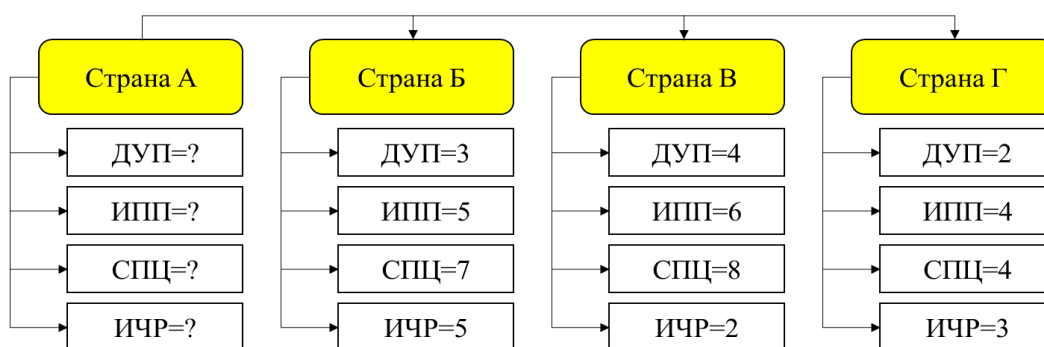


Рисунок 2 - Блокчейн-схема модели оценки вероятности банкротства

На втором этапе предполагается осуществление самой процедуры прогнозирования, представляющей собой интегрированный в платформу Blockchain механизм интеллектуальных функций, похожих на функции «ЕСЛИ» и «И» офисного пакета программ Microsoft Office Excel. Работа модели построена так, что в процессе ее функционирования происходит сравнение показателей социально-экономического развития прогнозируемой страны с усредненными показателями по региону или по группе стран, которые имеют схожие с «прогнозируемой» страной факторы формирования хозяйственной и социальной жизни. На начальном этапе осуществления прогнозирования сравнение показателей проводится в отдельности для каждого из них, с присвоением статуса показателям из списка «критический» или «нормальный». Затем рекомендуется провести сопоставление результатов через использование интеллектуальной функции по наборам данных из совокупности имеющихся оценок показателей, используемых для установления вероятности наступления кризиса [3, с.22].

Выбор, обработка и анализ информации для дальнейшей процедуры прогнозирования были осуществлены благодаря использованию хранилища статистических данных ресурса The Global Economy (рис.2).

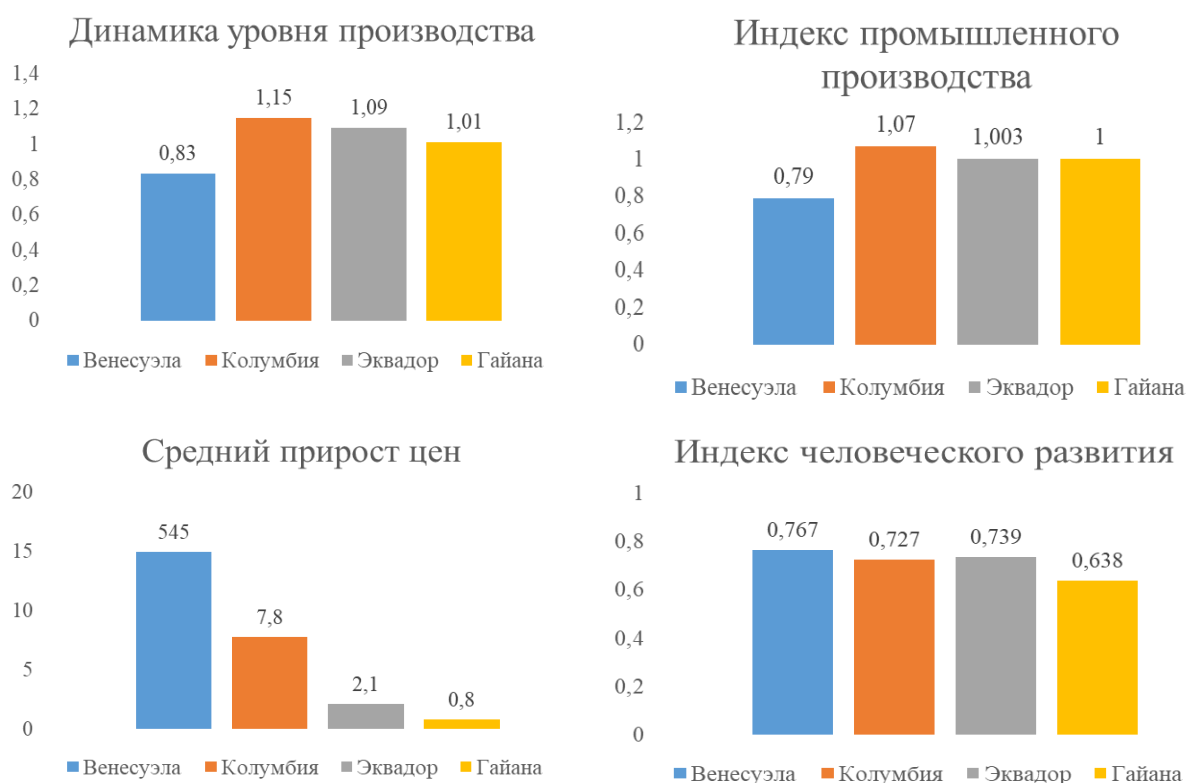


Рисунок 3 - Показатели для прогнозирования вероятности наступления кризиса в странах

Модель проведения описанной процедуры прогнозирования для ранее выбранных стран с учетом, того, что ДУП – динамика уровня производства, ИПП – индекс промышленности производства, СПЦ – средний прирост цен, а ИЧР – индекс человеческого развития, может быть представлена в виде (табл. 1):

Для пояснения хода выполнения процедуры прогнозирования снова выделим основные ее этапы:

- Поиск, обработка и внесение данные в электронную таблицу Microsoft Office Excel;
- Осуществление расчетов статистических показателей социально-экономического развития стран для дальнейшей «настройки» модели и принципов ее функционирования;

— Сопоставление показателей “прогнозируемой” страны через интеллектуальную функцию средства Microsoft Office Excel с получившимися интервалами «не кризисных» значений параметров социально-экономического развития.

Таблица 2 - Модель алгоритма оценки вероятности кризисного явления в экономике

Венесуэла		Колумбия		Эквадор		Гайана	
ДУП	0,83	ДУП	1,15	ДУП	1,09	ДУП	1,01
ИПП	0,79	ИПП	1,07	ИПП	1,003	ИПП	1,00024
СПЦ	545	СПЦ	7,8	СПЦ	2,1	СПЦ	0,8
ИЧР	0,767	ИЧР	0,727	ИЧР	0,739	ИЧР	0,638
Прогнозирование		Средние показатели		Дисп.отклонение		Промежутки для НЕ кризиса	
1	критический	ДУП	1,083333333	ДУП	0,004933	п/п	от до
2	критический	ИПП	1,024413333	ИПП	0,001561	ДУП	1,0784 1,088267
3	критический	СПЦ	3,566666667	СПЦ	13,86333	ИПП	1,022853 1,025974
4	нормальный	ИЧР	0,701333333	ИЧР	0,124997	СПЦ	-10,2967 17,43
Вер.криз	ВЫСОКАЯ					ИЧР	0,576337 0,82633
п/п	Венесуэла	НЕ кризисный				Соответствие	
		от	до				
ДУП	0,83	1,0784	1,088267			кризисный	
ИПП	0,79	1,022853	1,025974			кризисный	
СПЦ	545	-10,2967	17,43			кризисный	
ИЧР	0,767	0,576337	0,82633			нормальный	

Приведенная в исследовании модель позволяет провести все шаги по анализу вероятности наступления кризиса в выбранной стране. Достоинствами данной модели являются ее инновационный характер, базированность на научных методах и принципах, опора на региональные связи в становлении хозяйства. Недостатки связаны, главным образом, с трудоемкостью реализации и поддержания функционирования на платформе Blockchain, также с влиянием неучтенных факторов на формирование кризисных явлений в экономике стран.

Список источников и литературы

1. Сажина, М. А. Управление кризисом / М. А. Сажина. – М.: ИНФРА-М, 2018. – 256 с.

2. Бауэр, В. П. Блокчейн как основа формирования дополненной реальности в цифровой экономике / В. П. Бауэр, С. Н. Сильвестров, П. Ю. Барышников. // Информационное общество. – 2017. – 3. – С. 30-40.

3. Сычев, В. А. Прогнозирование экономических процессов на макроуровне и мировой финансово-экономический кризис / В. А. Сычев. // Вестник ЮРГТУ. – 2017. – 3. – С. 20-29.

4. The Global economy: economic indicators for over 200 countries [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.theglobaleconomy.com/>, свободный. – Загл. с экрана.

Выходные данные статьи:

Пипия Ю. С., Гермогентова М. Н. Прогнозирование экономического кризиса в странах с помощью технологии Blockchain // Журнал «У». Экономика. Управление. Финансы., №2. 2020. URL: <https://portal-u.ru/index.php/journal/article/view/308>

Кугушева Татьяна Вячеславовна
кандидат экономических наук, доцент
ФГАОУ ВПО «Южный федеральный университет»
ORCID iD is 0000-0001-8801-8245
mba_2004@inbox.ru

Болгов Виталий Евгеньевич
Студент 2 курса дневной формы обучения
направления 38.03.02 «Менеджмент»
ФГАОУ ВПО «Южный федеральный университет»
Россия, г. Ростов-на-Дону
bolgov01@list.ru

**Перспективы развития системы электронного документооборота
"ДЕЛО" на российском рынке автоматизированных информационных
систем**

В статье рассматриваются принципы работы систем электронного документооборота, осуществлено сравнение различных СЭД, представленных на российском рынке автоматизированных информационных систем. Проанализирована история внедрения СЭД «ДЕЛО» в деятельность государственных и коммерческих организаций, освещены перспективы развития данной системы в условиях высокой конкуренции.

Ключевые слова: система электронного документооборота, автоматизированная информационная система, делопроизводство, входящая и исходящая документация.

Tatiana V. Kugusheva
candidate of economic Sciences, associate Professor
Southern Federal University
ORCID iD is 0000-0001-8801-8245
mba_2004@inbox.ru

Vitaliy E. Bolgov
2nd year full-time student directions 38.03.02 " Management»
Southern Federal University, Management Department
Rostov-on-Don, Russia
bolgov01@list.ru

Prospects for The Development of The Electronic Document Management System "BUSINESS" in the Russian Market of Automated Information Systems

The article deals with the principles of electronic document management systems, comparison of various EDS presented on the Russian market of automated information systems. The article analyzes the history of implementation of the "DELO" SED in the activities of state and commercial organizations, highlights the prospects for the development of this system in a highly competitive environment.

Keywords: electronic document management system, automated information system, paperwork, incoming and outgoing documentation.

В настоящее время объёмы используемых по всему миру документов растут с невероятной скоростью. Внедрение систем электронного документооборота было вызвано острой необходимостью рационализации процесса по приёму, обработке и выдаче необходимой документации в органах государственной и муниципальной власти. Российский рынок автоматизированных информационных систем также развивается динамично и быстро.

Система электронного документооборота – это система организационного и технического характера, которая применяется в качестве инструмента автоматизации задач классического делопроизводства[1]. В своей работе СЭД придерживается основополагающих принципов:

- однократная регистрация документа как механизм её однозначной и точной идентификации;
- возможность параллельного выполнения сразу нескольких операций, позволяющая повысить оперативность их исполнения;
- организация единой базы информации, которая способствует исключению возможности дублирования и копирования документов;

– высокоорганизованная система отчётности в соответствии со статусом, реквизитами и атрибутами документов;

– строгий контроль движения документов по процессам электронного документооборота.

Системы электронного документооборота прежде всего позволяют упростить процесс делопроизводства в организации, однако представленные на рынке в России СЭД обладают рядом отличительных особенностей в функционале и характеристиках (табл. 1).

Таблица 1 – «Сравнительный анализ СЭД на российском рынке»[2]

Название	Описание	Преимущества	Недостатки
«ДЕЛО»	Лидер сегмента. Идеально подходит для глубокой автоматизации делопроизводства	Возможность отслеживания перемещения электронных документов, простота и удобство в создании проектов документации, отлаженность и функциональность системы	Консервативный и архаичный интерфейс, определённая сложность в освоении
«Логика»	Надёжная и функциональная система управления делопроизводством	Возможность построения сложных многоуровневых маршрутов согласования документации, высокая степень защиты данных, лёгкость в освоении, гибко настраиваемые и модифицируемые процессы обработки документации	Низкий уровень компетенции службы технической поддержки, неудобное разграничение прав доступа
«ЕФРАТ»	Соответствует всем ГОСТам. Наличие уникальных программных разработок.	В комплект СЭД входит СУБД «Ника», удобный и понятный интерфейс с красивым дизайном, наличие механизма управления правами доступа	Медленная скорость работы, периодические сбои в работе, низкая скорость работы службы технической поддержки
«1С: Архив»	Универсальная программа. Обеспечивает централизованное хранение деловой документации.	Отлаженный алгоритм поиска данных, широкие возможности масштабирования, поддержка интеграции с внешними приложениями	Потребление большого количества системных ресурсов, сложность в освоении

«ОПТИМА-WorkFlow»	Уникальность технологий и средние показатели в сегменте	Реализация функции серийного ввода документов, мультязычный интерфейс, сканирование программой-антивирусом	Сравнительно небольшое количество типовых функциональных возможностей
-------------------	---	--	---

Одним из лидеров на рынке систем электронного документооборота является СЭД «ДЕЛО». Это автоматизированная система, которая применяется для ведения документооборота от момента создания какого-либо документа до передачи в архив. СЭД «ДЕЛО» направлена на автоматизированную обработку документно-ориентированных процессов, которые включают в себя:

- финансовые расчёты;
- договорной документооборот;
- управление внутренними процессами организации;
- управление входящей документацией;
- оказание услуг и прочие.

Система электронного документооборота «ДЕЛО» является продуктом компании «Электронные Офисные Системы» (ЭОС) как системное массовое решение, позволяющее сочетать ведение традиционного делопроизводства с электронным документооборотом. Её используют в государственных, коммерческих и некоммерческих организациях по всей стране, более чем в 5700 учреждениях, среди которых можно выделить:

- АО КБ «ДельтаКредитБанк»;
- ЗАО «ТВЭЛ-СТРОЙ»;
- АО «Газстройпроект»;
- ОАО «Белэлектромонтаж»;
- ОАО «Росгосстрах»;
- Международный аэропорт «Уфа»;

- ОАО «Белвнешэкономбанк»;
- ОАО Енисейское речное пароходство;
- ООО «Газпром флот»;
- АО «Водоканал» (Якутск);
- Алтайское краевое Законодательное собрание;
- Майминская районная больница и другие.

За время внедрения СЭД «ДЕЛО» в работу российских предприятий, была значительно повышена эффективность их работы. Анализ внедрения СЭД «ДЕЛО» в государственном и частном секторе представлен в таблице 2.

Таблица 2 – Анализ результативности внедрения СЭД «ДЕЛО» в государственном и частном секторе[3]

Сектор	Название учреждения	Основные результаты после введения
Государственный	Администрация г. Куйбышев	<ul style="list-style-type: none"> – Совершенствование процесса регистрации обращений граждан; – Формирование почтовых реестров; – Введение электронных образцов документов с регистрационными карточками; – Отслеживание сроков и состояния их исполнения.
	«Майминская районная больница»	<ul style="list-style-type: none"> – Автоматизация регистрации поручений Главного врача, обращений граждан; – Упрощение процесса формирования статистических отчётов по документам; – Повышение качества контроля за работой медицинских сотрудников.
Частный	АО «ГЛК «Манжерок»	<ul style="list-style-type: none"> – Значительное сокращение временных затрат на процедуру обработки и согласования договоров и заявок до 1 часа; – Упрощение процесса обработки документов по закупкам.
	ООО «Кузбасский водный центр»	<ul style="list-style-type: none"> – Упорядочивание документопотоков; – Автоматизация документооборота; – Повышение уровня дисциплинированности исполнителей через контроль поручений;

		<ul style="list-style-type: none"> – Обеспечение контроля пунктов протоколов; – Реализация уведомлений сотрудников о сроках подлежащих к исполнению поручений.
--	--	--

Проанализировав достигнутые результаты в ходе внедрения системы электронного документооборота можно сделать вывод, что данная СЭД является многофункциональной и решает огромное количество проблем, возникающих как в бюджетных учреждениях, так и коммерческих.

На сегодняшний день СЭД «ДЕЛО» выступает в роли отраслевого стандарта автоматизированных информационных систем на российском рынке. Как знак подтверждения своей квалифицированной работы, данная СЭД имеет «Сертификат Наивысшего Качества» ЦСЦР Госстандарта России. Многофункциональность системы обеспечивает полноценный жизненный цикл документов в том или ином учреждении. В процессе работы с входящей и исходящей документацией происходит регистрация, контроль и учёт корреспонденции, документов с электронной подписью, настройка структуры регистрационного номера в соответствии с номенклатурой дел, наложение резолюций, быстрый поиск по всем реквизитам. В рамках работы с внутренней документацией поддерживается цикл работы с электронным пакетом документов, создаётся, согласуется и утверждается проект какого-либо документа, задаётся маршрут движения проекта, управления им.

Данная СЭД обладает рядом функциональных возможностей, включая в себя:

- оказание государственных услуг и обработка обращений граждан;
- организацию делопроизводства на предприятии;
- обеспечение надёжного электронного архива документов;
- интеграцию с другими автоматизированными информационными системами;

- гарантию межкорпоративного юридически защищённого документооборота в организации;
- контроль за исполнением задач;
- реализацию проектного управления.

К преимуществам использования данной системы электронного документооборота можно отнести несколько аспектов. Договорной документооборот реализует полный цикл работы с договорами, включая проверку проектной документации, маршрутизацию, согласование, совместное редактирование, редактирование, контроль за исполнением всех обязательств, также предусмотрена синхронизация с основными учетными бухгалтерскими системами. Для создания комфортной удалённой работы разработаны веб-клиент с индивидуальным интерфейсом, мобильными приложения на всех операционных платформах. В системе существует огромное количество уникальных инструментов для создания и дальнейшего ведения статистических и аналитических отчётов с использованием диаграммы Ганта. Особенно стоит отметить то, что в СЭД «ДЕЛО» предусмотрена возможность эффективного и поэтапного управления проектами любого уровня сложности.

Для удобства работы в системе введены специальные дополнительные модули, имеющий свой функционал и ряд особенностей. Рассмотрим основополагающие.

1. *Модуль «ДЕЛО-web»* предоставляет комплексный доступ к документации, а также информации, которая хранится в базе данных и позволяет настроить удалённую работу любого пользователя системы электронного документооборота через интернет-подключение. Этот сервис позволяет сотруднику в полной мере осуществлять деятельность по работе с документами в любой точке мира вне своего рабочего места.

2. *Использование электронной подписи*, имеющей юридическую силу и создание шифра направлены на обеспечение возможности оперативного подписания и проверки подлинности каких-либо файлов.

3. *Дополнительная специализированная система* оповещений и уведомлений позволяет настроить автоматическую рассылку сообщений с информацией об операциях, совершённых в системе, а также проинформировать пользователей СЭД о приближении сроков исполнения поставленных в системе задач.

4. *Поточное сканирование* предназначено для автоматизации процесса сканирования и регистрации большого объёма документации.

5. *Модуль «КАРМА»* используется для внедрения функции криптографической защиты информации, а также для защиты каких-либо данных от несанкционированного проникновения в систему посторонних пользователей.

6. *«Мастер паролей»* необходим для организации процесса авторизации пользователей в системе электронного документооборота «ДЕЛО», в корпоративной сети и интернете, и помимо этого в любых приложениях windows (word, excel, PowerPoint и так далее).

Система электронного документооборота «ДЕЛО» организует единую систему, которая с помощью информационного контура позволяет скооперировать различные ведомства и подразделения, а также обеспечивает обработку документов (рис. 1).

Согласно данной схеме, информация поступает к сотрудникам бухгалтерии или удалённого подразделения из бухгалтерской системы по предварительному запросу, затем проходит через систему криптографической защиты ЭП «КАРМА» и попадает в сеть интернет. Уже оттуда с информацией могут удалённо через СЭД «ДЕЛО» взаимодействовать финансовый директор

головной организации, юрист через свой мобильный кабинет или генеральный директор.

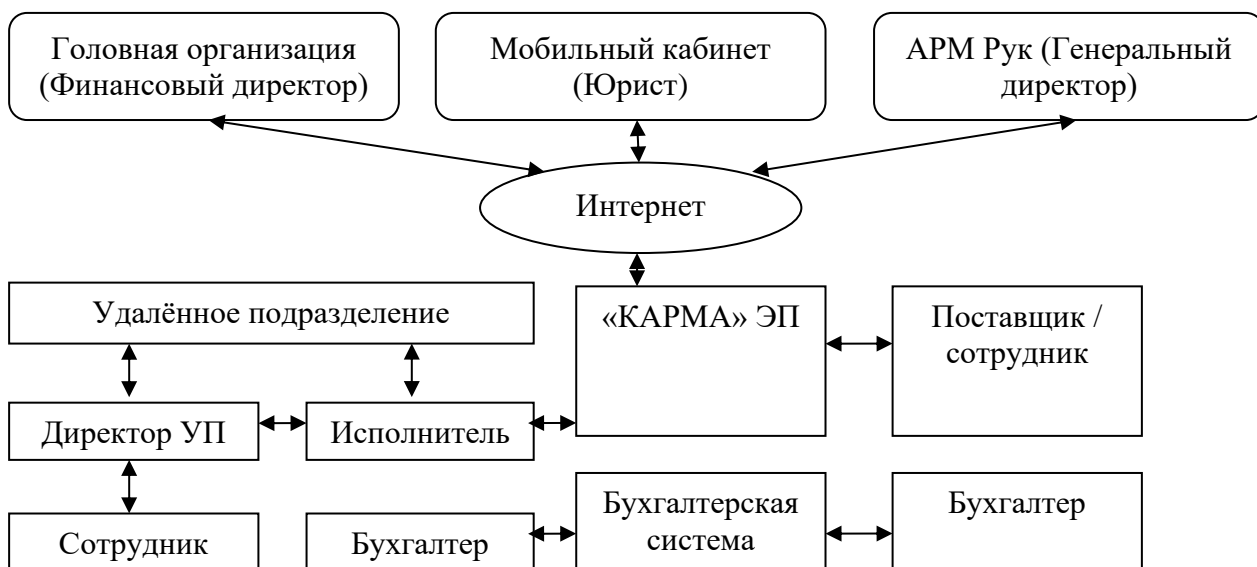


Рисунок 1 – Информационный контур взаимодействия субъектов в СЭД «ДЕЛО»[4]

На сегодняшний день система электронного документооборота «ДЕЛО» устойчиво удерживает свои позиции на рынке автоматизированных информационных систем в государственном секторе. Однако данная система весьма слабо представлена в деятельности металлургических, нефтегазовых и химических промышленных предприятий. Это связано в первую очередь с тем, что компания-разработчик СЭД «ДЕЛО» уделяет недостаточно внимания маркетинговым мероприятиям по продвижению своего «продукта» в этих секторах экономики. В перспективе необходимо сделать упор именно на эти отрасли, чтобы уже в течение нескольких лет вытеснить своих конкурентов. Также стоит работать в направлении разработок мобильных приложений. Сейчас наш мир борется с пандемией, большое количество учреждений перешли на несколько месяцев на дистанционный формат работы. Не у каждого сотрудника есть доступ к ноутбуку или другой технике, позволяющей

широко и всесторонне пользоваться инструментами СЭД «ДЕЛО». Именно поэтому важно разработать удобный интерфейс и платформы для работы с документацией через мобильные устройства.

Набирает обороты такое понятие в мире электронного документооборота, как «цифровой след», которое даёт информацию о целостном портрете того или иного пользователя системы на основании электронной базы данных. Внедрение «цифрового следа» в деятельность СЭД «ДЕЛО» уже в ближайшем будущем позволит повысить количество релевантных предприятий.

В качестве новых возможностей компания «ЭОС» уже сейчас предлагает сервер электронного взаимодействия, автоматическую синхронизацию справочников, модуль организации видеоконференций. Огромное количество обновлений готовятся к презентации на партнёрских конференциях. С учётом имеющейся информации можно твёрдо сказать, что компании нужно развиваться одновременно и в государственном, и в частном секторе экономики, чтобы в короткие сроки стать лидером на рынке систем электронного документооборота.

Выводы:

1. В процессе изучения рынка автоматизированных информационных систем были определены основные конкурентные СЭД («ДЕЛО», «Логика», «ЕФРАТ», «1С: Архив» и «ОПТИМА-WorkFlow»), представлены их преимущества и недостатки. Сегодня данная отрасль развивается очень быстро и динамично, что оказывает огромное влияние на скорость внедрения новых технологий и функций в деятельность систем электронного документооборота.

2. СЭД «ДЕЛО» многие годы удерживает свои позиции, как в государственном, так и в частном секторе на рынке систем электронного документооборота. Среди своих конкурентов данная система выделяется,

прежде всего, простотой в удобстве использования, отлаженностью процессов по работе с документацией и многофункциональностью. Однако существует ряд факторов, которые затрудняют отдельные аспекты делопроизводства: архаичный сервис и строгий консерватизм, барьеры в освоении системы новыми сотрудниками.

3. В перспективах компании-разработчика выход на крупномасштабные международные проекты и создание платформы по отслеживанию «цифрового следа». Также в результате анализа направлений внедрения СЭД «ДЕЛО» в экономические отрасли страны, было выявлено, что маркетинговая стратегия компании «ЭОС» по данному информационному продукту требует тщательной проработки и продвижения на рынке нефтегазовой и химической промышленности.

Список источников и литературы

1. Обзор: системы электронного документооборота. Электронный ресурс «Бизнес-журнал «Жажда» / Режим доступа: <https://zhazhda.biz/lifestyle/obzor-sistemy-elektronnogo-dokumentooborota> (дата обращения: 09.04.2020)

2. Отзывы клиентов. Электронный ресурс «Корпоративный сайт «ЭОС» / Режим доступа: https://www.eos.ru/eos_about/eos_clients/references/?set_filter=Применить&arrFilter_pf%5BBRANCH%5D=&arrFilter_pf%5BREGION%5D=&arrFilter_pf%5BPRODUCTION%5D=11956 (дата обращения: 11.04.2020)

3. Электронный ресурс «ЕСМ-Journal» / Режим доступа: <https://esm-journal.ru/docs/Sistema-ehlektronnogo-dokumentooborota-SEhD.aspx> (дата обращения: 21.04.2020)

4. ЭОС. СЭД «Дело». Универсальное решение для автоматизации документоно-ориентированных процессов. Электронный ресурс «АВВУУ» /

Режим доступа: <https://www.abbyu.com/ru-ru/solutions/case-studies/eos1/> (дата обращения: 18.04.2020).

Выходные данные статьи:

Кугушева Т. В., Болгов В. Е. Перспективы развития системы электронного документооборота "ДЕЛО" на российском рынке автоматизированных информационных систем // Журнал «У». Экономика. Управление. Финансы., №2. 2020. URL: <https://portal-u.ru/index.php/journal/article/view/318>

Шегай Виктор Владиславович
магистр
ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет»
Ростов-на-Дону, Россия
shegay@sfnedu.ru

Формирование стратегии развития предприятия АПК с учетом инструментов государственной поддержки

В статье рассматриваются вопросы стратегического планирования на микроэкономическом уровне с учётом мер государственной поддержки агропромышленного производства в Ростовской области.

Ключевые слова: агропромышленный комплекс, регион, Ростовская область, государственная поддержка.

Shegay Victor
Master of Southern Federal University,
Rostov-on-Don, Russia
shegay@sfnedu.ru

Formation of a Strategy for The Development of Agricultural Enterprise Taking into Account the Instruments of State Support

The article discusses the issues of strategic planning at the microeconomic level, taking into account measures of state support for agricultural production in the Rostov region.

Keywords: agricultural sector, region, Rostov region, state support.

Устойчивый экономический рост, наблюдавшийся в агропромышленном комплексе Российской Федерации, положительная динамика производства сельскохозяйственной продукции (за 2018 г. рост составил 106,6 %, что на 2,2 процентных пункта выше по сравнению с 2017 г.) стали объективной основой постепенного перехода от восстановительного к инновационно-инвестиционному росту аграрной сферы.

Однако ухудшение макроэкономической ситуации вследствие действия

как внутренних, так и внешних факторов, способствовало актуализации проблемы усиления конкурентных преимуществ аграрного комплекса РФ как на внутрисоссийском, так и на мировом рынках. Сказанное подразумевает необходимость постоянного повышения эффективности хозяйственной деятельности на микроэкономическом уровне, прежде всего, за счёт сохранения имеющихся и формирования новых конкурентных преимуществ хозяйствующих субъектов. В подобных условиях, формирование стратегии развития сельскохозяйственного товаропроизводителя, учитывающей как его сильные стороны, так и действующие механизмы государственной поддержки АПК, является его неоспоримым конкурентным преимуществом.

В контексте сказанного, не подлежит сомнению высокая актуальность исследования административно-правовых механизмов государственной поддержки развития хозяйствующих субъектов АПК на микро-, мезо-, и макроэкономическом уровнях.

По мнению исследователей [1, 7], сельскохозяйственное производство характеризуется высоким уровнем риска, обусловленным действием природно-климатических факторов, что актуализирует необходимость формирования механизма господдержки агропромышленного комплекса.

Законодательством Российской Федерации, нормативно-правовыми актами субъектов РФ сформирован диапазон инструментов государственной поддержки хозяйствующих субъектов, основная деятельность которых связана с производством сельскохозяйственной продукции. Данный комплекс мер представлен налоговыми – предоставление права использовать специальный режим налогообложения в виде единого сельскохозяйственного налога, взимаемого по ставке 13 %, с освобождением от уплаты налога на добавленную стоимость, налога на прибыль и др.; финансовыми – субсидирование за счёт средств бюджетной системы платежей по кредитам, привлекаемых сельскохозяйственными товаропроизводителями, в размере 2/3

ключевой ставки Банка России, предоставление права реструктуризации ранее привлечённых кредитов в банках с госучастием (Россельхозбанк) и др.; технико-технологическими – предоставление сельскохозяйственным товаропроизводителям возможности обновления парка техники на льготных условиях (Росагролизинг), софинансирование реализации мелиоративных и других мероприятий, улучшающих качественное состояние земельных ресурсов; консалтинговыми – организация методического содействия сельхозтоваропроизводителям, планирующим выход на мировой рынок; и другими инструментами, в совокупности формирующими механизм государственной поддержки агропромышленного комплекса.

В таблице 1 представлена стратегия развития ООО «Аксайская нива» на период 2021-2025 гг., основывающаяся на инструментах стимулирования развития агропромышленного комплекса на макро- и мезоэкономическом уровнях, предусмотренных действующими нормативно-правовыми актами РФ, а также нормативно-правовыми документами Ростовской области, направленными на стимулирование инвестиционной активности сельскохозяйственных товаропроизводителей [2, 4, 5, 6]. Практическое использование упомянутых выше инструментов позволяет ООО «Аксайская нива»:

- снизить налоговые платежи хозяйствующего субъекта;
- сократить транспортные расходы в части доставки продукции заказчикам железнодорожным транспортом;
- снизить издержки, связанные с поддержанием качественных характеристик земельных угодий в надлежащем состоянии.

В свою очередь, упомянутые выше эффекты способствуют как повышению конкурентоспособности хозяйствующего субъекта, так и его инвестиционной привлекательности, что особенно актуально при реализации стратегии развития на 2021-2025 гг.

Таблица 1 – Стратегия развития ООО «Акса́йская нива» на период 2021-2025 гг.

Наименование целевого показателя стратегического развития	Факторы, способствующие достижению результата		Инструменты государственной поддержки	Прогнозируемый социально-экономический эффект
	Внутренние	Внешние		
1. Развитие профессиональных компетенций сотрудников хозяйствующего субъекта	1. Доля сотрудников до 50 лет – 74 %.	1. Широкий ассортимент профильных образовательных продуктов; 2. Развитость инфраструктуры дистанционного доступа к образовательным продуктам.	1. Социальный налоговый вычет, предоставляемый в связи с расходами на обучение по основаниям, предусмотренным пп. 2 п. 1 ст. 219 Налогового кодекса РФ	1. Обеспечение достижения стратегических целей развития; 2. Сокращение издержек, связанных с потреблением консалтинговых и аналитических услуг.
2. Увеличение объёма продаж продукции на 40 % относительно уровня 2019 г.	1. Создание службы маркетинга; 2. Развитие профессиональных компетенций сотрудников; 3. Выгодное расположение хозяйствующего субъекта	1. Реализация РФ комплекса мер по ограничению доступа иностранных производителей на российский рынок продовольствия; 2. Положительная динамика потребления продовольствия в РФ	1. Субсидия на развитие растениеводства предусмотренная Государственной программой развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия 2. Субсидия на возмещение части затрат (Постановление Правительства РФ от 28 декабря 2012 г. №1460)	1. Повышение конкурентоспособности хозяйствующего субъекта; 2. Увеличение чистой прибыли, остающейся в распоряжении собственников; 3. Увеличение налоговых поступление в бюджетную систему РФ

3. Выход на международный рынок с продукцией растениеводства	1. Сравнительно низкие цены по сравнению с иностранными конкурентами 2. Низкие транспортные расходы	1. Растущий спрос на сельскохозяйственную продукцию на мировом рынке 2. Близость морских портов	1. Льготные тарифы на транспортировку сельскохозяйственной продукции (Постановление Правительства РФ от 06 апреля 2019 г.)	
--	--	--	--	--

Подводя итог сказанному, сформулируем следующие основные выводы:

1. Теорией управления выработаны различные подходы к формированию стратегии развития хозяйствующего субъекта. Выбор конкретных инструментов планирования детерминирован целеполаганием. Анализ управленческой и финансовой отчетности исследуемого хозяйствующего субъекта показывает, что, с учётом его отраслевой специфики, заключающейся в растениеводческой направленности сельскохозяйственного производства, оптимальным в контексте стратегического планирования является сбалансированный подход, включающий в себя приоритетное развитие маркетингового направления деятельности ООО «Аксайская нива». Реализация таких мероприятий, как создание маркетингового подразделения в структуре исследуемого хозяйствующего субъекта, повышение уровня компетенции персонала позволяет обеспечить достижение стратегических целей повышения уровня выручки на 40 % относительно 2019 г. и выход на международный рынок в течение 2021-2025 гг.

2. На сегодняшний день законодательством Российской Федерации предусмотрен широкий диапазон мер государственной поддержки сельскохозяйственных товаропроизводителей. Эти меры включают в себя: субсидирование процентных ставок по привлекаемым кредитам за счёт средств бюджетной системы РФ; предоставление сельскохозяйственным товаропроизводителям право использования специального (льготного) режима налогообложения в виде единого сельскохозяйственного налога (13 %); софинансирование использования техники с помощью лизинга; прямое бюджетное субсидирование целевых проектов, связанных с мелиорацией и улучшением качественных характеристик земельных угодий; возмещение за счёт средств федерального бюджета затрат, связанных с транспортировкой сельскохозяйственной продукции и т.п. При этом, часть

полномочий Российской Федерации по государственной поддержке сельскохозяйственного производства делегировано субъектам РФ и финансируется в том числе за счёт денежных средств регионов.

Использование указанных механизмов позволяет хозяйствующему субъекту значительно снизить для себя стоимость реализации программы стратегического развития, улучшить конкурентоспособность и повысить инвестиционную привлекательность [3].

3. Анализ действующих мер государственной поддержки агропромышленного комплекса, теоретико-методических подходов к стратегическому планированию позволил сформировать стратегию развития ООО «Аксайская нива» на период 2021-2025 гг., выявить внутренние и внешние факторы, способствующие её реализации. Прогнозируемый социально-экономический эффект заключается в следующем: повышение конкурентоспособности хозяйствующего субъекта; увеличение чистой прибыли, остающейся в распоряжении собственников; увеличение налоговых поступление в бюджетную систему РФ.

Список источников и литературы

1. Кустова М. С. Особенности менеджмента риска в сельском хозяйстве /Кустова М. С., Мурзин А. Д., Мурзина С. М., Рогова Т. М.// В сборнике: Управление в условиях глобальных мировых трансформаций: экономика, политика, право Сборник научных трудов. 2017. С. 307-311.

2. Налоговый кодекс РФ

3. Москаленко А. П. Инвестиционное проектирование: основы теории и практики / Москаленко А. П., Москаленко С. А., Ревунов Р. В., Вильдяева Н. И. // Санкт-Петербург, 2018. (1-е, Новое)

4. Постановлением Правительства Российской Федерации от 15 сентября 2019 г. №1104 «О предоставлении субсидий из федерального бюджета российским организациям на компенсацию части затрат на

транспортировку сельскохозяйственной и продовольственной продукции наземным, в том числе железнодорожным, транспортом»

5. Приказ Минсельхоза России от 22 февраля 2018 г. №78 «Об утверждении Порядка определения Министерством сельского хозяйства Российской Федерации максимального размера льготного краткосрочного кредита, предоставляемого одному заёмщику на территории каждого субъекта Российской Федерации»

6. Постановление Правительства Ростовской области №54 от 20 января 2012 г. «О порядке предоставления субсидий сельскохозяйственным товаропроизводителям»

7. Современные методы управления /Боева К. Ю., Володин Р. С., Григан А. М. и др. // КроРус, М. - 2016.

Выходные данные статьи:

Шегай В. В. Формирование стратегии развития предприятия АПК с учетом инструментов государственной поддержки // Журнал «У». Экономика. Управление. Финансы., №2. 2020. URL: <https://portal-u.ru/index.php/journal/article/view/320>

Курашов Андрей Андреевич

Магистрант

кафедра «Социология и управления», факультет управления,
Московский автомобильно-дорожный государственный технический
университет (МАДИ)

Москва, Россия

andrew_kuro@mail.ru

**Эмоциональный интеллект как составляющая физического и
морального состояния руководителя**

Цель исследования заключается в раскрытии такого понятия как эмоциональный интеллект и в определении важности данного понятия в рабочей сфере жизни. В статье рассмотрено влияние эмоционального интеллекта на физическую и моральную составляющую работника, и насколько понятие эмоциональный интеллект влияет на продуктивность работника и коллектива в целом. Также в статье описано влияние эмоционального интеллекта на руководителей и на их лидерские способности.

Ключевые слова: эмоциональный интеллект, лидерство, ключевые навыки, адаптация, эффективность.

Kurashov Andrey

Master Student

Department of Sociology and Management, Faculty of Management,
Moscow Automobile and Road State Technical University (MADI)

Moscow, Russia

andrew_kuro@mail.ru

**Emotional intelligence as a component of the physical and moral state of a
leader**

The purpose of the study is to disclose such a concept as emotional intelligence and to determine the importance of this concept in the working sphere of life. The article considers the influence of emotional intelligence on the physical and moral component of the employee, and how much the concept of emotional intelligence

affects the productivity of the employee and the team as a whole. The article also describes the influence of emotional intelligence on leaders and their leadership abilities.

Keywords: emotional intelligence, leadership, key skills, adaptation, efficiency.

Руководители должны иметь возможность адаптироваться к меняющимся обстоятельствам на своих рабочих местах или в своей собственной роли и роли членов своей команды. Президент Китая Си сказал присутствующим на ярмарке вакансий, что эмоциональный интеллект позволит человеку быть более адаптируемым в обществе, что имеет смысл. Осознание, понимание и управление своими эмоциями и окружающими должны помочь вам ориентироваться в постоянно меняющемся мире и даже стать успешным лидером в нем. [9]

Согласно "Harvard Business Review", эмоциональный интеллект является ключевым навыком лидерства - и для того, чтобы лидер действительно был эффективным, он должен быть умело управлять своими отношениями в позитивном ключе. Быть лидером группы людей — значит иметь очень важные отношения с этими людьми. [5]

Все наиболее эффективные лидеры одинаковы одним решающим образом: все они имеют высокую степень того, что стало известно как эмоциональный интеллект. Дело не в том, что IQ и технические навыки не имеют значения. Они действительно имеют значение, но они являются требованиями начального уровня для руководящих должностей. Без хорошо развитого эмоционального интеллекта у человека может быть лучшая тренировка в мире, неиссякаемый, аналитический ум и бесконечный запас умных идей, но он все равно не станет великим лидером. Это не означает, что эмоционального интеллекта достаточно для того, чтобы привести вас на эту руководящую должность в вашей работе - вам все равно потребуются профессиональные

знания и опыт - но это означает, что если вы будете брать на себя руководящую роль и будете иметь более высокую степень эмоционального интеллекта, вы, скорее всего, будете более эффективными и успешными. Поскольку эмоции всегда в потоке, адаптируемость является ключом к тому, чтобы быть выдающимся лидером. [4]

Великие лидеры значительно улучшают свои команды и организации.

