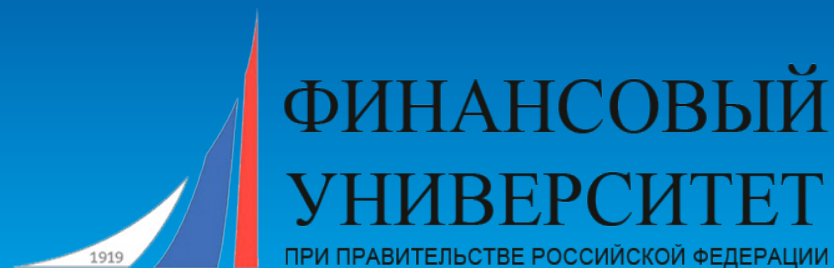


Федеральное государственное образовательное бюджетное
учреждение высшего образования
Финансовый университет
при Правительстве Российской Федерации
Тульский филиал



**АКТУАЛЬНЫЕ
СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ
ПРОБЛЕМЫ И ТЕНДЕНЦИИ
РАЗВИТИЯ РОССИИ И РЕГИОНОВ**

Материалы
Всероссийской научной
студенческой конференции
10-11 декабря 2021г.

Часть I

Тула - 2022

**Федеральное государственное образовательное
бюджетное учреждение высшего образования**

**Финансовый университет
при Правительстве Российской Федерации
Тульский филиал**

**АКТУАЛЬНЫЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ
ПРОБЛЕМЫ И ТЕНДЕНЦИИ
РАЗВИТИЯ РОССИИ И РЕГИОНОВ**



**Материалы Всероссийской научной студенческой
конференции**

Часть I

Тула - 2022

ББК 65.049(2)

С 69 Актуальные социально-экономические проблемы и тенденции развития России и регионов. Материалы Всероссийской научной студенческой конференции. 10-11 декабря 2021 г. Ч. I. - Тула, изд-во ПромпилотПРО, 2022. – 180 с.

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ:

Кузнецов Г.В., канд. физ.- мат. наук, директор филиала;
Назырова Е.А., канд. ист. наук, зам. директора филиала;
Городничев С.В., канд. техн. наук, зам. директора филиала;
Мясникова Е.Б., канд. экон. наук;
Поляков В.А., д-р экон. наук, доц.
Бормотов И. В., канд. филос. наук, доц.;;
Манохин Е.В., канд. физ.- мат. наук, доц.

В сборнике представлены тезисы выступлений студентов на Всероссийской научной студенческой конференции, прошедшей 10-11 декабря 2021 г. в Тульском филиале Финуниверситета при Правительстве РФ.

В центре внимания молодых исследователей актуальные социально-экономические проблемы и перспективы современного развития России и регионов, реформы в финансовой системе, проблемы бухгалтерского учета, аудита и анализа, менеджмента и маркетинга и пути их решения, роль математических методов и моделей в оптимизации экономических процессов.

Ответственная за выпуск – Медведева Т.В., канд. экон. наук

ISBN 978-5-6046797-8-4

ББК 65.049(2)

© Коллектив авторов, 2021

СОДЕРЖАНИЕ

Раздел «СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ»

Аббасова З.Я. Маркетинг в социальной сети ТИКТОК	6
Аббасова З.Я., Гусева И.А. Деловой этикет как совокупность норм и правил поведения в деловом общении	9
Агеева А.Ю., Харламова Н.С. Противодействие коррупции при осуществлении государственных и муниципальных закупок	14
Альбертян Х.О. Взятничество: проблема современного общества	18
Алиева С.Э. Психологические методы управления персоналом	20
Аничкина А.А., Кухтенкова Е.Д. Использование технологии блокчейн: тенденции и перспективы в России	25
Бессонов М.А., Климова А.О. Санкции: тормоз или стимул для развития экономики России	28
Бессонов М.А., Кузьмина К.О. Цифровая экономика в РФ	30
Бойков Б.А. Проблема бедности в современном мире	33
Будикова А.О. Гражданская авиация РФ в период пандемии. Факторы риска восстановления отрасли	38
Виницкая Е.А. Стратегия развития организации	42
Власова Ю.А. Лидерство	45
Вуколова О.А. Брак как демографическая категория	47
Гусева И.А. Благоприятный морально-психологический климат в рабочей группе, как одно из условий эффективности производства	51
Дмитриева Д.Д. Проблемы формирования команды и ее роль в современной организации	54
Дмитриева Д.Д., Котова А.А. Развитие национального проекта «Культура» в условиях цифровизации на примере «Пушкинской карты»	58
Дьяченко А.Г. Особенности современной системы налогообложения доходов физических лиц. Мировой опыт	63
Жовнир А.И. Антимонопольная политика России	67
Кальмбах А.А., Субботникова А.И. Ситуация на рынке труда в условиях кризиса, вызванного пандемией COVID-19	70
Киреева А.А. Деятельность компании «Газпром»: экономическая выгода или социальный эффект?	75
Кольцова М.В., Маренов Н.Д. Инвестиционный климат в Тюменской области	79