Если речь идет о рабочем месте, и особенно о бизнесе, то суть в том, что менеджеры и руководители часто несут ответственность за успехи и неудачи. Исследователи д-р Джек Зенгер (Jack Zenger) и д-р Джозеф Фолькман (Joseph Folkman), соучредители фирмы по развитию лидерства и подготовке кадров Зенгер Фолькман (Zenger Folkman), собрали свыше 100 000 прямых отчетов сотрудников о своих лидерах из сотен различных организаций и нашли девять ключевых черт, которыми обладают наиболее успешные лидеры. [5]

Вот несколько, которые больше всего связаны с эмоциональным интеллектом:

Они работают, чтобы вдохновлять и мотивировать окружающих

Они нацелены на сотрудничество между членами команды, которое обеспечивает синергию и улучшает опыт сотрудников

Они "ведут разговор" или действуют с честностью и честностью с каждым членом команды

Они строят доверие, которое проистекает из последовательных действий с честностью и честностью

Они развивают и поддерживают других, и они всегда отмечают успехи своих сотрудников и поощряют их больше учиться и развивать свои навыки

Они всегда строят отношения, которые говорят о том, что каждый член команды ценится, и что их проблемы важны и будут решены.

Наблюдается устойчивый рост удовлетворенности сотрудников развитием великого руководителя - работники слабых лидеров имеют плохую

удовлетворенность работой, а работники великих лидеров гораздо более привержены и довольны своей работой. Зенгер и Фолькман даже придумали 38 различных способов, с помощью которых лидеры могут "использовать" силу эмоций, что оказывает эмоциональное влияние на их сотрудников и помогает им эмоционально связываться с другими, тем самым делая их более эффективным лидером. [8]

Самое главное эмоциональный интеллект может быть изучен, неважно, сколько вам, 5 лет или 65 лет. В то время как личностные черты, как полагают, более или менее последовательны в течение жизни, над уровнем эмоционального интеллекта можно работать и улучшать его.

Список источников и литературы

1. Тихонов А.В. Учебник по социологии управления // Социология управления: Теоретико-прикладной толковый словарь / Отв. ред. А.В. Тихонов. - М.: КРАСАНД, 2015. - С. 412-414.
2. Кравченко С.А. Социология в 2-х тт. Т.1. Классические теории через призму социологического воображения. Учебник для академического бакалавриата. Издание 1. М.: Юрайт, 2014. — 584 с.
3. Кравченко С.А. Социология в 2-х тт. Т.2. Новые и новейшие социологические теории через призму социологического воображения. Учебник для академического бакалавриата. Издание 2. М.: Юрайт, 2014. — 636 с.
4. Темницкий А.Л. Учебное исследование по эмпирической социологии. Учебное пособие. 2-е издание дополненное и переработанное. М. Издательство МГИМО-Университет, 2015. — 252 с
5. Гумплович, Л. Основы социологии / Л. Гумплович. - М.: КД Либроком, 2015. - 368 с.
6. Кареев, Н.И. Общие основы социологии / Н.И. Кареев. - М.: КД Либроком, 2015. - 248 с.

7. Кравченко, А.И. Основы социологии и политологии: Учебник / А.И. Кравченко. - М.: Проспект, 2015. - 352 с.

8. Кабанов, А.Я. Управление персоналом: теория и практика. Организация профориентации и адаптации персонала: Учебно-практическое пособие / А.Я. Кабанов, Е.В. Каштанова. - М.: Проспект, 2015. - 56 с.

9. Лукьянова, Т.В. Управление персоналом. Теория и практика. Управление инновациями в кадровой работе / Т.В. Лукьянова и др. - М.: Проспект, 2015. - 72 с

Выходные данные статьи:

Курашов А. А. Эмоциональный интеллект как составляющая физического и морального состояния руководителя // Журнал «У». Экономика. Управление. Финансы., №2. 2020. URL: <https://portal-u.ru/index.php/journal/article/view/323>

Тарасова Наталья Евгеньевна
Преподаватель кафедры теории и технологий в менеджменте, кандидат
экономических наук, доцент
ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет»
г. Ростов-на-Дону, Россия
ntarasova@sfnedu.ru

Сенчукова Анна Валерьевна
Студент
ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет»
факультет управления
г. Ростов-на-Дону, Россия
asenchukovaa@gmail.com

**Материальная и нематериальная мотивация как элемент
эффективного управления персоналом**

*На сегодняшний день мотивация и стимулирование коллектива играют
значительную роль в эффективности деятельности организации. Мотивация
работников — это один из важнейших факторов, который гарантирует
конкурентные преимущества и стратегическую устойчивость компании.*

Ключевые слова: мотивация, персонал, материальная мотивация,
нематериальная мотивация

Tarasova Natalya
PhD in Economics, Associate Professor
Department of the Theory and Technologies in Management
Southern Federal University
Rostov-on-Don, Russia
ntarasova@sfnedu.ru

Senchukova Ann
Student
Southern Federal University, Management Department
Rostov-on-Don, Russia
asenchukovaa@gmail.com

Material and Non-material Motivation as An Element of Effective Personnel Management

Today, motivation and stimulation of the team play a significant role in the effectiveness of the organization. Employee motivation is one of the most important factors that guarantees the company's competitive advantages and strategic stability.

Keywords: motivation, personnel, material motivation, non-material motivation

Мотивация работников является одной из основных проблем менеджмента. Каждому руководителю предприятия приходится задуматься о том, как замотивировать коллектив работать эффективнее. Необходимо отметить, что нет установленных правил мотивации. Все способы мотивации разрабатываются руководителем, исходя из того, что важно для сотрудников данного предприятия.

Но, перед тем как рассматривать роль мотивации персонала на предприятии, необходимо определить, что такое «мотивация».

Мотивация персонала — желание или потребность человека выполнять определенные действия для того, чтобы достичь желаемой цели. [1]

Мотивация персонала — это совокупность материальных и нематериальных стимулов, направленных на достижение целей организации. Мотивация помогает реализовывать определенные цели и достигать желаемых результатов, на которые ориентирован сотрудник в своей профессиональной деятельности. В ходе его личной заинтересованности, она побуждает человека идти к своей цели, совершая определенные действия и поступки, используя различные техники и методики. Благодаря мотивации, у человека появляется желание работать и двигаться вверх по карьерной лестнице, добиваясь новых вершин.

Мотивация сотрудников должна соответствовать поставленным целям и задачам организации. Таким образом можно выделить основные виды мотивации коллектива: материальную и нематериальную.

Материальная мотивация считается более эффективной, поэтому чаще используется на предприятиях. Это связано с тем, что для любого сотрудника, независимо от уровня занимаемой им должности, денежная мотивация всегда более ценна. Материальная мотивация в организации представлена следующими видами [4]:

- *Оплата труда.* Самым действенным способом мотивации персонала считается повышение его заработной платы. Для того, чтобы действительно замотивировать работника необходимо, чтобы размер ожидаемого вознаграждения существенно отличался от получаемой им заработной платы. Инициатива руководителя повысить оплату труда всегда ценится сотрудниками, однако на практике это встречается довольно редко. Зачастую пересмотр размера заработной платы происходит по требованию работника, не желающего выполнять трудовые обязанности при установленном размере оплаты труда.

- *Премии.* В организациях довольно часто используется такой вид мотивации как ежемесячные или разовые премии. Разовая премия выплачивается сотрудникам за достижение каких-либо успехов или выполнение определенной работы. Что касается ежемесячных премий, то они имеют краткосрочный характер. Спустя некоторое время, такие премии перестают мотивировать сотрудников быть более продуктивными.

- *Система штрафов.* Данный метод противоположный системе поощрений, но является не менее эффективным. Руководитель предприятия может оштрафовать сотрудника, который выполняет свои трудовые функции не должным образом, тем самым мотивируя его к более качественной работе.

Необходимо отметить, что применение только материальной мотивации не даст нужного результата. Коллектив — это люди, имеющие разные жизненные ценности. Кроме того, выплаты за выполнение работы часто вызывают разногласия в коллективе и служат причиной конфликтов.

Нематериальная мотивация имеет определенные сложности в реализации. Эти сложности вызваны тем, что для достижения эффективности мотивации её необходимо адаптировать под интересы и желания конкретных сотрудников. Нематериальная мотивация представлена системами поощрения, не подразумевающими выплату сотрудникам денежных средств. Как и в материальной, так и в нематериальной мотивации главная цель заключается в повышении интереса работников в своей работе, повышении производительности труда. Основные направления нематериальной мотивации трудовой деятельности [6]:

- Карьерный рост. Повышение по карьерной лестнице означает и улучшение социального статуса, поэтому сотрудники вкладывают все свои силы в работу и добросовестно относятся к выполнению своих обязательств.

- Обучение за счет организации. Посещение сотрудниками курсов, тренингов и мастер-классов является эффективным способом развития предприятия, а также одним из популярных методов нематериальной мотивации коллектива.

- Мотивация, регулирующая поведение сотрудника на основе выражения общественного признания. Похвала руководителя, вручение грамот, значков, размещение фотографий на доске почета — являются действенным методом мотивации.

Нами были представлены не все виды нематериальной мотивации работников, так как их количество увеличивается со временем. Руководителю стоит внимательно подходить к выбору методов нематериальной мотивации, ориентируясь как на уровень организации, так и предпочтения коллектива.

В качестве примера рассмотрим мотивацию персонала в ПАО «Сбербанк России». На сегодняшний день Сбербанк является крупнейшим банком в России, Центральной и Восточной Европе, а также одним из ведущих международных финансовых институтов. Компания является одной из главных ценностей банка. На сегодняшний день в компании используется две системы мотивации: материальная и нематериальная.

К материальной мотивации относится предложение конкурентноспособного уровня заработной платы и обеспечение расширенным социальным пакетом. Каждый год компания проводит анализ заработной платы у конкурентов, на основании которого производится повышение заработной платы в отделах, в которых она ниже рыночного уровня.

Еще одним методом материальной мотивации сотрудников является социальный пакет. «Сбербанк» разработал новую программу добровольного медицинского страхования, которая предполагает ряд программ для профилактики заболеваний. В данную программу входят: профилактические обследования онкологических заболеваний и стоматология. Компания заботится и о родных сотрудников, разработав программу, по которой компенсируется 20% стоимости медицинских услуг при обращении в поликлинику. Каждый год «Сбербанк» совершенствует данную программу, улучшая условия социального пакета.

Нематериальная мотивация в Сбербанке представляет собой: проведение совместного досуга всем коллективом; похвала руководства; возможность повышения квалификации; систему корпоративных наград и различных практик определения лучших работников. Каждый год 12 ноября отмечается День сотрудника Сбербанка. В этот день руководство поздравляет лучших сотрудников, вручает подарки и благодарности за активное участие в жизни компании.

Учитывая, что с каждым годом команда «Сбербанка» увеличивается можно сделать вывод, что система мотивации в компании является успешной.

В заключении можно сделать вывод о том, что материальная и нематериальная мотивация является необходимой для успешного функционирования любого предприятия. Любая используемая в организации система мотивации сотрудников, влияющая на уровень самоотдачи персонала, будет в той или иной степени эффективна. Но не стоит забывать о том, что к каждому сотруднику нужен индивидуальный подход мотивации, который будет напрямую зависеть от характера сотрудника, его потребностей и желаний, интересов и внутренних «мотивов» к действию.

Без правильно разработанной системы мотивации, а которой будут применяться как материальные, так и нематериальные методы, руководитель не сможет добиться продуктивной работы коллектива. Так как именно мотивация побуждает коллектив к эффективной работе для достижения целей поставленных целей организации.

Список источников и литературы

1. Верещагина, Л. А. Психология персонала. Потребности, мотивация и ценности — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Гуманитарный центр, 2017. — 230 с.
2. Данилюк А. А. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности. — Тюмень: ФГБОУ ВПО, 2015. — 124, 125, 127 с
3. Егоршин А. П. Мотивация трудовой деятельности. М.: ИНФРА-М, 2008. -463 с.
4. Рахимова Б. Х. Мотивация персонала // Наука и современность. — 2013. —№ 24. — С. 290–294.
5. Фаулер, С. Почему они не работают? Новый взгляд на мотивацию сотрудников / пер. с англ. Д. Баймухаметова. — М.: Альпина Паблишер, 2017. — 200 с.

6. Чекмарев О.П. Мотивация и стимулирование труда. – СПб., 2013. – 27 с.

7. Володин Р. С., Гапонова Е. М. Нематериальные методы стимулирования персонала: зарубежный опыт и его адаптация в России. // Журнал «У». Экономика. Управление. Финансы. – 2016 – №4. – С.16-27.

Выходные данные статьи:

Сенчукова А. В., Тарасова Н. Е. Материальная и нематериальная мотивация как элемент эффективного управления персоналом // Журнал «У». Экономика. Управление. Финансы., №2. 2020. URL: <https://portal-u.ru/index.php/journal/article/view/325>

Тарасова Наталья Евгеньевна

Преподаватель кафедры теории и технологий в менеджменте,
кандидат экономических наук, доцент
ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет»
Россия, г. Ростов-на-Дону
ntarasova@sfnedu.ru

Литвиненко Ангелина Кирилловна

Студентка 2 курса 10 группы факультета Управления
ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет»
Россия, г. Ростов-на-Дону
angel18.krlv@gmail.com

**Использование методов фасилитации при принятии
управленческих решений, направленных на достижение тактических и
стратегических целей**

В статье рассмотрено понятие фасилитации и значение фасилитатора в процессе разработки и принятия управленческих решений. Проанализирована формула «эффективного решения». В рамках исследования были выявлены преимущества и недостатки использования различных технологий фасилитации, а также выявлено влияние процесса фасилитации на эффективность и результативность в процессе достижения тактических и стратегических целей.

Ключевые слова: фасилитация, фасилитатор, стратегические цели, тактические цели, управленческие решения.

Tarasova Natalya

Lecturer of the Department of Theory and Technology in Management,
PhD in Economics, Associate Professor of the Southern Federal University
Russia, Rostov-on-Don
ntarasova@sfnedu.ru

Litvinenko Angelina

The 2nd year student of the 10th group of the Faculty of Management
FSAEI of the Southern Federal University
Russia, Rostov-on-Don
angel18.krlv@gmail.com

Use of Facilitation Methods in Management Decisions Aimed at Achieving Tactical and Strategic Goals

The article deals with the notion of facilitation and the meaning of a facilitator in the process of developing and making managerial decisions. The formula of "effective decision" is analyzed. The advantages and disadvantages of the use of various technologies of facilitation were identified in the research, as well as the impact of the process of facilitation on the efficiency and effectiveness in the process of achieving tactical and strategic goals.

Keywords: facilitation, facilitator, strategic goals, tactical goals, managerial decisions.

В эпоху динамично развивающегося мира, постоянно совершенствующихся технологий и реализации новых подходов к менеджменту, фасилитация становится уникальным и наиболее эффективным методом принятия сложных управленческих решений.

Понятие фасилитации можно трактовать по-разному. В целом фасилитация это современная методология организации комплексной командной работы, а также принятия решений на основании общих идей и представлений каждого из членов команды. Фасилитатор организует процесс работы с новыми способами и подходами в решении той или иной задачи, он вовлекает участников в деятельность, а также структурирует процесс генерации идей. Фасилитация широко применяется в работе над реальными

бизнес-проектами и стартапами, также является незаменимым инструментом в организации командной работы разработчиков и IT-специалистов.

Одним из главных преимуществ фасилитации считается то, что она приводит к более успешному и рациональному решению. Это происходит за счёт того, что эти решения предлагаются и выдвигаются теми членами команды, которые в будущем будут ощущать последствия на себе. В таком случае они более ответственно подходят к процессу генерации идей. Этот секрет описывается специальной формулой (рис. 1).

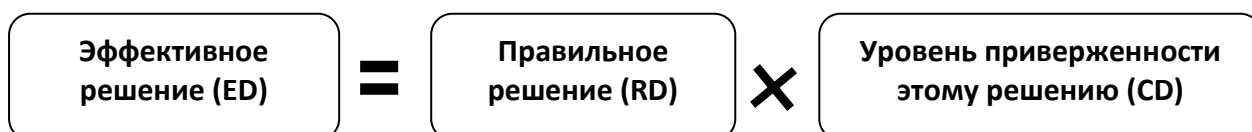


Рисунок 1 – Формула эффективного решения Роберта Завацки[1]

Согласно данной формуле, решение достигнет высокой эффективности только в том случае, если оно будет понятно каждому члену команды и частично или полностью решит проблему всех. Фасилитатор старается в процессе командной работы выявить общие потребности и объединяющие ключевые факторы.

К важнейшим компетенциям профессионального фасилитатора можно отнести:

- определение уровня приверженности команды итоговому решению;
- умение ставить чёткие формулировки вопросов, не вызывающие отторжения ни у одного члена команды;
- фокусировка внимания участников процесса на решении главной задачи;
- достижение консенсуса;
- поддержание высокой вовлечённости в процесс фасилитации;

- работа с возражениями;
- вовлечение и постановка мотивационной цели.

Используя фасилитацию, необходимо придерживаться нескольких правил. Вся команда является целостным механизмом, именно поэтому в процессе генерации идей нет главного, есть открытый и честный фасилитатор, который регулирует ход действий. Стоит отметить, что каждый из участников представляет собой личность со своими взглядами на жизнь и собственным жизненным опытом, и в процессе фасилитации все мнения будут одинаково важны. Фасилитатору необходимо исследовать ту или иную проблему в противовес всезнанию.

Существует огромное количество техник, которые применяются в процессе работы с идеями, мнениями, решениями. Каждая из них обладает преимуществами и недостатками и применяется в зависимости от условий, среды и времени. Рассмотрим более подробно сравнительный анализ основных технологий фасилитации (табл. 1).

Таблица 1 – Сравнительный анализ технологий фасилитации[2]

Название	Преимущества	Недостатки	Цель использования
Work Out (“Выход за рамки”)	<ul style="list-style-type: none"> – вовлечённость всех участников в процесс; – учёт интересов каждого члена команды; – детальная проработка процесса; – кооперация сотрудников всех уровней и отделов; – регулярное отслеживание прогресса. 	<ul style="list-style-type: none"> – полная ответственность руководителя; – большие временные затраты на подготовку решений. 	<ul style="list-style-type: none"> 1) оптимизация бизнес-процессов; 2) внедрение инновационных продуктов; 3) ликвидация неэффективных видов деятельности; 4) сокращение издержек.
Open Space (“Открытое пространство”)	<ul style="list-style-type: none"> – лёгкость и прозрачность контроля; 	<ul style="list-style-type: none"> – низкий уровень сосредоточенности; 	<ul style="list-style-type: none"> 1) решение сложных и трудоёмких задач;

	<ul style="list-style-type: none"> – упрощённый процесс коммуникации между сотрудниками; – короткий срок принятия решения; – повышение ответственности за вклад и результат каждого участника. 	<ul style="list-style-type: none"> – шумная обстановка; – отсутствие личного пространства сотрудников. 	2)фокусировка внимания сотрудников на общей проблеме.
Brainstorming (“Мозговой штурм“)	<ul style="list-style-type: none"> – разработка конструктивного решения; – простота применения; – развитие креативного мышления сотрудников. 	<ul style="list-style-type: none"> – низкий уровень вовлечённости каждого сотрудника; – длительное время принятия решения; – доминирование лидера. 	1)сбор различных мнений и точек зрения; 2)внедрение экспериментальных методов; 3)преодоление стереотипного мышления.
Polarization of opinion (“Поляризация мнений”)	<ul style="list-style-type: none"> – объединение неструктурированной информации; – учёт общего мнения команды. 	<ul style="list-style-type: none"> – разрозненность мнений сотрудников; – столкновение «агрессоров». 	1)определение пессимистического и оптимистического прогнозов; 2)разрешение конфликтов между сотрудниками.
Future Search (“Поиск будущего”)	<ul style="list-style-type: none"> – тщательная проработка каждого решения и каждой идеи; – объединение сотрудников со смешанными интересами; – чёткое разграничение обязанностей в команде. 	<ul style="list-style-type: none"> – довольно длительный процесс подготовки; – высокая ответственность лидера и фасилитатора за работу каждого сотрудника и члена команды. 	1)сплочение и объединение команды вокруг общей цели; 2)достижение плодотворного сотрудничества всех участников процесса; 3)разработка целостной картины будущих результатов работы.

Проанализировав данные таблицы 1, можно убедиться в том, что не существует универсальной технологии фасилитации и выбор того или иного способа стоит строить на основе тех или иных условий (временных затрат, поставленной задачи, барьеров и прочее).

Помимо решения каких-либо тактических целей и оперативных вопросов, фасилитация позволяет принимать сложные управленческие решения. Для этого фасилитатор применяет известный в теории и практике управления и антикризисного менеджмента метод – дерево решений. В процессе его построения всеми участниками процесса генерируются идеи и решения, затем проводится их групповой анализ и прогнозируется несколько исходов (результатов). По итогам фасилитации фасилитатор совместно с лидером и командой выбирает наиболее эффективное и выгодное решение. Чтобы рассмотреть практику применения данного метода, мы построили дерево решений к проблеме компании «Huawei». Проблема сформулирована следующим образом: закрытие большинства точек розничной торговли на период самоизоляции на срок 2 месяца. Требуется решение, которое позволит сохранить прежний уровень продаж в период распространения коронавирусной инфекции. На рисунке 2 смоделировано дерево решений сотрудников компании в России: бренд-амбассадоров, промоутеров и региональных менеджеров.

На основе данной модели мы можем сделать вывод, что использование фасилитатором метода «Дерево решение» позволяет наиболее эффективно выбрать правильное управленческое решение для решения стратегических задач.

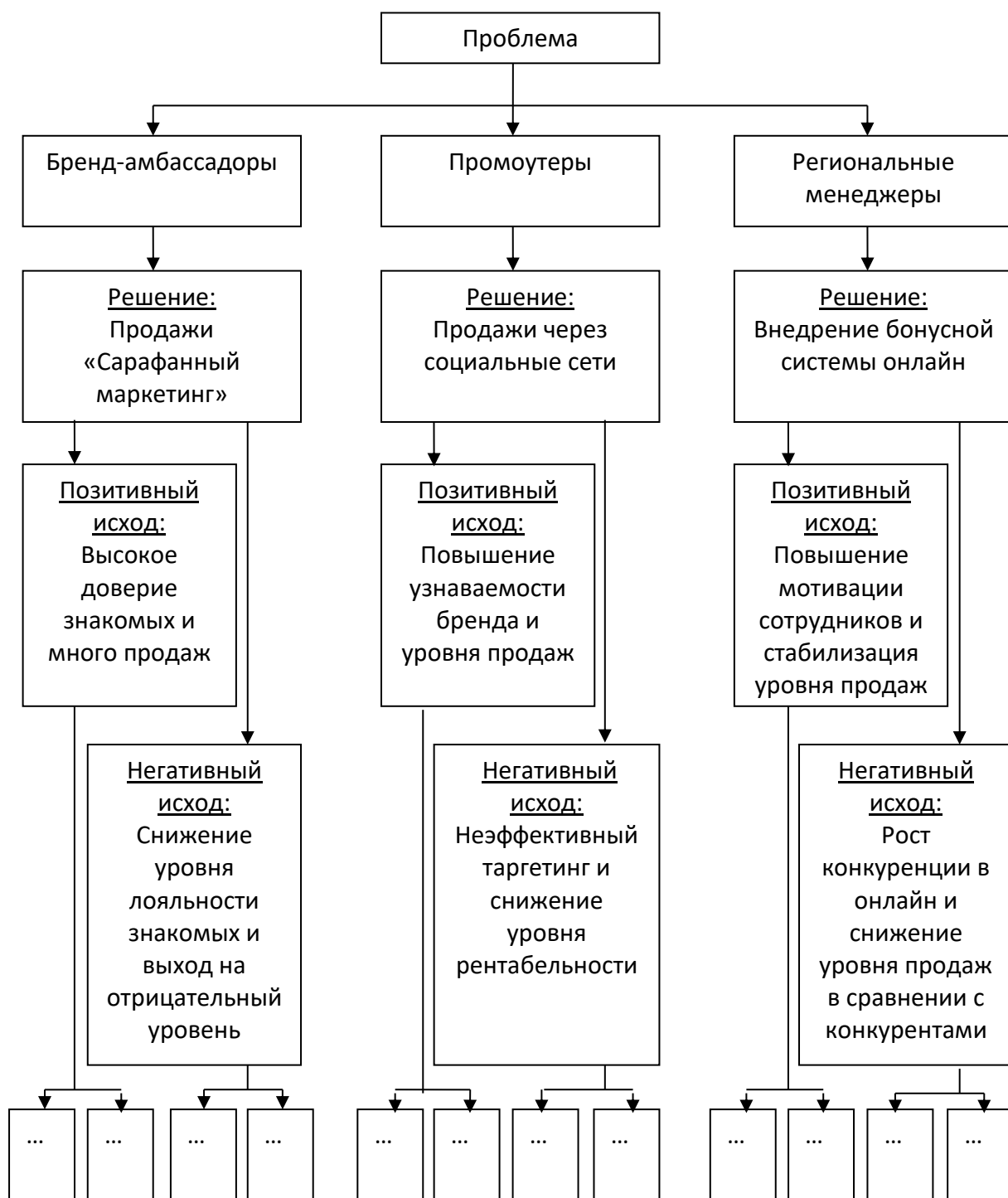


Рисунок 1 – Модель дерева решений[3]

Фасилитация – уникальная технология в условиях быстро развивающегося рынка и возникновения кризисных ситуаций и глобальных проблем. Подбор квалифицированного фасилитатора позволит в кратчайшие

сроки достигнуть поставленной руководителем цели с учётом мнения каждого из сотрудников. Это позволяет свести к минимуму конфликтные ситуации в коллективе и равномерно распределить ответственность за принятое решение среди всех членов команды.

Список источников и литературы

1. Вилкинсон М. Секреты фасилитации. SMART-руководство по работе с группами. – М.: Альпина Паблшер, 2019.
2. Электронный ресурс «Консалтинговая группа Донских» / Режим доступа: <https://donskih.ru/2017/06/metod-fasilitatsii/> (дата обращения: 2.05.2020)
3. Электронный ресурс «Яндекс Дзен» / Режим доступа: <https://zen.yandex.ru/media/mcs/kak-sozdat-idealnoe-derevo-reshenii-dlia-nachinaiuscih-analitikov-dannyh-i-ne-tolko-5e86502f5a232e3422b297a1> (дата обращения: 10.05.2020)

Выходные данные статьи:

Литвиненко А. К., Тарасова Н. Е. Использование методов фасилитации при принятии управленческих решений, направленных на достижение тактических и стратегических целей // Журнал «У». Экономика. Управление. Финансы., №2. 2020. URL: <https://portal-u.ru/index.php/journal/article/view/326>

Шкред Владимир Николаевич
студент 2 курса программы подготовки магистров
ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет»
Факультет управления
Россия, г. Ростов-на-Дону
shkred.vladimir3333@gmail.com

Оценка эффективности проектов государственно-частного партнёрства на региональном уровне

Статья посвящена особенностям оценки эффективности региональных проектов государственно-частного партнёрства, направленных на развитие инфраструктурных объектов в контексте социально-экономического развития регионов, на основе обобщения совместных целей, задач, выгод и рисков, а также количественной оценка экономической эффективности для обеих сторон.

Ключевые слова: государственно-частное партнерство, экономическая эффективность, ГЧП, региональное развитие, частные инвестиции.

Shkred Vladimir
2nd year student of the master's program
Southern Federal University, Faculty of management
Russia, Rostov-on-don
shkred.vladimir3333@gmail.com

Evaluating the Effectiveness of Public-private Partnership Projects at The Regional Level

The article is devoted to the peculiarities of evaluating the effectiveness of regional public-private partnership projects aimed at the development of infrastructure facilities in the context of socio-economic development of regions, based on the generalization of joint goals, objectives, benefits and risks, as well as a quantitative assessment of economic efficiency for both sides.

Keyword: public-private partnership, economic efficiency, PPP, regional development, private investment

Применение механизмов государственно-частного партнерства является эффективным инструментом реализации инвестиционных проектов направленных на развитие инфраструктурных объектов как на региональном, так и на муниципальном уровне. Разнообразие форм и моделей, а также значительный опыт в сфере разделения выгод рисков между государством и бизнесом является ключевым фактором популяризации контрактов подобного рода.

Нехватка бюджетных средств для того или иного инфраструктурного проекта, а также нехватка опыта в сфере реализации определённых программ смещает акцент принятия управленческих решений в сторону поиска дополнительных инвестиций со стороны предпринимательских структур. Комбинирование публичных и частных усилий и финансов способно обеспечить качественно новый партнерский симбиоз - государство получает снижение бюджетной нагрузки и более эффективную систему управления проектами, бизнес получает преференции и усиление своего влияния в ранее недоступных областях экономики. Данная система обеспечивает более эффективную работу проекта за счет применения управленческого опыта частных партнёров и перераспределения рисков на каждую из сторон сектора. Таким образом, привлечение частного партнера обеспечивает не только снижение бюджетной нагрузки, но и позволяет реализовать значительно большее количество государственных и муниципальных проектов.

В некоторых случаях реализация совместных проектов на основе государственно-частного партнерства может привести к снижению расходов в текущем периоде, но это не гарантирует сохранение подобной ситуации в будущем. Это замечание является ключевым при рассмотрении бюджетной эффективности. Согласно общепринятому правилу роста денег во времени,

величина расходов увеличивается при смещении компенсационных издержек частному партнёру на любой из периодов времени. Следовательно, рискам, обусловленным изменением бюджетной нагрузки, должно быть уделено отдельное внимание. Именно поэтому со стороны государства тоже наблюдаются некоторые просчёты при заключении соглашений ГЧП.

Развитие потенциала ГЧП обусловлено необходимостью поиска взаимовыгодных решений, способных обеспечить максимальную эффективность взаимодействия хозяйствующих субъектов. Современный подход к реализации проектов на основе государственно-частного партнёрства является ключевым фактором социально-экономического развития общества в контексте объединения усилий государства и бизнеса.

Поскольку подобного рода взаимоотношения строятся на принципах получения взаимной выгоды и достижения общих целей, выгода от реализации совместного проекта должна носить вполне соизмеримый характер, а объем инвестиций должен быть обоснован и иметь документальное подтверждение. Оценка эффективности проекта ГЧП позволяет с помощью аналитических методов ценность и целесообразность проекта для каждого из партнеров.

Таким образом, алгоритм оценки эффективности проекта государственно-частного партнёрства на региональном уровне можно свести к трем основным этапам [2].

Этап 1. Включает в себя комплексную оценку общей информационной базы проекта: анализируется формируется технико-экономический базис, оценивается стратегическая важность проекта и его социально-экономический эффект.

Этап 2. Исходя из уровня сложности и показателей по каждому из критериев эффективности формируются выводы о ценности проекта.

Этап 3. Проведение количественного анализа регионального проекта. Особенностью данного этапа является сравнение регионального проекта и всех его ключевых показателей с эталонной моделью. Этот подход позволяет подсчитать чистый дисконтированный доход для сравнения с эталонной величиной, и выбрать наилучшую форму реализации регионального проекта.

Схема применения поэтапной оценки эффективности региональных проектов ГЧП изображена на рисунке 1.

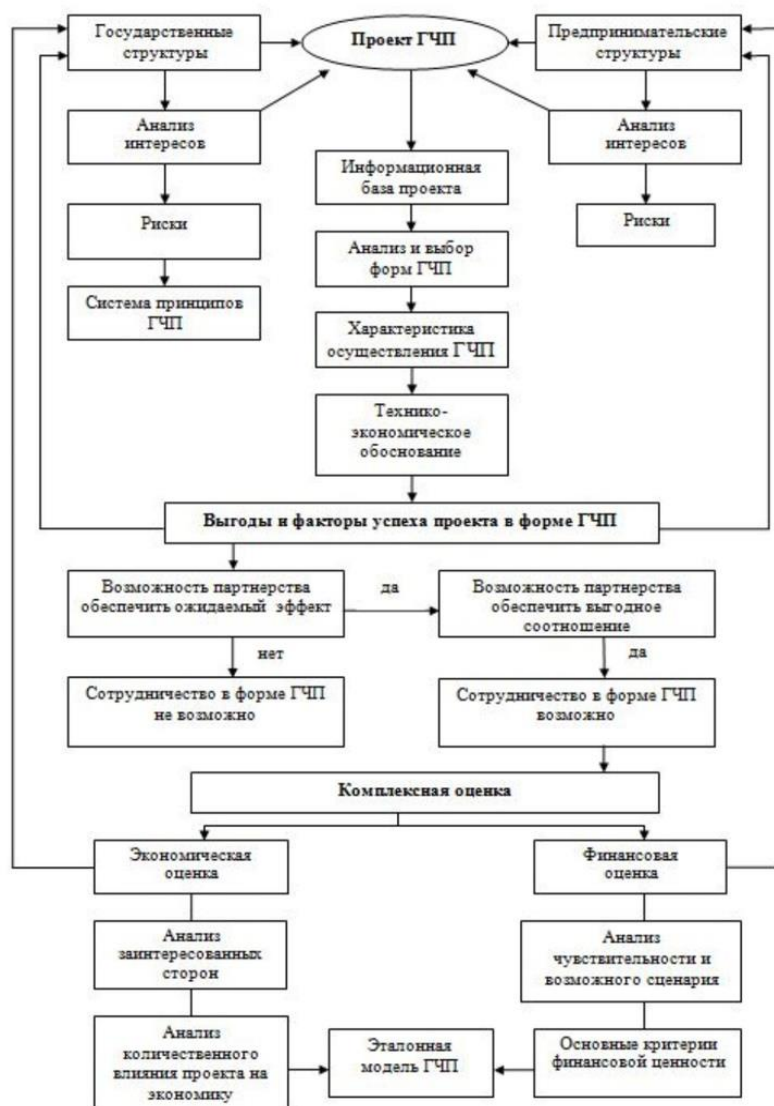


Рисунок 1 – Этапы оценки эффективности проектов государственно-частного партнёрства на региональном уровне [4]

Данный метод оценки эффективности проектов государственно-частного партнёрства был сформирован на основе анализа существующих теоретических аспектов, а также анализа управленческих решений в процессе реализации региональных проектов государства и бизнеса.

Из всего вышесказанного можно сделать вывод, что оценка эффективности регионального проекта государственно-частного партнёрства должна производиться комплексно, поэтапно и с учётом интересов обеих сторон. Процесс обобщения совместных целей, задач, выгод и рисков, а также количественная оценка экономической эффективности позволяет определить обоснованность и целесообразность партнёрства при реализации проектов и программ развития региона на основе государственно-частного партнёрства.

Список использованной литературы:

1. Анопченко Т.Ю., Чернышев М.А., Мурзин А.Д. МЕХАНИЗМ РЕГИОНАЛЬНОГО СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ НА БАЗЕ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА // Таврический научный обозреватель. 2015. № 5-1. С. 6-14.

2. Анопченко Т.Ю., Мурзин А.Д. АНАЛИЗ ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА ПРИМЕНИТЕЛЬНО К РЕГИОНАМ РОССИИ // Вестник факультета управления СПбГЭУ. 2018. № 3-1. С. 128-132.

3. Бутенко Д.Е. Теоретические аспекты государственно-частного партнёрства// Научно методический электронный журнал «Концепт». -2016. - №S17. -С.1-5.

4. Добрынин Л.А., Марковская Е. И., Медведь А. А., Привалов Н. Г., Рагимова Н. С., Троицкая И. В. Взаимодействие государства и бизнеса: учебное пособие. – СПб: Издательство СПбГЭУ, 2014. – 192 с.

Выходные данные статьи:

Шкред В. Н. Оценка эффективности проектов государственно-частного партнёрства на региональном уровне // Журнал «У». Экономика. Управление. Финансы., №2. 2020. URL: <https://portal-u.ru/index.php/journal/article/view/335>

Дурманаева Татьяна Анатольевна
студент, направление «Экономика» (бакалавриат)
ФГБОУ ВО «Поволжский государственный технологический
университет»
г. Йошкар-Ола, Россия
durmanaeva00@bk.ru

Анализ деятельности ПАО «Газпром» на рынке ценных бумаг

Цель исследования – анализ деятельности ПАО «Газпром», как акционерного общества на фондовом рынке на основе показателей стоимостной оценки доходности и качества выпускаемых ценных бумаг. В работе предложена методика оценки деятельности ПАО «Газпром» по ключевым показателям, которая может быть использована в дальнейших научных исследованиях.

Ключевые слова: акции, доходность, дивиденды, фондовая биржа, котировки акций.

Durmanaeva Tatiana
student
Volga State University of Technology
Yoshkar-Ola, Russia
durmanaeva00@bk.ru

Analysis of Gazprom's Activities on The Stock Market

The purpose of the study is to analyze the activities of Gazprom as a joint - stock company on the stock market based on the indicators of the value assessment of the yield and quality of issued securities. A methodology for evaluating the activities of Gazprom by key indicators is proposed, which can be used in further scientific research.

Keywords: shares, yield, dividends, stock exchange, stock quotes.

Процессы, происходящие на финансовых рынках в условиях рыночной экономики, оказывают существенное влияние на различные сферы экономики. Важным элементом системы финансовых рынков является фондовый рынок. Его функционирование способствует привлечению компаниями и государством инвестиций для развития экономики страны и эффективному использованию свободных денежных средств [1].

ПАО «Газпром» - крупнейшее акционерное общество в России. Общее количество счетов, на которых учитывается 23 673 512 900 акций «Газпрома», составляет 470 тысяч. Государство контролирует более 50% акций Компании [2].

Акции «Газпрома» являются одними из наиболее ликвидных инструментов российского фондового рынка. Также акции компании занимают наибольший удельный вес в индексах РТС и ММВБ и включены в первый (высший) уровень листинга на российских фондовых биржах ЗАО «ФБ ММВБ» и ПАО «Санкт-Петербургская биржа» [3].

Основные показатели доходности и качества выпускаемых акций ПАО «Газпром» представлены в таблице 1. Данные для проведения анализа взяты с Отчета о финансовых результатах ПАО «Газпром» за 2019 год [4].

Таблица 1 – Показатели доходности и качества акций ПАО «Газпром» за 2019 г.

Наименование показателя	Значение
Доход на одну акцию (EPS), руб.	53,46
Доход на одну обыкновенную акцию (EPS обыкн.), руб.	53,46
Коэффициент выплаты дивидендов (DPR)	0,51
Показатель P/E (лет)	7,87
Дивидендная доходность 1 акции (ДУ) (руб.)	5,24
Коэффициент реинвестирования прибыли	0,57
ЕБИТДА, %	28,5

Из таблицы 1 видно, что:

- в 2019 году ПАО «Газпром» заработало 53,46 рубля прибыли в расчете на 1 акцию;

- так как привилегированных акций ПАО «Газпром» не выпускало, то в расчете на одну обыкновенную акцию компания заработала также 53,46 рубля прибыли;

- значение коэффициента выплаты дивидендов, равное 0,51, означает то, что 51% чистой прибыли компании идет на выплату дивидендов акционерам. Акционеры получили 51 копейку с каждого заработанного компанией рубля;

- в 2019 году значение показателя P/E было равно 7,87 года. Это говорит о том, что прибыль данной компании покрывает расходы на покупку ее акций за 7,87 года;

- дивидендная доходность одной акции в 2019 году составила 5,24%, то есть с каждого инвестированного рубля доход инвестора составил 5,24 копейки;

- по значению коэффициента реинвестирования прибыли (0,57) можно сделать вывод о том, что 57% чистой прибыли вложено в развитие предприятия (после выплаты дивидендов).

- показатель EBITDA (%) составил 28,5 %, то есть в 1 рубле выручки от продаж содержится 28 копеек прибыли без учета расходов на уплату процентов по займам, налога на прибыль и амортизационных отчислений.

На рисунке 1 представлен график котировок акций ПАО «Газпром» с 2014 по 22.05.2020 гг. на Московской бирже.

По данным рисунка 1 видно, что котировки акций Газпром в 2019 год изменились на +57,64%. Самая низкая цена акций Газпром в 2019 году составила 149,49 российский рубль. Самая высокая стоимость акций GAZP.ME в 2019 год составила 270,74 российский рубль.



Рисунок 1 – График котировок акций ПАО «Газпром» за период с 2014 по 22.05.2020 гг. на Московской бирже

При текущей динамике рынка, существует два основных прогноза дальнейшего развития котировок акций ПАО «Газпром» - нейтральный и негативный.

Нейтральный сценарий подразумевает окончание строительства новой газовой линии, что обеспечит хороший приток средств, благодаря возможности экспортировать газ, минуя страны восточной Европы. В этом случае по прогнозам экспертов, стоимость постройки нового газового канала, а также снижение стоимости газа для ряда стран сможет подтянуть котировки «Газпрома» до 200-210 рублей за акцию.

Вплоть до заключения новых фьючерсных контрактов на поставку российского газа, прогноз показывает, что Газпром сможет удерживать эту позицию приблизительно до конца июля 2020года.

При негативном развитии событий, издержки на строительство газовой линии по прогнозам скажутся на котировках в худшую сторону.

Так как строительство новой газовой линии не завершилось, то это сказалось на котировках «Газпрома», что спровоцировало давление со

стороны рынка и инвесторов. Уже к середине марта наблюдается падение акций до 150 рублей с последующим ростом до 270 рублей в октябре.

Таким образом, проведя анализ показателей доходности и качества акций, а также анализ котировок акций ПАО «Газпром» можно сделать вывод, что «Газпром» не относится к компаниям, акции которых могут стремительно пойти вверх, то есть быстро получить прибыль по ним не удастся.

Покупка акций «Газпрома» является скорее пассивным долгосрочным видом инвестирования - можно приобрести их по низкой цене и держать годами, не обращая внимания на колебания курса. Сегодня же лучшими на российском фондовом рынке считаются именно акции «Газпрома». Стоимость акций «Газпрома» значительно снизилась, но это не означает, что она исчерпала потенциал роста. Деятельность ПАО «Газпром» на рынке ценных бумаг в настоящее время значительна, так как она важна для развития инвестиционных процессов в стране и также для обеспечения стабильного экономического роста.

Список источников и литературы

1. Родионова Е.В. Финансовая среда и управление рисками организации: конспект лекций. Йошкар-Ола: ПГТУ, 2017
2. ПАО «Газпром». О «Газпроме». История [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.gazprom.ru/about/history/company/> - (дата обращения 20.05.2020)
3. ПАО «Газпром».Акцияерам и инвесторам. Акции [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://www.gazprom.ru/investors/stock/> - (дата обращения 20.05.2020)
4. ПАО «Газпром». Акцияерам и инвесторам. Раскрытие информации. Отчетность [Электронный ресурс] – Режим доступа: [http:// www.gazprom.ru/investors/disclosure/reports/2019/](http://www.gazprom.ru/investors/disclosure/reports/2019/) - (дата обращения 20.05.2020)

5. ПАО «Газпром». Акционерам и инвесторам. Акции. Инструменты инвестора. Котировки акций [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.gazprom.ru/investors/stock/investor-tools/stocks/> - (дата обращения 20.05.2020)

6. Ивасенко, А. Г. Рынок ценных бумаг: инструменты и механизмы функционирования: учебное пособие / А. Г. Ивасенко, Я. И. Никонова, В. А. Павленко. – 4-е изд. – стер. – М.: КНОРУС, 2017. – 272 с.

Выходные данные статьи:

Дурманаева Т. А. Анализ деятельности ПАО «Газпром» на рынке ценных бумаг // Журнал «У». Экономика. Управление. Финансы., №2. 2020.
URL: <https://portal-u.ru/index.php/journal/article/view/349>

Разу Семён Борисович

студент

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,

Российская Федерация, г. Москва

semen.razu@mail.ru

Оценка кредитоспособности ПАО «Аэрофлот»

ПАО «Аэрофлот» является крупнейшим и старейшим авиаперевозчиком на территории нашей страны. В течение всего времени своего существования компания «Аэрофлот» играла ключевую роль в воздушных перевозках на территории нашей страны и на зарубежных маршрутах. На сегодняшний день компания сохраняет статус наиболее прибыльной, эффективной и инновационной авиакомпании нашей страны. Целью данной работы является анализ ключевых показателей деятельности ПАО «Аэрофлот» на основе данных отчётности.

Ключевые слова: Аэрофлот, кредитоспособность, прибыль, рейтинг.

Razu Semyon

student

Financial University under the Government of the Russian Federation

Russia, Moscow

semen.razu@mail.ru

Credit Rating of PJSC "Aeroflot"

Aeroflot PJSC is the largest and oldest air carrier in our country. Throughout its existence, Aeroflot has played a key role in air transportation on the territory of our country and on foreign routes. Today, the company retains the status of the most profitable, efficient and innovative airline in our country. The aim of this work is to analyze key performance indicators of PJSC Aeroflot based on reporting data.

Keywords: Aerflot, creditworthiness, profit, rating.

В данной работе произведён анализ предприятия ПАО «Аэрофлот». Данная компания осуществляет деятельность в отрасли воздушного

транспорта, пассажирских и грузовых авиаперевозок. Данная отрасль была одной из наиболее развитых в СССР, однако после его распада пришла в упадок, но начала активно восстанавливаться в начале XXI века.

ПАО «Аэрофлот» является крупнейшим авиаперевозчиком на территории РФ почти и СНГ, входит в международный альянс авиаперевозчиков Skyteam. История компании насчитывает почти 100 лет с момента её основания в 1923 году. В 2018 году доля ПАО «Аэрофлот» в российском пассажирообороте воздушных судов достигла 40,7%. 51,17% акций компании принадлежат государству [5].

В качестве заёмщика ПАО «Аэрофлот» является абсолютно правоспособным и дееспособным юридическим лицом. Длительная история компании обеспечила её надёжную репутацию: предприятие просуществовало более 100 лет, пережив Великую Отечественную войну и распад СССР. Тем не менее, в истории компании нередко возникали серьёзные угрозы её деятельности. В 1990-е гг. топ-менеджеры компании, в том числе Борис Березовский, ввели в заблуждение генерального директора, убедив его перевести более 250 млн долларов свободных денежных средств на счёт подконтрольной им швейцарской фирмы. В их отношении суд возбудил уголовное дело и обязал виновных возместить ущерб [6]. Серьёзный урон авиакомпании также нанёс кризис 2008 года.

На 2018 год «Аэрофлот» обладает совокупным капиталом и резервами в размере более 60 млрд рублей, а уставный капитал компании превышает млрд рублей. Текущая рыночная капитализация компании превышает 116 млрд рублей [9].

ПАО «Аэрофлот» заслуженно входит в число лидеров по качеству обслуживания пассажиров и авиаперевозок. В 2018 году авиакомпания стала лауреатом премии SkyTrax World Airline Awards и была признана лучшей авиакомпанией Восточной Европы. Авиапарк компании является одним из

самых молодых в мире. На 2018 год в сети маршрутов группы компаний «Аэрофлот» имеется более 300 направлений в 56 странах мира, а сама компания совершает регулярные рейсы по 163 направлениям в 56 стран мира [5].

Во время кризиса 2008 года компания столкнулась со значительными трудностями. Выходом из сложившейся ситуации стала смена руководства компании. Новый состав менеджмента успешно вывел предприятие из кризиса и продолжает эффективно руководить им и по сей день [7].

После начала кризиса российской экономики в 2014 году многие авиакомпании России потерпели крах. Это дало возможность «Аэрофлоту» увеличить свою долю на рынке и избежать финансовых трудностей. В частности, компании удалось занять нишу рынка ранее обанкротившейся «Трансаэро», которую «Аэрофлот» первоначально хотел купить за символическую цену, однако впоследствии отказался от этой идеи [8]. Сама авиакомпания «Аэрофлот» на сегодняшний день продолжает успешно развиваться, осваивать новые направления и внедрять новейшие воздушные суда и передовые компьютерные технологии.

Расчет кредитоспособности заемщика

На основе представленных ниже таблиц покажем, как происходит оценка кредитоспособности заёмщика. В таблице 1 представлены данные о заемщике согласно его бухгалтерскому балансу.

Таблица 1 – Бухгалтерский баланс ПАО «Аэрофлот», тыс. руб.

Наименование показателя	Код	На 31 декабря 2018 г.	На 31 декабря 2017 г.	На 31 декабря 2016 г.
АКТИВ				
I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ				
Нематериальные активы	1110	40 946	69 825	50 345
Результаты исследований и разработок	1120	436 462	570 130	546 964
Основные средства	1150	13 031 367	11 072 450	10 687 759
Доходные вложения в материальные ценности	1160	800 729	566 919	636 050
Финансовые вложения	1170	17 722 982	18 544 406	12 073 089
Отложенные налоговые активы	1180	3 848 924	3 168 364	1 948 676
Прочие внеоборотные активы	1190	30 336 473	15 897 852	47 496 918
Итого по разделу I	1100	66 217 883	49 889 946	73 439 801
II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ				
Запасы, в т.ч.	1210	9 363 819	7 242 830	6 269 546
сырье и материалы, и другие аналогичные ценности	1211	9 361 455	7 241 556	6 268 351
животные на выращивании и откорме	1212	-	-	-
затраты в незавершенном производстве	1213	-	-	-
готовая продукция и товары для перепродажи	1214	-	-	-
товары отгруженные	1215	-	-	-
прочие запасы и затраты	1216	2 364	1 274	1 195
Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	1220	436 698	319 349	405 332
Дебиторская задолженность, (платежи по которой ожидаются в течение более чем через 12 месяцев после отчетной даты)	1230	82 150 336	92 169 373	70 171 255
Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов)	1240	2 500 000	-	926 304
Денежные средства и денежные эквиваленты	1250	9 871 604	34 094 269	26 229 302
Прочие оборотные активы	1260	1 111 559	790 457	916 620

Итого по разделу II	1200	105 434 016	134 616 278	104 918 359
БАЛАНС	1600	171 651 899	184 506 224	178 358 160
ПАССИВ				
III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ				
Уставный капитал	1310	1 110 616	1 110 616	1 110 616
Собственные акции, выкупленные у акционеров	1320	(7 039 736)	-	-
Переоценка внеоборотных активов	1340	58 974	61 951	72 628
Добавочный капитал (без переоценки)	1350	-	-	-
Резервный капитал	1360	277 654	277 654	277 654
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	1370	65 848 670	77 271 364	68 222 853
Итого по разделу III	1300	60 256 178	78 721 585	69 683 751
IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА				
Заемные средства	1410	-	-	7 862 898
Отложенные налоговые обязательства	1420	564 056	550 750	588 621
Оценочные обязательства	1430	401 439	2 604 138	1 191 431
Прочие обязательства	1450	6 918 282	7 899 479	8 900 656
Итого по разделу IV	1400	7 883 777	11 054 367	18 543 606
V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА				
Заемные средства	1510	-	-	9 308 668
Кредиторская задолженность, в т.ч. поставщики и подрядчики	1520	38 797 632	37 071 454	26 489 728
по оплате труда	1521	33 097 744	30 078 820	20 662 862
по оплате труда	1522	1 701 193	1 050 948	956 143
задолженность перед внебюджетными фондами	1523	107 287	58 008	3 471
задолженность перед бюджетом	1524	288 456	186 801	169 616
прочие кредиторы	1525	3 602 952	5 696 877	4 697 636
Доходы будущих периодов	1530	359 042	408 807	427 717
Оценочные обязательства	1540	9 159 956	11 768 160	12 256 023
Прочие обязательства, в т.ч. перед участниками (учредителями)	1550	55 195 314	45 481 851	41 648 667
по выплате доходов	1551	64 093	65 238	1 060
Итого по разделу V	1500	103 511 944	94 730 272	90 130 803
БАЛАНС	1700	171 651 899	184 506 224	178 358 160

В таблице 2 приведены данные по отчету о финансовых результатах деятельности ПАО «Аэрофлот».

Таблица 2 – Отчет о финансовых результатах ПАО «Аэрофлот», тыс. руб.

Наименование показателя	Код	За январь - декабрь 2018	За январь - декабрь 2017	За январь - декабрь 2016
Выручка	2110	504 696 789	446 649 442	427 900 527
Себестоимость продаж	2120	(499 683 382)	(400 268 600)	(371 669 966)
Валовая прибыль (убыток)	2100	5 013 407	46 380 842	56 230 561
Коммерческие расходы	2210	(29 815 806)	(35 171 689)	(32 340 273)
Управленческие расходы	2220	(13 810 326)	(12 742 294)	(11 300 307)
Прибыль (убыток) от продаж	2200	(38 612 725)	(1 533 141)	12 589 981
Доходы от участия в других организациях	2310	2 213 828	3 586 256	41 025
Проценты к получению	2320	2 885 714	4 236 094	4 667 107
Проценты к уплате	2330	-	(800 569)	(3 044 449)
Прочие доходы	2340	63 556 751	52 915 005	65 945 641
Прочие расходы	2350	(25 960 860)	(23 179 506)	(45 697 948)
Прибыль (убыток) до налогообложения	2300	4 082 708	35 224 139	34 501 357
Текущий налог на прибыль	2410	(2 755 346)	(8 723 470)	(11 723 479)
в том числе постоянные налоговые обязательства (активы)	2421	(1 272 192)	(421 722)	(4 646 836)
Изменение отложенных налоговых обязательств	2430	(13 306)	37 871	51 845
Изменение отложенных налоговых активов	2450	680 560	1 219 688	125 124
Прочее	2460	801 488	685 225	414 416
Чистая прибыль (убыток)	2400	2 796 104	28 443 453	23 369 263
Справочно				
Результат от переоценки внеоборотных активов, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода	2510	-	-	-
Результат от прочих операций, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода	2520	-	-	-
Совокупный финансовый результат периода	2500	2 796 104	28 443 453	23 369 263
Базовая прибыль (убыток) на акцию	2900	2,52	25,61	21,04

Из данной таблицы можно сделать вывод, что несмотря на стабильный рост выручки от продаж в каждом периоде, которая в прошлом году превысила 500 млрд рублей, себестоимость продаж также постоянно повышалась, но более быстрыми темпами, и в результате в 2018 году практически сравнялась с выручкой. Это стало причиной, по которой валовая прибыль компании изменялась обратно пропорционально выручке, уменьшаясь в каждом из периодов.

Коммерческие расходы компании достигли своего пика во 2 периоде, однако в следующем году упали ниже значений 2016 г. Управленческие же расходы стабильно росли в течение всех трёх предыдущих лет. Вследствие этого компания в последний раз получила прибыль от продаж только в 2016 г., а в последующие 2 года продажи фирмы заканчивались убытком, который в 2018 г. превысил по модулю значение 2016 г. Несмотря на это, в 2017 г. произошёл резкий рост доходов от участия в других организациях, однако он был краткосрочным и уже в следующем году обернулся спадом. При этом объём процентных платежей, полученных организацией, уменьшался с каждым годом. Позитивным фактором является то, что по сравнению с 2016 г. размер процентов, требуемых к уплате, сократился в 2017 г. более чем в 3 раза.

Прочие доходы и расходы демонстрировали одинаковую динамику: достигнув дна в 2017 г., в следующем году они возобновили свой рост, который, однако, не смог компенсировать их предыдущего падения. Прибыль до налогообложения изменялась в обратном направлении: после незначительного роста в 2017 г. последовал почти девятикратный спад. Тем не менее, объём налоговых отчислений с прибылей предприятия уменьшался с каждым годом. При этом доля постоянных налоговых активов в них не была постоянной: минимального значения они достигли в 2017 г., после чего выросли, но уже не так значительно. Отложенные налоговые обязательства уменьшались с каждым годом и в 2018 году достигли отрицательных

значений. Отложенные налоговые активы в 2017 году выросли почти в 10 раз, однако уже через год уменьшились вдвое.

Чистая прибыль компании изменялась в том же направлении, но с противоположной интенсивностью: за 2016-2017 гг. она увеличилась незначительно, достигнув почти 30 млрд рублей, а в 2018 году произошёл её резкий спад до менее чем 3 млрд руб. В пересчёте на 1 акцию прибыль компании изменялась соответственно: если в 2016 г. владелец акции ПАО «Аэрофлот» мог получить на неё 21 040 руб. дивидендов, а в 2017 уже 25 610 руб., то в 2018 г. – всего 2 520 руб.

Для оценки кредитоспособности и вероятности банкротства составим агрегированный баланс ПАО «Аэрофлот» (таблица 3).

Таблица 3 – Агрегированный баланс ПАО «Аэрофлот» за 2016-2018 гг.

Статьи баланса	Условное обозначение	Код строки баланса	Среднегодовое значение		
			2016	2017	2018
Наиболее ликвидные активы	A 1	1250 + 1260	28 205 283,5	31 015 324,0	22 933 944,5
Быстрореализуемые активы	A 2	1230 + 1240	74 266 646,0	81 633 466,0	88 409 854,5
Медленно реализуемые активы	A 3	1210 + 1220	7 119 894,0	7 118 528,5	8 681 348,0
Труднореализуемые активы	A 4	1100	73 229 701,0	61 664 873,5	58 053 914,5
Баланс (Ба)	A 1 + A 2 + A 3 + A 4	1600	182 821 524,5	181 432 192,0	178 079 061,5
Наиболее срочные обязательства	П1	1520	27 255 788,5	31 780 591,0	37 934 543,0
Краткосрочные обязательства	П2	1510 + 1540 + 1550	77 276 564,0	60 231 684,5	60 802 640,5
Долгосрочные обязательства	П3	1400	19 872 288,0	14 798 986,5	9 469 072,0
Постоянные пассивы	П4	1300 + 1530	58 416 884,0	74 620 930,0	69 872 806,0
Баланс (Бп)	П1 + П2 + П3 + П4	1700	182 821 524,5	181 432 192,0	178 079 061,5

Рассчитаем по модели Э. Альтмана показатели оценки кредитоспособности ПАО «Аэрофлот» и оценим вероятность банкротства данного предприятия (таблица 4).

Таблица 4 – Оценка вероятности банкротства ПАО «Аэрофлот» по модели Э. Альтмана

Коэффициент	2016 г.	2017 г.	2018 г.
$X_1=(A_1+A_2+A_3)/B_a$	0,5994	0,6601	0,6740
$X_2=Пч/B_a$	0,1278	0,1568	0,0157
$X_3 = Пн/B_a$	0,2054	0,1986	0,0229
$X_4= П4/(П1+П2+П3)$	0,4696	0,6986	0,6457
$X_5= В/B_a$	2,3405	2,4618	2,8341
$Z = 1,2 \times X_1 + 1,4 \times X_2 + 3,3 \times X_3 + 0,6 \times X_4 + X_5$	4,1983	4,5478	4,1280

Согласованность расчета уровня кредитного риска и уровня риска банкротства представлена в таблице 5.

Таблица 5 – Оценка кредитного риска по модели Альтмана

Показатель Альтмана (Z)	Кредитоспособность предприятия	Риск банкротства
< 1,8	Крайне низкая	Крайне высокий
от 1,81 до 2,7	Низкая	Высокий
от 2,8 до 2,9	Умеренная	Умеренный
> 2,99	Высокая	Низкий

На основании таблиц 4 и 5 можно сделать вывод, что в течение всех трёх предыдущих лет ПАО «Аэрофлот» отличалось высокой кредитоспособностью, а риск банкротства оставался низким. Тем не менее, после увеличения в 2017 году, показатель Альтмана опустился в 2018 году и достиг минимального значения за все 3 года (4,1280). Однако даже такое значение коэффициента Z значительно превышает пороговый уровень, необходимый для того, чтобы предприятие можно было отнести к фирмам с высокой кредитоспособностью и низким риском банкротства (> 2,99).

Для анализа ликвидности проведем сравнительный анализ выполнения условий ликвидности баланса ПАО «Аэрофлот» по таблице 6.

Таблица 6 – Показатели ликвидности баланса ПАО «Аэрофлот»

Год	Активы по степени ликвидности		Нормальное соотношение	Пассивы по сроку погашения	
	Категория	Сумма		Категория	Сумма
2016 г.	A1.	28 205 283,5	?	П1.	27 255 788,5
	A2.	74 266 646,0	?	П2.	77 276 564,0
	A3.	7 119 894,0	?	П3.	19 872 288,0
	A4.	73 229 701,0	?	П4.	58 416 884,0
2017 г.	A1.	31 015 324,0	?	П1.	31 780 591,0
	A2.	81 633 466,0	?	П2.	60 231 684,5
	A3.	7 118 528,5	?	П3.	14 798 986,5
	A4.	61 664 873,5	?	П4.	74 620 930,0
2018 г.	A1.	22 933 944,5	?	П1.	37 934 543,0
	A2.	88 409 854,5	?	П2.	60 802 640,5
	A3.	8 681 348,0	?	П3.	9 469 072,0
	A4.	58 053 914,5	?	П4.	69 872 806,0

Из таблицы 6 видно, что в 2016 году только наиболее ликвидные активы превышали пассивы с кратчайшим сроком погашения. Для менее ликвидных активов и пассивов с поздним сроком погашения неравенство не соблюдалось.

В 2017 году ситуация улучшилась: активы категорий А2 и А4 были соответственно больше и меньше пассивов категорий П2 и П4.

В 2018 году ситуация была аналогична прошлогодней: нормальное соотношение наблюдалось только у активов категорий А2, А4 и пассивов категорий П2 и П4.

Проведем оценку платежеспособности ПАО «Аэрофлот», используя различные коэффициенты – показатели ликвидности. Результаты вычислений представлены в таблице 7.

Таблица 7 – Основные показатели ликвидности и платежеспособности ПАО «Аэрофлот»

Показатель ликвидности	Формула расчета	Нормы	Значение показателя			Изменение показателя, (+,-)	
			2016 г.	2017 г.	2018 г.	2017/2016	2018/2017
Коэффициент текущей (общей) ликвидности	$\frac{1200}{(1510 + 1520 + 1550)}$	Больше 2	1,35	1,63	1,12	0,28	-0,51
Коэффициент быстрой (промежуточной) ликвидности	$\frac{(1250 + 1240 + 1230)}{(1510 + 1520 + 1550)}$	Больше 0,6-1	1,26	1,53	1,01	0,27	-0,52
Коэффициент абсолютной ликвидности	$\frac{(1250 + 1240)}{(1510 + 1520 + 1550)}$	Больше 0,2	0,35	0,41	0,13	0,06	-0,28

Как видно из таблицы 7, коэффициент текущей ликвидности у ПАО «Аэрофлот» всегда был ниже нормы. При этом если за 2016 – 2017 годы он возрастал и стремился к нормальному значению, то в 2018 году произошёл его обвал.

Коэффициент быстрой ликвидности в течение всех 3 лет находился в пределах нормы, хотя и вплотную приблизился к её нижней границе в 2018 году.

Коэффициент абсолютной ликвидности находился в пределах нормы и возрастал в течение 2016 – 2017 годов, однако в 2018 году опустился ниже порогового нормального значения.

Оценим финансовую устойчивость ПАО «Аэрофлот», используя различные специальные показатели. Результаты вычислений представлены в таблице 8.

Таблица 8 – Коэффициенты финансовой устойчивости ПАО «Аэрофлот»

Показатель	Формула расчета	Нормальное ограничение	Значение показателя			Изменение показателя, (+,-)	
			2016 г.	2017 г.	2018 г.	2017/2016	2018/2017
Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами	(стр. 1300 – стр. 1100) / стр. 1200	0,1	-0,036	0,214	-0,057	0,250	-0,271
Коэффициент автономии	стр. 1300 / стр. 1600	не менее 0,5	0,391	0,427	0,351	0,036	-0,076
Коэффициент финансовой зависимости	(стр. 1700 – стр. 1300) / стр. 1700	менее 0,5	0,609	0,573	0,649	-0,036	0,076
Соотношение собственного и заемного капитала	стр. 1300 / (стр. 1400 + стр. 1500)	не менее 1	0,641	0,744	0,541	0,103	-0,203
Коэффициент маневренности собственного капитала	(стр. 1300 – стр. 1100) / стр. 1300	(0,2; 0,5)	-0,054	0,366	-0,099	0,420	-0,465
Коэффициент финансовой устойчивости	(стр. 1300 + стр. 1400) / стр. 1700	не менее 0,7	0,495	0,487	0,397	-0,008	-0,090

Из таблицы 8 видно, что коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами был в пределах нормы только в 2017 году, а в остальные периоды имел отрицательные значения.

Коэффициент же автономии всегда был ниже нормального уровня, а коэффициент финансовой зависимости, напротив, всегда превышал его.

Соотношение собственного и заёмного капитала также всегда было ниже нормального. То же самое можно сказать и про коэффициент финансовой устойчивости, а коэффициент манёвренности собственного капитала только в 2017 году находился в пределах нормы, в остальные же периоды падал до отрицательного уровня.

Проанализируем финансовые результаты деятельности ПАО «Аэрофлот» и изменения показателей прибыли на основе информации, содержащейся в его отчетах о финансовых результатах за 2016, 2017 и 2018 гг. (таблица 9).

Таблица 9 – Анализ прибыли ПАО «Аэрофлот» за 2016-2018 гг.

Показатели	Исходные данные			Изменение		Темп прироста 2018 к 2017, %
	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2017 к 2016, +, –	2018 к 2017, +, –	
Выручка от продажи	427 900 527	446 649 442	504 696 789	18 748 915	58 047 347	13,0%
Себестоимость продаж	371 669 966	400 268 600	499 683 382	28 598 634	99 414 782	24,8%
Управленческие расходы	11 300 307	12 742 294	13 810 326	1 441 987	1 068 032	8,4%
Прибыль (убыток) от продаж	12 589 981	-1 533 141	-38 612 725	-14 123 122	-37 079 584	-2418,5%
Прочие доходы	65 945 641	52 915 005	63 556 751	-13 030 636	10 641 746	20,1%
Прочие расходы	45 697 948	23 179 506	25 960 860	-22 518 442	2 781 354	12,0%
Прибыль (убыток) до налог обложения	34 501 357	35 224 139	4 082 708	722 782	-31 141 431	-88,4%
Чистая прибыль (убыток) отчетного периода	23 369 263	28 443 453	2 796 104	5 074 190	-25 647 349	-90,2%

Данные в таблице 9 подтверждают ранее сделанный вывод о том, что основной причиной падения прибыли от продаж послужил более интенсивный относительный прирост себестоимости за предыдущий год (24,8%) по сравнению с выручкой (13,0%), что наряду с ежегодным ростом управленческих расходов привело к тому, что компания получила прибыль от продаж только в 2016 году, а в 2017 году уже понесла убытки, которые уже через год возросли более чем в 25 раз.

Тем не менее, ситуацию исправили прочие доходы предприятия, которые за предыдущий год росли интенсивнее прочих расходов (20,1% против 12,0%), благодаря чему финансовый результат до налогообложения

всегда был положительным и в течение всех 3 лет компания получала чистую прибыль, хотя её размер в 2018 году сократился более чем в 10 раз.

Рассмотрим показатели, характеризующие рентабельность деятельности ПАО «Аэрофлот» (таблица 10).

Таблица 10 – Показатели рентабельности ПАО «Аэрофлот» за 2016-2018 гг.

Показатель	Данные			Изменение 2017 к 2016, +,-	Изменение 2018 к 2017, +,-
	2016 г.	2017 г.	2018 г.		
Рентабельность продаж (маржа прибыли)	0,029	0,003	0,077	-0,026	0,073
Общая рентабельность отчетного периода	2,106	2,614	0,232	0,508	-2,382
Рентабельность собственного капитала	0,403	0,383	0,040	-0,020	-0,343
Рентабельность активов (экономическая рентабельность)	0,128	0,157	0,016	0,029	-0,141
Фондоотдача	38,567	41,052	41,877	2,485	0,825
Рентабельность основной деятельности	0,055	0,064	0,006	0,009	-0,058
Период окупаемости собственного капитала	2,482	2,609	24,852	0,127	22,243

Таблица 10 показывает, что рентабельность продаж сильно сократилась в 2017 году, однако в следующем году возросла выше показателя позапрошлого года. Общая рентабельность отчётного периода демонстрировала противоположную динамику: увеличившись в 2017 году, в следующем году начался её спад.

Рентабельность собственного капитала демонстрировала нарастающее снижение все 2 предыдущих года, а рентабельность активов, несмотря на небольшой рост в 2017 году, резко снизилась в 2018.

Фондоотдача же незначительно возрастала в каждом из периодов, а рентабельность основной деятельности после роста в 2017 году значительно снизилась. В результате период окупаемости собственного все 2 года увеличивался по нарастающей.

Охарактеризуем показатели деловой активности ПАО «Аэрофлот» за 2016-2018 гг. (таблица 11).

Таблица 11 – Оценка деловой активности ПАО «Аэрофлот» за 2016-2018 гг.

Показатель	Формула расчета	2016 г.	2017 г.	2018 г.
Оборачиваемость активов, об.	стр. 2110 / стр.1600	2,34	2,46	2,83
Оборачиваемость оборотных средств, об.	стр. 2110 / стр.1200	3,90	3,73	4,20
Оборачиваемость дебиторской задолженности, об.	стр. 2110 / стр.1230	5,94	5,50	5,79
Оборачиваемость кредиторской задолженности, об.	стр. 2110 / стр.1520	9,52	14,05	13,30
Оборачиваемость собственного капитала, об.	стр. 2110 / стр.1300	7,38	6,02	7,26
Период оборота активов, дн.	365/ Коб. ак.	155,9	148,3	128,8
Период оборота оборотных активов, дн.	365/ Коб. об.ак.	93,5	97,9	86,8
Период оборота дебиторской задолженности, дн.	365/ Коб. ДЗ	61,5	66,3	63,0
Период оборота кредиторской задолженности, дн.	365/ Коб. КЗ	38,4	26,0	27,4
Период оборота собственного капитала, дн.	365/ Коб. СК	49,5	60,6	50,3

Из таблицы 11 можно заключить, что оборачиваемость активов увеличивалась в течение всех периодов. При этом оборачиваемость оборотных средств и дебиторской задолженности снизились к 2017 году, однако в следующем году возобновили рост. Оборачиваемость кредиторской задолженности увеличилась в 2017 году, а затем незначительно снизилась. Оборачиваемость собственного капитала, наоборот, выросла в 2018 году после снижения в предыдущем.

Период оборота активов сокращался 2 года подряд, а период оборота оборотных активов, дебиторской задолженности и собственного капитала после роста в 2016 – 2017 годах уменьшился. Период оборота кредиторской задолженности, напротив, вырос в 2018 году после спада в 2017.

Заклучение

В заключение основываясь на проведенном исследовании определим класс кредитоспособности ПАО «Аэрофлот». Для определения класса кредитоспособности заёмщика необходимо воспользоваться методом Сбербанка, предполагающим оценку по шести коэффициентам:

- Коэффициент абсолютной ликвидности (К1)
- Коэффициент быстрой (промежуточной) ликвидности (К2)
- Коэффициент текущей (общей) ликвидности (К3)
- Коэффициент автономии (К4)
- Рентабельность продаж (маржа прибыли) (К5)
- Рентабельность основной деятельности (К6)

Далее необходимо определить категорию каждого коэффициента в соответствии с таблицей 12.

Таблица 12 – Дифференциация показателей по категориям [4]

Коэффициенты	1 категория	2 категория	3 категория
К1	0,1 и выше	0,05-0,1	менее 0,05
К2	0,8 и выше	0,5-0,8	менее 0,5
К3	1,5 и выше	1,0-1,5	менее 1,0
К4 кроме торговли	0,4 и выше	0,25-0,4	менее 0,25
К4 для торговли	0,25 и выше	0,15-0,25	менее 0,15
К5	0,10 и выше	менее 0,10	нерентаб.
К6	0,06 и выше	менее 0,06	нерентаб.

На основании этой таблицы, а также таблиц 7, 8 и 10 проведём расчёты и выявим категории коэффициентов в таблице 13.

Таблица 13 – Категории показателей

Коэффициенты	2016	2017	2018
К1	1	1	1
К2	1	1	1
К3	2	1	2
К4	2	1	2
К5	2	2	2
К6	2	1	2

Далее рассчитаем веса коэффициентов на основании таблицы 14.

Таблица 14 – Веса категорий [4]

Показатель	Вес показателя
К 1	0,05
К 2	0,10
К 3	0,40
К 4	0,20
К 5	0,15
К 6	0,10

Затем рассчитаем общую сумму баллов по следующей формуле:

$$S = 0,05 \times \text{Категория К1} + 0,10 \times \text{Категория К2} + 0,40 \times \text{Категория К3} + 0,20 \times \text{Категория К4} + 0,15 \times \text{Категория К5} + 0,10 \times \text{Категория К6}$$

$$S(2016) = 1,85$$

$$S(2017) = 1,15$$

$$S(2018) = 1,85$$

Таким образом, на основании произведённых расчётов можно однозначно утверждать, что ПАО «Аэрофлот» относится ко 2 классу

кредитоспособности, и его финансовое состояние можно охарактеризовать как среднее.

Для определения размера расчётного резерва в соответствии с нормативными актами ЦБ РФ используется разделение ссуд на категории качества. Согласно таблице 15 все ссуды делятся на пять категорий качества.

Таблица 15 – Категории качества ссуд [7]

Обслуживание долга (Финансовое положение)	Хорошее	Среднее	Неудовлетворительное
Хорошее	Стандартные (I категория качества)	Нестандартные (II категория качества)	Сомнительные (III категория качества)
Среднее	Нестандартные (II категория качества)	Сомнительные (III категория качества)	Проблемные (IV категория качества)
Плохое	Сомнительные (III категория качества)	Проблемные (IV категория качества)	Безнадежные (V категория качества)

В соответствии с Положением №590-П от 28.06.2017 ставка риска определяется по таблице 16.

Таблица 16 – Ставки риска [7]

Категория качества	Наименование	Размер расчетного резерва в процентах от суммы основного долга по ссуде
I категория качества (высшая)	Стандартные	0%
II категория качества	Нестандартные	от 1% до 20%
III категория качества	Сомнительные	от 21% до 50%
IV категория качества	Проблемные	от 51% до 100%
V категория качества (низшая)	Безнадежные	100%

Таким образом, при высоком качестве обслуживания долга ПАО «Аэрофлот» банку целесообразно сформировать резервы в расчёте от 1% до 20% суммы долга, при среднем качестве обслуживания долга сумма таких резервов должна быть от 21% до 50%, а при плохом качестве обслуживания резервы необходимо создавать из расчёта от 51% до 100% суммы долга.

В связи с этим можно сделать вывод, что при формировании кредитного портфеля банка ссуды, выданные ПАО «Аэрофлот» необходимо отнести не выше, чем ко 2 группе качества кредитов (нестандартные с умеренным риском невозврата) [4]. При ухудшении качества обслуживания долга категория может быть понижена до сомнительных или даже безнадёжных. Так как ПАО «Аэрофлот» является крупной компанией и для развития ей необходимы значительные кредитные средства, банку стоит диверсифицировать свой кредитный портфель, доля долгов «Аэрофлота» в котором сохранялась бы на незначительном уровне.

Список источников и литературы

1. Приказ Банка России от 18.12.2014 № ОД-3552 «Об особенностях использования рейтингов кредитоспособности в целях применения распорядительных актов Банка России» // СПС КонсультантПлюс
2. Указание Банка России от 25.11.2014 № 3453-У «Об особенностях использования рейтингов кредитоспособности в целях применения нормативных актов Банка России» // СПС КонсультантПлюс
3. Положение Банка России от 28.06.2017 № 590-П (ред. от 18.07.2019) «О порядке формирования кредитными организациями резервов на возможные потери по ссудам, ссудной и приравненной к ней задолженности» // СПС КонсультантПлюс
4. Астраханцева Е. А., Уланов Д. А. Платежеспособность и ликвидность как инструмент финансового анализа банкротства организации // Экономика и управление: проблемы, решения. – 2018. – № 2. – С. 86-89.

5. Алышанлы З. А. Платежеспособность и ликвидность предприятия. Основные моменты // Экономика и социум. – 2015. – № 1-2 (14). – С. 162-166.
6. Хусаенова А. А. Финансовая отчетность как объект анализа и оценки кредитоспособности организации // Аллея науки. – 2016. – № 4. – С. 448-450.
7. Шаталов А. Н., Шаталова Е. П. Об оценке уровня финансового состояния отдельных категорий заемщиков // Банковское дело. – 2010. – № 3. – С. 62-68.
8. Шаталова Е. П., Шаталов А. Н. Кредитоспособность и кредитный риск в банковском риск-менеджменте // Финансы и кредит. – 2010. – № 17 (401). – С. 46-53.
9. Бухгалтерская отчетность ПАО «Аэрофлот» по РСБУ на 31.12.2017. URL: https://ir.aeroflot.ru/fileadmin/user_upload/files/rus/reports/rsbu/2017/fy2017.pdf (дата обращения: 10.06.2020)
10. Бухгалтерская отчетность ПАО «Аэрофлот» по РСБУ на 31.12.2018. URL: https://ir.aeroflot.ru/fileadmin/user_upload/files/rus/reports/rsbu/2018/rsbu2018.pdf (дата обращения: 10.06.2020)

Выходные данные статьи:

Разу С. Б. Оценка кредитоспособности ПАО «Аэрофлот» // Журнал «У». Экономика. Управление. Финансы., №2. 2020. URL: <https://portal-u.ru/index.php/journal/article/view/352>

Абраменко Александр Викторович

студент 3 курса
Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова
Оренбург, Россия
alexandrabramencko@yandex.ru

Лазаренко Андрей Олегович

студент 3 курса
Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова
Оренбург, Россия
andrej.lazarenko.98@mail.ru

Оценка инвестиционной привлекательности компании на примере ПАО «МОСТОТРЕСТ»

В статье рассмотрены показатели ликвидности активов, финансовой устойчивости и рентабельности компании. Проведён анализ и составлена трёхкомпонентного показателя. Рассмотрена динамика показателей за 3 года. Проанализированы изменения и дана оценка возможным рискам для компании, в области снижения чистой прибыли и роста себестоимости. На примере ПАО «Мостотрест», показана динамика и значение показателей, а также описаны результаты, способствующие принятию положительного инвестиционного решения. Даны рекомендации для устранения возникших финансовых проблем.

Ключевые слова: финансовый анализ, коэффициенты ликвидности, ПАО «Мостотрест», инвестиционное решение, рентабельность.

Abramenko Alexander

3rd year student
Orenburg branch of REU named after G.V. Plekhanova
Orenburg, Russia
alexandrabramencko@yandex.ru

Lazarenko Andrey

3rd year student
Orenburg branch of REU named after G.V. Plekhanova
Orenburg, Russia
andrej.lazarenko.98@mail.ru

Evaluation of a Company's Investment Attractiveness by The Example of MOSTOTREST PJSC

The article considers the indicators of liquidity of assets, financial stability and profitability of the company. The analysis is carried out and a three-component indicator is compiled. The dynamics of indicators for 3 years is considered. Changes are analyzed and possible risks are assessed for the company in the field of reducing net profit and cost growth. On the example of Mostotrest PJSC, the dynamics and significance of the indicators are shown, and the results that contribute to the adoption of a positive investment decision are described. Recommendations are given for resolving financial problems that have arisen.

Keywords: financial analysis, liquidity ratios, Mostotrest PJSC, investment decision, profitability

Одним из главных компонентов развития компании являются инвестиции. Для того, чтобы их привлечь необходимо работать напрямую с частными инвесторами, либо выводить компанию на фондовый рынок и проводить эмиссию акции. В каждом из этих случаев, организация должна показать инвесторам свой потенциал, раскрыть финансовую отчётность, на основе которой можно будет оценить финансовое состояние компании и спрогнозировать её будущие результаты, с учётом спроса на выпускаемую продукцию. Инвесторы изучают и анализируют информацию о компании на основе финансовой отчётности, именно она, наряду с физическим осмотром производства, даёт полноценную картину работы организации, показывает результаты работы и самое главное сигнализирует о наличии проблем, которые могут значительно снизить размер доходности или, вовсе привести к потере капитала [1].

Крупные инвестиционные фонды проводят постоянный мониторинг публикуемой финансовой отчётности, тем самым строя модели,

способствующие созданию прогнозов финансовых результатов на ближайшие годы. На основе фактических изменений приводимых в отчёте показателей можно: определить генерирует ли компания прибыль, проследить динамику долговой нагрузки, инвестиции в НИОКР, а также рассчитать коэффициенты, на основе которых, можно будет оценить финансовую устойчивость компании.

Прежде всего, необходимо проанализировать отчёт о финансовых результатах, именно он покажет главный результат деятельности компании – получение прибыли. По размеру себестоимости, прибыли и выручки, можно определить масштабы производства, а также потенциальные точки роста. Следующим этапом принято считать анализ коэффициентов ликвидности. Коэффициенты ликвидности – это специализированные финансовые показатели, которые рассчитываются на основе финансовой отчётности и свидетельствуют о способности организации погашать имеющуюся текущую задолженность, за счёт имеющихся оборотных активов[2].

ПАО «Мостотрест» – первый в России интегрированный диверсифицированный холдинг, оказывающий полный спектр услуг в инфраструктурном строительстве, ведущая компания Российской Федерации на рынке строительства транспортной инфраструктуры по объёму выручки в части работ, выполненных своими силами, по данным независимого отраслевого консультанта EMBS Group. «Мостотрест» специализируется на строительстве и реконструкции автодорожных, железнодорожных и городских мостов, дорог, а также других инженерных сооружений; оказании сервисных услуг по эксплуатации, содержанию и ремонту автомобильных дорог и мостов; инвестировании в инфраструктурные проекты. Компания была основана в 1930 году как Всесоюзный трест по строительству внеклассных и больших мостов «Мостотрест». «Мостотрест» входит в состав

Международной ассоциации по мостам и конструкциям (IABSE) и Европейской федерации строительных подрядчиков (EFFC).