Костомашенко В.С. Принципы организации контрактной системы в сфере муниципальных закупок	81
Костылева А.Д. Мотивация как механизм эффективного управления персоналом	85
Котова А.А. Эффективное делегирование в компаниях	91
Кузнецова В.С. Экономическая роль малого и среднего бизнеса	94
Литвинов Д.В., Ахмедов М.Ф. Информационные технологии в финансовой сфере	99
Логинов Ф.А. Некоторые аспекты обеспечения продовольственной безопасности в Российской Федерации	101
Лопаткина А.Н. Проактивный подход к управлению компанией	104
Малашина Е.В. К вопросу о конкуренции в хлебопекарной отрасли	109
Малюфеева В.Р. Социальное неравенство в современном российском обществе	113
Митина Д.С., Моржов Е.Н. Особенности развития экономики городской агломерации в современных условиях	118
Освальд Е.С. Импортзамещение или экспортоориентированность?	124
Пискунова С.Д., Ситнов Д.П. Анализ социально-экономического развития Тульского региона. Проблемы и пути их решения	127
Робакидзе Д.Т., Савельева В.С. Проблемы инфляции и антиинфляционное регулирование в России	131
Рогачева П.А. Особенности управления персоналом в кризисной ситуации	136
Рогачева П.А., Сёмина Е.А. Проблемы малого и среднего бизнеса в постпандемийный период 202-2021 гг. и пути их решения с использованием инновационного менеджмента	140
Семенова Д.О. Холдинги: отечественный и зарубежный опыт, сравнительный анализ России и Франции	144
Серова С.А. Теория поколений в маркетинге	146
Студенец М.С., Кузенко Г.М., Шеронина Д.М. Инвестиционные возможности Ярославской области	151
Сулковская И.С., Цыганкова А.А. Теория X и теория Y Дугласа Макгрегора в современном мире	158
Ткачева С.В. Управление конфликтами в организациях	161
Трегубова А.И., Фролова А.А. Стратегия инновационного развития Тульской области	164

Трегубова А.И., Фролова А.А. Взаимодействие финансовых организаций с электронными государственными сервисами: результаты и перспективы	169
Юрикова А.И. Сущность и значение трудовых ресурсов и управления персоналом на предприятии	174
Юрикова А.И. Стратегии управления персоналом	178

Раздел «СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ»

Аббасова З.Я.

Научн. рук.: докт. эк. наук, доц. Поляков В.А.

Тулский филиал Финуниверситета

МАРКЕТИНГ В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ ТИКТОК

«SMM (Social Media Marketing) — это процесс привлечения трафика пользователей или внимания с их стороны к бренду или продукту через социальные платформы» [1, с.45]. Более 50 % предприятий России для решения вопросов, связанных с бизнесом, пользуются такими онлайн-платформами как, Facebook, Twitter, Instagram, Вконтакте и др. В их ряды постепенно внедряется TikTok. Интернет-платформа TikTok — это мультимедийное приложение для iOS и Android, которое можно использовать для создания и публикации коротких видеороликов. На сегодняшний день данное приложение имеет «800 миллионов активных пользователей по всему миру и более 2 миллиардов скачиваний в App Store и Google Play» [3]. Для сравнения, Instagram потребовалось шесть лет, прежде чем у него было количество активных пользователей, как у TikTok. Данная программа - яркий пример успешного стартапа и победы в конкуренции владельцев онлайн-сервисов.

Изначально в России приложение стало культовым среди подрастающего поколения, как и во всех странах. Молодежь снимала клипы под песни, озвучивала юмористические ролики, однако во время пандемии всё изменилось. Отныне TikTok существует не только для аудитории от 13 до 21 года, но и для более зрелого возраста, который может использовать интернет-платформу для продвижения бизнеса. Как нам уже ранее известно, данная соцсеть подразумевает под собой короткие видеоролики. Первоначально у видео был лимит в 15 секунд, но позже время увеличилось до 60 секунд, а теперь некоторым пользователям доступно загружать видео продолжительностью до 3 минут. В течение этого времени вы должны заинтересовать аудиторию своим товарам или услугами.

Рассмотрим преимущества данной социальной сети для брендов:

1. Бесплатный охват

Вы можете набрать колоссальное количество просмотров.

2. Целевые зрители

Вас будет смотреть исключительно ваша целевая аудитория, так как лента каждого пользователя формируется по интересам.

3. Низкая конкуренция

Если сравнить с другими интернет-платформами как, YouTube и Instagram

4. Региональность

Если ролик снят в Москве, сначала он будет показываться людям из этого города и по России, а потом уже остальным пользователям.