Проанализировав показатели ликвидности ПАО «Мостотрест» можно отметить важные факты, влияющие на инвестиционную привлекательность (рис. 1)[4]

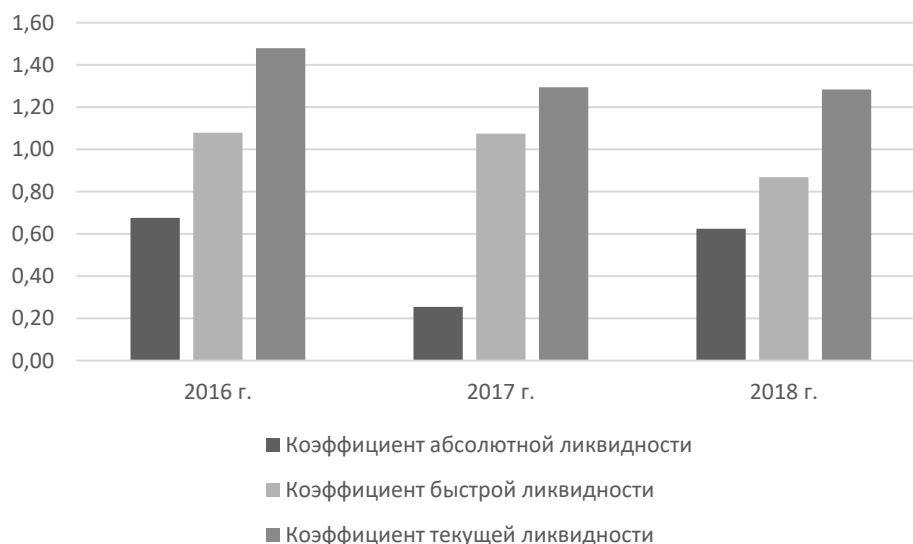


Рисунок 1 – Динамика коэффициентов ликвидности ПАО «Мостотрест»

Коэффициент абсолютной ликвидности показывает долю краткосрочных финансовых обязательств за счёт имеющихся и привлечённых денежных средств. Рекомендуемые значения находятся в диапазоне 0,2-0,5. Если показатель ниже нормы, значит компания испытывает дефицит средств для покрытия обязательств, если значительно выше нормы, следовательно капитал не используется в полной мере, что приводит к снижению возможностей компании. ПАО «Мостотрест» обладает нормальным уровнем ликвидности и покрывает имеющиеся краткосрочные обязательства.

Коэффициент быстрой ликвидности показывает способность компании погашать обязательства за счёт продажи своих активов. Данный коэффициент также имеет нормативные значения 0,7-1. Если рассчитанный показатель находится в норме, то это говорит о том, что компания имеет достаточный

объём ликвидных активов для покрытия краткосрочных обязательств. При значении ниже нормы, возникает риск неплатёжеспособности, что является негативным сигналом для инвесторов, который показывает риск потери вложенного капитала. ПАО «Мостотрест» имеет нормальное значение данного коэффициента, что говорит о наличии ликвидных активов, покрывающих обязательства.

Ещё одним важным показателем ликвидности организации является коэффициент текущей ликвидности, он показывает уровень платёжеспособности компании. Западные инвесторы и кредиторы широко используют данный показатель для анализа ликвидности активов компании. Нормативные значения коэффициента находятся на уровне в 1,5-2,5. Чем выше значение показателя, тем выше ликвидность компании, а значит она является более успешной и привлекательна для инвестиций. На примере ПАО «Мостотрест» видно, что компания обладает нормальным уровнем ликвидности активов.

Как правило анализируя данные коэффициенты, сопоставляя их с нормативными значениям, инвестор может понять уровень и запас ликвидности компании, что при хорошем результате окажет положительное влияние на принятие инвестиционного решения. Стоит отметить, что данные показатели также целесообразно анализировать в динамике, которая покажет тенденции в работе организации.

Проведя анализ динамики коэффициентов ликвидности, можно сделать вывод, что компания с 2017 года увеличила коэффициент абсолютной ликвидности за счет аккумуляции большого объема свободных денежных средств от реализованных проектов. На протяжении всего исследуемого периода коэффициент быстрой ликвидности стабильно находился в нормальном значении, но в 2018 году он немного снизился за счёт привлечения дополнительной долговой нагрузки, однако остался в области

допустимых значений. Коэффициент текущей ликвидности находится на нормальном уровне, однако немного снизился в 2018 году, но его значения свидетельствуют о надёжности компании и наличии хороших условий для обслуживания долгов.

Следующим этапом, существенно влияющим на принятие инвестиционного решения, является анализ финансовой устойчивости предприятия.

В таблице 2 представлены показатели, которые отражают наличие запасов, объём заёмного капитала, который создаёт нагрузку на бюджет компании [8]. Аналитики рассчитывают специальные показатели, с помощью которых можно точно определить тип финансового состояния организации:

1. Стоимость оборотных средств (СОС) – это разница между оборотными средствами и краткосрочными обязательствами;
2. Долгосрочные источники (ДИ) – совокупность собственного и заёмного капитала;
3. Общая величина источников (ВИ) – сумма долгосрочных источников и краткосрочных кредитов и займов.

Таблица 1 – Абсолютные показатели финансовой устойчивости ПАО «Мостотрест»

Наименование показателя	2016г.	2017г.	2018г.
Общая величина запасов и затрат (ЗЗ), тыс. руб.	9128352	19726137	10341053
Собственные оборотные средства (СОС), тыс. руб.	-7098897	-4637903	1428524
Долгосрочные источники (ДИ), тыс. руб.	28003423	21240683	25582690
Общая величина источников(ВИ), тыс. руб	14117547	21951594	37 077585
СОС-ЗЗ	-16227249	-24364040	-8912529
ДИ-ЗЗ	18875071	1514546	15241637
ВИ-ЗЗ	4989195	2225457	26736532
Тип финансового состояния	{0;1;1}	{0;1;1}	{0;1;1}

На основе полученных данных, рассчитываются показатели:

- Излишек/недостаток собственных оборотных средств

- Излишек/недостаток долгосрочных источников формирования запасов
- Излишек/недостаток общей величины источников формирования запасов.

На основе полученных результатов вычисляется трёхкомпонентный показатель, который достоверно показывает тип финансовой устойчивости компании. По полученным данным, ПАО «Мостотрест» можно отметить, что компания обладает нормальной финансовой устойчивостью, однако наблюдается недостаток собственных оборотных средств и излишек долгосрочных источников формирования запасов [6].

Финансовая устойчивость компании, также определяется по средствам анализа коэффициентов финансовой устойчивости. Данные показатели исследуются в динамике и помогают определить позитивные и негативные тенденции, влияющие на развитие компании [5].

Проанализировав значения и динамику показателей финансовой устойчивости ПАО «Мостотрест» за 2016-2018 гг., можно сделать вывод, о том, что коэффициент автономии ниже нормированного, это свидетельствует о возможных финансовых рисках, однако для строительной отрасли это нормально, так как большинство объектов возводятся на кредитные средства.

Коэффициент финансового рычага превышает установленную норму, так как компания является публичной, в этом случае значение в 6 единиц допустимо (рис. 1).

Концентрация заемного капитала слегка превышает норму и составляет 0,86 единиц, что в целом говорит о нормальной долговой нагрузке. Обеспечение запасов и затрат собственными источниками превышает норму в 4 раза, продемонстрировала стремительный рост и составляет в среднем 2,5 единиц, это свидетельствует о том, что запасы надёжно обеспечены средствами. Маневренность собственного капитала ниже нормы, однако это

обусловлено спецификой строительной отрасли. Обеспеченность собственными оборотными средствами находится на нормальном уровне и стремится к идеальному значению. Таким образом, проанализировав показатели финансовой устойчивости за данный период, можно с уверенностью сказать, что компания обладает нормальной устойчивостью финансового состояния[3].



Рисунок 1– Динамика показателей финансовой устойчивости ПАО «Мостотрест»

Важнейшим фактором для вложения капитала, инвесторы считают показатели рентабельности. Они позволяют определить – генерирует ли компания прибыль и в каком объёме.

Проанализировав динамику показателей рентабельности ПАО «Мостотрест» за 2016-2018 гг., можно сделать вывод о том, что выручка компании, выросла на 10571014 тыс. руб., этот факт говорит о растущем спросе на услуги организации и востребованности в её строительных решениях. Чистая прибыль снизилась на 560078 тыс. руб., что является негативным фактором и сигнализирует руководству компании о возникших проблемах в эффективности работы, себестоимость продаж выросла на 8 688159 тыс. руб., данное явление носит негативное значение и напрямую влияет на объём чистой прибыли, не смотря на применение новых технологий,

компания должна стремиться к снижению себестоимости, что при стабильном курсе остальных рыночных показателей даст ощутимый прирост чистой прибыли.

Таблица 2 – Динамика показателей рентабельности ПАО «Мостотрест»

Наименование показателя	2016г.	2017г.	2018г.	Изменение 2018г. к 2016г. (+/-)
Прибыль от продаж, тыс. руб.	3649288	10918222	4949337	1300049
Чистая прибыль, тыс. руб.	3551789	8585941	2991711	-560078
Выручка, тыс. руб.	122749523	147840860	133320537	10571014
Себестоимость продаж, тыс. руб.	112563473	129199365	121251632	8688159
Средняя сумма собственного капитала, тыс. руб.	-1680340	1149692	5758758	7439098
Средняя сумма долгосрочных заёмных средств (за минусом отложенных налоговых обязательств), тыс. руб.	23266800	30490453	25016376	1749576
Средняя сумма основных средств, тыс. руб.	5730486	5647727,5	4715421,5	-1015065
Средняя сумма стоимости имущества, тыс. руб.	128663248	129712572,5	142743591	14080343
Рентабельность продаж, %	2,97	7,39	3,71	1
Рентабельность собственного капитала, %	21,96	44,39	13,82	-8
Рентабельность перманентного капитала%	16,45	27,14	9,72	-7
Фондорентабельность, %	61,98	152,02	63,45	1
Рентабельность основной деятельности, %	3,06	7,97	3,86	1
Экономическая рентабельность, %	2,76	6,62	2,10	-1

Рентабельность продаж выросла на 1%, что говорит о положительной тенденции в работе компании. Рентабельность собственного капитала снизилась на 8%, это сигнализируют о снижении эффективности вложений собственных средств в бизнес-процессы. Рентабельность перманентного капитала, также снизилась на 7%, что говорит об аналогичном снижении эффективности использования долгосрочного капитала. Снижение данных

показателей демонстрирует общее снижение эффективности вложений руководством компании. Фондорентабельность и рентабельность основной деятельности выросли на 1%, что говорит о том, что компания генерирует прибыль и эффективно работает на рынке. Экономическая рентабельность продемонстрировала снижение на 1%, что говорит о снижении возможностей для компании в будущем. Руководство должно провести тщательный анализ всей операционной деятельности и создать гибкую стратегию поведения на рынке [7].

Принятие инвестиционного решения является очень серьёзным и стратегически важным шагом. Анализируя компанию инвестор рассматривают как положительные, так и отрицательные стороны, совокупный спрос на ее продукции или услуги. Оценка инвестиционной привлекательности компании базируются на разных факторах, однако коэффициенты ликвидности, анализ финансовой устойчивости и рентабельности демонстрируют самые главные фундаментальные данные, которые сигнализируют о реальном состоянии дел компании. Проведя анализ показателей ПАО «Мостотрест» можно смело сказать, что финансовое состояние компании остается стабильно нормальным, не смотря на снижение выручки, компания является крупным представителем строительного бизнеса России. Организация работает над повышением эффективности своей деятельности и стабильно генерирует прибыль, что делает её привлекательной для вложения денежных средств.

Частные инвесторы и крупные фонды должны проводить тщательный финансовый анализ объекта инвестиций, именно это поможет выбрать наиболее эффективный вариант вложений капитала с максимальной прибылью в будущем.

Список источников и литературы

1. Артеменко В.Г., Анализ финансовой отчетности: учебное пособие для студентов / В.Г. Артеменко. М.: Омега-Л; Издание 2-е, 2016. - 270 с.
2. Бердникова Т.Б. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия / Т.Б. Бердникова. - М.: ИНФРА-М, 2015. - 224 с.
3. Гутковская К.П., Колесник Н.Ф. Оценка финансовой устойчивости коммерческой организации и мероприятия по её повышению // Вестник Самарского государственного университета. – 2015. - №2. – С. 35-47.
4. Ковалёв В.В., Финансовый менеджмент; теория и практика / – 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2007. - 1024 с.
5. Крылов С.И., Финансовый анализ: учебное пособие. / — Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2016. – 160 с.
6. Лебедева Н.Ю., Широнова Е.М. К вопросу об основных подходах к финансовому анализу коммерческих организаций // Сибирская финансовая школа. – 2018. - №1 – С. 92-95.
7. Самосудова О.В., Бухгалтерская отчётность в анализе финансового состояния предприятия // Современные научные исследования и разработки. – 2017. – №3. – С.156 – 163.
8. Снатенков А.А. Практикум по финансовому анализу: учебное пособие. Оренбург: ООО «Агентство «ПРЕССА», 2013.

Выходные данные статьи:

Абраменко А. В., Лазаренко А. О. Оценка инвестиционной привлекательности компании на примере ПАО «МОСТОТРЕСТ» // Журнал «У». Экономика. Управление. Финансы., №2. 2020. URL: <https://portal-u.ru/index.php/journal/article/view/355>

Доманова Яна Владиславовна
студент 2-го курса магистратуры кафедры «ММиЭУР»
ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет»
yanapishikova@mail.ru

**Анализ бизнес-модели торгово-экспортного предприятия на
примере компании ООО «Топ Грейн Л.Т.Д.»**

В статье был проведен анализ особенности формирования логистических цепочек и их документарного сопровождения. Также рассмотрены тенденции развития компании ООО «Топ Грейн Л.Т.Д.».

Ключевые слова: мультимодальные перевозки, логистические цепочки, вид транспорта, сопроводительные документы, тенденции развития.

Domanova Yana
student of the 2nd course of a magistracy of chair "MIUR"
South Federal University
yanapishikova@mail.ru

**Analysis of the Business Model of a Trade and Export Enterprise on the
Example of the Company "Top Grain L. T. D."**

The article analyzes the specifics of the formation of logistics chains and their documentary support. We also consider the development trends of the company "Top Grain L. T. D."

Keywords: multimodal transport, logistics chains, mode of transport, accompanying documents, development trends.

Трансформационные условия хозяйствования, регулярные колебания финансовой ситуации на рынках, изменяющие скорость и вектор направления движения капитала, глобализация бизнеса, обострение конкуренции между национальными и иностранными производителями, развитие информатизации, формирование новых видов рисков в предпринимательской деятельности, которые имеют не только экономическую, но и социальную и политическую природу, а также необходимость в устойчивых конкурентных

условиях и быстрой адаптации к действующей конкурентной среде радикально повлияли на деятельность современного предприятия. Нынешнее бизнес-пространство должно реагировать быстро и вносить изменения в разные аспекты деятельности своей компании.

Целью исследования является развитие бизнес-модели торгово-экспортного предприятия. Основными задачами исследования, направленными на достижение цели, являются:

- Анализ особенности формирования логистических цепочек в практике ООО «Топ Грейн Л.Т.Д.» и их документационного обслуживания
- Выявление тенденции развития компании ООО «ТОП ГРЕЙН Л.Т.Д.».

При формировании цепей поставок зерна до Покупателя компания чаще всего руководствуется практикой использования преимущественно мультимодальных перевозок. Ответить на основные вопросы как, каким транспортом и с каким посредником транспортировать груз чаще всего кампании помогает система критериев. К таким основным критериям относятся:

- минимальные затраты на транспортировку;
- заданное время транзита (доставки груза);
- максимальная надежность и безопасность;
- минимальные затраты (ущерб), связанные с запасами в пути;
- мощность и доступность вида транспорта.

К расходам на транспортировку относятся: оплата транспортного тарифа за перевозку груза до портового терминала, и последующие затраты, называемые транспортно-экспедиционными операциями – погрузкой, разгрузкой, затариванием, перегрузкой, сортировкой и т.п., т.е. логистическими операциями физического распределения, сопровождающими транспортировку экспортируемых грузов. Например, компания ООО «Топ Грейн Л.Т.Д.» оплачивает перевозчику за доставку зерна до терминала

«Рускон», а далее уже экспедитору за загрузку в контейнер, перевозку в порт и погрузку на борт судна.

Чаще всего, транспортные затраты (а также сроки доставки) являются основным критерием выбора вида транспорта и способа перевозки.

Кроме того, подбирая соответствующий вид транспорта, необходимо учитывать показатели мощности и доступности (т.е. провозные возможности) транспорта. ООО «Топ Грейн Л.Т.Д.» чаще всего использует авто/ жд транспорт по территории РФ, а далее транспортировку до страны назначения морским транспортом.

Также при выборе вида транспорта компания должна ориентироваться на сохранность груза в пути, требования стандартов качества груза и международные экологические требования.

Ключевое место среди всего спектра логистических процедур принятия решений по транспортировке занимает процесс подбора перевозчика (или нескольких перевозчиков). Часто эта процедура доверяется транспортно-экспедиционной фирме, с которой у грузовладельца имеются давние установившиеся деловые отношения. Например, ООО «Топ Грейн Л.Т.Д.» выбирает в качестве своего экспедитора компанию ООО «Рускон».

При осуществлении мультимодальных перевозок за пределы страны существенное значение приобретают таможенные процедуры оформления («очистки») грузов, а также транспортное законодательство и коммерческо-правовые аспекты перевозок в тех странах, по которым проходит маршрут следования груза. Таможенным оформлением партий анализируемой нами компании занимается таможенные брокеры предприятия ООО «Логистический центр Н».

При отправке груза за пределы страны каждый контракт должен сопровождаться следующим базовым набором сопроводительных документов:

1. Коносамент (подписывается капитаном судна);
2. Сертификат страны происхождения товара (выдается местной ТПП);
3. Фитосанитарный сертификат;
4. Фумигационный сертификат;
5. Сертификат веса (выдается сюрвеером);
6. Сертификат качества (выдается сюрвеером);
7. Упаковочный лист (выдается сюрвеером).

Данный перечень документов дополняется и корректируется в соответствии с требованиями страны-импортера груза, а также инструкциями Покупателя. Например, для оформления экспорта зерна в Пакистан необходимо также дополнить данный комплект документов сертификатом NON GMO, выданным Фитосанитарной службой.

Компания ООО «Топ Грейн Л.Т.Д.» передает оформление документации на аутсорсинг: экспедиторам и сюрвеерам. Это обусловлено сокращением временных издержек, затрачиваемых на подачи заявок в различные инстанции, а также позволяет предприятию максимально сосредоточиться на торговле. ООО «Топ Грейн Л.Т.Д.» чаще всего работает с такими сюрвеерами, как ООО «Котекна», ООО «Контрол Юнион», а также ООО «Бейз Инспекшн».

Для анализируемой нами компании ООО «Топ Грейн Л.Т.Д.» с целью увеличения валовой прибыльности, можно сделать следующее:

1. Расширение штата сотрудников. Например, компании можно было бы создать должность «Специалист по документообороту», чтобы данный человек подготавливал драфты документов, согласовывал их с судоходными линиями и фитослужбами. Тем самым предприятие сможет сократить внешние расходы на привлечение экспедиторских компаний;

2. Открытие новых филиалов в других регионах. Как один из вариантов, я бы рассмотрела возможность добавления офиса в Новороссийске, т.к. в данном городе находится один из самых «популярных» портов с широкой

географией экспортных направлений, а также активно использующих контейнеры для перевозок грузов. Кроме того, в этом же городе происходит документарно-сопроводительное оформление контракта. Либо поиск закупщиков в других частях России для расширения предложения по закупке зерна у локальных фермеров для последующей перепродажи за границу;

3. Покупка собственных контейнеров на выработанные постоянные маршруты. Данное предложение аргументировано тем, что наличие собственного порожнего оборудования для экспорта существенно сократит логистические расходы, а также поможет избежать его дефицита в пиковые сезоны продаж.

Сформированные и предложенные выше варианты направлены на оптимизацию ведения бизнеса и на удержание расходов в пределах компании. Аутсорсинг имеет большое количество преимуществ, однако при увеличении масштабов, экспортируемых объемов продукции компании и многолетнем успешном опыте, организации следует инвестировать в активы предприятия и развитие собственных отделов.

Характеризуя тенденции развития компании, необходимо помнить о потенциальных внешних угрозах со стороны рынка предложений, а именно о конкурентах фирмы.

Преимущественно, весомую долю главных соперников выделяют в Ростовской области, т.е. по географическому признаку, т.к. закупка самого товара происходит у близлежащих колхозов и ферм, а сбытовые каналы выходят из одинаковых портов.

Однако ООО «Топ Грейн Л.Т.Д.» ведет достаточно агрессивную политику. Примером альтернативного поведения компании в условиях олигополизации Ростовской области местными зерновыми гигантами, такими как ООО «Астон», ООО «Юг Руси», ООО «Гленкор» и другими, является следующая схема:

Фирма перекидывает свои торговые потоки через порты Дальнего Востока, доставляя южное зерно в крытых вагонах на терминалы Барнаула, тем самым расширяя географию.

Также сами конкуренты находятся в теплых отношениях, несмотря на перекрестные интересы и сотрудничают между собой: ООО «Астон» покупает недостающие объемы у ООО «Топ Грейн Л.Т.Д.» и формирует более крупные партии за рубеж, при этом предоставляя взаимовыгодные условия для обеих компаний. Подводя итог, можно сделать вывод, что несмотря на то, что специализация компании ООО «Топ Грейн Л.Т.Д.» является максимально экономически выгодной, за счет географического расположения предприятия между двумя морскими портами и с Югом, самым благоприятным регионом для развития агропромышленности и выращивания зерновых культур, ведение успешного и прибыльного бизнеса возможно лишь при наличии грамотно построенной бизнес-модели предприятия.

Список источников и литературы

1. Лимонов Э. Л. Внешнеторговые операции морского транспорта и мультимодальные перевозки – Модуль, Санкт-Петербург, 2006, с. 172
2. Барабаш А.А. Логистические посредники и их роль в каналах распределения// Вестник Самарского государственного экономического университета. Самара, 2016. № 2. С. 163-165.
3. Официальный сайт ООО «Топ Грейн Л.Т.Д.» / Режим доступа: <http://topgrain.ru/ru/about/> (дата обращения: 30.01.2020)

Выходные данные статьи:

Доманова Я. В. Анализ бизнес-модели торгово-экспортного предприятия на примере компании ООО «Топ Грейн Л.Т.Д.» // Журнал «У». Экономика. Управление. Финансы., №2. 2020. URL: <https://portal-u.ru/index.php/journal/article/view/372>

Первые шаги

Курашов Андрей Андреевич
Магистрант
кафедра «Социология и управления», факультет управления,
Московский автомобильно-дорожный государственный технический
университет (МАДИ)
Москва, Россия
andrew_kuro@mail.ru

Влияние эмоционального интеллекта на рабочую сферу жизни

Цель исследования заключается в раскрытии такого понятия как эмоциональный интеллект и в определении важности данного понятия в рабочей сфере жизни. В статье рассмотрено влияние эмоционального интеллекта на физическую и моральную составляющую работника, и насколько понятие эмоциональный интеллект влияет на продуктивность работника и коллектива в целом. Используя наблюдения из данной статьи, можно увеличить свою продуктивность или даже продуктивность себя и своей команды. Так же приведены полезные инструменты, которые могут помочь снизить эмоциональное напряжение.

Ключевые слова: эмоциональный интеллект; софт-скиллс; хард-скиллс; менеджер; самосознание; самоконтроль.

Kurashov Andrey
Master Student
Department of Sociology and Management, Faculty of Management,
Moscow Automobile and Road State Technical University (MADI)
Moscow, Russia
andrew_kuro@mail.ru

The influence of emotional intelligence on the working sphere of life

The purpose of the study is to disclose such a concept as emotional intelligence and to determine the importance of this concept in the working sphere of life. The article considers the influence of emotional intelligence on the physical and moral component of the employee, and how much the concept of emotional

intelligence affects the productivity of the employee and the team as a whole. Using the observations from this article, you can increase your productivity or even the productivity of yourself and your team. Useful tools are also provided that can help reduce emotional stress.

Keywords: emotional intelligence; soft-skills; hard-skills; manager; self-awareness; self-control.

Эмоциональный интеллект (ЭИ) это устойчивый показатель прогресса. Высокий ЭИ поддерживает хард-скиллз, помогая нам думать более креативно, о том, как поддерживать техническую хватку.

По факту, ЭИ это умение, общаться, понимать то, какой эффект ты оказываешь на других и соответственно самоконтроль, и всем этим является почти что 90% того, что двигало людей по карьерной лестнице наверх, в тот момент, когда IQ и технические умения были примерно на одном уровне. [5]

Хотя многие слушатели были удивлены результатами, научные исследования доказали это. Дэниель Гоулман, автор и психолог, который нанес ЭИ на бизнес карту обнаружил, в определенный момент, что существует минимальное или вообще полное отсутствие разницы между IQ и высоким уровнем профессионального успеха. [4]

Исследования так же показывают, что ЭИ имеет сильное влияние на рабочие показатели. Sanofi, Французская фармацевтическая компания, сосредоточившись на применении ЭИ навыков в продажах, смогла увеличить свой обычный доход на 12%. После того, как Motorola начала проводить ЭИ тренинги для персонала, продуктивность 90% из них сильно выросла. [6]

ЭИ увеличивает показатели работы по нескольким причинам. Но в любом случае, самые важные умения менеджеров и лидеров — это вселить уверенность в собственных силах, такого уровня, чтобы каждый работник или

член команды не задумываясь пересилил себя и взялся за то, что выходит за рамки его обязанностей.

Некоторые лица гораздо более склонны приложить дополнительные усилия, когда их просит чуткий человек, которого они уважают и ценят. В любом случае оказание такой поддержки, не может длиться вечно, менеджеры с низким уровнем ЭИ могут не придать этому должного значения. Если в штате организации есть лидеры с высоким ЭИ, то все будет под их контролем.

Умение быть ЭИ лидером базируется на 19 навыках в четырех областях: Самоанализ, самоуправление, социальной осведомленности и управлении отношениями.

Ядром высокого ЭИ является самоанализ: если ты не понимаешь собственных мотивов и собственного поведения, то почти невозможно начать понимать других людей. Отсутствие самоанализа может так же препятствовать твоему личному умению думать рационально и применять навыки.

Обе части мозга постоянно сражаются за контроль. Кора головного мозга — это центр познания, в ней находится наше IQ и рабочая память. В среднем, в нормальном эмоциональном состоянии кора головного мозга просчитывает факториал из четырех переменных, в которых 24 возможные связи.

Умелое просчитывание множества вариантов — это основа, которая позволяет выполнять важнейшие задачи, такие как, разработка стратегии, сложные процессы, установка приоритетов, понимание последствий и глубокое понимание данных и информации

Миндалина — это чувствительная часть мозга, центр эмоций. Так как эта часть нашего мозга заинтересована в нашем выживании, ее отклик в 100 раз быстрее, чем у коры головного мозга. Такая оперативная реакция особенно

ценна, когда происходит столкновение с потенциально конфликтной ситуацией. Но из-за того, что тревога может сработать и на реальные, и на воображаемые угрозы, мы можем попасть в ловушку, придумав себе худшее, до того, как у нас появятся основания. Какое количество людей сталкиваясь со слухами об увольнении представляют себе худшее развитие событий до того, как узнают правду?

Когда чувствительная часть нашего мозга встревожена, это захватывает нашу когнитивную систему. С малейшей провокацией, возможность мыслить здраво и логично падает на 75%. Таким образом, вместо того, чтобы разобраться со всеми взаимосвязями, мы можем видеть только черное и белое, в двоичном коде, как, да и нет, правильно или ошибочно, и победа или поражение.

Используя вопросы, вместо заявлений, можно так же помочь другим менеджерам и лидерам избежать эмоциональной встряски для окружающих. Наш чувствительный ум хочет ощутить, что мы включены, самостоятельны, компетентны, ценны, уважаемы и в безопасности.

На протяжении всего рабочего дня, на нас сваливается различное количество эмоциональных провокаций: электронное письмо от начальства в котором говорится: «Нам нужно поговорить», комментарий от коллеги со скрытым подтекстом, даже какой-то странный взгляд от кого-то важного в офисе.

Около 20 минут потребуется, чтобы восстановить свое эмоциональное равновесие. Если происходит постоянное провоцирование, то в конце концов мы можем потратить значительное время, проведя в состоянии пониженного уровня технических и возможностей восприятия.

Сфокусируйся на понимании вместо суждений.

Как же нам ускорить свое восстановление? Очень важно остановиться и сместить наше внимание с эмоций на физиологию. Физические активности,

такие как, прогулка или просто сходить попить воды, понижает количество адреналина и кортизола проходящих через все тело.

Когда тело успокоилось физически, нам нужно поискать информацию и понять, реальна ли угроза, и если да, то что мы можем сделать для ее решения. Спроси себя будет ли проблема актуальна через 5 минут, 5 дней, 5 недель, 5 месяцев или 5 лет. Вопросы активируют твое любопытство, твою кору головного мозга. Заявления, как бы то ни было, подразумевающие суждение, провоцируют чувствительную часть мозга.

Если кто-то опаздывает на встречи, к примеру, спросите себя, почему бы просто не поговорить о причине вместо того, чтобы заявлять: «Что я не могу тут стоять и ждать его все время».

Очень просто отправить ЭИ на периферию рабочей жизни и сконцентрироваться на уме и знаниях. В любом случае такой подход отрицательно скажется на успехе.

Некоторые вещи можно просто спросить, «Можешь рассказать, как ты пришел к такому выводу?» или «Какая информация была бы тебе полезна?» – это менее провокационно и разряжает эмоционально нежели такие заявления “Я полностью не согласен” или “Я переживаю из-за того, что случилось”. Это может оставить нас без ключевых особенностей наших персональных качеств. И неспособность управлять собой серьезно сдерживает наш потенциал использования хард-скиллз, таких как техническая компетентность из-за чего нам нужно усерднее работать, чтобы стать мастером.

С другой стороны, управление ЭИ является ключевым доказательством во восхождении по корпоративной лестнице. Благодаря вдохновлению других, ЭИ лидеры способны разжечь запал в работниках своих команд, чтобы увеличить продуктивность и стимулировать

высокий уровень заинтересованности сотрудников, для укрепления всего морального духа компании.

Эмоциональный интеллект очень важен, когда дело доходит до создания сбалансированной жизни. Ссылаясь на Всемирный Экономический Форум, ЭИ находится в топ 10 самых важных рабочих умений, которые будут нужны рабочим, чтобы добиться успеха в 2020. [7]

ЭИ это крайне важный и ключевой ингредиент отличного руководства.

Список источников и литературы

1. Воропаев, С. Н. Менеджмент: учебное пособие / С. Н. Воропаев, В. Д. Ермохин; Международная ассоциация «Агрообразование». – Москва: КолосС, 2017. – 246 с.

2. Глухов, В. В. Менеджмент: для экономических специальностей / В. В. Глухов. – Санкт–Петербург: Питер Пресс, 2017. – 600 с.

3. Рубчинский, А. А. Методы и модели принятия управленческих решений: учебник и практикум для академического бакалавриата / А. А. Рубчинский. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 526 с.

4. William D.S. Killgore, Ryan Smith, Elizabeth A. Olson, Mareen Weber, Scott L. Rauch, Lisa D. Nickerson Social Cognitive and Affective Neuroscience, Volume 12, Issue 10, October 2017

5. Neal M. Ashkanasy et al., Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior., 2017

6. Barry M. Staw, Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior., 2016

7. World Economic Forum. [электронный ресурс] официальный интернет-портал всемирного экономического форума. Url: http://www3.weforum.org/docs/WEF_Future_of_Jobs.pdf (дата обращения: 04.10.2019)

Выходные данные статьи:

Курашов А. А. Влияние эмоционального интеллекта на рабочую сферу жизни // Журнал «У». Экономика. Управление. Финансы., №2. 2020. URL: <https://portal-u.ru/index.php/journal/article/view/314>

Нигаматьянова Ильсияр Наиловна
студент 1 курса магистратуры
институт экономики, финансов и бизнеса
ФГБОУ ВО «Башкирский государственный университет»
г. Уфа, Россия
ilsiar.nigamatjanova@yandex.ru

Интернет как новое экономическое пространство для ведения и развития бизнеса

Становление интернета как нового экономическое пространства для ведения и развития бизнеса в стране начало приобретать все наибольшую значимость в современном обществе, а также в нашем государстве в соответствии с этим, в связи с направленностью к всеобщей глобализации экономики. Сеть Интернет и электронная торговая коммерция играют в данном процессе одну из существенных ролей. В данной статье рассматривается анализ современного состояния и перспективы развития Интернет-технологий на ведение бизнеса в России, а также рассматриваются вопросы, касающиеся специфики хозяйственно-экономических отношений в сети Интернет, складывающихся по поводу производства, распределения и обмена сетевыми благами.

Ключевые слова: Интернет-технологии, цифровая экономика, национальная экономика, транзакционный сектор.

Nigamatjanova Ilsiya
1st year undergraduate student program
Institute of economics, finance and business
Bashkir State University
Ufa, Russia
ilsiar.nigamatjanova@yandex.ru

Internet as New Economic Space for a Conduct and Development of Business

Becoming of the internet as new economic spaces for a conduct and development of business in a country began to acquire everything most meaningfulness in modern society, and also in our state in accordance with it, in connection with an orientation to universal globalization of economy. A network the Internet and electronic trade commerce play this process one of substantial roles. In this article the analysis of the modern state and prospect of development of Internet-technologies is examined on doing business in Russia, and also questions are examined, touching the specific of economic-economic relations in a network the Internet, accordion concerning a production, distribution and exchange the network blessing.

Keywords: Internet technologies, digital economy, national economy, transaction sector.

Они непосредственно позволяют экономике создавать больше рабочих мест, улучшать жизнь людей и строить лучшее и более экологичное общество.

С начала 2020 года более 4,5 миллиарда человек пользуются всемирной информационной сетью, а их львиную долю аудитории составляют к тому социальные сети [1]. Шестьдесят процентов населения мира находятся в сети, и к середине года есть все основания полагать, что около половины населения мира станут все более интенсивно пользоваться социальными сетями [3].

Граждане, предприятия, университеты и правительства становятся все более связанными в цифровом мире. Интернет технологии меняют жизнь людей: на то, как они работают, ходят по магазинам, общаются, учатся.

Интернет также меняет традиционные отрасли промышленности и трансформирует деловую среду, от моды до автомобилестроения, от транспорта и логистики до распределения энергии.

Новые технологические разработки ускоряют и улучшают процесс разработки, производства и доступа к новым инновационным продуктам и услугам.

Они позволяют бизнесу быстрее развиваться и выводить на рынок инновационные продукты и услуги, о которых раньше и думать было невозможно. Цифровые технологии помогают полностью перестроить цепочки создания стоимости, улучшить рыночную аналитику, повысить эффективность, сократить время выхода на рынок и повысить удовлетворенность клиентов.

Кроме того, с помощью технологий малые и средние предприятия теперь могут выйти на глобальный уровень с самого первого дня, мгновенно охватывая зарубежные рынки и кадровые резервы.

Неудивительно, что российские МСП (малые и средние предприятия) растут в два-три раза быстрее, когда они получают новые возможности благодаря интернет технологиям.

Современные технологии совместной работы не только позволяют любому предпринимателю, начинающему или расширяющему свой бизнес, иметь гораздо более широкий и разнообразный кадровый резерв, но и позволяют талантливым людям работать вместе в едином глобальном масштабе несмотря на то, что они разделены часовыми поясами и географией.

Однако огромный потенциал цифровой эволюции все еще остается неиспользованным в России. Необходимо стимулировать более инновационное и предпринимательское мышление и ускорить более рациональное использование «интернет» технологий в различных секторах экономики.

Интернет – это не просто ускорение коммуникации через границы или изменение навыков, необходимых работникам; это изменение самой природы потребления, конкуренции и того, как работают рынки.

Более того, это также приводит к значительному изменению баланса сил между организациями и отдельными лицами. Взрывной рост связности и

доступности информации ставит сегодняшних потребителей, сотрудников, граждан, пациентов и других лиц в положение контролирующих органов.

Видение и цели

Способ ведения бизнеса сегодня сильно отличается от того, каким он был до начала нового тысячелетия. Интернет технологии открывают беспрецедентные возможности. Эти инновации меняют экономику и рынки, а также перестраивают отношения между организациями, поставщиками и клиентами, тем самым становясь важнейшими элементами роста, инноваций и создания рабочих мест.

По оценкам МакКинсэй (McKinsey), на каждое рабочее место, разрушенное внедрением цифровых технологий, приходится 2,6 новых рабочих места. И речь идет не только о высокотехнологичных отраслях. Напротив, в том же отчете МакКинсэй утверждает, что более 75% добавленной стоимости, создаваемой интернетом, можно найти в традиционных отраслях промышленности [2].

Увеличение числа транзакционных операций, которые во многих странах составляют более семидесяти процентов национального ВВП (внутреннего валового продукта), способствовали развитию цифрового сегмента экономики. К транзакционному сектору входят не только госуправление, консультирование, финансы, торговля, но и оказание всякого рода услуг [4].

Интернет технологии стали ключевым фактором модернизации экономики и процветания, что в конечном итоге привело к повышению производительности труда и росту во всех отраслях и во всех секторах, как частных, так и государственных. По мере развития и созревания процесса оцифровки крайне важно отслеживать и предвидеть эволюцию бизнес-ландшафта. Очередной толчок развития ведения бизнеса в интернет среде дала пандемия коронавируса 2019-2020 годов.

Растущая потребность в удаленных взаимодействиях в условиях пандемии коронавируса высветила потребность в технологии 5G, потенциально ускоряющей внедрение в долгосрочной перспективе.

Молниеносная скорость, почти мгновенная связь и увеличенная плотность соединений делают его пригодным для удаленных взаимодействий, что стало главной задачей для многих организаций и предприятий, поскольку меры предосторожности распространяются на распространение вируса.

Телеконференции – становятся критически важными для работы предприятия.

Так, многие работодатели все больше полагаются на корпоративные инструменты телеконференций, такие как Microsoft Teams, Google Hangouts и Zoom, поскольку их сотрудники переключаются на удаленную работу из-за проблем общественного здравоохранения. Это связано с тем, что данное соединение поможет обеспечить непрерывную связь в режиме реального времени.

Множество старых отраслей промышленности, которые когда-то колебались, чтобы использовать интернет технологии, теперь вынуждены делать это ради выживания.

Почему это важно? Как только потребители привыкнут к цифровому доступу к услугам: ресторанов, наконец-то переходящих на онлайн-заказы, или к газетам, наконец, полностью цифровым – этим отраслям может быть трудно вернуться к традиционным операциям.

Медиа и развлечения: популярные СМИ, такие как телевидение, газеты и фильмы, все быстро переносят свой контент в цифровые форматы и онлайн-доставку, пытаясь адаптироваться.

Газеты вынуждены закрывать печатные издания и наращивать цифровые операции. Мы будем вспоминать эти события как момент, когда

переход газетной индустрии из печатной в цифровую форму значительно ускорился.

Телевизионные интервью в подавляющем большинстве проводятся через Skype или другие цифровые каналы.

Произошел значительный рост потребления интернет-видео и потокового видео. Более четверти американцев (26%) впервые используют службы потокового видео, такие как Netflix, согласно Ассоциации потребителей технологий.

Некоторые киностудии, такие как Universal Pictures, заявили, что они впервые развернут фильмы для цифровой аудитории одновременно с тем, что они сделают их доступными в кинотеатрах из-за кризиса.

Розничная торговля: обычные магазины, которые никогда не продавали товары в Интернете, переходят на этот режим в тот момент, когда магазины по всей стране закрыли свои двери, и покупатели не покидают свои дома.

Продавцы, которые предложили ограниченный выбор своих товаров онлайн, теперь переходят на полный каталог услуг.

Еда и напитки: рестораны, которые решили не принимать онлайн-заказы или услуги доставки, неожиданно обнаруживают, что это их спасательный круг, когда многие части страны запретили обедать в заведениях.

Тренировки и фитнес: все от уроков балета и каратэ до физиотерапии и занятий йогой стало виртуальным.

Большинство фитнес и йога- сервисов воспользовались услугами онлайн. Для владельцев бизнеса, которым это по-настоящему удобно, они, вероятно, продолжают видеть в этом гораздо больший канал, чем раньше.

Таким образом, виртуальный подход может открыть новые рынки и новые каналы для взаимодействия с потребителями. Тем не менее, надо иметь в виду то, что данное влияние, отнюдь не, считается несомненно положительным. В системе Сети Интернет остается сейчас еще ряд

неразрешенных проблем. Среди них – защищенность и конфиденциальность, то есть охрана передаваемых данных, всякого рода трудности, связанные с обеспечением защиты объектов интеллектуальной собственности и защиты авторских прав, а также непосредственно коммерческая работа в Сети Интернет (интернет-бизнес). По этой причине именно на этом месте наиболее значимым считается проблема регулирования Сети Интернет-экономики. Также необходимо помнить о том, что соотношение между экономической защищенностью и экономической эффективностью весьма неустойчиво, а движение глобализации далеко не свободно от острых экономических и политических вопросов. По этой причине становление Интернет-экономики во всех государствах требует скоординированных мероприятий абсолютно всех ее участников по управлению обеспечению защищенностью на различных уровнях.

Список источников и литературы:

1. Всемирная статистика в реальном времени [Электронный ресурс] // worldometers.info – Worldometer. – Электрон.дан. – <https://www.worldometers.info/ru/> (дата обращения: 04.04.2020).
2. МакКинсэй Интернет Имеет Значение. Эссе по цифровой трансформации [Электронный ресурс] // mckinsey.com – McKinsey&Company. Global management consulting. – Электрон.дан. – https://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Business%20Functions/McKinsey%20Digital/Our%20Insights/Essays%20in%20digital%20transformation/MGI_Internet_matters_essays_in_digital_transformation.ashx (дата обращения: 04.04.2020).
3. Сергеева Ю. Вся статистика интернета на 2020 год — цифры и тренды в мире и в России [Электронный ресурс] // web-canape.ru – ООО «Твинс». – Электрон.дан. – <https://www.web-canape.ru/business/internet-2020-globalnaya-statistika-i-trendy/> (дата обращения: 04.04.2020).

4. Цифровые платформы в мировой экономике: современные тенденции и направления развития [Электронный ресурс] // cyberleninka.ru – Научная электронная библиотека «КиберЛенинка». – Электрон.дан. – <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovye-platformy-v-mirovoy-ekonomike-sovremennye-tendentsii-i-napravleniya-razvitiya> (дата обращения: 04.04.2020).

Выходные данные статьи:

Нигаматьянова И. Н. Интернет как новое экономическое пространство для ведения и развития бизнеса // Журнал «У». Экономика. Управление. Финансы., №2. 2020. URL: <https://portal-u.ru/index.php/journal/article/view/315>

Мирхайдарова Маргарита Рифатовна
студент
ФГБОУ ВО «Башкирский государственный университет»
г. Уфа, Россия
margretmears@mail.ru

Снижение продолжительности рабочего времени как фактор эффективной работы

В данной статье показана взаимосвязь между продолжительностью отработанного времени и производительностью труда. Рассмотрены исследования, показывающие, что снижение продолжительности рабочего времени может быть одним из факторов эффективной работы сотрудников.

Ключевые слова: рабочее время, планирование времени, производительность труда, эффективность.

Mirkhaydarova Margarita
Student
Bashkir state university
Ufa, Russia
margretmears@mail.ru

Reduced Working Hours as a Factor in Effective Work

This article shows the relationship between hours worked and labor productivity. Studies are examined that show that a decrease in working hours can be one of the factors for the effective work of employees.

Keywords: working hours, time planning, labor productivity, efficiency.

В 21 веке темп жизни заметно ускорился и продолжает набирать обороты. Если раньше, чтобы быть успешным, нужно было проделать большую работу, но сейчас, чтобы быть успешным, многое еще предстоит сделать. И людям начинает не хватать времени. Если вы выполняете все

ежедневные задачи, которые ежедневно подбрасывает нам жизнь, у вас не останется времени. Большинство из нас привыкло работать пять дней в неделю по восемь часов в день, с девяти до шести, с часовым перерывом на обед – но таким ли должен быть идеальный рабочий режим? Исследователи часто подвергают сомнению устоявшуюся схему. Работайте меньше, говорят исследователи из ОЭСР, которые обнаружили интересную взаимосвязь между тем, сколько вы работаете и насколько вы продуктивны: более долгие часы работы приводят к снижению производительности труда.

Отношения между отработанными часами и производительностью интересовали экономистов на протяжении многих лет. Одним из них являлся Джон Пенкавел из Стэнфордского университета, который основывался на данных, собранных во время Первой мировой войны.

Британский комитет по здравоохранению работников боеприпасов (HMWC) предпринял исследование о том, как максимизировать производительность работников на заводах по производству боеприпасов, изучая связь между рабочим временем и производительностью труда. Анализ, проведенный Пенкавел, показывает, что, работая с большим количеством часов в неделю не всегда увеличивает общую производительность, в отличие от меньшего количества часов в неделю. Он обнаружил, что оптимальное количество часов для продуктивности на боеприпасах было около 48 часов в неделю. Если было меньше, то производство было пропорционально отработанным часам. Но после того, как рабочие проработали более 48 часов, объем производства начал падать [1].

Хотя эти результаты, по-видимому, указывают на то, что работа до 50 часов в неделю может повысить производительность, они не учитывают профессии в сфере услуг – тип работы, выполняемой большинством людей в странах с развитой экономикой сегодня. Для этих профессий, где работа в

первую очередь направлена на себя и требует интеллектуального участия, оптимальное количество часов в неделю может фактически быть меньше.

Также в журнале *American Journal of Epidemiology* были опубликованы данные, которые показали, что сотрудники, работавшие больше 55 часов в неделю, справлялись с тестами менее эффективно, чем те, кто работал по 40 часов. Частая работа сверхурочно является одной из причин депрессий и стрессов, которые негативно отражаются на здоровье. Также переработки и чрезмерная напряженность работы часто являются причинами обострения сердечно-сосудистых, желудочно-кишечных заболеваний, нарушений опорно-двигательного аппарата и психических расстройств [2]. Исследователи говорят, что не могут точно утверждать, что переработки вызывают инсульт и болезни сердца — но между ними прослеживается связь.

Кроме того, некоторые учёные отмечают, что нам может быть полезно начинать работать позже. Данные исследования двухлетней давности показали, что чем позже мы приходим в офис, тем лучше высыпаемся: человек, который приходит на работу на час позже, спит на 20 минут дольше, а каждый дополнительный час увеличивает время сна ещё на 20 минут

Также, рассмотрим такой случай из шведского эксперимента: сотрудники одной организации перешли на шестичасовой рабочий день, получая ту же зарплату. В течение первого года программа помогла достичь отличных результатов: согласно отчету, у сотрудников стало меньше потребности брать выходной, показатели их производительности и здоровья повысились, и они стали работать более эффективно. Аналогичная модель была представлена несколькими другими шведскими компаниями.

Согласно исследованиям, проведенным порталом Superjob.ru [3], 29% опрошенных ответили, что могли бы справиться с объемом работ, рассчитанным на 8-ми часовой рабочий день, за 6 часов; 13% ответили, что справились бы за 5 часов; 7% опрошенных - 7 часов. Каждый десятый

сотрудник готов выполнять свои обязанности за 4 часа в день, и такому же количеству опрошенных необходимо сохранить имеющиеся 8 рабочих часов в день.

Пенкавел отмечает, что «максимизирующий прибыль работодатель не останется равнодушным к продолжительности рабочего времени в течение дня или недели». Все эти исследования могут побудить компании перестать так много внимания уделять тому, сколько часов работают их сотрудники, и вместо этого искать способы оптимизации производительности, даже если это означает, что они в конечном итоге работают меньше.

Более гибкий подход к планированию рабочего времени с более короткой рабочей неделей будет включать ряд преимуществ, которые, несомненно, повлияют на общую эффективность труда и социально-экономическое положение государства в целом. Можно выделить следующие преимущества: улучшение здоровья работников, повышение мотивацию работников, снижение риска ошибок, производственных браков, уменьшение потери рабочего времени, уменьшение транспортной нагрузки, что повлияет на экологическую ситуацию, улучшит качество жизни населения, люди смогут проводить больше времени со своими семьями, заниматься увлечениями. Будет дополнительное время для культурного, спортивного развития.

Поэтому все исследования, рассмотренные выше, вместе с описанными преимуществами сокращения рабочей недели, показывают, что сокращение рабочей недели может быть одним из факторов эффективной работы сотрудников.

Список источников и литературы

1. Pencavel, John H. (2014): The Productivity of Working Hours, IZA Discussion Papers, No. 8129, Institute for the Study of Labor (IZA), Bonn
2. Игнатюк С.А. Продолжительность труда как фактор эффективности использования трудовых ресурсов. Организация и нормирование труда: наука,

образование, практика: сборник научных трудов Белорусский национальный технический университет; Учреждение «Научно-исследовательский институт труда Министерства труда и социальной защиты Республики Беларусь». - Минск, Белорусский национальный технический университет (Минск), 2018.

3. «61% россиян, работающих 8 часов в день, уверены, что успеют выполнить свои обязанности быстрее» [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://www.superjob.ru/research/articles/112041/61/> (дата обращения 03.05.2020г.).

Выходные данные статьи:

Мирхайдарова М. Р. Снижение продолжительности рабочего времени как фактор эффективной работы // Журнал «У». Экономика. Управление. Финансы., №2. 2020. URL: <https://portal-u.ru/index.php/journal/article/view/317>

Борисовская Анастасия Аркадьевна
студент 3 курса
Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова
Оренбург, Россия
hehn@list.ru

Файзулгафарова Алена Олеговна
студент 3 курса
Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова
Оренбург, Россия
allenna99@mail.ru

**Проблемы формирования и обеспеченности доходами
региональных бюджетов на примере Оренбургской области**

Статья посвящена вопросам формирования и использования средств местных бюджетов, в ней рассмотрены проблемы доходов регионального бюджета Оренбургской области, проанализированы показатели консолидированного бюджета, рассмотрена структура поступлений основных администрируемых доходов по Оренбургской области. Так же определены основные проблемы формирования доходных источников бюджета и предложены рекомендации, направленные на повышение доходной базы.

Ключевые слова: бюджетное планирование, региональный бюджет, бюджетная консолидация, доходы бюджета, региональная политика.

Borisovskaya Anastasia
student
Orenburg branch «Russian University
of Economics of G.V. Plekhanov
Orenburg, Russia
hehn@list.ru

Fayzulgafarova Alena
student
Orenburg branch «Russian University
of Economics of G.V. Plekhanov
Orenburg, Russia
allenna99@mail.ru

Problems of Formation and Security of Reasons of Regional Budgets on The Example of The Orenburg Region

The article is devoted to the formation and use of local budget funds, it considers the problems of revenue of the regional budget of the Orenburg region, analyzes the indicators of the consolidated budget, considers the revenue structure of the main administrated income in the Orenburg region. The main problems of forming revenue sources of the budget are also identified and recommendations aimed at increasing the revenue base are proposed.

Keywords: budget planning, regional budget, budget consolidation, budget revenues, regional policy.

Основной задачей нашего государства является укрепление финансовой базы регионов. Значимой проблемой для региональных бюджетов в РФ – сокращение доходов бюджета совместно с увеличением его расходов, что приводит к недостатку собственных средств. Поэтому на первом месте стоит необходимость обеспечения экономического роста, независимости и сбалансированности бюджетов различных уровней.

Региональные бюджеты являются неотъемлемой частью социальной политики государства. На их основе финансируются муниципальное образование, здравоохранение, коммунальное обслуживание населения. Через региональные бюджеты государство проводит выравнивание экономического и социального развития различных по уровню развития регионов [1].

Дадим оценку структуру поступлений основных администрируемых доходов по Оренбургской области за 2019 год (табл. 1) [2]. За 2019 год в консолидированный бюджет Оренбургской области поступило 83863,6 млн. руб. (на 1,5% больше, чем в 2018 г.). Это связано с ростом таких показателей, как: акцизы (77,1%), налог на имущество физических лиц (11,1%), НДС/Л (на 4,7%), НДС/И (3,6%) и так далее.

Бюджет Оренбургской области является профицитным, заметно, что доходы возросли в 1,2 раза по сравнению с 2018г.

Нестабильность исполнения областных и местных бюджетов Оренбургской области напрямую связана с ограниченностью источников формирования доходов бюджета, а также с зависимостью от поступлений из федерального бюджета (по данным анализа видно, что отклонение физических доходов от плановых составляет 5,5%).

Таблица 1 – Структура поступления основных администрируемых доходов по Оренбургской области за 2019 год

Администрируемые доходы	Поступило в консолидированный бюджет РФ		в том числе:			
			в федеральный бюджет		в консолидированный бюджет субъекта РФ	
	млн. руб.	в % к 2018г.	млн. руб.	в % к 2018г.	млн. руб.	в % к 2018г.
Всего поступило доходов	406697	106	322833	107,3	83863,6	101,5
Налог на прибыль	38266,6	95,2	4992,00	91,9	33274,6	95,7
НДФЛ	29230,9	104,7	X	X	29230,9	104,7
НДС	78854	120,1	78854	120,1	X	X
Акцизы	3907,4	169,9	1291,50	157,1	2615,9	177,1
Налог на имущество физических лиц	242,6	111,1	X	X	242,6	111,1
Налог на имущество организаций	10746,3	97,2	X	X	10746,3	97,2
Транспортный налог	1216,9	108,4	X	X	1216,9	108,4
Земельный налог	1471,5	98,5	X	X	1471,5	98,5
НДПИ	237503	103,9	236653	103,9	850,4	103,6
Остальные налоги и сборы	5257,1	104,9	1042,70	84,8	4214,4	111,5

Доходы налогового типа бюджета Оренбургской области составляют 75,5% всей доходной части в 2018 году и включают в себя: налог на прибыль организаций, налог на доходы физических лиц, налог на добычу полезных ископаемых и так далее.

Неналоговые доходы составляют лишь 3,2% от объема всех доходов и формируются за счет: доходов от использования имущества, находящегося в государственной и муниципальной собственности, доходы от оказания платных услуг и прочее.

Оставшаяся часть доходов (21,3%) состоит из безвозмездных поступлений, перечисляемых государственными организациями, бюджетами других субъектов РФ, а также за счет субсидий, субвенций, дотаций и иных межбюджетных трансфертов, имеющих целевое назначение (рис. 1).

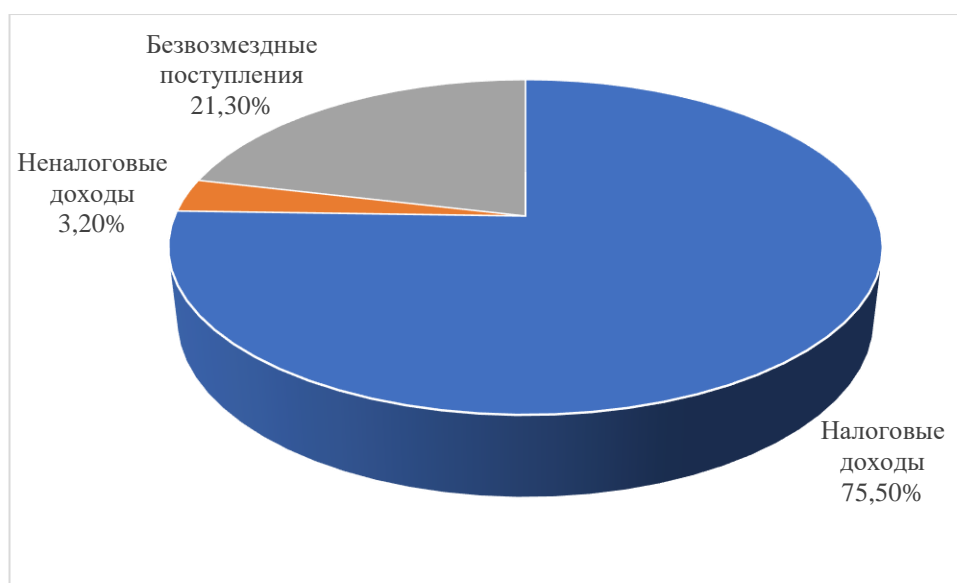


Рисунок 1 – Доходы бюджета Оренбургской области (2018 год)

Стоит отметить, доходы бюджета Оренбургской области имеют ряд особенностей:

1) доля налоговых и неналоговых доходов бюджета Оренбургской области увеличивается на протяжении всего анализируемого периода (на 2,56% в 2017; на 12,3% в 2018 г.);

2) структура безвозмездных поступлений в анализируемом периоде достаточно нестабильна: в 2016 году по сравнению с 2015 годом доля безвозмездных поступлений уменьшилась на 56,4%, в 2017 году по сравнению

с 2016 годом увеличение их доли составил 3,3%, а в 2018 году – снижение на 8,3% по сравнению с 2017 годом).

Следует подчеркнуть, что наибольший удельный вес в составе доходов бюджета Оренбургской области в 2018 г. приходится на: налог на доходы физических лиц (37, 8%), налог на прибыль (33,3%), а также налог на имущество организаций (14, 3%).

Проведенный анализ позволяет сделать выводы о том, что основным доходным источником для бюджета Оренбургской области являются налоговые поступления. В общей структуре доходов наибольший удельный вес у налоговых доходов (75,5%); неналоговые доходы составляют всего лишь 3,2% всего объема доходов; оставшиеся 21,3% доходов бюджета Оренбургской области составляют безвозмездные поступления. Нестабильность финансовых поступлений связана с ограниченностью источников формирования доходов бюджета.

Правительство Оренбургской области ключевой целью ставит реформирование системы управления региональными доходами. При достижении наибольшей мобильности налоговых поступлений и стабилизации бюджетной системы станет повышено качество оказания бюджетных услуг и повысится уровень жизни населения региона, собственно что приведет к созданию подходящего климата для экономического развития региона и повысит степень доверия людей к местным органам власти.

Данная реформа необходима, поскольку на данный момент сбалансированность бюджета достигается за счет дотаций и субвенций, что создает иждивенческое настроение у региональных органов власти и замедляет развитие хозяйственной инициативы [3].

Существующая в России практика распределения доходных полномочий между субъектами и муниципальными образованиями приводит к высокой степени централизации доходов в федеральном бюджете. Данная

система слабо ориентирована на развитие бюджетных начал в управлении бюджетными средствами, именно в этом и заключается необходимость в переходе к бюджетной политике.

Для воплощения важных преобразований необходимо создать механизмы регулирования бюджетов субъектов РФ, при которых собственные доходы данных бюджетов стали бы преобладающими. Для этого нужно оптимизировать распределение налоговых поступлений между уровнями бюджетной системы так, чтобы они максимально обеспечивали покрытие бюджетных расходов субъектов РФ.

Необходимость сбалансировать доходы и расходы каждого бюджета приводит к соотношению распределения и разведения налогов между бюджетными уровнями [4].

Таким образом, предоставление расходных полномочий регионов, а также наращивание расходов должны сопровождаться передачей конкретных сумм налогов (увеличение квоты) [5].

Неравномерное размещение налогового потенциала существенно сокращает возможности налогового регулирования бюджетной обеспеченности и вынуждает использовать другие формы регулирования бюджетов. Для реализации принципа федерализма необходимо произвести ряд преобразований, направленных на:

- 1) расширение налоговой базы;
- 2) увеличение налоговых и неналоговых поступлений;
- 3) повышение эффективности и результативности расходования бюджетных средств;
- 4) повышение сбалансированности бюджетов бюджетной системы и прочее.

Оценка показала, что увеличение собственных доходных источников бюджета Оренбургской области за счет федеральной составляющей может

привести к сокращению федеральной базы для трансфертов, а сбалансированность бюджетов достигнута не будет. Проведенный анализ бюджета Оренбургской области, свидетельствует о необходимости разработки мероприятий по укреплению доходной базы бюджета с целью обеспечения его финансовой самостоятельности и сбалансированности. Следует отметить, что данное направление является ключевым вариантом совершенствования системы контроля за состоянием бюджета и занимает особое место в развитии региональных финансов.

Список источников и литературы

1. Бомбин А. Ю. Роль налогов в формировании доходной части регионального бюджета / А. Ю. Бомбин // Российская экономика: взгляд в будущее: материалы IV Международной научно-практической конференции: в 3 частях. Часть 3 / М-во обр. и науки РФ; ФГБОУ ВО «Тамб. гос. ун-т им. Г. Р. Державина»; [отв. ред. Я. Ю. Радюкова]. Тамбов: Издательский дом ТГУ им. Г. Р. Державина, 2018. - 507 с.

2. Тимофеева Т.В., Снатенков А.А. Практикум по финансовой статистике. Оренбург. 2004. 188с.

3. Гривцова Т. В. Сравнительный анализ налоговых доходов региональных бюджетов ЦФО Российской Федерации / Т. В. Гривцова //Наука, образование, общество. - 2018. - №2(8).- С.8-18.

4. Малис, Н. И. Налоговые доходы региональных бюджетов: проблемы и перспективы / Н. И. Малис// Налоги и финансы. - 2017. - №2(34). - С.44-48.

5. Старкова, О. Я. Проблемы исполнения Федерального бюджета РФ / О. Я. Старкова // Иннов: электронный научный журнал. - 2019. - №3(32). - С. 5.

Выходные данные статьи:

Борисовская А. А., Файзулгафарова А. О. Проблемы формирования и обеспеченности доходами региональных бюджетов на примере Оренбургской области // Журнал «У». Экономика. Управление. Финансы., №2. 2020. URL: <https://portal-u.ru/index.php/journal/article/view/324>

Майорова Наталья Сергеевна
Студент
ФГБОУ ВО «Поволжский государственный
технологический университет»
г. Йошкар-Ола, Россия
maynatttis_25@mail.ru

**Инфляция как социально-экономический процесс: сущность,
виды, причины возникновения. Основной индикатор инфляции-индекс
потребительских цен.**

В статье рассматривается инфляция как социально- экономический процесс, воздействующий, непосредственно, на экономическую составляющую государства, её сущность, виды, причины появления и последствия, оказывающие влияние на всю страну в целом. А также приведён статистический показатель, измеряющийся в процентном выражении- Индекс Потребительских Цен (ИПЦ), который наиболее ярко отражает инфляционную ситуацию в стране, в данном случае в Российской Федерации за определённый промежуток времени.

Ключевые слова: инфляция, экономика, виды инфляции, уровень инфляции, индекс потребительских цен.

Mayorova Natalya
Student
FSBEI of HE "Volga State
University of Technology"
Yoshkar-Ola, Russia
maynatttis_25@mail.ru

**Inflation as a Socio-Economic Process: Nature, Types, Causes. The
main indicator of inflation is the Consumer Price Index.**

The article considers inflation as a socio-economic process that directly affects the economic component of the state, its essence, types, causes, and consequences that affect the whole country as a whole. And also, a statistical indicator is presented (presented) in percentage terms - the Consumer Price Index

(CPI), which most clearly reflects the inflationary situation in the country, in this case in the Russian Federation for a certain period of time.

Keywords: inflation, economy, types of inflation, inflation rate, consumer price index.

Инфляция играет огромную роль в экономической и социальной жизни не только государства, но и людей, оказывает на неё сильное давление, тем самым вызывая весьма серьёзные последствия. Инфляция способствует стагнации экономики во многих странах мира, влияя на все сферы жизни общества.

Тема моей работы является актуальной, потому что сегодня инфляция как социально-экономический процесс, отрицательно воздействуя на экономику, вызывает всплеск, волну глобальных проблем, иногда затрагивающих даже мировой уровень.

Для нормального функционирования экономики необходимо определённое количество денег. Сущность инфляции заключается в том, что появляются «лишние» деньги, а это ведёт к процессу их обесценивания, снижению покупательной способности и продолжительному устойчивому росту общего уровня цен. Обесценивание денег может быть по отношению к золоту, к товарам и услугам, а также к денежным знакам других государств [1].

Инфляционный процесс — это сложный процесс, возникающий из-за самых разных причин и последствий какой-нибудь значимой деятельности как одного субъекта, так и всего мира. Поэтому в каждом муниципальном образовании, регионе, стране в целом, мира данный процесс характеризуется собственными, индивидуальными спецификами появления и протекания [Ошибка! Источник ссылки не найден.].

Исходя из всего этого формируются следующие виды инфляции [2]:

- 1) В зависимости от темпов (скорости протекания) выделяют:
 - а) Умеренная или ползучая инфляция. Рост цен составляет не более 10% в год от общего уровня цен. Считается наилучшей, регулируемой инфляцией, так как происходит за счёт обновления имеющегося ассортимента.
 - б) Галопирующая. Рост цен составляет от 20 до 150-200 % в год. Сложно поддаётся регулированию, возрастают волнения в обществе. Данный вид инфляции говорит о том, что скорее всего имеется экономический кризис.
 - в) Гиперинфляция. Рост более 50% в месяц. Быстрая смена цен, оборота денег. Происходит сокращение сбыта товаров, уменьшение прибыли, банкротство предприятий и банков, высокий уровень безработицы.
- 2) В зависимости от характера проявления различают следующие виды:
 - а) Открытая. То есть никем не сдерживаемая
 - б) Подавленная (скрытая), когда государство искусственно контролирует цены
- 3) В зависимости от причин, вызывающих инфляцию, выделяют:
 - а) Инфляцию спроса. Спрос превышает предложение, что ведёт к росту цен.
 - б) Инфляцию предложения. Происходит тогда, когда повышаются издержки на одну единицу продукции по причине роста цен на производственные ресурсы.
- 4) К прочим видам инфляции относятся:
 - а) Сбалансированная инфляция. Цены разных товаров меняются в одинаковой степени и одновременно.
 - б) Несбалансированная инфляция. А здесь наоборот цены на товары растут неодинаково.
 - в) Ожидаемая инфляция. Такая инфляция позволяет государству предпринять меры защиты.
 - г) Неожидаемая инфляция.

д) Импортируемая инфляция. Импортируемая инфляция вызывается чрезмерным притоком в страну иностранной валюты и повышением импортных цен;

е) Экспортируемая. Такая инфляция переносится из одной страны в другую через международные экономические отношения.

Как я уже сказала ранее, причины возникновения инфляции могут быть самые разные. Вот одни из них [4]:

1) Денежная эмиссия (дополнительный выпуск денег Центральным Банком России). Масса денег растёт, а объём товаров остаётся прежним или сокращается.

2) Сложившаяся неблагоприятная ситуация на территории, которая требует вложения большого количества денег. Например, войны, пандемии или сильное социальное расслоение, где государство должно поддерживать людей, живущих за чертой бедности (социальные нужды)

3) Структурные мировые кризисы (энергетический, сырьевой)

4) Дефицит бюджета

5) Ошибки правительства в экономической политике и т.д

Соответственно, последствия от таких причин возникновения инфляции при правильной политике могут быть как легко подавляемыми, а могут и вовсе нанести большой урон стране. «Посеять» хаос, безработицу, экономический кризис, стратификацию, в основе которой будет лежать один из компонентов М.Вебер – имущественное неравенство, и многое другое.

В зависимости от преобладания на той или иной территории инфляции, вводится такое понятие как «уровень инфляции». Ярче всего уровень инфляции отражает Индекс Потребительских Цен или сокращённо ИПЦ — это статистический показатель процентного изменения уровня цен за определённый период времени.

В настоящее время в России наблюдается небольшая инфляция, чему свидетельствует приведённая ниже таблица [5].

Таблица 1 – Индексы потребительских цен

Российская Федерация	Индексы потребительских цен на товары и услуги (процент)														
	2019									2020					
	октябрь			ноябрь			декабрь			январь			февраль		
	К предыдущему месяцу	К соответствующему периоду предыдущего года	Период с начала года к соответствующему периоду предыдущего года	К предыдущему месяцу	К соответствующему периоду предыдущего года	Период с начала года к соответствующему периоду предыдущего года	К предыдущему месяцу	К соответствующему периоду предыдущего года	Период с начала года к соответствующему периоду предыдущего года	К предыдущему месяцу	К соответствующему периоду предыдущего года	Период с начала года к соответствующему периоду предыдущего года	К предыдущему месяцу	К соответствующему периоду предыдущего года	Период с начала года к соответствующему периоду предыдущего года
Все товары	100,24	103,76	104,74	100,35	103,4	104,62	100,4	102,8	104,46	100,47	102,29	102,29	100,31	102,05	102,17
Непродовольственные товары	100,31	103,21	103,92	100,23	103,06	103,84	100,14	102,95	103,76	100,23	102,53	102,53	100,04	102,31	102,42
Общественное питание	100,1	103,34	103,37	100,21	103,26	103,36	100,14	103,15	103,34	100,05	102,76	102,76	99,83	102,31	102,53
Продовольственные товары	100,18	104,21	105,45	100,45	103,65	105,28	100,65	102,58	105,05	100,69	101,99	101,99	100,57	101,77	101,88

Значения, приведённые с сайта государственной статистика ЕМИСС показывают по всем месяцам начиная с октября 2019 по февраль 2020 г. процент роста индекса потребительских цен на товары и услуги (инфляции),

кроме общественного питания за февраль 2020 к предыдущему месяцу. Там ИПЦ составил 99,83% — это значит, что цена, сравниваемая с январём 2020, за общественное питание, в феврале этого же года не выросла, т.е инфляция отсутствует.

По моему мнению, влияние инфляции на экономику носит противоречивый характер. С одной стороны, она позволяет преодолеть возникшие финансовые расстройства, достичь равновесного состояния между товарами и деньгами. А, с другой стороны, ведёт к обесцениванию денег, потере производителя в заинтересованности повышать качество товаров, ухудшает жизнь населения, уменьшает долю инвестиций в производство.

Список источников и литературы

1. Бродская Т.Г., Миропольский Д.Ю. / Макроэкономика: Учебник, - 2017. - 16 с.
2. Михайлова О.М., Родионова Е.В. Инфляция и антиинфляционная политика в России // Научно-методический электронный журнал Концепт. 2016. № Т26. С. 586-590.
3. Инфляция, её причины, виды и последствия [Электронный ресурс]: Материал с сайта Audit-it.ru. – Режим доступа: <https://www.audit-it.ru/terms/accounting/inflyatsiya.html> - (дата обращения 25.04.2020)
4. Кульков, В.М. Макроэкономика: Учебник и практикум / В.М. Кульков, И.М. Теняков. - 2016. - 375 с.
5. Официальный сайт государственной статистики ЕМИСС [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.fedstat.ru/indicator/31074> - (дата обращения 25.04.2020)

Выходные данные статьи:

Майорова Н. С. Инфляция как социально-экономический процесс: сущность, виды, причины возникновения. Основной индикатор инфляции-индекс потребительских цен // Журнал «У». Экономика. Управление. Финансы., №2. 2020. URL: <https://portal-u.ru/index.php/journal/article/view/322>

Рустамов Жамол Рустам оглы
студент
ФГБОУ ВПО ПГТУ «Поволжский государственный
технологический университет»
г. Йошкар-Ола, Россия
Jambo9710@gmail.com

Кредит, его формы и виды

В данной статье рассмотрено как сущность кредита реализуется через многообразие его форм и видов. Произведена систематизация существующих подходов к классификации форм и видов кредита. Рассмотрена структура кредитования в России на современном этапе.

Ключевые слова: кредит, кредитование, виды кредитов, формы кредитов, банк, кредитор, заемщик

Rustamov Zhamol
student
FSBEI HPE "Volga state University of technology"
Yoshkar-Ola, Russia
Jambo9710@gmail.com

Loan, Its Forms and Types

This article discusses how the essence of credit is realized through the diversity of its forms and types. The systematization of existing approaches to the classification of forms and types of credit is made. The structure of lending in Russia at the present stage is considered.

Keywords: credit, lending, types of loans, forms of loans, bank, lender, borrower

В настоящее время финансово-кредитная сфера обладает огромной важностью для обеспечения стабильности функционирования экономической системы и производственно-хозяйственного комплекса России. Кредит играет роль опоры современной экономики, представляет собой неотъемлемый

элемент экономического развития, который используется как крупными компаниями, так и малым бизнесом и гражданами.

Отмечается многообразие форм и видов кредита. При этом в условиях финансово-экономического кризиса поиск ответа на вопрос о дальнейшем векторе развития кредитной сферы в Российской Федерации в целом, и отдельных форм и видов кредитования в частности, приобрел особое значение и актуальность.

В научной литературе кредит рассматривается как одна из форм экономических отношений и представляет собой ссуду, имеющую денежное либо товарное выражение, которая была выдана на условиях срочности, платности и возвратности [2]. Таким образом, в рамках кредитных отношений реализуется функция денег как платежного средства с отсрочкой платежа.

В зависимости от ссуженной стоимости выделяют товарную, денежную и смешанную (товарно-денежную) формы кредита [1]. На практике в современных условиях основной является денежная форма кредита, товарная форма кредита является второстепенной и может применяться, например, при реализации товаров в рассрочку, лизинге оборудования. Еще одним классификационным признаком форм кредитам является то обстоятельство, кто выступает в роли кредитора. По данному признаку выделяют такие формы кредита, как банковская, коммерческая, государственная, международная. Охарактеризуем формы кредита в таблице 1.

Таблица 1 – **Формы кредита** [7]

Классификационный признак	Форма кредита	Характеристика
В зависимости от ссуженной стоимости	Товарная	Данная форма кредита предполагает, что передача товаров осуществляется займы. Сами товары, выступающие в качестве объекта кредита, служат обеспечением его возвратности.
	Денежная	При данной форме кредита предусматривается предоставление займы временно свободных денежных средств.

		Следует отметить, что эта форма кредита - наиболее типичная так как, именно представляют собой всеобщий эквивалент в процессе обмена товарных стоимостей и универсальное средство платежа.
	Товарно-денежная	В данной случае кредит предоставляют в форме товара, а возврат его производится денежными средствами либо наоборот.
В зависимости от кредитора	Банковская	Наиболее распространенная форма, при которой в роли кредитора выступает банковская организация
	Коммерческая	В качестве кредитора выступают хозяйствующие субъекты - предприятия. В основе данной формы кредита лежит отсрочка компанией-продавцом оплаты товара и предоставление предприятием-покупателем векселя как долгового обязательства по оплате стоимости товара по прошествии установленного срока.
	Государственная	В роли кредитора выступает государство и предоставляет кредит различным субъектам. При этом необходимо отличать государственный кредит от государственного займа, когда государство, наоборот, размещает свои обязательства и выступает в роли заемщика.
	Международная	Данная форма кредита предусматривает вступление в кредитные отношения тех же субъектов - банков, компаний, государства и граждан, однако один из участников кредитных отношений должен являться иностранным субъектом.

Вид кредита является более детальной характеристикой, даваемой на основе тех или иных организационно-экономических признаков. В настоящее время отсутствует единый подход к классификации видов кредитов. Так, по срокам погашения кредиты могут быть разделены на:

- **онкольные кредиты** – возврат кредита должен быть произведен в течение фиксированного срока после поступления уведомления со стороны кредитора;

- **краткосрочные кредиты** – срок предоставления такого кредита не превышает одного года. Чаще всего такие кредиты берут предприятия для

восполнения временного недостатка собственных оборотных средств. Особую распространенность данного вида кредитов следует отметить на фондовом рынке, а также в торговой сфере. Граждане для осуществления покупок или иных целей также берут краткосрочные банковские кредиты;

- среднесрочные кредиты – срок предоставления такого кредита составляет от одного года до трех лет. На данный срок берут кредиты как предприятия, например, для развития производственной деятельности, так и граждане;

- долгосрочные кредиты – срок предоставления такого кредита составляет более трех лет, цели кредитования, как правило, носят инвестиционный характер [3].

По способу погашения кредиты могут быть выделены:

- кредиты, предусматривающие единовременный взнос, которые не требуют применения дифференцированных процентов;

- кредиты, предполагающие рассрочку в течение срока, на который они выданы.

По наличию обеспечения выделяют:

- кредиты без обеспечения – при данном виде кредитования сам кредитный договор выступает в качестве единственной формы обеспечения;

- кредиты с обеспечением - в качестве обеспечения может выступать любое имущество, которое принадлежит заемщику на правах собственности, например, недвижимость, ценные бумаги, и в случае нарушения заемщиком условий кредитного договора переходит банковской организации;

- кредиты с поручительством — поручителем оформляется обязательство возместить банковской организации убытки в случае нарушения заемщиком условий договора [4].

По целевому назначению могут быть выделены:

- кредиты общего характера, используемые заемщиком по своему усмотрению;

- целевые кредиты используются на цели, предусмотренные условиями кредитного договора: автокредиты, ипотечные кредиты. Также можно выделить POS-кредитование, которое предусматривает выдачу кредитов банками на покупку товаров непосредственно в точках их продажи [6].

Рассмотрим современные тенденции кредитования физических лиц в России. В настоящее время в нашей стране развиваются различные формы кредитования, при этом наибольший удельный вес занимает банковское кредитование. Банками кредитуются как физические, так и юридические лица, структура кредитов приведена на рисунке 1.

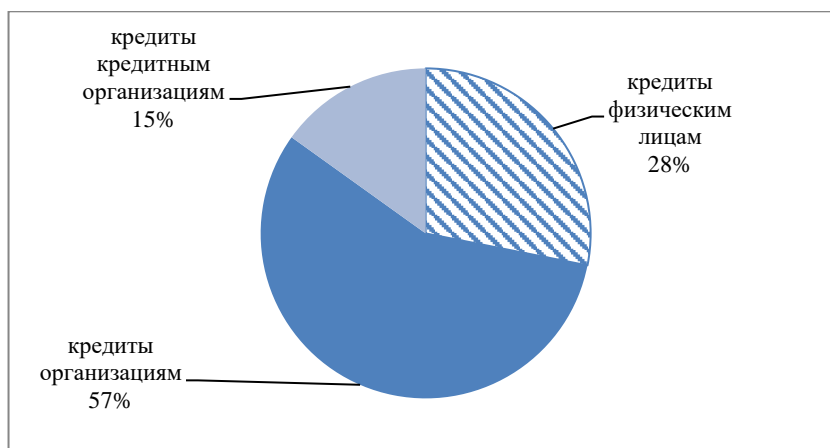


Рисунок 1 – Структура кредитов, выданных в РФ, по состоянию на 01.01.2019, % [12]

Наибольший удельный вес в структуре кредитов, выданных в России, по состоянию на 01.01.2019 г. занимают кредиты организациям – 57%. Кредитование в Российской Федерации имеет преимущественно денежную форму.

Таким образом, кредит является динамично развивающейся экономической категорией. С развитием кредитных отношений менялись и

формы кредита, при этом отмечался переход – от товарной формы кредита к денежной, от коммерческого кредита к банковскому. В настоящее банковское кредитование является одним из наиболее значимых источников финансовых ресурсов как для граждан, так и для юридических лиц.

Список источников и литературы

1. Банковское дело: учебник / ред. Г. Г. Коробова. - М.: Магистр, 2019. - 590 с.
2. Банковское дело: учебник / ред. Г. Н. Белоглазова, Л. П. Кроливецкая. -СПб.: Питер, 2018. - 400 с.
3. Белозеров С. А., Мотовилов О. В. Банковское дело. - М.: Проспект, 2018. – 252 с.
4. Бланк И. А. Управление финансовыми ресурсами. – М.: Омега-Л: Эльга, 2017. – 314 с.
5. Пугачева А.А., Родионова Е.В. Исторические и современные аспекты кредитных отношений // Инженерные кадры - будущее инновационной экономики России: материалы Всероссийской студенческой конференции. Йошкар-Ола: ПГТУ, 2015. С. 109-111.
6. Ковалёв В. В. Курс финансового менеджмента: учебник – М.: Проспект, 2017. – 478 с.
7. Корпоративный финансовый менеджмент. Финансовый менеджмент как сфера прикладного использования корпоративных финансов: учеб.-практ. пособие / М. А. Лимитовский, Е. Н. Лобанова, В. Б. Минасян, В. П. Паламарчук. – М.: Юрайт, 2018. – 812 с.
8. Костерина, Т.М. Банковское дело: Учебник для академического бакалавриата. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 332 с.
9. Лаврушин О.И. Базовые основы теории кредита и его использование в современной экономике // JER. - 2017. - №2. – С. 6-15.

10. Митрофанов, Д. Е. Формы и виды кредитования физических лиц // Молодой ученый. — 2017. — № 14 (148). — С. 388-390.
11. Официальный сайт Центрального Банка Российской Федерации [Электронный ресурс]. — Режим доступа — URL: <https://www.cbr.ru/> (дата обращения: 15.05.2020)
12. Потапова Л.В. Кредитование физических лиц: теория и практика // Символ науки. - 2017. - №5. - С. 136-139.
13. Тавасиев А.М., Мазурина Т.Ю., Бычков В.П. Банковское кредитование: учебник / под ред. А.М. Тавасиева. - М.: ИНФРА-М, 2018. — 318 с.
14. Трембачев А. Роль и функции кредита в России // Российское предпринимательство. [Электронный ресурс]. — Режим доступа — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-i-funktsii-kredita-v-rossii> (дата обращения: 15.05.2020)

Выходные данные статьи:

Рустамов Ж. Р. о. Кредит, его формы и виды // Журнал «У». Экономика. Управление. Финансы., №2. 2020. URL: <https://portal-u.ru/index.php/journal/article/view/330>

Овинникова Софья Андреевна
студентка магистратуры
ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет»
г. Ростов-на-Дону, Россия
ovinnikovas@mail.ru

Сущность понятия лояльности потребителей

Данная статья подчёркивает важность потребительской лояльности для современного бизнеса; рассматривает лояльность клиентов, как инструмент повышения индивидуализации потребителя и как один из мощнейших инструментов маркетинговых коммуникаций, способствующий привлечению новых клиентов.

Ключевые слова: лояльность потребителей, удовлетворенный потребитель, лояльность, инструмент бизнеса.

Ovinnikova Sofya
Master student
Southern Federal University
Rostov-on-Don, Russia
ovinnikovas@mail.ru

Essence of The Concept of Consumer Loyalty

This article emphasizes the importance of consumer loyalty for modern business; considers customer loyalty as a tool to increase individualization of the consumer and as one of the most powerful marketing communications tools that helps attract new customers.

Keywords: customer loyalty, satisfied customer, loyalty, business tool.