Набор способов продвижения бренда в социальных сетях увеличивается практически с каждым разом. Даже если ваш бренд не очень хорошо известен, вы все равно можете эффективно использовать TikTok для маркетинга.

Создайте профиль в TikTok, который вы будете продвигать. Крайне важно оценить целевую аудиторию и определить её предпочтения, необходимо посмотреть видеоролики конкурентов и, опираясь на количество просмотров и лайков, проанализировать, какой контент наиболее интересен. Дальше нужно снимать качественный контент и выкладывать в свой профиль. Бесплатным способом продвижения является создание аудиоклипов. Когда вы создадите и загружаете видео с использованием собственного голоса или звуковых эффектов на TikTok, вы получаете оригинальный звук. Если любой другой пользователь использует ваши аудиоклипы, то на внизу видео будет написано, что это за звук. Если перейти по нему, будет видно, кто автор и его видеоролик, по которому можно перейти в вашу учетную запись. Таким образом, загрузка собственных звуков — это еще один способ роста аудитории.

Большинство малых предприятий считают видеорекламу в ленте наиболее эффективной, так как другие типы больше подходят для компаний с большим рекламным бюджетом. Для того чтобы начать работу с рекламой, убедитесь, что вы перешли на учетную запись TikTok For Business и ознакомьтесь с руководствами по рекламе TikTok. Если вы заинтересованы в инвестировании в цифровой маркетинг и платные медиа на TikTok, есть шесть основных форм рекламных форматов, которые вы можете использовать для реализации:

1. Topview

Рекламное объявление представляется сразу после входа в приложение. Общая длина видео составляет 15 секунд с Brand Takeover + In-Feed со звуком, и пользователи могут нажать на хэштег в рамках приложения или на ссылку на веб-сайт.

2. Brand Takeover

Реклама в виде фото, gif или видео длится 3-5 секунд, которое появится как только пользователь откроет TikTok. Объявление содержит ссылку на сайт или на хэштег в рамках платформы. Обычно только

одно объявление в день отображается для определенной категории людей. Стоимость рекламы 50 тыс. долларов за один день.

3. In-feed Native video

Реклама в ленте - это нативная реклама, размещенная либо в нижней части видео, либо в ленте в рамках очереди видео, в зависимости от типа продукта. Эти объявления также перенаправляют на сайт или на приложение. В среднем по CPM они стоят 10 долларов, что делает их более доступным вариантом, чем Brand Takeover. Однако могут и встретиться цены выше 25 тыс. долларов.

4. Hashtag challenge

Единственный в своем роде формат взаимодействия, который использует страсть пользователей к творчеству и самовыражению. Обеспечение высокой узнаваемости бренда с уровнем вовлеченности, который выходит далеко за рамки простого щелчка мыши. Любой может создать хэштег, однако шансы на то, что он станет вирусным, довольно низки. Вы можете сотрудничать с маркетинговой командой TikTok, чтобы создать спонсируемый хэштег, который поощряет пользователей делиться контентом на TikTok от имени вашего бренда. Варианты пакетов от 3 до 6 дней с поддержкой размещения мультимедиа. Примерная стоимость 150 тыс. долларов.

5. Фирменные эффекты:

Ещё одним эффективным способом будет создание фильтра, связанного с вашим бизнесом. Формат — 2D, 3D и дополненная реальность (AR). Пользователи могут использовать созданные вами маски для снятия видео, благодаря этому число упоминаний компании возрастёт. «Стоимость варьируется от 80 тыс. до 120 тыс. долларов в зависимости от сложности работы» [2].

6. Сотрудничество с блогерами

Как и в других интернет-ресурсах популярным способом продвижения является реклама у блогеров. Перед тем как договариваться с человеком, проанализируйте его профиль в TikTok. Особое внимание нужно обращать на количество просмотров, а потом уже на количество подписчиков и лайков.

TikTok оказался важным инструментом в маркетинге влиятельных лиц для большинства брендов. С помощью приведенных выше советов вам не придется упускать эту удивительную возможность. Возможно, именно вам удастся охватить большое количество людей при относительно низких затратах. Это позволит вам превзойти своих конкурентов, особенно если они не нашли времени, чтобы узнать, как работает TikTok.

Список литературы

1. Шевченко Д.А. Основы современного маркетинга: учебник. М.: Дашков и К, 2021. 613 с.
2. Стрюков Н.С., Крылов И.Р. ТИКТОК — новое поколение цифрового маркетинга [Электронный ресурс] // Труды института бизнес-коммуникаций. 2021. <https://www.elibrary.ru>. (дата обращения: 8.05.2021)
3. A Brief History Of TikTok And Its Rise To Popularity [Электронный ресурс] <https://www.big3.sg>. (дата обращения: 5.05.2021)

Аббасова З.Я., Гусева И.А.