В современных условиях высококонкурентной борьбы, пришло понимание того, что при сотрудничестве с клиентами необходимо выстраивать долгосрочные и взаимовыгодные отношения. Это вполне соответствует маркетингу отношений (или маркетингу взаимоотношений), ставшему ведущим направлением в XXI в., суть которого состоит в «процессе

формирования, поддержания, и расширения прочных взаимовыгодных отношений с потребителями и другими заинтересованными лицами» [1]. В основе концепции маркетинга лежит направленность на улучшение взаимоотношений, «сохранение» уже имеющихся клиентов.

Лояльность, как инструмент повышения индивидуализации потребителя, зародилась в первой половине XX века. Разница заключается лишь в том, что, если в XX веке программы лояльности считались более привилегированными (в основном их применяли в авиационной отрасли и отелях класса люкс), то в условиях, современной рыночной экономики, программы лояльности доступны любому представителю бизнеса и являются неотъемлемым инструментом конкурентоспособности.

Для дальнейшего освещения темы необходимо выделить ключевую дефиницию данной работы. Разные исследователи при определении понятия лояльности акцентировали внимание на разных аспектах: на эмоциональной составляющей (Дж.Хоейр) «возникающее по отношению к вам чувство, побуждающее людей отдавать свои деньги именно за ваши товары или услуги» [2]; на психологическом аспекте (Д. Дирлав) «результат психологического контракта между брендом и потребителем» [3]; Голубков Е. П. утверждает, что лояльность — это «мера приверженности потребителя к определенной торговой марке (организации)» [4]. Таким образом, нельзя не согласиться, что лояльность сложное и многогранное определение. В рамках данной статьи лояльность будет рассматриваться, как приверженность, готовность покупать или работать с товаром снова и снова, что является результатом положительного опыта клиентов, их удовлетворенности и ценности продуктов или услуг, которые клиент получает от транзакции. В данном определении совмещаются «поведенческие» и «воспринимаемые» характеристики лояльности.

Положительный опыт, который потребители приобретают после пользования товарами или услугами является ключевым элементом лояльности. Было выявлено, что клиент, удовлетворенный своей покупкой с большей вероятностью, будет относиться позитивно к товарам этой же организации. Однако, нет никаких гарантий, что удовлетворенный потребитель вернется и совершит повторную покупку. Именно поэтому, лояльность потребителей имеет первостепенное значение для успеха компаний, т.к. предпочтение лояльно настроенных клиентов характеризуется устойчивостью во времени и совершением повторных покупок. Кроме того, лояльный потребитель делится своими впечатлениями о продукте с семьей и близким окружением, что является одним из мощнейших инструментов маркетинговых коммуникаций и способствует привлечению новых клиентов.

Лояльность потребителей выступает в роли эффективного инструмента, который качественно увеличивает уровень продаж, снижает маркетинговые издержки и повышает стоимость клиентской базы. Таким образом, нельзя не согласиться с утверждением, что лояльность — это то, к чему все компании должны стремиться в силу своего существования.

В процессе разработки стратегии формирования лояльности необходимо учитывать следующие аспекты:

Во-первых, постоянные клиенты хотят получать вознаграждение, но вознаграждения не обязательно должны быть скидками. Разрабатывая программы вознаграждений, нужно стремиться не подрывать ценовые стратегии. Например, повышенный уровень обслуживания клиентов является эффективным жестом для повышения лояльности клиентов.

Во-вторых, хорошая команда обслуживания клиентов может быть разницей между потерей и сохранением постоянного клиента. Важно инвестировать в команды обслуживания клиентов, предоставляя им правильные инструменты, которые помогут справиться с взаимодействием с

клиентами. Это может привести к улучшению качества обслуживания клиентов и их лояльности.

В-третьих, лучшие 10% клиентской базы тратят в 3 раза больше, чем средний клиент. Как отмечалось ранее, постоянные клиенты будут тратить больше денег в компании, чем любой другой человек, идущий в магазины. Вот почему для бизнеса важно преследовать клиентов, которые, скорее всего, станут лояльными, а не просто продавать кому-либо. Использование таких инструментов, как CRM (система управления взаимоотношениями с клиентами), является одним из способов для компаний выделить потенциальных клиентов, которые с большей вероятностью станут постоянными клиентами.

Таким образом, мы можем смело заявлять, что большинство компаний понимают ценность лояльности клиентов, но у многих возникают проблемы с поиском и удержанием постоянных клиентов. Лояльность клиентов – это развивающаяся область, в которой каждый год появляются новые тенденции. Если предприятия нацелены на удовлетворение потребностей клиентов, для них важно отслеживать тенденции в отрасли и статистику изменений, которые могут повлиять на лояльность клиентов. Только последовательное и систематизированное внедрение хозяйствующими субъектами клиентоориентированных инструментов маркетинга, ориентированных на формирование потребительской лояльности, способствует усилению конкурентного положения организации.

Список источников и литературы:

1. Котлер Ф., Армстронг Г. Основы маркетинга. – 9-е изд. – М.: Вильямс, 2003. – 959 с.
2. Хойер Д. Война за клиента. Лояльность раз и навсегда – Минск: Попурри, 2010. – 13 с.

3. Дирлав Д. Избранные концепции бизнеса. Теории, которые изменили мир – М.: «Олимп-Бизнес», 2007. – 52 с.

4. Маркетинг. Словарь терминов / Е. П. Голубков – М.: Дело и Сервис, 2012. – 76 с.

Выходные данные статьи:

Овинникова С. А. Сущность понятия лояльности потребителей // Журнал «У». Экономика. Управление. Финансы., №2. 2020. URL: <https://portal-u.ru/index.php/journal/article/view/332>

Фурсова Полина Васильевна
студент
Московский автомобильно-дорожный
государственный технический университет (МАДИ)
Москва, Россия
polinafursova@yandex.ru

Кирсанов Виктор Алексеевич
студент
Московский технический университет
связи и информатики (МТУСИ)
victorkirsanov22@yandex.ru

Требования к сотрудникам IT сферы в России: основополагающие навыки и компетенции

Информационные технологии относятся к наиболее актуальным сферам деятельности, так как области использования инновационных продуктов расширяются и требуют модернизации. Для своевременного создания или обновления проекта необходимо подключение IT специалистов с соответствующими характеристиками. В статье описываются ключевые требования к вакансии IT специалист.

Ключевые слова: информационные технологии; управление персоналом; подбор персонала; профессиональные навыки, компетенции.

Fursova Polina
student
Moscow Automobile and Road
Construction State Technical University (MADI)
Moscow, Russia
polinafursova@yandex.ru

Kirsanov Viktor
student
Moscow Technical University
of Communications and Informatics (MTUCI)
victorkirsanov22@yandex.ru

Requirements for IT employees in Russia: hard skills and soft skills

Information technologies are among the most relevant areas of activity, as the use of innovative products is expanding and requires modernization. To create or update a project in a timely manner, you need to connect IT specialists with the appropriate characteristics. This article describes the key requirements for an IT specialist job.

Keywords: information technologies; personnel management; personnel selection; hard skills, soft skills.

Сфера IT технологий является одной из наиболее быстро развивающихся сфер экономики. Изменения данной сферы порождают новые возможности для других областей, например, в медицине, энергетике, транспорте, образовании и управлении.

Перспективность данного направления доказывает наличие сектора информационных технологий в Атласе новых профессий. Каталог профессий предлагает такие направления как цифровой лингвист, IT-аудитор, киберследователь, консультант по безопасности личного профиля и другие. По каждой из специальностей предлагаются определенные надпрофессиональные навыки и умения, которые непосредственно характеризуют сотрудника. Дизайнер интерфейсов должен обладать системным мышлением, уметь работать с людьми и быть специалистом в программировании, а разработчик моделей Big Data должен быть клиентоориентированным и понимать в управлении проектами. Многие из данных профессий уже существуют, однако в России они не столь популяризированы как за рубежом. Зачастую сфера IT технологий в России заключается в программировании, сборе и анализе различной статистики, передаче информации, ее формировании и корректировке.

Сотрудников IT сферы в России значительно меньше, чем в странах-лидерах по разработке программного обеспечения (ПО), в связи с этим Федеральное Агентство Связи Российской Федерации занимается разработкой стратегий и образовательных программ с целью роста профессионалов в сфере информационных технологий. Однако, не смотря на ограниченность кадровых ресурсов, в России сфера также активно развивается и создает бренды, которые известны во всем мире: Лаборатория Касперского, Яндекс, Telegram, но требования к кандидатам в данных компаниях достаточно серьезные.

В настоящее время существует множество методик для оценки персонала большинство из которых заключаются в оценке компетенций и навыков. Профессиональные навыки (hard skills) необходимы для решения конкретных задач в повседневной работе, а компетенции, также называемые надпрофессиональными навыками (soft skills) призваны помогать решать определенные жизненные задачи и работать с другими людьми. Soft skills, в отличие от hard skills, нельзя научиться на каких-либо курсах, так как их развитие происходит в течение всей жизни. Soft skills не привязаны к профессии и сфере деятельности, они полезны во всех областях и неразрывно связаны с эмоциональным интеллектом, поэтому руководство является зависимым от сотрудников у которых они хорошо развиты.

Согласно анализу вакансий на hh.ru необходимыми профессиональными навыками (hard skills) специалиста в области информационных технологий являются:

- языки программирования (наиболее востребованные: Python, Java, C++, C Sharp);
- протоколы передачи данных (HTTP, FTP, TCP);
- принципы построения сетей;
- стандарты безопасности;
- системы виртуализации;

- управление рисками;
- знание систем анализа;
- знание иностранного языка (английский, китайский, немецкий).

Очевидно, что новый сотрудник, который только начинает свою трудовую деятельность в сфере информационных технологий, может не владеть всей необходимой информацией. Однако, при наличии требуемых soft skills, руководитель и сотрудник кадровой службы могут трудоустроить человека и направить на обучение, также можно воспользоваться методом наставничества для закрепления знаний.

Необходимые компетенции (soft skills) специалиста информационных технологий:

- адаптивность;
- умение принимать решения;
- умение работать в команде;
- критичность мышления;
- управление знаниями.

Необходимость компетенции «адаптивность» определяется сложностью внешней среды на институциональном уровне: различные законы и постановления требуют гибкости и своевременного реагирования организаций и сферы IT технологий в целом.

Умение принимать решения позволит максимально быстро достигать целей и расставлять приоритеты в каждой конкретной ситуации. Как правило, сотрудники, которые умеют принимать решения обращаются к руководству с решением, а не проблемой в случае сложностей [1].

Управление проектами – не редкость для работы в сфере IT: Agile, Kanban, Scrum и другие методологии, все они реализуются в условиях командной работы, поэтому данный навык является обязательным практически во всех компаниях [2]. Исключение составляют только люди

работающие на фрилансе, однако, они не входят в штат компании и не являются ключевыми сотрудниками организации.

IT сфера, как было сказано ранее, взаимодействует с различными сферами деятельности, что обязует сотрудников адекватно подходить к приему и обработке информации – это и подразумевает критическое мышление. Наличие данного навыка помогает проверять информацию, находить взаимосвязь, аргументированно и рационально мыслить, а средства для развития данного навыка – частое использование методов логики и наблюдения.

Управление знаниями подразумевает собой способность к восприятию новой информации, а также умение ее применять в жизни для решения определенных задач. Важно не только собрать «банк данных», но и уметь грамотно их применять на практике. Компетенция «управление знаниями» специалиста IT сферы является важной в виду наличия большого количества информации, скорости ее изменений и важности развития сотрудника, организации и сферы в целом.

Сфера информационных технологий является актуальной и интересной: развитие происходит стремительно, достигая новых целей и затрагивая самые отдалённые области. Работа в IT подразумевает множество сложностей и необходимых характеристик, однако, стоит отметить, что в сфере информационных технологий существует множество плюсов – высокая заработная плата, низкая конкуренция на рынке труда в виду требований к кандидатам, также широко распространен фриланс, что позволяет работать специалисту из любого уголка мира – необходим только компьютер и доступ в Интернет.

Список источников и литературы

1. Перекрестова В.А., Фурсова П.В. Информационные технологии в организации дистанционной работы персонала // Сборник материалов I Международной научно-практической конференции. 2018. С. 47-48.

2. Фурсова П.В., Перекрестова В.А. Значение информационной культуры в современности // Перспективы экономического развития и современные методы управления: Сборник материалов I Международной научно-практической конференции, 2018 - С. 48-51.

Выходные данные статьи:

Фурсова П. В., Кирсанов, В. А. Требования к сотрудникам IT сферы в России: основополагающие навыки и компетенции // Журнал «У». Экономика. Управление. Финансы., №2. 2020. URL: <https://portal-u.ru/index.php/journal/article/view/334>

Назарова Екатерина Андреевна
магистрант
ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет»
г. Ростов-на-Дону, Россия
kатыanazarova1996@mail.ru

Влияние маркетинговой стратегии на конкурентоспособность предприятия

В статье обосновывается необходимость разработки маркетинговой стратегии в целях повышения уровня конкурентности организации, рассматривается система управления маркетинговой деятельностью, ее зависимость от постоянных изменений в экономической среде. Определена степень значимости конкурентных преимуществ на современном рынке.

Ключевые слова: маркетинговая стратегия, конкурентоспособность, экономическая среда, предприятие, эффективность, управление маркетингом.

Nazarova Ekaterina
Master's Degree student
South Federal University
Rostov-on-Don, Russia
kатыanazarova1996@mail.ru

Influence of Marketing Strategy on the Competitiveness of the Enterprise

The article substantiates the need to develop a marketing strategy in order to increase the level of competitiveness of the organization, considers the marketing management system, its dependence on constant changes in the economic environment. The degree of significance of competitive advantages in the modern market is determined.

Keywords: marketing strategy, competitiveness, economic environment, enterprises, efficiency, marketing management.

В современных экономических условиях предпринимателям важно не только грамотно, но и эффективно отвечать на любые изменения на внешнем и внутреннем рынке на различных этапах продвижения продукции или услуг. Особенно тяжело реагировать на такие изменения в новых отраслях предпринимательской деятельности из-за отсутствия необходимого объема знаний и опыта работы, в силу этого руководители должны принимать решения в условиях некоторой неопределенности. Поэтому маркетинг в целом и разработка долгосрочной маркетинговой стратегии в частности при возникновении такого рода вопросов играют ключевую роль в управлении.

Сегодня любой компании важно учитывать мнение и удовлетворенность современного потребителя, что и помогают эффективно реализовывать основные инструменты маркетинга. Поэтому залогом успешной деятельности предприятия в рыночных условиях хозяйствования является выход на рынок, при условии создания более совершенной системы управления маркетинговой деятельностью с возможностью быстрой адаптации к постоянным хаотическим изменениям в экономической среде: качественным изменениям в материально-технических ресурсах, изменениям в поведении потребителей, посредников, конкурентов, изменениям темпов инфляции, процентных и налоговых ставок, производительности труда и т.д. [3].

Можно сказать, что управление маркетингом – это наука выбора целевых рынков, привлечения, удержания и увеличения количества потребителей путем создания необходимых условий и предоставление более высокой важности по сравнению с конкурентами. В первую очередь управление маркетингом включает в себя мероприятия по выбору стратегии и тактики, направленных на осуществление эффективной рыночной деятельности и, соответственно, извлечения максимальной прибыли на постоянной основе.

Конкурентоспособность предприятия можно оценить с помощью обобщающего показателя – уровня конкурентоспособности, который определяется соотношением доходов к расходам компании. Данный коэффициент показывает, как предприятие способно выживать в условиях рыночной неопределенности.

К конкурентным преимуществам фирмы можно отнести: высокую степень инновационной деятельности, высокий уровень производительности труда и рентабельности производства, способность быстро приспосабливаться к изменениям на рынке и эффективность долгосрочной маркетинговой стратегии. Чем больше конкурентных преимуществ у компании, тем более благоприятные условия она имеет для успешной деятельности на рынке.

На конкурентоспособность организации оказывает влияние научно-технический прогресс, появление и совершенствование информационных технологий в производстве, использование новейших изобретений и другие факторы макро и микросреды. Формирование конкурентных преимуществ является важной целью маркетинговой деятельности различных компаний: благодаря использованию маркетинговых инструментов, с одной стороны усиливается конкуренция на рынке, с другой стороны активизируется фирменный маркетинг, что требует разработки маркетинговой стратегии.

Маркетинговая стратегия — это совокупность долгосрочных решений относительно способов удовлетворения потребностей существующих и потенциальных клиентов компании за счет использования ее внутренних ресурсов и внешних возможностей [5]. Маркетинговая стратегия разрабатывается как составная часть общей стратегии развития бизнеса и должна ориентироваться на перспективные нововведения, учитывать изменения внешней и внутренней среды, а также отслеживать деятельность конкурентов и исследовать потенциальные рынки. Она помогает оставаться фирмам на плаву, заставляя их искать недостатки в своей деятельности и

учитывать положительный опыт компаний-конкурентов. Реализация маркетинговой стратегии является не только основной задачей отдела маркетинга, но и важным этапом маркетингового процесса, который разрабатывается и реализуется в компании на протяжении всего ее жизненного цикла.

Основной целью стратегического маркетинга является повышение конкурентоспособности предприятия и выявления рыночных угроз, в целях сохранения стабильного положения фирмы в долгосрочной перспективе. В первую очередь организации необходимо проанализировать конкурентную среду и понять, может ли она повлиять на способность двигаться в определенных направлениях. Также для успешной реализации маркетинговой стратегии требуется исследование целевой аудитории, чтобы своевременно определить возможные изменения в предпочтениях клиентов. Последним важным объектом анализа в стратегическом маркетинге является само предприятие: его внутренние возможности и внешние угрозы. К внутренним возможностям можно отнести: производство, кадры, финансы, организационную и маркетинговую структуру. Что касается внешних факторов, то это факторы макро и микросреды, такие как: поставщики, конкуренты, потребители, государственные органы и т.д.

Выбор конкурентной маркетинговой стратегии во многом зависит от конкурентной позиции фирмы в отрасли. В зависимости от возможностей и целей предприятия конкурентная маркетинговая стратегия может быть направлена: на привлечение новых потребителей, поиск новых возможностей использования товара, увеличение доли рынка, совершенствование ассортимента продукции и т.д. При грамотном использовании трудовых и материальных ресурсов вышеперечисленные направления маркетинговой стратегии помогут компании повысить свою конкурентоспособность на современном рынке.

Существуют три основных вида конкурентных маркетинговых стратегий: сфокусированные стратегии, стратегии дифференциации и стратегии преимущества в издержках. Сфокусированные стратегии направлены на создание продуктового или ценового преимущества в узком сегменте рынка, что позволяет добиться лучших результатов в достижении узконаправленной цели по сравнению с другими конкурентами. Стратегии дифференциации предполагают создание уникального товара, на который компания может назначить более высокую цену из-за его индивидуальности. Стратегии преимущества в издержках связаны с установлением низких цен на продукцию компании и привлечением тем самым большого количества новых покупателей. Маркетинг в данных стратегиях ориентирован на оценку перспективности сегментов рынка, выявление значимых потребностей покупателей, анализ изменений потребительских предпочтений и разработку операций по повышению уровня конкурентоспособности.

Таким образом, стратегический маркетинг помогает предприятию сохранять и повышать уровень конкурентоспособности по отношению к другим субъектам данного рынка, что обусловлено тем, что высокая степень конкурентоспособности является залогом стабильного и успешного функционирования предприятий.

Современный мир, в котором существует высокая конкуренция практически на всех рынках сбыта товаров и услуг, диктует такие условия, что каждой организации важно уделять особое внимание разработке и совершенствованию собственной маркетинговой стратегии в независимости от размера компании [1]. Таким образом, стратегия — это определённый план действий, нацеленный на грамотное позиционирование бизнеса предприятия и продвижение товаров или услуг.

Если условия для деятельности предприятия быстроразвивающиеся, то и подход к маркетингу должен быть связан с тем, чтобы лучше работать в

меняющемся состоянии, а не только увеличивать показатели продаж и прибыли. В стратегическом планировании важно установить именно долгосрочную связь с клиентами, а не разовую продажу товара. В силу этого огромную роль играет качество товара или выполняемой услуги, которые помогают определить будущее предприятия. И наконец, следующим немаловажным фактором успешной маркетинговой стратегии станет способность удержать клиента на долгое время. Фирма, добившаяся таких результатов, повысит лояльность бренду и автоматически будет выделяться на фоне остальных конкурентов. Однако, чем больше конкурентов у компании, тем больше усиливается актуальность маркетинга и заинтересованность у руководства в его эффективном управлении. Именно в такой ситуации маркетинг является ключевым звеном к увеличению дохода.

Таким образом, комплексное исследование вопросов конкурентоспособности организации дает возможность максимально использовать ее потенциал, разработать новые маркетинговые стратегии, совершенствовать существующие и создать новые каналы сбыта продукции.

Список источников и литературы

1. Абдразаков, Р.И. Многокритериальный подход к оценке конкурентоспособности организаций/ Р.И. Абдразаков// Менеджмент в России и за рубежом. –2016. –№ 2–с.22–27.

2. Василевская А.А., Лунин И.А. Конкуренция и ее роль в современной экономической системе // Материалы X Международной студенческой научной конференции «Студенческий научный форум». 2018. [Электронный ресурс]. — URL: <http://scienceforum.ru/2018/article/2018005176> (дата обращения: 30.03.2020).

3. Соседова А.В. Влияние маркетинговой деятельности на конкурентоспособность предприятия//Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2018. С. 85-88.

4. Шаисламова М. Р., Д. Р. Гафурова. Влияние стратегического маркетинга на конкурентоспособность предприятия // Молодой ученый. — 2015. — № 7 (87). — С. 510-513. [Электронный ресурс]. — URL: <https://moluch.ru/archive/87/17063> (дата обращения 20.04.2020).

5. Шауберт О.Ю. Разработка маркетинговой стратегии предприятия//Журнал проблемы экономики и менеджмента. 2016. С. 1-5.

Выходные данные статьи:

Назарова Е. А. Влияние маркетинговой стратегии на конкурентоспособность предприятия // Журнал «У». Экономика. Управление. Финансы., №2. 2020. URL: <https://portal-u.ru/index.php/journal/article/view/339>

Тарасова Наталья Евгеньевна

Преподаватель кафедры теории и технологий в менеджменте, кандидат
экономических наук, доцент
ФГАОУ ВПО «Южный федеральный университет»
Россия, г. Ростов-на-Дону
ntarasova@sfnedu.ru

Леонов Артем Петрович

Студент
ФГАОУ ВПО «Южный федеральный университет»,
факультет управления
Россия, г. Ростов-на-Дону
artem.leonow2012@yandex.ru

Финансовая политика банка: портфельный подход к управлению капиталом

В данной статье рассматривается роль портфельного метода как эффективного управления активами банка. Опираясь на масштабы оборота денежных средств в современном мире, а также огромное разнообразие активов, портфельный метод является одним из ключевых способов контролировать и приумножать свои средства. Также позволяя успешно диверсифицировать риски, следить за доходностью и ликвидностью банковских активов.

Ключевые слова: актив, диверсификация, инвестиционный портфель, капитал банка, кредитные средства.

Natalya Tarasova

PhD in Economics, Associate Professor
Department of the Theory and Technologies in Management
Southern Federal University
Rostov-on-Don, Russia
ntarasova@sfnedu.ru

Artem Leonov

Student
Southern Federal University, Management Department
Rostov-on-Don, Russia
artem.leonow2012@yandex.ru

Financial Policy of The Bank: Portfolio Capital Management

This article discusses the role of the portfolio method as an effective asset management of the Bank. Based on the scale of cash turnover in the modern world, as well as a huge variety of assets, the portfolio method is one of the key ways to control and increase your funds. It also allows you to successfully diversify risks, monitor the profitability and liquidity of Bank assets.

Keywords: asset, diversification, investment portfolio, Bank capital, credit facilities.

Современная экономическая система базируется на кредитно-денежной системе. Уже невозможно представить себе устойчивый финансовый рынок без стабильной кредитной системы. Именно кредитные средства являются основной движимой силой всего процесса обмена товарами и услугами. Заемные средства с одной стороны выступают благом, которое позволяет больше производить и больше потреблять, но с другой стороны не правильное управление уровнем денежной массы приводит к ужасающим катаклизмам экономической системы, как в 2008 году, что в свою очередь отражается на всех аспектах жизни общества. Это справедливо по отношению ко всем экономическим агентам, включая центральные банки различных стран, а также коммерческие организации. Грамотное управление собственным и заемным капиталом позволяет организации наращивать капитализацию. Ошибки же, допущенные в результате управления средствами, могут привести к ослаблению позиций на рынке и банкротству. Таким образом, результат любого банка отражается в степени эффективности управления капиталом, который вмещает в себя собственные и заемные средства.

В связи с этим проблема разработки концепции финансовой политики и обеспечения работы механизма формирования, реализации и оценки денежных средств является особо актуальной в наше время. Этот процесс

предполагает исследование субъектов, объектов, инструментов, а также предмета и конечной цели финансовой политики банками. Успех в управлении активами обеспечивает стабильность кредитно-денежной системы в долгосрочной перспективе, за что и отвечает банковский менеджмент.

Банк, выступающий в качестве одного из регуляторов кредитно-денежной системы, должен служить ориентиром в рамках грамотности по использованию и движению денежных средств. Основными источниками капитала банка являются средства вкладчиков и собственные вложения, которые и выступают объектами финансовой политики. Необходимость управления рисками, доходностью, ликвидностью, а также масштабами оборачиваемых средств, породило потребность в создании подхода для управления целыми группами различных ресурсов. Это привело к возникновению портфеля банковских активов – это наборы активов организации, которые сгруппированы по признаку однородности, с целью получения прибыли и диверсификации рисков. Наиболее распространены портфели следующих типов:

1. Инвестиционный;
2. Кредитный;
3. Торговый;
4. Портфель ценных бумаг.

Выделяют основополагающие задачи банка при составлении и диверсификации портфеля активов: [1]

1. Диверсификация портфеля, тем самым снижение совокупного риска и обеспечение наибольшей безопасности инвестиций;
2. Увеличение доходности и усреднение уровня ликвидности портфеля к большему показателю;
3. Планомерный рост капитализации банка;
4. Наращивание клиентской базы в разных направлениях.

Выборка активов в портфель должна быть обоснована определенного рода информацией, что предполагает сбор и анализ статистических данных. Для наилучшей эффективности портфельного подхода управления активами необходимо регулярно следить за состоянием рыночной конъюнктуры, а также своевременно реагировать на проведенный анализ, корректируя при этом состояние своего портфеля.

Процесс формирования портфеля выглядит в виде следующего алгоритма: [2]

1. Определение рискованности портфеля с его последующим сегментированием.
2. Изучения потребностей потенциальных покупателей услуг, предоставляемых банком.
3. Исследование возможностей банка по предоставлению выгодного предложения.
4. Формирование ассортимента услуг, выделение уникальности собственного предложения.
5. Возможность корректировки услуги для конкретного клиента.
6. Регулярный контроль за соблюдением риск менеджмента при формировании и дальнейшем управлении портфеля.

Необходимость своевременных действий банком по составлению или корректировке портфеля в зависимости от изменений рынка только усложняет процесс.

На российском рынке есть множество примеров успешного управления капиталом с помощью портфельного подхода. Так, Банк «ВТБ» за счет запуска новой модели продаж инвестпродуктов для массового сегмента увеличил выручку с инвестиционного портфеля в 6 раз, а кредитный портфель вырос на 10 % с начала года благодаря персональному подходу к кредитованию каждого клиента. Структура баланса банка «ВТБ» устроена таким образом, чтобы

максимально распределить капитал между разнородными активами, что позволяет получить оптимальное соотношение риск-прибыль. [3]



Рисунок 1 – Структура баланса ПАО «ВТБ»

В ПАО «Сбербанке» действует обязательная независимая экспертиза при выдаче кредитов. «Кредитная фабрика» обеспечивает оценку риска предоставленной услуги в реальном времени, исходя из которого кредиту присваивается определенный рейтинг.

Такой контроль кредитного портфеля позволяет компании с высокой точностью оценить уровень кредитного риска, что приводит к оптимизации доходности. [4]

На рисунке 2 мы видим, что кредитный портфель ПАО «Сбербанк» диверсифицирован очень грамотно. Инвестиционная политика банка же направлена на поддержку IT направления, в том числе в компании, которые рассчитывают выйти на IPO. Таким образом, банк не только ищет самые перспективные отрасли и предприятия, но и всячески боится от однородных убытков.

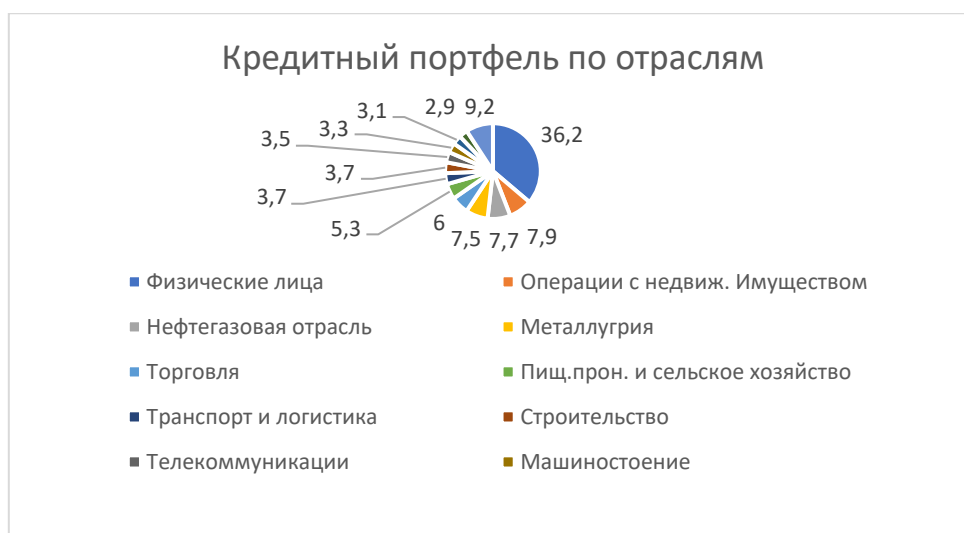


Рисунок 2 – Кредитный портфель ПАО «Сбербанк» по отраслям

Таким образом, Управление портфелем банка носит комплексный характер, главными критериями которого выступают доходность, риск, ликвидность. Все финансовые операции подвергаются жесткому контролю в рамках общей системы, благодаря чему и обеспечивается стабильность банков. Только жесткая дисциплина в сумме с продуманной системой управления может дать стабильный результат. В условиях такого масштабного оборота средств компании портфельный подход – это единственный выход к грамотному вложению активов компании и дальнейшего роста.

Список источников и литературы

1. Ровенский Ю. А., Русанов Ю. Ю. «Банковский менеджмент»: Учебное пособие. –М.: КНОРУС, 2016. –С. 319
2. Лаврушин О. И. «О денежно-кредитной и банковской политике»: Учебное пособие. –М.: КНОРУС, 2016. –С. 10-12
3. ПАО «ВТБ» Электронный ресурс «Розничный кредитный портфель» / Режим доступа: <https://www.vtb.ru/o-banke/press-centr/novosti-i-press-relizy/2019/07/2019-07-24-roznichnyy-kreditnyy-portfel-vtb-prevysil-3-trln-rublej/> (дата обращения: 27.11.2019)

4. ПАО «Сбербанк» Электронный ресурс «Годовой Отчет» / Режим доступа:

https://www.sberbank.com/common/img/uploaded/files/info/ifrs2019/ru_ifrs_presentation_4q19.pdf (дата обращения: 27.11.2019)

Выходные данные статьи:

Тарасова Н. Е., Леонов А. П. Финансовая политика банка: портфельный подход к управлению капиталом // Журнал «У». Экономика. Управление. Финансы., №2. 2020. URL: <https://portal-u.ru/index.php/journal/article/view/340>

Тарасова Наталья Евгеньевна
Преподаватель кафедры теории и технологий в менеджменте, кандидат
экономических наук, доцент
ФГАОУ ВПО «Южный федеральный университет»
Россия, г. Ростов-на-Дону
ntarasova@sfnedu.ru

Кадацкая Екатерина Дмитриевна
Студент
ФГАОУ ВПО «Южный федеральный университет»,
факультет управления
Россия, г. Ростов-на-Дону
kadatskaya.200025@gmail.com

Реклама и её роль в современном мире

В статье рассмотрено понятие рекламы. В статье анализируются основные цели рекламы. Показано, что реклама играет очень большую роль в современной экономике. Рассмотрена проблема эффективности рекламы на рынке. Особое внимание уделено влиянию рекламы на потребителя. В заключение раскрывается сравнение издержек на рекламу различных фирм на рынке.

Ключевые слова: реклама, рекламодатель, рынок, прибыль, влияние, информирование, производитель, потребитель.

Natalya Tarasova
PhD in Economics, Associate Professor
Department of the Theory and Technologies in Management
Southern Federal University
Rostov-on-Don, Russia
ntarasova@sfnedu.ru

Ekaterina Kadatskaya
Student
Southern Federal University, Management Department
Rostov-on-Don, Russia
kadatskaya200025@gmail.ru

Advertising and Its Role in The Modern World

This article examines the definition of the term advertising. The article analyzes the main goals of advertising. It is shown that advertising plays a very large role in the modern economy. The problem of the effectiveness of advertising in the market is considered. Particular attention is paid to the impact of advertising on consumers. In conclusion, a comparison of the costs of advertising well-known and still unknown companies in the market is revealed.

Keywords: advertising, advertiser, market, profit, influence, informing, producer, consumer.

В современном мире быстрое развитие темпов экономики требует от производителей усиленной работы над продвижением своей продукции и услуг, а также активной борьбы за «первое место» на рынке. Именно поэтому, каждое предприятие испытывает потребность в рекламировании товаров и услуг, а также пытается найти наиболее рациональные и выгодные методы использования рекламы с наименьшими затратами.

Сейчас часто можно заметить различную рекламу какого-либо продукта. Но для начала стоит разобраться, что же такое «реклама»?

Постараемся дать рекламе четко-сформулированное понятие.

Для начала рассмотрим утверждение рекламного агентства "МакканЭрик-сонИнкорпорейтед", занимающегося разработкой общенациональных рекламных кампаний для фирмы "Кока-кола", о том, что реклама — это "хорошо пересказанная правда". И ведь это отчасти правда. Данное высказывание помогает понять, что же есть реклама в современном мире.

Другими словами, реклама – это вид маркетинговой деятельности, который занимается распространением главной информации о продукте, для

привлечения внимания потребителя и в дальнейшем привлечения большего количества покупателей.

Как уже было сказано выше, реклама — это распространение той необходимой информации, благодаря которой, люди могут больше узнать о товаре или услуге. Помогает ли это людям? На этот вопрос скорее стоит ответить положительно, так как при большом обилии продукции или услуг на рынке, человек теряется при выборе товара (услуги). Реклама, в свою очередь, обеспечивает всей необходимой информацией покупателя, что в дальнейшем помогает человеку определиться и сделать выбор в пользу именно этого товара (услуги).

В современном мире реклама необходима для привлечения внимания потенциального потребителя. Далее его необходимо заинтересовать в том или ином товаре или услуге. Именно поэтому реклама создается такой, чтобы сразу «бросалась в глаза». Яркие картинки, запоминающиеся видеоролики, энергичная музыка, а также запоминающиеся образы и ассоциации: все это необходимо для того, чтобы оставить «след в памяти» покупателя и убедить его вернуться именно к этому товару через какое-то время.

Польза рекламы прослеживается очень хорошо: она полезна для потребителя. Мы уже знаем, что реклама помогает при выборе товаров или услуг, а также принимать лучшее и рациональное решение о приобретении продукции, обеспечивая потенциального покупателя информацией, которую позволяет видеть производитель, и в которой нуждается потребитель.

В настоящее время, во многих странах мира происходит приобщение населения к здоровому образу жизни через рекламу. Мы часто можем наблюдать пропаганду, к примеру, использования натуральных добавок, витаминно-минеральных комплексов или спортзалов, что помогает людям лучше следить за собственным здоровьем.

Реклама, в какой-то степени, является мотиватором. Она может стимулировать трудовую деятельность людей. Человек, видя идеализированную картинку в рекламе, подсознательно стремится жить также. Он испытывает потребности в комфортном и теплом жилье, хорошей машине или отдыхе на море. Стремление к идеальной жизни, которую человек видит по телевизору, заставляет его работать усерднее, улучшая при этом эффективность своего производства, различные показатели и увеличивая продажи или дополнительную выгоду для предприятия. После этого он будет награжден, и сможет добиться цели, которую поставил перед собой, увидев красочную и интересную рекламу.

Цели рекламы могут быть разные, в зависимости от стороны производителя или потребителя.

Если отдельно рассматривать сторону производителя и потребителя, мы можем выделить разные преследуемые ими цели.

Для производителя главной целью рекламы является продвижение своего продукта или услуги на рынке, а после этого извлечения большей прибыли. Ему важно, чтобы с наименьшими затратами, как можно больше людей узнало о том, что он производит и выпускает. Пропагандируя свою торговую марку различными путями, есть вероятность того, что о ней узнает большее количество человек, и рыночная доля производителя будет стремительно расти. Когда покупатели обратили внимание на его продукцию, продавец всеми способами будет стараться увеличивать спрос на нее, а также ему необходимо, чтобы покупатель запомнил именно его продукцию. Он влияет на покупателя таким образом, чтобы тот при покупке в дальнейшем выбрал именно этот продукт. В этом заключается еще одна цель рекламы.

Для потребителя главной целью рекламы служит предоставление всей информации о продукте или услуге, а также ему важно вовремя узнавать о выходе нового продукта на рынок. Рекламодатель старается учитывать все

предпочтения и потребности своего клиента, поэтому реклама создается и направляется именно на потребителя. Рекламное дело предусматривает рассмотрение и анализ психологии потребителя и того, чем он руководствуется при выборе товара или услуги. Если реклама грамотно составлена, то она будет учитывать все важнейшие детали, которые необходимо знать покупателю.

Если реклама грамотно составлена, то она будет учитывать все важнейшие детали, которые необходимо знать покупателю.

На сегодняшний день реклама стала неотъемлемой частью жизни людей, оказывая очень большое влияние на общество. Рекламные кампании создаются таким образом, чтобы в большей или меньшей степени повлиять на желание потребителя приобрести определённый товар или услугу. Кроме того, реклама принимает участие в формировании потребительского спроса и, часто, с помощью нее у людей возникают искусственные потребности. Даже когда человек не планировал покупку в ближайшее время, рекламная кампания будет действовать таким образом, чтобы человек менял свое мнение.

Основная цель влияния рекламы на потребителя: чтобы потребитель приобрел предлагаемый товар или услугу. Цель достигается за счет применения хорошо аргументированных доказательств в пользу продукции. Рекламодатель показывает только положительные качества, очень часто скрывая недостатки. И к тому же, рекламодатели убеждают нас в том, что продукция может решить проблемы, которые в данный момент волнуют покупателя. Это является очень хорошим аргументом в доказательство того, что продукт или услуга является хорошим, так как приносит пользу.

Но стоит отметить, что повлиять на решение человека не всегда простая задача. Если он не заинтересован в приобретении продукта или услуги, то он будет отстаивать именно свою точку зрения, и не поддастся уловкам рекламы.

На данный момент при быстром развитии темпов экономики любому предприятию необходима хорошая клиентская база. Поэтому предприниматели часто используют рекламу для привлечения покупателей. Но что же на самом деле привлекает внимание клиентов в рекламе?

Изначально реклама создается таким образом, чтобы она сразу «бросалась» в глаза и легко воспринималась. В настоящее время рекламодатели стараются использовать различные методы создания рекламы для усиленного привлечения клиентов. Приведем несколько примеров:

- Яркая иллюстрация, картинка или видео. Это самое первое, что может привлечь внимание покупателя. Цвет играет большую роль в восприятии человеком окружающего мира. Умелое сочетание цветов на контрасте позволяет, в какой-то степени, управлять мышлением человека, вызывая определенные эмоции. Производители привлекают клиентов, манипулируя цветовой гаммой.

- Необычный заголовок, который сразу заинтересует покупателя. Заголовок составляется таким образом, чтобы реклама помогала людям решать их проблемы. Она стремится обеспечить потребителя информацией, которая будет ему полезна. Может даже прослеживаться обращение к людям. Такая стратегия очень эффективна при привлечении клиентов, так как они сами заинтересованы в этом.

- Необычная подача: использование песен, шуток, рифмы, которые хорошо запоминаются и «оставляют отпечаток» у людей в памяти. Человек легко вспомнит такую рекламу, когда ему это необходимо или даже в самый неожиданный момент.

В настоящее время лишь некоторые организации владеют способностью эффективно использовать рекламу в своей маркетинговой деятельности. Большая часть рекламных кампаний проводится без заранее продуманного плана, что может снижать эффективность.

Но эффективность рекламы заключается в нескольких факторах, которые дадут наилучший эффект, если использовать их все вместе.

К таким факторам относятся:

- яркая иллюстрация или использование (если это уместно) «шокирующей» картинки;
- простота и доступность;
- конкретная и понятная информация;
- достоверность;
- местоположение рекламы (реклама даст больший эффект, если будет расположена в начале или середине страницы, а не в самом конце).