Научн. рук.: канд. техн. наук, доц. Городничев С.В.

Тульский филиал Финуниверситета ДЕЛОВОЙ ЭТИКЕТ КАК СОВОКУПНОСТЬ НОРМ И ПРАВИЛ ПОВЕДЕНИЯ В ДЕЛОВОМ ОБЩЕНИИ

Знание правил этикета остается неизменным атрибутом образованного, культурного и достойного человека. Данная тема была актуальна во все времена, несмотря на изменчивость нашего общества. Она вызывает интерес у людей в независимости от возраста, пола, профессии и уровня образования.

«Термин «этика» ввёл в науку Аристотель. В литературе дефиниция

«этика», является первоосновой этикета и интерпретируется как философская наука, регулирующая поведение человека во всех сферах жизни, опираясь на моральные принципы» [4, с. 21]. Мы считаем, что знание основ этики корпоративного общения необходимо современному человеку в повседневной и профессиональной жизни. Деловой этикет — это совокупность определенных правил, регулирующих внешние проявления взаимоотношений между людьми в процессе делового общения. Он выступает как внешнее выражение внутренней культуры и морали.

Нормы и правила поведения делового этикета исходят из основных принципов современного этикета. К ним относятся:

1. Принцип гуманизма или человечности

Данный принцип направлен на установление благоприятных и продуктивных взаимоотношений в деловом общении. Его неотъемлемой частью являются требования, исходящие из самых истоков культуры взаимоотношений и реализующийся в вежливости.

А вежливость в свою очередь воплощается в корректности, учтивости, любезности, деликатности, тактичности, скромности, пунктуальности и обязательности. Все эти элементы играют большую

роль как в повседневном общении, так и в деловом, именно поэтому каждый человек должен ими руководствоваться.

2. Принцип целесообразности действий

«Имеет свое проявление в нетипичных рабочих и жизненных ситуациях, которые требуют определение выбора поведения, опираясь лишь на здравый смысл» [1, с. 372].

3. Принцип эстетической привлекательности поведения и внешнего облика делового человека

Данный принцип ориентирован на уважение к эстетическим чувствам окружающих людей. Эстетические чувства людей может оскорбить некрасивое поведение, лишенное изыска и привлекательности или запущенный, неопрятный вид.

4. Принцип уважения к традициям и следование им

У каждого народа существуют свои традиции и обычаи, и соблюдая данный принцип, вы выкажете ваше уважение к традициям этикета другой культуры, тем самым установив взаимопонимание.

Для норм и правил делового этикета фундаментом являются общепринятые законы поведения общегражданского этикета, однако деловая сфера вносит свои изменения: субординация строится не по половозрастному, а должностному статусу. Мы рассмотрим данную иерархию опираясь на основные концепции делового этикета.

Обращение

В наше время в официальном и деловом общении предпочтение отдается обращению по имени отчеству. Использование форм обращения ты - вы зависит от соотношений социального статуса собеседников, их межличностных взаимоотношений и обстановки проведения беседы. Но деловое общение предполагает обращение к собеседнику исключительно на «вы».

Приветствие

С древних времён именно через приветствия люди выражали своему собеседнику пожелания добра, здоровья и благополучия. И то, как люди это делают, показывает их отношение к участнику взаимодействия. Согласно современным правилам этикета в деловой культуре приветствия, должны соблюдаться следующие правила:

— «Со старшими по статусу первыми должны здороваться младшие по статусу. Инициатива рукопожатия принадлежит первым» [2, с. 30].

— При встрече мужчина первым должен поприветствовать женщину. А инициатива рукопожатия остаётся за вторыми.

— Если вы входите в помещение, где уже находятся другие люди, следует поздороваться первым.

— Если в течение дня вы несколько раз встречаетесь с коллегами, следует оказывать повторные знаки приветствия каждый раз, к примеру, кивнуть при встрече.

Приветствие может сопровождаться рукопожатием, на этот случай существуют ряд правил:

— Мужчины, имеющие равный служебный статус, обязаны обмениваться рукопожатием.

— Рукопожатие через стол или порог считается грубой ошибкой по правилам этикета.

— Сотрудник, занимающий более высокую должность, должен первым протягивать руку, независимо от пола и возраста.

Позы, жесты и мимика — этикет делового общения

Благоприятное впечатление, оказываемое на собеседника, играет большую роль в построении деловых отношений, именно поэтому не забывайте уделять должное внимание не только вашим хорошим манерам, но и опрятному внешнему виду. Ведь результаты деловой встречи напрямую зависят от того, насколько серьёзно вы подошли к вопросу соблюдения дресс-кода. Моветоном считается сочетание спортивного стиля с официальным. Для девушек недопустимы глубокие декольте и короткие юбки. Также девушки обязательно должны надевать колготки, вне зависимости от времени года. Использование прозрачных и полупрозрачных тканей недопустимо. Дурным тоном также считается использование в одежде синтетических материалов и изделий крупной вязки.

При личном общении большую часть информации люди воспринимают невербально, исходя из этого следует, что немаловажную роль во внешнем восприятии играет то, как человек себя выражает через жесты, позы и мимику.

Особое внимание обратите на ваше положение головы и осанку, всегда следите чтобы они были в ровном положении, это покажет вашу уверенность. Во время разговора позволительно в меру жестикулировать. А чтобы расположить к себе человека используйте активное слушание - слегка кивайте, когда ваш собеседник вам что-то говорит.

Старайтесь избегать следующие жесты:

— «Не пожимайте плечами во время беседы, этим вы демонстрируете неуверенность в своих словах и действиях» [5].

— Свидетельством волнения и лжи могут быть частые прикосновения к лицу, волосам, а также потирание шеи и подбородка.

— Следите за положением ваших рук. Не стоит скрещивать их на груди, эту закрытую позу ваш собеседник может трактовать, как нежелание слушать. А положение руки на локте может говорить о страхе и дискомфорте.

Рассмотрим, что представляет собой этика делового общения во время переговоров в реальной жизни и по телефонным звонкам.

Этикет деловой беседы, переговоров

Основой деловых коммуникаций являются те же требования и принципы, которые существуют и в повседневном неофициальном общении. Но уважительное отношение к собеседнику - является неотъемлемым и обязательным условием делового разговора.

Таким образом, можно выделить основные правила деловых встреч:

— Никогда не опаздывайте на встречу.

— Место встречи должно соответствовать деловой обстановке. Создайте спокойную, рабочую обстановку.

— Не следует отвлекаться на посторонние мысли и дела во время переговоров, этим вы можете показать свою незаинтересованность.

— Очень важно сохранять баланс и равноправие во время беседы, поэтому постарайтесь избежать поучительного тона.

— Чтобы услышать развернутые мысли и полную точку зрения, во время переговоров задавайте наводящие вопросы вашему собеседнику.

— Установите зрительный контакт при разговоре с партнёром, таким образом возникают более доверительные отношения, однако не стоит смотреть слишком пристально, такое поведение могут трактовать как агрессивный настрой.

— Ведите себя сдержанно, держите эмоции под контролем. Также умейте слушать и слышать вашего оппонента, не перебивайте и не договаривайте за него фразы.

— «Даже если вы не согласны с мнением собеседника, сохраняйте спокойствие и уважительное отношение к нему» [3, с. 281].

— Несмотря на итоги деловой беседы, следует поблагодарить противоположную сторону за уделённое время, их ответы и высказанную точку зрения.

Звонки

В современном мире технологический прогресс упростил многие взаимодействия между людьми, сделав их удобнее и проще. Тем самым многие вопросы люди решают даже не видя друг друга, поэтому в таком формате диалога особенно важно, что именно говорится.

Стоит придерживаться следующих правил:

— Также как и при беседе в реальной жизни, стоит использовать активное слушание, тем самым ваш собеседник будет понимать, что вы заинтересованы в разговоре.

— В процессе разговора не занимайтесь посторонними делами, ведь ваш собеседник может слышать посторонние звуки. Также следует вести разговор в тихом месте.

— Если нужно включить громкую связь или записать разговор на диктофон, стоит спросить разрешения.

— Всегда имейте под рукой лист бумаги, ручку или карандаш, тщательно подготовьтесь к телефонному звонку. Таким образом вы покажете своему собеседнику свою организованность. Ведь при необходимости записать что-то вы не будете тратить время.

— Если связь оборвалась, постарайтесь сразу перезвонить. Даже если человек, с которым вы разговаривали, позвонил первым.

— После разговора отправьте сообщение с кратким содержанием, чтобы подытожить, а также зафиксировать договоренности и дальнейшие шаги.

Деловой этикет играет существенную роль в жизни каждого человека. Можно быть профессионалом в своей специальности, но если не придерживаться норм и правил поведения в деловой отрасли, то успеха не добиться. Нужно уметь вести себя с собеседником: соблюдать принципы современного этикета, обращаться с уважением, не забывать о хороших манерах. Соблюдение требований, предъявляемых к деловому общению, помогает человеку раскрыть не только свои деловые, но и личные качества, что способствует утверждению участников бизнеса на рынке.

Список литературы

1. Лавриненко В.Н., Чернышова Л.И. Психология и этика делового общения: учебник. М.: Юрайт, 2020. 408 с.
2. Капкан М.В., Лихачева Л.С. Деловой этикет: учеб. пособие. Екатеринбург.: Уральский университет, 2017. 168 с.
3. Кузнецов И.Н. Деловой этикет: учеб. Пособие. М.: ИНФРА-М, 2021. 348 с.
4. Шувалова Н.Н. Этика и этикет государственной и муниципальной службы: учебник. М.: Юрайт, 2019. 334 с.
5. Гордовский Д. Что такое деловой этикет и зачем он нужен? [Электронный ресурс] <https://blog.calltouch.ru> (дата обращения: 5.05.2021).