Реклама будет наиболее эффективна тогда, когда нравится потребителю, но ведь важна не только реклама, но и проделанная работа после нее, которая соответствует тому, что заявлено рекламе. А также необходимо, чтобы реклама соответствовала качеству, полезности и внешнему виду продукции.

Как уже было сказано, одной из целей рекламы является извлечение дополнительной выгоды, поэтому важно не уйти в убыток, ведь тогда реклама будет не эффективной.

В зависимости от компании, на рекламу тратится разный процент прибыли предприятия. Например, если фирма уже известна аудитории (Google, Microsoft, Apple, Nike и др.), то на рекламу будет тратиться минимальный процент прибыли компании (5-10%), потому что такие бренды не нуждаются в рекламе.

Если продавец только «выходит» на рынок с товаром, о котором раньше никто не знал и никому не был известен, но производитель уверен в том, что продукт или услуга принесет в дальнейшем прибыль, на рекламу может уходить до 50% прибыли. Но реклама в данном случае необходима такому продавцу, ведь реклама - это распространение сведений о товаре (в основном достоинств) и с помощью различных видов массовой информации (интернет,

телевидение, печать, радио и др.), а продавцу важно, чтобы о нем узнали как больше человек.

Подводя итог, можно сделать вывод, что в современном мире реклама является неотъемлемой частью экономики. Без рекламирования трудно распространять информацию и продвигать какой-либо товар, ведь он просто «потеряется» в потоке продукции и потребители никогда не узнают о нем.

Реклама помогает людям с решением многих проблем. Например, человек может узнать всю необходимую информацию о товаре, даже не выходя из дома. Она также может помочь с трудным выбором, который встал перед покупателем или оповестить человека о различных проводимых в данный момент скидках и акциях, что позволит извлечь дополнительную выгоду покупателю.

При анализе эффективности рекламы обычно идет сравнение продаж до ее выхода и после. В большинстве случаев продажи растут, что приносит больше прибыли производителям, продавцам и организациям.

Список источников и литературы

1. Антипов К.В. Основы рекламы. Учебник. 3-е изд.- М.: Дашков и К, 2018. - 128 с.
2. Бернадская Ю.С. Основы рекламы. – М.: «Наука», 2005. – 14 с.
3. Мандель, Б. Р. Психология рекламы: история, проблематика: учеб. пособие / Б. Р. Мандель. - М.: ФЛИНТА, – 2013. – С. 13;
4. Приоритетность каналов распространения рекламной информации
Электронный ресурс «Студенческая библиотека онлайн» / Режим доступа: <https://studbooks.net/> (дата обращения 18.04.2020)
5. У.Уэллс, Дж. Бернет, С. Мориарти. Реклама: принципы и практика. — СПб.: «Питер», 2012. – 32 с.

Выходные данные статьи:

Кадацкая Е. Д., Тарасова Н. Е. Реклама и ее роль в современном мире // Журнал «У». Экономика. Управление. Финансы., №2. 2020. URL: <https://portal-u.ru/index.php/journal/article/view/333>

Довгополая Екатерина Олеговна
студентка
Академия труда и социальных отношений
г.Москва, Россия
ekaterinadavgopolaya@yandex.ru

Стратегия развития региона

В статье автором представлен анализ стратегического планирования в условиях функционирования современной экономики. Рассмотрено использование современных управленческих технологий, реализуемых для успешного развития субъектов.

Ключевые слова: регион, стратегия, развитие региона, управление, региональное планирование, социально-экономического развитие.

Dovgopolaya Ekaterina
student
Academy of Labor and Social Relations
Moscow, Russia
ekaterinadavgopolaya@yandex.ru

Regional Development Strategy

In this article, the author presents an analysis of strategic planning in the context of the functioning of the modern economy. The use of modern management technologies implemented for the successful development of subjects is considered.

Keywords: region, strategy, regional development, management, regional planning, socio-economic development.

Правительства любого уровня – государства, федерального округа, республики, края области, муниципального образования заинтересованы в повышении благосостояния жителей своей территории, которое заключается в создании условий для комфортной жизни; уменьшении нищеты и безработицы, оздоровлении населения, улучшении экологии, увеличении качества образования и культурного просвещения. При этом необходимо

обеспечивать равенства возможностей населения, а также создание условий, которые способствовали бы росту самоуважения людей в результате формирования социальной, политической, экономической и институциональной систем, ориентированных на уважение человеческого достоинства.

В наши дни можно наблюдать тенденцию увеличения ответственности регионов за результаты социально-экономического развития, которое определяется, в свою очередь, как макроэкономическими условиями, так и субъективными факторами; в большей мере – методами регионального управления.

Для успешной реализации деятельности, направленной на социально-экономическое развитие того или иного субъекта, органы региональной администрации активно используют различные современные управленческие технологии [1]:

- методы стратегического развития региона;
- региональный маркетинг, включающий в себя различные программы развития региона, брендинг, имидж и позиционирование региона;
- инструменты региональной промышленной политики: ресурсные, институциональные, организационно-экономические.

Здесь важно понимать, что новые управленческие технологии требуют непрерывного обновления знаний персонала администрации, что влечет за собой постоянные вложения в человеческий капитал городов и регионов. Для создания эффективной команды администрации и поддержания актуальности знаний, умений и навыков ее членов, целесообразно вовремя и на постоянной основе проводить семинары, стажировки и тренинги, не исключая использование приемов бенчмаркинга, тем самым, повышая квалификацию служащих.

Ни для кого не секрет, что основой создания динамично развивающегося региона является грамотное стратегическое управление его развитием. В последние годы органы государственного управления и экспертное сообщество уделяют особое внимание стратегическому планированию развития регионов, которое формируются путем определения целей и критериев управления, анализа стратегических целей и конкурентных преимуществ, нацеленное на создание эффективного сценария совокупности действий долговременного характера, направленных на повышение уровня благосостояния граждан, создание условий, обеспечивающий высокий уровень качества жизни. Оно позволяет задать единое направление развития, согласовав деятельность политических и общественных организаций, органов государственного управления и различных сообществ, которые, тем или иным образом, оказывают влияние на развитие региона. Этот вектор формируется с учетом территориальных особенностей и экономико-географических конкурентных преимуществ.

При создании стратегического плана развития региона, прежде всего, определяются цели развития, учитывая анализ сильных и слабых сторон региона, а также его внешней среды. Далее эксперты используют информацию о имеющихся преимуществах территории и анализируют возможность создания новых [4, 5].

Следующим шагом выступает разработка концепции развития, из которой вытекает создание плана конкретных действий и, собственно, осуществление стратегии. По итогам реализации каждой стратегии обязательно проводится оценка ее эффективности и результативности, корректируются цели и методы ее достижения. Данный анализ происходит не просто на основе реализации плана, а является результатом конкретных управленческих действий, сделанных в рамках стратегического плана.

В настоящее время, руководителями административно - территориальных образований все в большей степени осознается необходимость комплексного стратегического планирования. Необходимо разрабатывать качественный план регионального управления, который создает благоприятный деловой климат для привлечения инвесторов и концентрации инвестиционных ресурсов на приоритетных, наиболее эффективных «точках роста», что, в последствии позволяет стимулировать развитие взаимосвязанных секторов экономики, грамотно распределять ограниченные ресурсы территориального бюджета и средств частных инвесторов на ключевых направлениях, а также достигать поставленных целей по развитию региона и реализовать потенциальные возможности для успешной деятельности управления регионом.

Список источников и литературы

1. Видяпина, В. И., Степанова, М. В. Региональная экономика: учебник/ Видяпина, В. И., Степанова, М. В.– М.: ИНФРА-М, 2007. – 666 с
2. Напреенко В.Г., Нариньяни А.С., Смирнов Е.П. Моделирование региональной экономики: новый уровень качества и безопасности. Финансы, экономика, безопасность. — 2005. — №4 (9)
3. Цыпин И. С., Цыпина С. И. Стратегия развития экономики России до 2030 г. (Опыт, проблемы, перспективы) // Сб. материалов Всероссийской научно-практической конференции, апрель 2013 г. М.: Минобрнауки России, МГИУ, 2013. С. 15-26.
4. Демина Л.М., Дивина Т.В. Исследование потребительских предпочтений на основе экспертных оценок: учебно-методическое пособие. М.: МГИУ, 2012. - 56 с.
5. Дивина Т.В., Петракова Е.А., Вишневский М.С. Основные методы анализа экспертных оценок // Экономика и бизнес: теория и практика. 2019. № 7. С. 42-44.

Выходные данные статьи:

Довгополая Е. О. Стратегия развития региона // Журнал «У». Экономика. Управление. Финансы., №2. 2020. URL: <https://portal-u.ru/index.php/journal/article/view/346>

Галимова Файруза Фаизовна

магистрант

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Башкирский государственный университет»

Уфа, Россия

fairuza.bikbaeva@yandex.ru

Алешкина Ольга Вячеславовна

к.э.н., доцент кафедры «Общая экономическая теория»

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Башкирский государственный университет»

Уфа, Россия

aleshkina_o@mail.ru

Структура интеллектуального капитала

Данная статья описывает структуру интеллектуального капитала с учетом особенности российской экономики. Сохранение, управление и использование интеллектуального капитала - ведущие задачи для конкурентоспособной организации. Решение поставленных вопросов невозможно без сбалансированного структурирования элементов интеллектуального капитала.

Ключевые слова: интеллектуальный капитал, человеческий потенциал, кадровый потенциал, структурный капитал, организационный капитал, интеллектуальные активы фирмы.

Galimova Fairuza

student

Federal state budgetary educational institution of higher education «Bashkir state
University»

Ufa, Russia

fairuza.bikbaeva@yandex.ru

Aleshkina Olga

Phd in Economics, associate Professor

Federal state budgetary educational institution of higher education «Bashkir
state University»

Ufa, Russia

aleshkina_o@mail.ru

The Structure of Intellectual Capital

This article describes the structure of intellectual capital, taking into account the specifics of the Russian economy. The preservation, management and use of intellectual capital are key challenges for a competitive organization. The solution of these issues is impossible without a balanced structuring of the elements of intellectual capital.

Keywords: intellectual capital, human potential, human resources, structural capital, organizational capital, intellectual assets of the company.

В складывающихся в настоящий момент условиях, обуславливающих негативные процессы в экономике, интеллектуальный капитал фирмы становится одним из движущих факторов, определяющим конкурентоспособность организации. Закономерности развития оказали существенное влияние на факторы роста капитализации компании, важное значение среди которых получили интеллектуальные ресурсы. Интеллектуальный потенциал фирмы подразумевает инновационность [1], дает возможность максимизировать прибыль и ценность бизнеса, которые указывают на эффективность деятельности. Поэтому данная тема является актуальной в настоящее время.

Говоря об интеллектуальном капитале, выделяют структурный, человеческий и клиентский капиталы. Перечисленные виды интеллектуального капитала создают добавленную стоимость и влияют на эффективность ее хозяйственной деятельности. Все указанные элементы интеллектуального капитала в своей взаимосвязи проявляются посредством принятия различных интеллектуальных решений в конкретных отраслях деятельности, как внутренних, так и внешних. Каждый из перечисленных видов имеют присущие только им признаки, отвечающие за реализацию

индивидуальных задач. Поэтому важным является использование всех составляющих интеллектуального капитала в деятельности фирмы [5].

Под человеческим капиталом понимаются набор знаний и навыков людей, его составляющих, который определяет возможность кадров предпринимать необходимые решения в целях внедрения инновационных подходов, что служит обновлению и развитию фирмы. В свою очередь человеческий капитал включает в себя: функциональный, квалификационный, организационный, личностные качества. Для достижения поставленных целей необходимо иметь высококвалифицированные и организованные кадры, возможность активно использовать навыки и способности сотрудников [2]. Высокая квалификация индивидов, а также их организационные качества позволяют внедрять ранее не использовавшиеся подходы и методы деятельности; личностные и функциональные же качества позволяют внедрять новые, ранее недоступные бизнес-идеи.

Структурный капитал представляет собой внутреннее устройство всех ресурсов компании, грамотная организация которых позволяет эффективно функционировать как внутренним ее составляющим, так и внешним. В тоже время вспомогательные активы должны оптимизировать ресурсы фирмы. Объекты интеллектуальной собственности позволяют защитить новые продукты от использования их конкурентами, а также создавать собственные рынки сбыта.

Назначением клиентского капитала является создание продолжительных, взаимовыгодных отношений, основанных на взаимной выгоде организации с одной стороны и ее учредителями и конечными бенефициарами, работниками, клиентами, агентами, иными субъектами с другой стороны. Данный элемент играет значимую роль в развитии фирмы, обретении ею стабильности в занятой рыночной нише.

На практике главным элементом интеллектуального капитала российских компаний выступает человеческий капитал как совокупность знаний и навыков, устойчивых качеств кадров. Важную роль для эффективной деятельности организаций, таких как строительных, нефтегазовых, финансовых, играют квалификационные и функциональные элементы человеческого капитала, так как для данных отраслей характерно регулярное совершенствование интеллектуальных активов. Личностные, организационные элементы человеческого капитала – торговля, пищевая промышленность, транспортная промышленность, связи, так как в данных отраслях необходимо организация сбытовой и коммуникационной политики [3].

В структурном капитале российских компаний присутствуют составляющие, дающие возможность своевременно и в надлежащей степени отвечать на рыночные колебания. В первую очередь, здесь необходимо выделить компании в сфере интеллектуальных технологий (ИТ), строительной и нефтегазовых отраслей, так как им свойственно широкое применение высокоинтеллектуальных составляющих [4]. Характерной особенностью данных отраслей является наибольшая подверженность к преобразованию и эволюционированию. Характерную роль в поддержании конкурентоспособности предприятия клиентский капитал играет в торговле, в сфере услуг.

Таким образом, к структурированию интеллектуального капитала компании должны подходить сбалансировано, учитывая специфику отрасли, в которой они осуществляют деятельность. Именно такой подход позволит максимизировать добавленную стоимость и наиболее эффективно повысить уровень капитализации компании.

Список источников и литературы

- 1 Алешкина О.В. Влияние интеллектуального капитала на экономику региона // Экономика и управление: научно-практический журнал. 2019. № 1 (145). С. 22-25.
- 2 Алешкина О.В., Тимирбаева О.О. Интеллектуальный капитал: определение и его особенности // Вектор экономики. 2018. № 2 (20). С. 30-37.
- 3 Белкин, В.Н., Белкина, Н.А. Организационный капитал предприятия // Экономика региона. 2019. Т. 12. № 3. 838 с.
- 4 Галимова А.Ш., Бикбаева Ф.Ф. Развитие и укрепление кадрового потенциала организации // Аллея науки. – 2018. – № 5 (21). – С. 63-67.
- 5 Колпакова, О.В. Интеллектуальная собственность как элемент интеллектуального капитала // Монография: М.: КноРус, 2016. – 70 с.

Выходные данные статьи:

Галимова Ф. Ф., Алешкина О. В. Структура интеллектуального капитала // Журнал «У». Экономика. Управление. Финансы., №2. 2020. URL: <https://portal-u.ru/index.php/journal/article/view/348>

Корниенко Елизавета Витальевна

студент

Оренбургский филиал ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени им. Г.В. Плеханова»

г.Оренбург, Россия

lizzabetka1999@mail.ru

Отношение современного студента к вегетарианству

Одной из важных составляющих жизнедеятельности человека является питание. Именно оно во многом влияет на здоровье организма и в целом на самочувствие человека. В данной статье проводится исследование отношения студентов к здоровому питанию и отказу от животной пищи.

Ключевые слова: питание, вегетарианство, здоровое питание, растительная пища, отказ от мяса, здоровый образ жизни.

Kornienko Elizaveta

Student

Orenburg branch OF fgbou VO “Russian economic University. G. V. Plekhanov”

Orenburg, Russia

lizzabetka1999@mail.ru

The Attitude of The Modern Student to Vegetarianism

One of the important components of human life is nutrition. It largely affects the health of the body and overall well-being of the person. This article examines the attitude of students to healthy eating and rejection of animal food.

Keywords: nutrition, vegetarianism, healthy food, vegetable food, refusal of meat, healthy lifestyle.

Актуальность работы обуславливается тем, что в настоящее время человечество более рационально подходит к выбору того, чем и как питаться.

Целью проведения выборочного обследования являлось выявление отношения к вегетарианству студентов направления экономика

Оренбургского филиала Российского экономического университета имени Г.В. Плеханова, студенты Оренбургского филиала РГУ нефти и газа им. И.М. Губкина и студенты Оренбургского государственного университета.

Место проведения исследования – город Оренбург, Оренбургский филиал «РЭУ им. Г.В. Плеханова», Оренбургский государственный университет и филиал РГУ нефти и газа им. И.М. Губкина в г. Оренбурге.

Задачи исследования:

- 1) Выяснить, какой пище студенты отдают предпочтение;
- 2) Выявить, известна ли студенту польза вегетарианства;
- 3) Выявить осведомленность студентов о существовании различных видов вегетарианства;
- 4) Проанализировать, каково отношение современного студента к растительному питанию;

Основным инструментом исследования является анкета, состоящая из 10 вопросов, которая позволяет решить поставленные задачи. В анкетном опросе приняли участие 65 человек: 21 человек (студенты первого и второго курса) Филиала РГУ нефти и газа им. И.М. Губкина в г. Оренбурге, 19 человек Оренбургского государственного университета и 25 студентов четвертого курса направления экономика Оренбургского филиала РЭУ имени Г.В. Плеханова.

Для того чтобы выявить отношение студентов к вегетарианству, было проведено социологическое исследование.

Объектом анкетного опроса являются студенты Оренбургского филиала «РЭУ имени Г.В. Плеханова» направления экономика, а также студенты Оренбургского филиала РГУ нефти и газа (НИУ) имени И.М. Губкина и Оренбургского государственного университета.

Предметом исследования стало отношение молодежи к растительному питанию и вегетарианству.

Отказ от животной пищи таит в себе многолетнюю историю и сперва он носил религиозный характер. Сравнительно недавно, по итогу множественных научных исследований, ученые пришли к выводу, что древние люди были вегетарианцами и мясо не употребляли, за исключением кризисных периодов. Лишь во времена ледникового периода, когда привычная пища, включающая в себя фрукты, овощи и орехи стала недоступной, нашим предкам, чтобы выжить, пришлось употреблять в пищу [2].

Причинами приобщения к вегетарианскому стилю питания относят медицинские показания, нравственно-этические принципы, а также традиции национального и религиозного характера. С точки зрения медицинских суждений вегетарианство имеет свои недостатки, такие как: дефицит витаминов А, В12 и Д, а также проблемы с усвоением железа. Однако следует отметить, что грамотный и сбалансированный рацион из растительной пищи может быть полноценным и безопасным для здоровья [4].

Общество весьма сомнительно относится к вегетарианству, однако следует отметить, что около 10-11% населения нашей планеты уже придерживается питания растительной пищей. В большинстве своем, приверженцами данного стиля питания является молодежь в возрасте 14-30 лет [5]. Привлекательность вегетарианства состоит в том, чтобы вести здоровый образ жизни и не причинять вреда животным [1].

В ходе исследований по всему миру было выявлено, что вегетарианцы по сравнению с людьми, употребляющими в пищу мясо, в 3 раза реже болеют сахарным диабетом, болезнями сердца и нарушениями обмена веществ, поэтому наблюдается повышенный интерес в изучении отношения современной молодежи к растительному питанию и его актуальности в студенческой среде [3].

Студентам Оренбургских университетов был задан вопрос: “Как Вы относитесь к вегетарианству?”. Наибольшей популярностью пользуются

ответ: “Считаю, что это личный выбор каждого” (48,8%), 33,3% студентов считают таких людей странными, и (17,9%) респондентов ответили: “Отношусь к вегетарианству положительно” (рис.1).

Также на рассмотрение студентами был предоставлен второй вопрос: “Какой пище Вы отдаете предпочтение?” 33,3% опрошенных студентов ответили, что они предпочитают животную пищу, 19% проголосовали за растительную пищу и 47,6% ответили: “Поровну” (рис. 2).

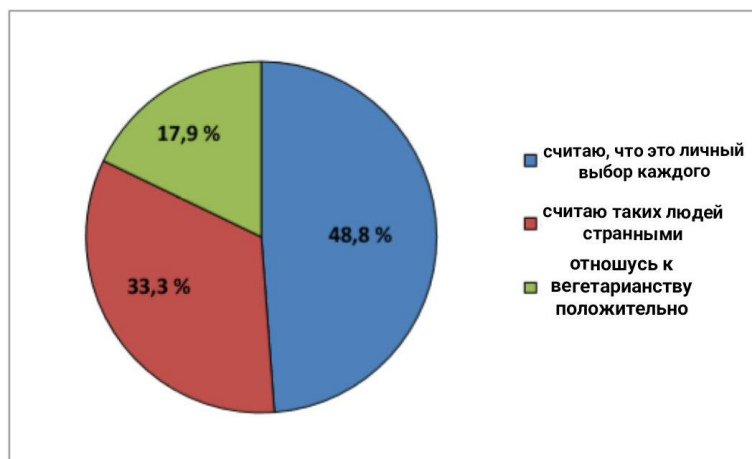


Рисунок 1 – Как Вы относитесь к вегетарианству?

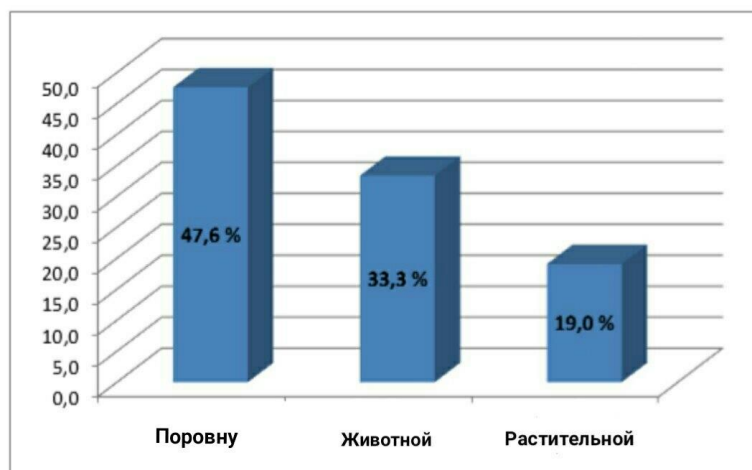


Рисунок 2 – Какой пище Вы отдаете предпочтение?

На вопрос “Известна ли Вам польза вегетарианства?” 32% опрошенных ответили “Да”, 68% студентов польза растительного питания не известна (рис. 3).

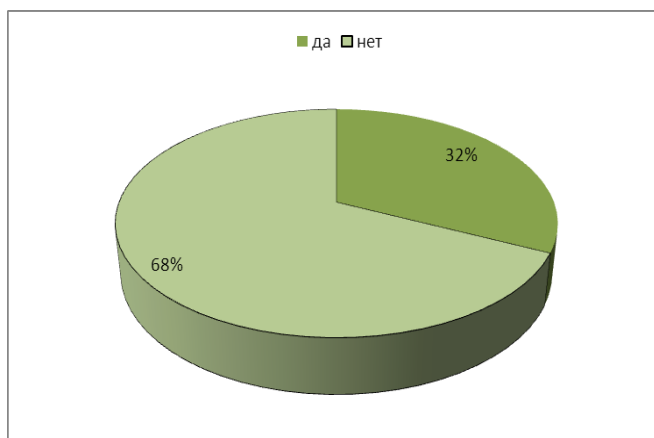


Рисунок 3 – Известна ли Вам польза вегетарианства?

После этого был задан вопрос: “Какова Ваша причина перехода на вегетарианство?” На вариант ответа “Этическая” пришлось 84,5%, “Медицинская” - 10,7%, по другим причинам – 4,8% (рис. 5).

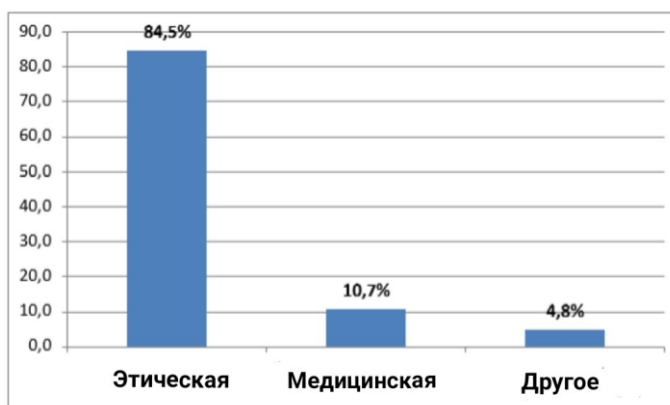


Рисунок 4 – Какова Ваша причина перехода на вегетарианство?

Так как в 21 веке достаточно распространено питание в ресторанных заведениях, и оно является модной тенденцией среди молодежи, то был задан следующий вопрос “Как Вы отнесетесь к открытию специализированного кафе для вегетарианцев в городе Оренбурге?”

78% опрошенных респондентов ответили “Нейтрально”, 21% молодежи проголосовал за открытие подобного заведения и 1% высказался “Отрицательно” (рис. 6).

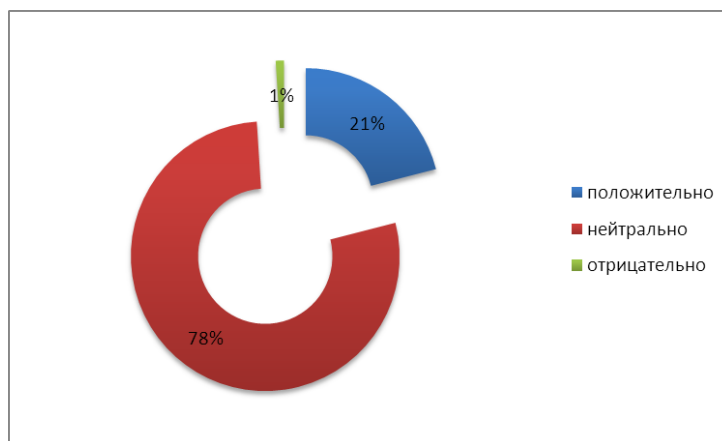


Рисунок 5 – Как Вы отнесетесь к открытию специализированного кафе для вегетарианцев в городе Оренбурге?

Итак, по итогу проведенного исследования можно сказать о том, что среди студентов и молодежи наблюдается недостаточная грамотность в вопросах рационального питания и пользы вегетарианской пищи, потому существует необходимость проведения информационно-разъяснительных мероприятий по профилактике неправильного питания, а, следовательно, и связанных с ним нарушений здоровья молодого организма.

Список источников и литературы

1. Гичев Юрий, Веганы против мясоедов. В поисках золотой середины. / Ю. Гичев. – М.: Издательство “Питер”, 2019. – 170 с.
2. Ильичев, В.Ю. Вегетарианство. 1001 факт. / В.Ю. Ильичев. – М.: Издательские решения, 2017. – 217 с.
3. Круглова, Наталья Андреевна Вегетарианство для начинающих / Круглова Наталья Андреевна. – М.: Феникс, 2015. - 574 с.
4. Линдси, Никсон Растительная диета. Скажи “да” своему здоровью / пер. Суханова Анастасия. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2017. – 240 с.
5. Стив, Розен Вегетарианство в мировых религиях / Розен Стив. - М.: Философская Книга, 2017. – 852 с.

Выходные данные статьи:

Корниенко, Е. В. (2020). Отношение современного студента к вегетарианству // Журнал «У». Экономика. Управление. Финансы., №2. 2020.

URL: <https://portal-u.ru/index.php/journal/article/view/354>

Жуляев Евгений Павлович
студент 4 курса, факультета финансы и кредит
Кубанский государственный аграрный университет имени И.Т.
Трубилина
г. Краснодар, Россия
Zhulyaev2012@mail.ru

Агапов Илья Александрович
студент 4 курса, факультета финансы и кредит
Кубанский государственный аграрный университет имени И.Т.
Трубилина
г. Краснодар, Россия
Pama99@mail.ru

Дикарева Ирина Анатольевна
старший преподаватель кафедры денежного обращения и кредита
Кубанский государственный аграрный университет имени И.Т.
Трубилина
г. Краснодар, Россия
fn-kredit@yandex.ru

Денежный мультипликатор в современных финансовых системах

В статье рассматривается механизм действия денежного мультипликатора и его роль в выстраивании экономической политики Центральными банками.

Ключевые слова: денежный мультипликатор, денежная масса, денежная база, денежные агрегаты, Центральный банк, кредитно-денежная политика.

Zhulyaev Yevgeny
student
Kuban State Agrarian University
Krasnodar, Russia
Zhulyaev2012@mail.ru

Agapov Ilya
student
Kuban State Agrarian University
Krasnodar, Russia
Pama99@mail.ru

The Money Multiplier in The Modern Financial Systems

The article considers the mechanism of action of the money multiplier and its role in the formation of economic policy by Central banks.

Key words: money multiplier, money supply, money base, money aggregate, Central Bank, monetary policy.

Предметом исследования настоящей статьи является механизм действия денежного мультипликатора – коэффициента, показывающего взаимосвязь между денежной массой (совокупным денежным предложением в стране) и денежной базой, размер которой регулируют центральные банки. Его изучение не теряет актуальности в современном мире, так как, зная о том, как меняется объём денежной массы в зависимости от изменения денежной базы, центральные банки могут адекватно выстраивать свою экономическую политику, избегая повышения (или наоборот, понижения) уровня инфляции, вызванной факторами совокупного спроса. Теоретическое осмысление связи изменений денежной базы и денежной массы началось с начала XX века с разработки концепции расширения банковских депозитов К. Викселем в связи с развитием системы создания депозитов банковской системы, само понятие денежного мультипликатора возникло в 1960-х годах. Тогда было замечено, что банковская система способна создавать дополнительную денежную массу из своей денежной базы (то есть, из своих пассивов) через механизм «кредиты – депозиты – кредиты». Однако сам термин денежный мультипликатор возник лишь в 1960-х годах.

Так как денежный мультипликатор показывает зависимость изменения денежной массы от изменения денежной базы, то вначале необходимо рассмотреть эти два понятия. Денежной массой принято обозначать «совокупность наличных и безналичных покупательных и платёжных средств, обеспечивающих обращение товаров и услуг в экономике, которыми располагают частные лица, институциональные собственники (предприятия, объединения, организации) и государство»[1]. Другими словами, это величина наличных и безналичных денег в обороте экономики. В наличные средства входят бумажные деньги – неразменные эмитируемые центральными банками банкноты, и монеты – металлические денежные знаки, изготовленные по определённому стандарту. Под безналичными деньгами понимаются резервы коммерческих банков в центральном банке деньги на счетах коммерческих банков (депозиты).

В зависимости от поставленных задач рассматриваются различные денежные агрегаты – элементы денежной массы. Центральным банком США, Федеральной резервной системой (ФРС), рассчитываются такие агрегаты, как M1 (наличные деньги, дорожные чеки, вклады до востребования и другие чековые счета) и M2 (все компоненты M1 и срочные депозиты до 100 тыс. долл., сберегательные вклады и депозитные счета денежного рынка, паи во взаимных фондах денежного рынка, краткосрочные вклады в евродолларах и соглашения о покупке ценных бумаг с обратным выкупом). Центральный банк России рассчитывает агрегаты по-другому, что связано с такими особенностями российской экономики, как нечековая природа вкладов до востребования в Сбербанке. Банк России публикует данные о M0 (наличные деньги) и M2 (наличные деньги, депозиты населения и предприятий в коммерческих банках, срочные депозиты и до востребования в Сбербанке, средства на расчётных, текущих и специальных счетах предприятий,

организаций и граждан). В дальнейшем мы будем использовать агрегаты M2 как показатели денежной массы.

Главным компонентом денежной массы является денежная база – наличные средства населения, а также резервы коммерческих банков по рублёвым депозитам в центральном банке. Денежная база является наиболее ликвидной составляющей денежной массы. Так как эмиссия наличных денег находится в ведении центральных банков, а резервы коммерческих банков регулируются обязательной нормой банковских резервов («размер обязательных резервов в процентном отношении к обязательствам кредитной организации»[3]), так же устанавливаемой ЦБ, то выходит, что денежная база – та составляющая денежной массы, которая полностью контролируется центральными банками стран. Действительно, в создании совокупного денежного предложения участвуют и коммерческие банки (выдавая кредиты и регулируя норму своих фактических резервов выше обязательной), и домашние хозяйства с предприятиями (решая, открывать депозит в банке или же хранить деньги «под подушкой»). Поэтому центральные банки не могут держать под контролем весь объём денежной массы без введения каких-либо принудительных мер (что недопустимо в современных демократических обществах и ведёт к уходу большей части реальной экономики в тень), они могут влиять лишь на денежную базу. В Российской Федерации различают денежную базу в узком определении (аналогичную предыдущему описанию) и денежную базу в широком определении, в которую включаются ещё корреспондентские счета и депозиты коммерческих организаций в центральном банке, обязательные резервы по вкладам в иностранной валюте, облигации Банка России у кредитных организаций. В дальнейшем анализе денежная база будет употребляться в своём узком определении.

Для расчёта денежного мультипликатора необходимо использовать данные, предоставляемые Центральным Банком Российской Федерации.

Результаты расчётов за 2010-2017 года представлены в таблице 1. Величина денежного мультипликатора в этот период растёт на 99,5 п.п. с 324% до 423%. Лишь в 2015 году наблюдается снижение показателя на 20 п.п. вследствие сокращения темпов роста денежной массы, что может быть объяснено обвальным падением рубля в декабре 2014 года и последующим повышением ключевой ставки Банка России до 17% годовых, проведённым с целью прекращения паники на валютном рынке[4], и ограничения возросших девальвационных и инфляционных рисков[5]. В остальные годы денежный мультипликатор растёт неравномерно, оставаясь почти неизменным в 2012 по сравнению с 2011 и совершая резкий скачок в 50 п.п. в 2016 году, когда происходит снижение денежной базы.

Таблица 1– Расчёт денежного мультипликатора в России на 1 января каждого года с 2010 по 2017 год.

Годы	Денежная масса М2, млрд руб.	Денежная база в узком определении, млрд руб.	Денежный мультипликатор, %
2010	15267,6	4 715,9	323,75
2011	20 011,9	5 912,7	338,46
2012	24 204,8	7 149,6	338,55
2013	27 164,6	7 959,7	341,28
2014	31 155,6	8 598,2	362,35
2015	31 615,7	9 139,8	345,91
2016	35 179,7	8 745,9	402,24
2017	38417,9	9 076,1	423,29

Рассчитана автором на материалах: Центральный банк Российской Федерации [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.cbr.ru>

Актуальная информация о состоянии мировой валюты – доллара, публикуется на сайте Федеральной резервной системы США (ФРС) – центрального банка страны. Данные публикуются каждый четверг. Необходимо учитывать, что в соответствии с Федеральной резервной системой денежная масса М2 охватывает больше компонентов. По данным из

таблицы 2 видно, что с 2010 по 2015 денежный мультипликатор снижался с 436,74% до 291,81% на 144,93 п.п., а затем начал возрастать и в январе 2017 года достиг 368,91%, что хоть и на 77,1 п.п. выше показателя в 2015 году, но не вернулся на уровень 2010 года. При этом за весь период показатель денежной массы рос, а на изменение динамики мультипликатора влияло изменение денежной базы. Снижение денежной базы происходило из-за того, что коммерческие банки оставляли больше резервов сверх обязательных из-за наплыва вкладчиков вследствие финансового кризиса 2008 года и начавшегося вслед за ним мирового экономического кризиса.

Таблица 2 – Расчёт денежного мультипликатора в США по средним недельным показателям января каждого года с 2010 по 2017 год.

Год	Денежная масса М2, трлн долл.	Денежная база, трлн долл.	Денежный мультипликатор, %
2010	8476,3	1940,8	436,74
2011	8840,7	2044,2	432,48
2012	9739,4	2637,2	369,31
2013	10465,0	2741,7	381,69
2014	11039,1	3728,5	296,07
2015	11722,3	4017,1	291,81
2016	12448,5	3792,7	328,22
2017	13263,9	3595,4	368,91

Рассчитана автором на материалах: Money Stock and Debt Measures - H.6 Release // Board of Governors of the Federal Reserve System [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.federalreserve.gov/releases/h6/default.htm> ; Aggregate Reserves of Depository Institutions and the Monetary Base - H.3 [Электронный ресурс] // Board of Governors of the Federal Reserve System Режим доступа: <https://www.federalreserve.gov/releases/h3/default.htm>

На основе данных представленных таблиц можно заключить, что Банк России с 2013 года может оказывать более сильное влияние на состояние денежной массы, чем Федеральная Резервная служба США и таким образом проводить более успешную кредитно-денежную политику. Например, по заявлению Центрального Банка России к концу 2017 года цель достигнуть уровня темпа инфляции в 4% будет успешно достигнута.

Список источников и литературы

1. Чепурин М.Н. Курс экономической теории: учебник для вузов / [М.Н. Чепурин и др.]; под общ. ред. М.Н. Чепурина, Е.А. Киселевой; МГИМО(У) МИД России. - 7-е изд., доп. и перераб. - Киров: АСА, 2010. - 875 с. - Авт. указаны на обороте тит. л. - ISBN 978-5-85271-287-5.
2. Е. А. Киселева Макроэкономика. Экспресс-курс. - 2-е изд., стер. изд. - М.: КноРус, 2008.– С.149-151
3. Ф3 "О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)" от 10.07.2002 № 86-ФЗ
4. Аналитики: Повышение ключевой ставки ЦБ до 17% годовых призвано укрепить рубль [Электронный ресурс]//RT на русском. Режим доступа: <https://russian.rt.com/article/64673>
5. Центробанк поднял ключевую ставку до 17% [Электронный ресурс]//РБК.Режим доступа: <http://www.rbc.ru/finances/16/12/2014/548f58d72ae5966d31a64d76>
6. Money Stock and Debt Measures - H.6 Release // Board of Governors of the Federal Reserve System [Электронныйресурс]. Режим доступа: <https://www.federalreserve.gov/releases/h6/default.htm>
7. Aggregate Reserves of Depository Institutions and the Monetary Base - H.3 [Электронныйресурс] // Board of Governors of the Federal Reserve System Режимдоступа: <https://www.federalreserve.gov/releases/h3/default.htm>

Выходные данные статьи:

Жуляев Е. П., Агапов И. А., Дикарева И. А. Денежный мультипликатор в современных финансовых системах // Журнал «У». Экономика. Управление. Финансы., №2. 2020. URL: <https://portal-u.ru/index.php/journal/article/view/357>

Жакбаров Жавохир Уткирбек угли
студент
Поволжский государственный технологический университет
Йошкар-Ола, Россия
Javohirjakbarov@gmail.com

Ссудный процент: теоретические аспекты и понятия

В данной статье обобщены и систематизированы основные теоретические аспекты ссудного процента как инструмента формирования денежно-кредитных отношений в экономике. Приведенные в рамках данного исследования положения дополняют существующие научные работы, связанные с исследованием категории «ссудный процент», и могут быть использованы на практике в целях совершенствования процессов кредитования на современном этапе.

Ключевые слова: ссудный процент, кредитование, кредит, денежно – кредитные отношения, финансы.

Jakbarov Javohir
Student
Volga State Technological University
Yoshkar-Ola, Russia
Javohirjakbarov@gmail.com

Loan Interest: Theoretical Aspects and Concepts

This article presents and summarizes the main theoretical aspects of loan interest as a tool for the formation of monetary relations in the economy. The provisions given in the framework of this study complement the existing scientific work related to the study of the category “loan interest” and can be used in practice in order to improve lending processes at the present stage.

Keywords: loan interest, lending, credit, monetary relations, finance

В современных условиях возрастает значимость денежно-кредитных отношений, развитие которых тесно связано с понятием «ссудного процента».

Кредитные средства предоставляются на условиях срочности, возвратности и платности, которые являются ключевыми принципами предоставления денег в долг. При этом принцип платности предусматривает взимание некой платы за пользование денежными средствами с лица, которое данные средства получило. Данная плата, как правило, определяется путем умножения исходной суммы, выданной заемщику, на некоторую процентную ставку с учетом времени пользования денежными средствами – ссудный процент. Таким образом, через ссудный процент реализуется на практике принцип платности кредита, что неизбежно в условиях рыночной экономики, когда за пользование любыми ресурсами – как денежными, так и материальными нужно платить. Другими словами, можно отметить, что фактически должник возвращает не только полученные от кредитора финансовые ресурсы, но и плату за пользование данными ресурсами.

Далее следует остановиться на определении понятия «ссудный процент». Можно отметить, что ссудный процент представляет собой денежные средства, которая подлежат уплате лицом, получившим кредитные средства, кредитору за предоставленную данному лицу возможность использования финансовых ресурсов в течение установленного временного периода [5].