Агеева А.Ю., Харламова Н.С.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Медведева Т.В.

Тулский филиал Финуниверситета

ПРОТИВОДЕЙСТВИЕ КОРРУПЦИИ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ГОСУДАРСТВЕННЫХ И МУНИЦИПАЛЬНЫХ ЗАКУПОК

Коррупция как деструктивный фактор в системе социальных отношений важнейшего государственного механизма приобретает особую опасность при проведении закупок товаров и оказании услуг, поскольку это негативное явление напрямую отрицательно влияет на состояние Российской Федерации. Поэтому вопрос повышения эффективности противодействия коррупции при осуществлении государственных и муниципальных закупок стоит достаточно остро. Законодательство о контрактной системе в сфере закупок прямо направлено на исключение коррупционной составляющей в закупочной деятельности организации. Конкретно в сфере закупок этот вопрос регулируется Федеральным законом № 44-ФЗ.

В России антикоррупционные механизмы в сфере закупок, представленные в правовом поле контрактной системы, можно ранжировать следующим образом:

- механизмы при подготовке закупочной документации,
- механизмы при подготовке описания объекта закупки (товары, работы, услуги),
- механизмы при проведении закупочной процедуры,
- характеристика конфликта интересов и порядок его урегулирования в контрактной системе,
- механизмы при проверке соответствия участников закупок,
- механизмы при формировании закупочных комиссий,
- механизмы при подготовке документации на стадии планирования,
- механизмы при формировании и обосновании начальной (максимальной) цены контракта,
- антикоррупционная экспертиза в сфере государственных и муниципальных закупок,
- ответственность за злоупотребления в сфере государственных и муниципальных закупок [1].

В статье 9 Федерального закона № 44-ФЗ прописано, что субъекты контрактной системы, принимают меры по поддержанию и по совершенствованию уровня квалификации и профессионального образования работников участников контрактной системы, занятых в сфере закупок. Так, появился новый функционально определенный

круг обязанностей лиц, ответственных за документооборот и его содержание в контрактной системе, - контрактных управляющих.

Эффективными мерами противодействия коррупции на данном этапе признаны:

- повышение профессиональной квалификации;
- повышение уровня ответственности, за счет введений санкций за нарушение;
- проведение независимой антикоррупционной экспертизы;
- создание и постоянная актуализация реестра данных о лицах, уволенных с государственной службы в случае совершения ими коррупционных правонарушений;
- цифровизация механизма закупок.

Если остановиться подробнее на ключевых элементах комплаенс-системы антикоррупционных барьеров закупочной политики, то следует отметить, что нормами Федерального закона № 44-ФЗ предусмотрены механизмы защиты, минимизирующие риски заказчиков, связанные с действиями недобросовестных поставщиков. Так, в статье 31 Федерального закона № 44-ФЗ предусмотрены единые требования к участнику закупки, которые заказчик должен (вправе) устанавливать в документации о закупке. Указанные единые требования направлены на недопущение к участию в закупках недобросовестных поставщиков (подрядчиков, исполнителей), а также лиц, не соответствующих законодательству Российской Федерации, и снижению коррупционных рисков.

Важнейшим элементом системы кадровых антикоррупционных технологий в сфере государственных закупок товаров, работ и услуг является институт предотвращения и урегулирования конфликта интересов. Согласно действующему законодательству Российской Федерации в сфере противодействия коррупции, конфликт интересов на государственной службе определен как некая ситуация, при которой прямая или косвенная личная заинтересованность служащего влияет либо способна повлиять на надлежащее исполнение им должностных (служебных) обязанностей. При проведении закупки для государственных и муниципальных нужд конфликт интересов может быть рассмотрен с различных точек зрения.

Дополнительно необходимо учитывать, что вышеуказанная ситуация конфликта интересов должна соответствовать следующему условию: возникновение (либо возможность возникновения) противоречия между личной заинтересованностью служащего и правами и законными интересами граждан, организаций, общества или

государства, способного привести к причинению вреда правам и законным интересам последних поименованных лиц.

При этом законодательство о контрактной системе по-своему конкретизирует данную детерминанту. Так, конфликт интересов в контексте Федерального закона № 44-ФЗ представляет собой такие ситуации, когда работники заказчика, конкретно перечисленные в законе, не должны состоять в родственных связях или в браке с конкретными лицами, представляющими интересы поставщика товаров, работ, услуг.

Для минимизации возможности коррупционного сговора вышеприведенные нормы дублированы следующей обязанностью, вмененной заказчику. В случае выявления в составе комиссии заинтересованных лиц заказчик, уполномоченный орган, принявшие решение о создании комиссии, обязаны незамедлительно заменить их иными физическими лицами, которые лично не заинтересованы в результатах определения поставщиков (подрядчиков, исполнителей) и на которых не способны оказывать влияние участники закупки. Одновременно нормы закона о конкуренции препятствуют организатору закупки, заказчику, работникам организатора или заказчика выступать в качестве участника закупки.

Важным элементом системы антикоррупционного комплаенса публичных закупок является база данных о лицах, уволенных с государственной службы в случае совершения ими коррупционных правонарушений. Ключевой целью создания реестра является недопущение трудоустройства на государственную службу лиц, ранее совершавших коррупционные преступления. В базу данных вносятся сведения о сотрудниках, к которым утрачено доверие, из числа сотрудников прокуратуры и правоохранительных органов, таможенников, военнослужащих, пожарных, гражданских служащих. В целях минимизации коррупционных правонарушений в сфере публичных закупок представляется целесообразным распространить действие данного реестра и на всех работников бюджетных учреждений, осуществляющих функции по управлению государственными (муниципальными) бюджетными средствами. С другой стороны, доступ для потенциальных поставщиков товаров, работ и услуг, имеющих непогашенную или неснятую судимость по ст. ст. 289, 290, 291, 291.1 УК РФ запрещен.

В сфере закупок также целесообразно осуществлять независимую антикоррупционную экспертизу. Условием успеха при публичном характере управления закупочной политикой является развитие различных форм обратной связи (от социума и бизнес-сообщества к

органам публичного управления). При этом способом выражения обратной связи могут быть как активные действия (протест, обжалование решения, согласие с решением), так и пассивные (например, анализ текущей информации).

Одним из направлений совершенствования механизма организации государственных и муниципальных закупок, является его цифровизация. Более того, по справедливому замечанию Н.А. Бобровой, без цифровизации невозможна действенная борьба с коррупцией [2]. Борьба с коррупцией методами цифровой экономики предполагает процесс встраивания цифровой экономики в государственное управление и, наоборот, встраивание государственного управления в систему цифровой экономики. Это означает революционные изменения в экономике, политике, психологии людей, обновление взаимоотношений власти и народа.

Н.А. Боброва указывает на то, что управление развитием цифровой экономики предполагает соответствующее развитие нормативно-правовой базы, создание правовых условий цифровой экономики, обеспечение недискриминационного доступа к данным при условии обеспечения законных прав и интересов субъектов и владельцев данных, а также информационной безопасности [3].

Подобные процессы можно наблюдать и в сфере государственных и муниципальных закупок, которые также затронула цифровая трансформация [4]. Так, с каждым годом сфера государственных и муниципальных закупок становится все более технологичной, внедряются новые технологии и решения, автоматизируются закупочные процессы. Наибольшую эффективность при проведении закупок показали следующие инструменты: виртуальные помощники, когнитивные системы поддержки при принятии решений заказчиками, роботизация в транзакциях, предиктивная аналитика по закупкам [5]. Новые технологии в сфере закупок приводят не только к повышению результативности и эффективности закупочных процедур, но и к перекройке всех бизнес-процессов.

Список литературы

1. Локота О.В., Попова Е.А., Золочевская Е.Ю., Медякова Е.М., Медякова Е.М., Морозова А.И. Императивы функционирования контрактной системы и стандарты закупок. Ростов-на-Дону, 2019. 499 с.
2. Боброва Н.А. Цифровизация: плюсы и минусы // Конституционное и муниципальное право. 2019. № 10. С. 23-25.
3. Боброва Н.А. Цифровая экономика в борьбе с коррупцией // В сборнике: Взаимодействие власти, бизнеса и общества в развитии

цифровой экономики Материалы XI Международной научно-практической конференции. 2018. С. 27-31.

4. Шмелева М.В. Цифровая трансформация системы государственных и муниципальных закупок // Юрист. 2019. № 7. С. 15-22.

5. Шмелева М.В. Цифровые технологии в государственных и муниципальных закупках: будущее или реальность // Актуальные проблемы российского права. 2019. № 12. С. 39-42.

Альбертян Х.О

Науч. рук.: канд. техн. наук, доц. Городничев С.В.