При рассмотрении ссудного процента необходимо учитывать его возможную величину, которая в целом может быть абсолютно любой. Так, в настоящее время денежные средства выдаются в долг и под 10% годовых и под 300%, если говорить, например, о микрофинансовых организациях. Основной критерий - минимальное значение ссудного процента должно покрывать затраты, понесенные кредитором в связи с привлечением средств. Далее кредитором закладывается норма прибыли, верхнее значение которой не ограничивается, однако должно вызывать спрос на данные средств со стороны потенциальных заемщиков. Подчеркнем, что на практике на

величину ссудного процента оказывает влияние целый ряд разного рода факторов, которые могут быть разделены на две группы[4]:

- внешние факторы. К данной группе следует отнести такие значимые макроэкономические показатели как ключевая ставка, периодически устанавливаемая Банком России, текущий и прогнозируемый уровень инфляции в стране, и др.;

- внутренние факторы. Данная группа факторов включает в себя срок, на который предоставляются заемные средства, степень надежности заемщика, установленная по результатам его проверки кредитором (анализа данных кредитной истории, изучения финансового положения – уровня доходов и расходов).

Ссудный процент в современных условиях является одной из ключевых финансово-экономических категорий, играющей важную роль в экономике, развитии кредитных отношений. Благодаря ссудному проценту обеспечивается баланс интересов заемщика и кредитора, а кредиторы получают материальный стимул для выдачи средств в долг. При этом заемщики, получив кредитные средства, тем самым получают и возможность для развития своего бизнеса, а также заинтересованы в максимизации объемов своей прибыли в целях компенсации затрат, связанных с уплатой ссудного процента за пользование заемными денежными средствами.

Таким образом, можно сделать вывод, что сущность данной финансово-экономической категории может быть выражена через выполняемые ей функции[2]:

- первая функция предполагает необходимость компенсации издержек кредитора, с которыми сопряжено получение заемных ресурсов. Чем выше величина данных издержек, тем больше будет ставка ссудного процента;

- вторая функция связана со стимулированием заемщика к избранию наиболее перспективных, эффективных способов управления полученными

заемными средствами. От того, насколько эффективно заемщик распорядится полученными финансовыми ресурсами, зависит, сможет ли он в дальнейшем отдать взятый кредит;

- третья функция предусматривает регулирование при помощи кредита и ссудного процента объемов денежной массы, находящейся на данный момент в обращении в стране.

Благодаря реализации данных функций ссудным процентом, во многом достигается стимулирование экономического роста и развития.

Необходимо отметить, что оценка текущей величины ссудного процента позволяет сделать выводы о ситуации в экономике.

В ситуации, когда ставка ссудного процента растет, субъекты экономической системы имеют меньше возможностей для получения заемных средств. В результате, могут иметь место как негативные последствия, связанные со стагнацией экономики, так и положительные, связанные с тем, что кредиты в подобных условиях получают преимущественно перспективные заемщики [1].

Напротив, снижение ставки ссудного процента ведет к тому, что заемные средства становятся более доступными и хозяйствующие субъекты получают возможности для их получения и использования, например, в целях развития, расширения своего бизнеса [3]. Однако заемные средства стимулируют рост и развитие лишь в некоторой временной перспективе, так как необходимо понимать, что является невозможным постоянное наращивание объемов кредитной задолженности.

Можно сделать вывод, что для сбалансированности экономики, развития денежно-кредитных отношений необходима и сбалансированность величины ссудного процента.

Таким образом, нами были рассмотрены основные аспекты понятия «ссудный процент» как экономической категории, вмещающей в себя

ключевые стороны отношения, выстраиваемых между кредитором и заемщиком в ходе движения ссудного капитала.

Список источников и литературы

1. Белозеров С. А., Мотовилов О. В. Банковское дело. - М.: ИНФРА-М, 2018. – 252 с.
2. Богомолов Е.В. Финансирование экономического развития без ссудного процента // Экономика. Налоги. Право. - 2016.- №4. – С. 72-78.
3. Лаврушин О.И. Базовые основы теории кредита и его использование в современной экономике // JER. - 2017. - №2. – С. 6-15.
4. Пугачева А. А., Родионова Е.В. Исторические и современные аспекты кредитных отношений // Инженерные кадры - будущее инновационной экономики России Материалы Всероссийской студенческой конференции: в 8 частях. Йошкар-Ола: ПГТУ, 2015. С. 109-111.
5. Тавасиев А.М. Банковское кредитование: учебник. - М.: Дашков и К, 2018. – 318 с.

Выходные данные статьи:

Жакбаров Ж. У. у. Ссудный процент: теоретические аспекты и понятия // Журнал «У». Экономика. Управление. Финансы., №2. 2020. URL: <https://portal-u.ru/index.php/journal/article/view/360>

Челпанова Анна Вячеславовна

студент

ГБОУ ВО «Поволжский государственный технологический
университет»

г. Йошкар-Ола, Россия

ancha.chelpanova@gmail.com

Сущность криптовалюты, её преимущества и недостатки

В статье представлено комплексное авторское исследование оценки важности применения криптовалюты в современном мире и выработка стратегии её внедрения в общий обиход.

Ключевые слова: криптовалюта, блокчейн, транзакция, валюта

Chelpanova Anna

student

State Budgetary Educational Institution of Higher Education "Volga State
Technological University"

Yoshkar-Ola, Russian Federation

ancha.chelpanova@gmail.com

The Essence of Cryptocurrency, Its Advantages and Disadvantages

A comprehensive author's study of the essence of cryptocurrency, its advantages and disadvantages. Assessing the importance of its application in the modern world and developing a strategy for introducing cryptocurrencies into everyday life.

Keywords: cryptocurrency, blockchain, transaction, currency

В век повсеместного распространения информационных технологий чрезвычайно востребованы универсальные платежные средства, которыми можно было бы рассчитываться в электронном пространстве без привязки к определенной стране или учреждению. Таким средством и стала криптовалюта.

Криптовалюта является виртуальной формой валюты, цифровой по своей природе, и используется в качестве средства обмена между участниками

в одной сети. Она отличается от традиционных способов оплаты тем, что не регулируется и не контролируется правительством или финансовыми учреждениями, а контролируется компьютерными алгоритмами. А также пользователи записывают транзакции вместо третьих лиц, а именно банков.

Назвать деньгами криптовалюту сложно. Ведь в нашем понимании за деньгами всегда что-то стоит, а в данном случае стоимость криптовалюты определяется только спросом на нее, то есть если спрос увеличивается, то криптовалюта дорожает, если уменьшается – дешевеет. Но хочу сразу отметить, что любую криптовалюту можно быстро обменять на реальные деньги через специальные сервисы - обменники.

На данный момент существует более 4500 криптовалют. Но лишь на некоторые из них присутствует высокий спрос, остальные так и остаются неизвестными и со временем заканчивают свое функционирование. Самой известной криптовалютой является биткойн, созданный еще в 2009 году.

Где можно хранить криптовалюту? Любая криптовалюта хранится в специальных программах - онлайн кошельки. Важно знать, что под каждую криптовалюту идет свой индивидуальный кошелек, универсального онлайн кошелька, где можно бы было хранить все приобретенные вами криптовалюты, не существует.

На самом деле, криптовалюта несет всеобщую надежду на новое поколение валюты и, скорее всего, станет новым средством обмена в будущем. Но до этого криптовалюта будет проходить процесс постоянного улучшения. Но уже сегодня ее можно применять для оплаты товаров и услуг во многих интернет-магазинах и крупных торговых площадках, также она подходит для долгосрочных инвестиций. Многие пользователи просто покупают монеты и ждут удачного момента, чтобы их продать после повышения курса. Например, за несколько лет курс биткойна вырос в сотни и даже тысячи раз.

Судя по текущей ситуации, криптовалюты имеют много преимуществ, но также имеют некоторые недостатки, с которыми должна столкнуться реальность.

Валюты во всем мире сталкиваются с инфляцией, но это невозможно в криптовалютах. Когда выпускается какая-либо новая валюта, уже решено, сколько криптовалют развивать. Например, в биткойнах можно добывать только 21 миллион, и никто не может увеличить их количество. Поэтому криптовалюте чужда инфляция.

Также отмечу, что, когда традиционные валюты переводятся между двумя странами, они сталкиваются с несколькими контрольно-пропускными пунктами, на которые часто влияет национальная и региональная политика. В ней присутствует много ограничений, которые весь процесс передачи делают трудоемким и более продолжительным. Криптовалюты же могут позволить пользователям в разных странах и регионах мира добиться эффективной передачи.

Создание криптовалюты основано на блокчейне, это удобно тем, что все транзакции осуществляются через анонимную идентификацию и сохраняются там, ни одна организация или персонал не сможет их изменить. Блокчейн всегда показывает реальную статистику, каждый может ее просмотреть в любое время. Поэтому он полностью прозрачен и безопасен.

Большим плюсом криптовалюты является то, что для использования системы не нужно указывать никаких персональных данных, это позволяет сохранить анонимность и сокрыть свои расходы от правительства, финансовых учреждений или маркетинговых компаний.

Также по сравнению с кредитными и дебетовыми картами транзакционные издержки очень низкие. Кредитные карты взимают очень высокую комиссию при переводе денег из одного банка в другой. Но это не относится к методам криптовалюты.

Ну а теперь добавим в мед дегтя. Доступ к криптовалютам в кошельке можно получить с помощью приватного ключа, выдаваемого владельцу. Если личный ключ зашифрованной валюты утерян, служба поддержки клиентов не предоставляется. Поэтому, если ваш приватный ключ украден или забыт, это означает, что зашифрованная валюта потеряна и не может быть восстановлена.

Инвестировать в криптовалюту – это значит, что вы сможете ее легко продать и купить. Но цена криптовалюты может измениться в любой момент, так что это слишком рискованно. Ее цена может внезапно возрасти и может внезапно упасть. Поэтому волатильность рынка – еще один минус криптовалюты.

Факт того, что транзакция не может быть отслежена, имеет как преимущества, так и недостатки. Поскольку транзакции нельзя отследить, потому что криптовалюта использует децентрализованную сеть, и поскольку она не контролируется какой-либо организацией или каким-либо центральным банком, ее используют такие люди, как преступники и торговцы наркотиками, поэтому этот факт считается недостатком.

В настоящее время криптовалюта не получила такого большого признания, что является серьезным препятствием для ее развития. В любом случае, необходимо создать общественный форум, чтобы люди могли задавать вопросы для лучшего понимания криптовалюты.

Некоторые страны начали использовать эту форму валюты, и она хорошо работает для них, например, Швейцария. В этой статье освещаются преимущества и недостатки использования криптовалют. Очевидно, что поскольку традиционные методы торговли все еще очень популярны, людям нужно время, чтобы приспособиться к этому методу.

У криптовалюты еще есть будущее, но для значительного воздействия потребуется много времени. Еще предстоит проделать определенную работу

по просвещению общественности, но в целом в мире есть огромный потенциал.

Список источников и литературы

1. Инфляция и антиинфляционная политика в России
Михайлова О.М., Родионова Е.В.
Научно-методический электронный журнал Концепт. 2016. № Т26. С. 586-590.

2. Руденко Е.О., Красова Е.В. Возможности и перспективы развития криптовалют // Международный студенческий научный вестник. – 2015. – № 4-3.;

3. Вахрушев Д.С. Криптовалюта как феномен современной информационной экономики: проблемы теоретического осмысления // Интернет-журнал Науковедение. – 2014. – №5 (24). – С. 156-158.

4. Руденко Е.О., Красова Е.В. Возможности и перспективы развития криптовалют // Международный студенческий научный вестник. – 2015. – № 4-3.

5. Официальный сайт Википедии <https://ru.wikipedia.org/wiki/криптовалюта> (дата обращения: 15.06.2020г.)

6. Официальный сайт "Биткоин" <https://bitcoin.org/ru/faq#what-are-the-advantages-of-bitcoin> (дата обращения: 15.06.2020г.)

Выходные данные статьи:

Челпанова А. В. Сущность криптовалюты, её преимущества и недостатки // Журнал «У». Экономика. Управление. Финансы., №2. 2020.
URL: <https://portal-u.ru/index.php/journal/article/view/362>

Алдамов Ринат Биранович
магистр
ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет»
Ростов-на-Дону, Россия
aldamov_rinat@mail.ru

**Развитие ресурсной базы пенсионного обеспечения
на мезоэкономическом уровне**

В статье анализируются демографические особенности и состав доходов граждан, проживающих в настоящее время в Ростовской области. Установлена динамика величины прожиточного минимума по основным социально-демографическим группам населения за период 2016-2018 гг., обоснованы приоритетные направления, способствующие развитию ресурсной базы пенсионного обеспечения.

Ключевые слова: пенсия, регион, Ростовская область, доходы, демографические группы.

Aldamov Rinat
master
FSAEI of HE Southern Federal University
Rostov-on-Don, Russia
aldamov_rinat@mail.ru

**Development of the Resource Base of Pension Provision at the
Meso-economic Level**

The article analyzes the demographic characteristics and income composition of citizens currently living in the Rostov Region. The dynamics of the subsistence minimum for the main socio-demographic groups of the population for the period 2016-2018 is established, the priority directions that contribute to the development of the resource base of pension provision are justified.

Key words: pension, region, Rostov region, incomes, demographic groups.

В современной экономике денежные средства пенсионных фондов,

аккумулируемые в виде пенсионных накоплений граждан той или иной страны, являются важным источником долгосрочных капиталовложений, что, в свою очередь, стимулирует хозяйственную активность и рост экономики. С учётом сказанного, актуальными и своевременными являются работы, направленные на развитие ресурсной базы пенсионного обеспечения на мезоэкономическом уровне. Рассмотрим обозначенные тенденции на примере Ростовской области.

На сегодняшний день Ростовская область является одним из наиболее густонаселённых регионов среди субъектов Российской Федерации и занимает 6-е место по количеству проживающих граждан. На 1 января 2018 года в Ростовской области проживало более 4220,4 тыс. человек, что составляет 3,1 % от общей численности граждан РФ. В составе и структуре проживающих в регионе граждан преобладают горожане, численность которых равна 2871,4 тыс. человек, что составляет 67,3 % от общего количества проживающих в Ростовской области.

За период 2016-2018 гг. в структуре консолидированного бюджета Ростовской области (сумма бюджетов Ростовской области и муниципальных образований региона) отмечается рост удельного веса таких укрупнённых групп расходов, как: здравоохранение, образование, физическая культура и спорт. Среднедушевые денежные доходы проживающих в Ростовской области граждан в 2018 году выросли относительно уровня 2017 года на 4,4 %, составив 28,9 тыс. руб.

При этом в 2017 году показатель сложился на уровне РФ, в 2016 году реальные денежные доходы населения области превысили среднероссийский показатель на 1,2 п. п.

Одним из базовых индикаторов выявления реальной материальной обеспеченности граждан в соответствии с величиной доходов является показатель денежного эквивалента прожиточного минимума. В таблице 1

отражена динамика величины прожиточного минимума по основным социально-демографическим группам населения за период 2016-2018 гг [].

Таблица 1 - Динамика величины прожиточного минимума по основным социально-демографическим группам населения за период 2016-2018 гг.

Категория граждан	Годы			Динамика	
	2016	2017	2018	+, -	%
Все граждане	9565	9667	9675	110	1,15
Трудоспособные граждане	10170	10280	10282	112	1,10
Пенсионеры	7753	7832	7843	90	1,16
Дети	10021	10126	10153	132	1,32

Анализ информации, представленной в таблице 1 позволяет сказать, что величина прожиточного минимума в 2018 году увеличилась к уровню 2016 года на 1,15 % в целом в отношении всех категорий граждан, проживающих в Ростовской области и составила 9675 рублей. Для категории трудоспособных граждан указанный показатель составил в 2016 г. 10170 руб., в 2018 г. 10282 руб. (+112 руб.), для пенсионеров – 7753 руб. в начале анализируемого периода, 7843 руб. – в конце. (+90 руб.), для детей 10153 руб. в 2018 г. (+132 руб. по сравнению с 2016 г.).

Исследование эконометрических параметров социально-экономической дифференциации жителей Ростовской области показало, что по такому показателю, как доля граждан с денежными доходами ниже величины прожиточного минимума в Ростовской области в 2018 году составляет 13,4 %, что несколько выше, чем в Российской Федерации (12,9 %). (Рисунок 1).

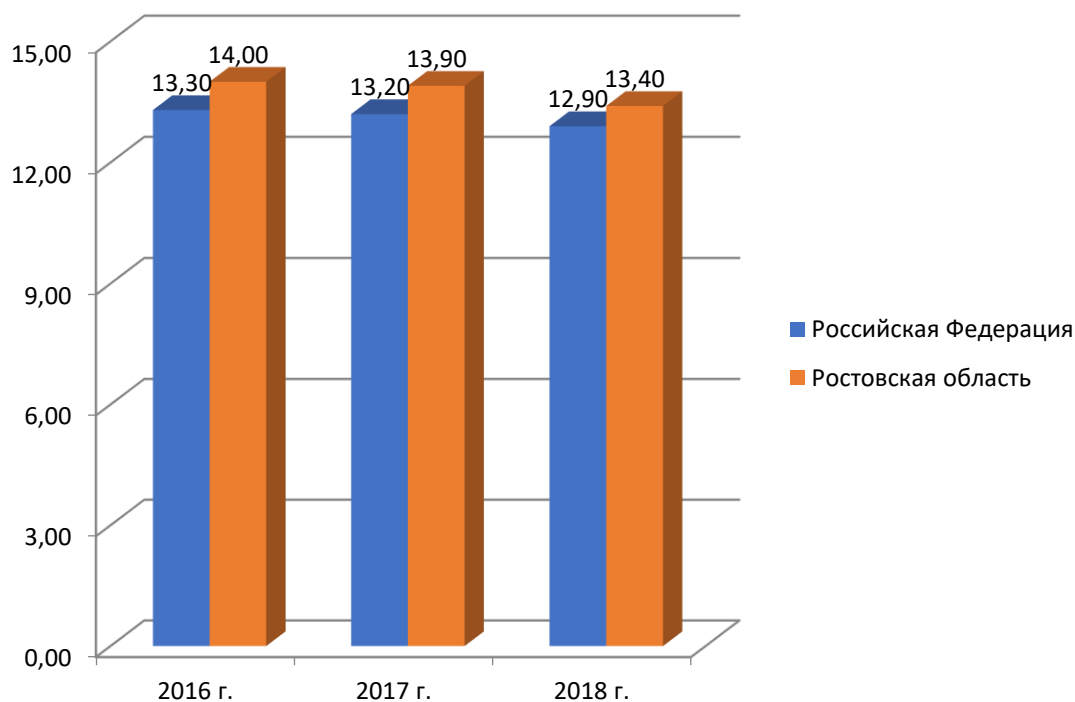


Рисунок 1 - Графическая интерпретация доли граждан, с денежными доходами ниже величины прожиточного минимума, %

Необходимо отметить, что в Ростовской области пока не удаётся выполнить целевые показатели, заданные Указом президента Российской Федерации от 7 мая 2012 г. №597 «О мероприятиях по реализации государственной социальной политики» в части повышения ежемесячной заработной платы работников здравоохранения и образования до 200 % по отношению к среднерегиональной. В структуре заработных план работников бюджетной системы отмечается значительный дисбаланс между величиной должностного оклада, доля которого постоянно снижается за период 2016-2019 гг., и разнообразными нерегулярными стимулирующими и иными дополнительными выплатами, критерии начисления которых непрозрачны и слабо контролируются государственными структурами федерального и регионального уровней.

В результате подобной практики, руководители и главные бухгалтера

бюджетных учреждений региона начисляют себе заработные платы, существенно превышающие размер оплаты труда других работников бюджетного учреждения. Подобная практика создаёт напряжённость во взаимоотношениях и негативно отражается на качестве работы.

В завершение отметим, что реализация установленных Указом президента РФ целевых нормативов в части заработных плат работников бюджетного сектора позволит усилить платёжеспособный спрос в Ростовской области, тем самым появится дополнительная предпосылка, укрепляющая инвестиционную привлекательность региона. В числе приоритетных направлений, способствующих развитию ресурсной базы пенсионного обеспечения, необходимо отметить следующие:

1. Предоставление государственных гарантий. Федеральный закон «О страховании вкладов в банках Российской Федерации» от 23 декабря 2003 г. №177-ФЗ устанавливает государственную гарантию по вкладам физических лиц – граждан России в кредитных организациях РФ в размере до 2 млн рублей [5]. В своё время, разработка и принятие указанного законодательного акта, способствовали укреплению доверия граждан к банковской системе РФ. Как показывают данные исследований [3], с момента вступления в силу данного закона объём денежных средств, размещённых россиянами на банковских депозитах, увеличился в несколько раз. В связи со сказанным, представляется целесообразным внедрение аналогичного механизма государственных гарантий в части, касающейся пенсионных накоплений граждан.

По нашему мнению, практическая реализация подобного механизма может быть воплощена в виде расширения участников Агентства страхования вкладов за счёт функционирующих на рынке пенсионных фондов и управляющих компаний, работающих с пенсионными отчислениями граждан Российской Федерации.

2. В целях стимулирования участия пенсионных фондов, в том числе

иностранцев, в экономике Ростовской области в качестве инвесторов, представляется необходимой разработкой стимуляционного инструментария, представляющего собой комплекс организационно-экономических и административных механизмов, направленных на создание благоприятных условий для инвестиционной деятельности пенсионных фондов на мезоэкономическом уровне [6]. К числу указанных инструментов необходимо отнести предоставление налоговых льгот в отношении региональных налогов и сборов (пониженные процентные ставки, отсрочки по срокам уплаты, упрощённый порядок подготовки и сдачи налоговой отчётности и т. д.). По нашему мнению, с учётом долгосрочного характера инвестиций пенсионных фондов, наиболее привлекательными для них может быть реализация крупных инфраструктурных проектов в транспортно-логистической сфере, энергетике и т. п.

Практическая реализация предлагаемых мер способствует повышению качества пенсионного обеспечения граждан РФ, проживающих в Ростовской области, увеличению их доходов, формированию предпосылок для устойчивого роста экономики региона.

Список источников и литературы

1. Боева К. Ю. Современные методы управления / Боева К. Ю., Володин Р. С., Григан А. М. и др. // КроРус, М. - 2016.
2. Официальный сайт Правительства Ростовской области <https://www.donland.ru>, дата обращения 25 мая 2020 г.
3. Зайцева Т. В. Анализ системы страхования вкладов и деятельности АСВ: перспективы страхования вкладов в современной банковской системе РФ / Зайцева Т. В., Бурдова А. А. // Экономика и бизнес: теория и практика. 2018. №6. С. 80-82.
4. Официальный сайт Ростовстата <https://rostov.gks.ru>, дата обращения 15 мая 2020 г.

5. Федеральный закон «О страховании вкладов в банках Российской Федерации» от 23 декабря 2003 г. №177-ФЗ

6. Pryadko I.A. / Promotion of educational services in social networks // Pryadko I. A., Paytaeva K.T., Revunov R.V., Zelenova G.V., Evetskaya S.V. Advances in Intelligent Systems and Computing. 2019. Т. 726. С. 931-942.

Выходные данные статьи:

Алдамов Р. Б. Развитие ресурсной базы пенсионного обеспечения на мезоэкономическом уровне // Журнал «У». Экономика. Управление. Финансы., №2. 2020. URL: <https://portal-u.ru/index.php/journal/article/view/365>

Шуба Евгений Викторович
магистр
ФГАОУ ВО «Южный федеральный
университет»
Ростов-на-Дону, Россия
shuba96@bk.ru

**Система пенсионного обеспечения в Российской Федерации:
современное состояние и направления совершенствования**

В статье анализируется динамика численности пенсионеров в Российской Федерации и показатели среднего размера начисляемой государственной пенсии за период 2015-2019 гг., предлагаются мероприятия, направленные на финансовую стабилизацию системы пенсионного обеспечения граждан РФ.

Ключевые слова: пенсионная система, пенсия, накопительная часть, экономика, инвестиции.

Shuba Evgeny
master
FSAEI of HE Southern Federal
University
Rostov-on-Don, Russia
shuba96@bk.ru

**The Pension System in the Russian Federation: Current Status and
Areas of Improvement**

The article analyzes the dynamics of the number of pensioners in the Russian Federation and the average size of the accrued state pension for the period 2015-2019, proposes measures aimed at financial stabilization of the pension system of citizens of the Russian Federation.

Keywords: pension system, pension, funded part, economy, investments.

На современном этапе система пенсионного обеспечения представляет собой важный фактор, детерминирующий социально-экономическое развитие страны. В контексте сказанного, не подлежит сомнению актуальность и своевременность исследования направлений модернизации пенсионной системы Российской Федерации.

Динамика численности пенсионеров в Российской Федерации за период 2015-2019 гг (в разрезе по категориям) отражена в таблице 1 [2].

Таблица 1 – Динамика численности пенсионеров в Российской Федерации за период 2015-2019 гг (в разрезе по категориям).

Наименование показателя	Годы					Динамика	
	2015	2016	2017	2018	2019	В абс. значениях	В %
Граждане пенсионного возраста в РФ, тыс. чел., в т. ч. получающие государственные пенсии:	45182	45709	46070	46480	46198	1016	2
по старости	35555	36004	36336	36710	36341	786	2
в связи с ограниченной трудоспособностью	2365	2280	2202	2137	2181	-184	-8
пострадавшие от техногенных аварий и члены их семей	332	382	422	443	459	127	38
по другим основаниям, предусмотренным федеральным законодательством	1608	1628	1636	1632	1612	4	0
в связи с выслугой лет федеральных госслужащих	71	68	74	77	78	7	10
по льготным основаниям	3108	3134	3156	3188	3198	90	3

Количество граждан пенсионного возраста в расчёте на 1000 чел.	308,3	311,4	313,7	316,7	314,8	6,5	2
Среднегодовое количество работающих граждан в расчёте на 1-го гражданина пенсионного возраста, чел.	1,60	1,59	1,57	1,55	1,53	-0,07	-4

Примечание: в совокупное количество граждан пенсионного возраста, получающих государственную пенсию за счёт средств федерального бюджета РФ, включаются лица, состоящие на учёте и получающие пенсию в системе Пенсионного фонда России, Министерстве обороны, Министерстве внутренних дел, Федеральной службе безопасности, Федеральной службе исполнения наказаний Минюста России, судьи федеральных и мировых судов в отставке, состоящие на учете в Судебном департаменте при Верховном Суде Российской Федерации и получающие ежемесячное пожизненное содержание, с 1 января 2017 года - лица, получающие пенсию в системе Генеральной прокуратуры РФ и Следственного комитета РФ.

Анализ информации, отражённой в таблице 1 позволяет сказать о том, что в Российской Федерации увеличивается количество граждан, получающих государственные пенсии с 45182 тыс. чел. в 2015 г. до 46198 тыс. чел. в 2019 г. (+1016 тыс. чел., 2 %). При этом, наиболее крупной группой среди российских пенсионеров являются граждане, получающие государственную пенсию по старости. Численность этой группы возросла с 35555 тыс. чел. до 36341 тыс. чел. (+786 тыс. чел.) за период наблюдения. В тоже время, количество граждан, получающих пенсии в связи с утратой (ограничением) трудоспособности сократилось с 2365 тыс. чел. до 2181 тыс. чел. (-184 тыс. чел.) за анализируемый период. Подобная тенденция объясняется ужесточением контроля за процедурой назначения пенсий по инвалидности и сокращением количества коррупционных проявлений в этой сфере. За период

наблюдения в Российской Федерации возрастает количество граждан пенсионного возраста в расчёте на тысячу жителей (с 308,3 до 314,8), а также наблюдается тенденция снижения среднегодового количества работающих граждан в расчёте на 1-го гражданина пенсионного возраста (с 1,60 до 1,53). Динамика среднего размера начисляемой пенсии за период 2015-2019 гг. представлена в таблице 2 [2].

Таблица 2 – Динамика среднего размера начисляемой пенсии за период 2015-2019 гг.

Наименование показателя	Годы					Динамика	
	2015	2016	2017	2018	2019	В абс. значениях	В %
Среднегодовой уровень государственной пенсии, руб.	11986,0	12391,1	12887,0	13360,2	14163,4	2177,4	18
Уровень прожиточного минимума гражданина пенсионного возраста, руб.	7965	8081	8315	8483	9002	1037	13
В % к предшествующему периоду	120,4	101,5	102,9	102,0	106,1	-14,3	-12
Реальный размер государственных пенсий (в % к предшествующему периоду)	96,2	96,6	100,3	100,8	101,5	5,3	6
Сопоставление величины государственных пенсий (в %):							
С уровнем прожиточного минимума гражданина пенсионного возраста	150,5	153,3	155,0	157,5	157,3	6,8	5
Со среднероссийской	35,2	33,8	32,9	30,6	29,8	-5,4	

величиной зарплаты							
-----------------------	--	--	--	--	--	--	--

Анализ информации, представленной в таблице 2, позволяет отметить следующие основные тенденции. Среднегодовой уровень государственной пенсии в Российской Федерации увеличился с 11986,0 руб. в 2015 г. до 14163,4 руб. в 2019 г. (+18 %). К сожалению, подобный рост не опережает реальную накопленную инфляцию за тот же период, составившую, по статистическим данным [3] 24,8 %. В ещё большей мере от уровня накопленной инфляции отстаёт такой показатель, как уровень прожиточного минимума гражданина пенсионного возраста, увеличившийся за период наблюдения на 1037 руб. (+13 %). Сопоставление средней величины государственных пенсий со среднероссийским уровнем заработной платы показывает снижение. Данный показатель упал с 35,2 % в 2015 г. до 29,8 % в 2019 г. (-5,4 %).

Подводя итог сказанному, необходимо сформулировать следующие основные выводы:

1. В силу демографических причин, в Российской Федерации наблюдается устойчивая тенденция постепенного сокращения количества трудоспособных граждан, при одновременном увеличении граждан пенсионного возраста. Подобная тенденция находит отражение в показателях работающих граждан и пенсионеров.

2. Упомянутые выше негативные процессы приводят к увеличению нагрузки на бюджетную систему Российской Федерации, обязанную обеспечивать граждан пенсионного возраста. В силу сказанного, возрастает актуальность реализации мероприятий, связанных с финансовой стабилизацией пенсионной системы РФ.

3. Предпринятые в 2002 и 2018 годах меры, связанные с преобразованием действовавшей распределительной пенсионной системы в смешанную, включающую себя накопительную часть, позволяющую гражданам самостоятельно управлять своими пенсионными накоплениями (в

установленных законом масштабах), а также повышение пенсионного возраста не дали результата. Согласно информации исследователей [1, 4, 5], дефицит государственного пенсионного фонда РФ продолжает нарастать. При этом, уровень пенсионного обеспечения граждан РФ несопоставим с аналогичным уровнем в развитых странах. В настоящее время долларовой эквивалент среднемесячной российской пенсии не превышает 250, что является катастрофически низким показателем и затрудняет достижение физиологических норм по питанию.

4. В целях финансовой стабилизации системы пенсионного обеспечения в Российской Федерации, нами предлагается реализация комплекса мер по мотивированию граждан к софинансированию пенсионных накоплений. В частности, целесообразно законодательно зафиксировать возможность для граждан самостоятельно открывать специализированные пенсионные депозиты в кредитных организациях на условиях предоставления государственной гарантии по таким вкладам.

Список источников и литературы

1. Мележик Н. В. // Уровень жизни населения регионов России. 2013. №5 (183). С. 11-20.
2. Официальный сайт Пенсионного фонда России <http://www.pfrf.ru> дата обращения 1 июня 2020 г.
3. Официальный сайт Росстата <https://www.gks.ru> дата обращения 2 июня 2020 г.
4. Сарксян А. К. Пенсионная система России: проблемы функционирования и стратегии развития / Сарксян А. К. // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2014. №1-1. С. 187-190.

5. Соловьёв А. К. Актуарный анализ бюджетно-финансовой самостоятельности пенсионной системы России в условиях её реформирования / Соловьёв А. К.,

6. Якушев Е. Пенсионная система России: как на неё влияют демографические факторы? / Якушев Е. // Человек и труд. 2012. №6. С. 15-19.

Выходные данные статьи:

Шуба Е. В. Система пенсионного обеспечения в Российской Федерации: современное состояние и направления совершенствования. // Журнал «У». Экономика. Управление. Финансы., №2. 2020. URL: <https://portal-u.ru/index.php/journal/article/view/367>

Рахимова Зарнигор Нуралиевна
магистрант
факультет управления
ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет»
rakhimovazara100197@mail.ru

Маркетинговая стратегия и тактика. Возникновение и развитие стратегического маркетинга

В условиях становления рыночной экономики для отечественных предприятий существует необходимость учета тенденций, происходящих во внешней маркетинговой среде. С целью адаптации к ним и выбора способа рыночного поведения, обеспечивающего предприятию выгодную позицию не только в настоящий момент, но и на перспективу, необходимо определение собственного видения, целей и задач, конкурентного позиционирования, целевых рынков и сегментов. В данной статье рассмотрены основные понятия маркетинговой стратегии и тактики, также описано возникновение и развитие стратегического маркетинга.

Ключевые слова: стратегия маркетинга, тактика маркетинга, стратегический маркетинг, операционный маркетинг, стратегический менеджмент.

Rakhimova Zarnigor
Master's Degree student
faculty of management
Southern Federal University
rakhimovazara100197@mail.ru

Marketing Strategy and Tactics. Emergence and Development of Strategic Marketing

In the conditions of the formation of a market economy for domestic enterprises, there is a need to take into account the trends occurring in the external marketing environment. In order to adapt to them and choose a way of market

behavior that provides the company with a favorable position not only at the moment, but also in the future, it is necessary to determine your own vision, goals and objectives, competitive positioning, target markets and segments. This article discusses the basic concepts of marketing strategy and tactics, and describes the emergence and development of strategic marketing.

Keywords: marketing strategy, marketing tactics, strategic marketing, operational marketing, strategic management.

Роль маркетинговой стратегии заключается в изучении эволюции заданного рынка и выявлении потенциальных сегментов на основе анализа потребностей, удовлетворение которых обеспечит потенциал компании для роста и рентабельности.

Понятие «стратегия» заимствовано из военного дела, дословно переводится с греческого как искусство полководца, по сути, представляя собой науку о войне, а точнее о ведении военных действий. С течением времени, под стратегией стали понимать общий (генеральный) план действий вообще в любой сфере деятельности.

В свою очередь тактика также происходит из военного дела и переводится как построение войск или искусство ведения боя, то есть охватывает изучение, разработку, подготовку и осуществление всех видов действий, также средств и приемов для достижения цели. Отсюда можно вывести отличие стратегии от тактики: стратегия ставит цель и определяет общий план (вектор) действий, тактика определяет задачи для достижения цели, способы их решения и задает конкретный план действий; временной горизонт планирования и разработки стратегии всегда шире такового для тактики [1].

Согласно определению Ф. Котлера маркетинг – вид человеческой деятельности, направленной на удовлетворение нужд и потребностей

посредством обмен. Американская ассоциация маркетинга дает такое определение – это процесс планирования и воплощения замысла, ценообразование, продвижение и реализация идей, товаров и услуг посредством обмена, удовлетворяющего цели отдельных лиц и организаций.

Отсюда следует, что основная цель маркетинга – удовлетворение потребностей, основная задача – организовать «правильный» обмен. В последующем от этого вывода можно отталкиваться для понимания и усвоения основных понятий, идей и концепции стратегического маркетинга.

В широком смысле стратегия маркетинга – это общий план действий, задающий основные ориентиры компании и направляющий отдельные маркетинговые решения на достижение долгосрочных целей.

В узком смысле – это разработанное на основании изучения потребительского спроса, конъюнктуры, действий конкурентов общее направление деятельности компании на определенный период, позволяющее решать основные задачи компании с учетом имеющихся у нее ресурсов в условиях меняющейся рыночной ситуации

Тактика маркетинга будет предполагать действия и операции, комплекс маркетинговых инструментов и мероприятий для решения задач и достижения целей стратегического плана.

По сути, стратегия и тактика образуют две грани маркетинга, или два измерения:

1) стратегический маркетинг – это аналитическое измерение маркетинга, предполагает анализ (всестороннее рассмотрение и изучение целого и его частей, взаимосвязей между ними) потребностей и запросов, существующих и потенциальных возможностей, поиск целевого рынка, оценку рыночного потенциала, поиск конкурентного преимущества, разработку стратегии маркетинга;

2) операционный маркетинг – это операционное измерение

маркетинга, предполагает разработку и реализацию конкретных действий в рамках товарной, ценовой, сбытовой и коммуникационной политик, использование комплекса маркетинговых инструментов и разработку тактики маркетинга.

Если стратегия маркетинга опирается на прогнозирование и предвидение долгосрочных перспектив развития рынков и потребностей покупателей, то тактика отражает конъюнктурные (текущие) изменения рынка и принципы формирования спроса на имеющийся ассортимент товаров фирмы.

Возникновение и развитие стратегического маркетинга.

Формирование стратегического маркетинга как самостоятельной дисциплины связано, с одной стороны, с развитием понимания маркетинга, с осознанием его научной значимости и необходимости, а с другой стороны – с эволюцией подходов к пониманию стратегического управления деятельностью организации. Другими словами, стратегический маркетинг формируется на стыке маркетинга и стратегического менеджмента

Если задаваться вопросом, как это случилось и почему, то можно дать следующий совет для нахождения правильного ответа. Управление (или менеджмент) организацией можно принимать за константу (с точки зрения маркетолога, не изучавшего менеджмент). В расчет принимается эволюция маркетинга, которая известна как последовательность появления концепций маркетинга: концепция совершенствования производства, далее концепция совершенствования товара, затем концепция интенсификации коммерческих усилий, после концепция маркетинга и концепция социально-этичного маркетинга.

Глобализация экономики в 90-х предопределяет развитие маркетинга как стратегии адаптации предприятия к международной конкуренции. На этом этапе наблюдается разделение маркетинга по трем плоскостям:

маркетинг как философия (образ мыслей, убеждений топ-менеджмента), маркетинг как стратегия и маркетинг как тактика. Возникают споры относительно большей важности оперативного (тактического), или стратегического маркетинга. Для крупных компаний признается стратегическая роль маркетинга, в то время как для компаний, ориентированных на конечного потребителя, значимым является именно оперативный маркетинг. Рыночные условия : преобладание коммуникаций в предпринимательской деятельности, развитие глобальных систем. Ориентация менеджмента: стратегическое управление, переосмысление принципов менеджмента, формирование нового понимания стратегии, появление идеи саморазвивающейся организации, идеи лидерства как фундамента корпоративной культуры [2].

Развитие концепции маркетинга как стратегического маркетинга происходит и сейчас. Изменения управленческого мышления сопровождаются соответствующими изменениями в понимании маркетинга [3] . А именно:

- 1) маркетинг становится составной частью стратегии организации, определяет ее долгосрочные конкурентные преимущества;
- 2) участвует в организационных изменениях, требуя создания более гибких и демократических структур управления;
- 3) способствует развитию корпоративной культуры, увеличивает мотивацию сотрудников, их заинтересованность в конечных результатах деятельности;
- 4) ориентирует на формирование долгосрочных отношений с клиентами и потребителями;
- 5) изменяет мышление и приоритеты всех сотрудников организации, а не только топ-менеджеров;
- 6) осуществляется переход от маркетинга в отделе к маркетингу в

организации;

7) переход от организации маркетинга по товарным единицам к маркетингу по рыночным сегментам;

8) переход от материальных активов к нематериальным активам;

9) переход от концентрации на прибыльных сделках к концентрации на пожизненной доходности покупателя;

10) переход от финансовых показателей к маркетинговым метрикам.

Стратегический менеджмент – процесс непрерывного изменения компании и формирования ее устойчивой конкурентоспособности. Понимание маркетинга: учение о маркетинге как функции и инструменте предпринимательства, понимание концепции маркетинга на различных уровнях управления, признание значимости стратегического маркетинга, развитие теории рыночных сетей, коммуникаций и взаимодействия, ориентированных на социальный и экономический эффект.

Список источников и литературы

1. Алёшина О. Г. Маркетинг: учеб. пособие / О. Г. Алёшина, Ю. Ю. Сулова, Е. В. Щербенко, О. С. Веремеенко, - Красноярск: Сиб. федер. ун-т, 2018 - 380 с.

2. Котляревская И.В. Стратегический маркетинг: учебное пособие. В 2 ч. Ч. 1 / И. В. Котляревская; Мин -во науки и высшего образования РФ . — 3 -е изд ., перераб. и доп. — Екатеринбург: Изд -во Урал . ун-та, 2019 — 138 с.

3. Пашкус Н.А. Стратегический маркетинг: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Н. А. Пашкус, В. Ю. Пашкус. — М.: Издательство Юрайт, 2016 — 225 с. — Серия: Бакалавр и магистр. Академический курс.

4. Шишло С.В. Стратегический маркетинг: тексты лекций для магистрантов специальности 1-26 81 05 «Маркетинг» очной и заочной форм обучения / С. В. Шишло, Ю. Н. Андросик. – Минск: БГТУ, 2017. – 174 с.

Выходные данные статьи:

Рахимова З. Н. Маркетинговая стратегия и тактика. Возникновение и развитие стратегического маркетинга // Журнал «У». Экономика. Управление. Финансы., №2. 2020. URL: <https://portal-u.ru/index.php/journal/article/view/369>

Сетевое издание
Журнал «У». Экономика. Управление. Финансы.

№ 2 2020

Издательство: ИП Володин Роман Сергеевич
344091, г.Ростов-на-Дону, пр.Коммунистический, д.40, кв.33