Тульский филиал Финуниверситета

ВЗЯТОЧНИЧЕСТВО: ПРОБЛЕМА СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА

Коррупция была и остается одной из самых острых проблем современной России и серьезным препятствием на пути развития страны. Она, несомненно, наносит ущерб росту экономики и социальной стабильности страны, значительно уменьшая поступления в бюджеты различных уровней, вытесняя с рынка честных конкурентов и снижая степень доверия населения к органам власти и представителям социальных и финансовых структур. Обычно под коррупцией понимают превышение должностным лицом вверенных ему служебных полномочий в целях личной выгоды, противоречащее законодательству и нормам морали. Коррупция является широкомасштабной проблемой, которая касается каждого из нас, потому как это одна из причин снижения уровня жизни населения. Она оказывает воздействие на нас, даже если мы не сталкиваемся с ней напрямую. Отдельные члены общества обогащаются за счет средств, которые могли бы быть направлены в такие важные сферы, как образование, здравоохранение, инфраструктура, экономика. Они ставят свои интересы превыше общественных, требуют деньги за услуги, которые должны выполняться бесплатно. Данное отрицательное явление препятствует развитию бизнеса, что, в свою очередь, влечет за собой сокращение богатства страны и замедление роста ВВП. Группы людей, имеющие в своем распоряжении деньги и связи, могут влиять на изменение законодательства, преследуя личные интересы. Все это усиливает неравенство между слоями населения, усугубляет бедность и подрывает доверие граждан к сложившейся системе взаимоотношений, что в конечном итоге способно привести к массовым волнениям, протестам и даже к гражданской войне.

Основным коррупционным деянием является взятка. Взятка - это не только деньги, но и другие материальные и нематериальные

ценности. Услуги, льготы, социальные выгоды - так называемый "блат", - полученные за осуществление или несуществление должностным лицом своих полномочий, также относятся к взяткам. Взяткой признается передача и получение материальных ценностей как за общее покровительство, так и за попустительство по службе. К общему покровительству по службе могут быть отнесены, в частности, действия, связанные с незаслуженным поощрением, внеочередным необоснованным повышением в должности, совершением других действий, не вызываемых необходимостью. К попустительству по службе следует относить, например, непринятие должностным лицом мер за упущения или нарушения в служебной деятельности взяткодателя или представляемых им лиц, недобросовестное реагирование на его неправомерные действия. Злоупотребление - это использование коррупционером своего служебного положения вопреки интересам службы (организации) либо явно выходящие за пределы его полномочий, если такие действия (бездействие) совершены им из корыстной или иной личной заинтересованности и влекут существенное нарушение прав и законных интересов общества. Должностное лицо или лицо, выполняющее управленческие функции в коммерческой или иной организации, в таких случаях действует в пределах своих полномочий по формальным основаниям либо выходит за пределы имеющихся у него полномочий. Это часто происходит вопреки интересам службы и организации. Схожим по своим признакам с составом таких преступлений, как дача взятки и получение взятки, является коммерческий подкуп, который также включен в понятие "коррупция". Коррупционное действие предполагает получение дополнительного дохода должностным лицом вследствие злоупотребления своими должностными правами и полномочиями. Употребление чиновником таким образом своего авторитета, связей и привилегий карается по закону. Уголовным кодексом Российской Федерации предусматривается уголовная ответственность вплоть до лишения свободы на срок до 15 лет как за получение взятки так и за дачу взятки. То есть перед законом отвечает не только лицо, которое получает взятку, но и то лицо, которое взятку дает, или от чьего имени взятка передается взяткополучателю. В случае, если взятка передается через посредника, то он также подлежит уголовной ответственности за пособничество в даче взятки. Понятие взяточничества охватывает два вида преступлений: получение взятки (статья 290 УК РФ) и дача взятки (статья 291 УК РФ). Близки к ним такие уголовно наказуемые деяния, как коммерческий подкуп (статья 204 УК РФ) и провокация взятки либо

коммерческого подкупа (статья 304 УК РФ). Противодействие коррупции – основной метод воздействия на незаконную деятельность органов власти, чиновников, предпринимателей. Меры, направленные на стабилизацию ситуации на рынке труда, товаров, услуг, регламентированы в Федеральном законодательстве – законе «О противодействии коррупции». Он содержит в себе основные правовые нормы, касающиеся принципов и форм противодействия коррупционным течениям в рамках своей страны и международного сообщества. В нём освещены постулаты о том, кто должен вести антикоррупционную деятельность, о направлениях работы, включающие профилактические меры против коррупции, которые будут оказывать на неё уничтожающее действие. Если коррупция в 2020-2021 годах предполагает большой спектр действий незаконного характера, наказуемых с помощью определённых видов ответственности, то взяточничество носит более конкретный характер. Оно включает в себя только 2 противозаконных действия – получение и дачу взятки. В суде взяточничество в рамках коррупции может рассматриваться как отягчающее обстоятельство, которое может повлиять на судебное решение. Ответственность в случае взяточничества наступает согласно ст. 290 и ст. 291 УК РФ. Таким образом, распространение коррупции с каждым годом возрастает, но и разрабатываются новые способы и методы по борьбе с ней.

Список литературы

1. Коррупция проблема современной России [электронный ресурс] <https://moluch.ru/conf/econ/archive/131/6702/>
2. Коррупция 2020-2021 [электронный ресурс] <https://center-yf.ru/data/Yuristu/korrupsiya-v-2020-2021-godu.php>

Алиева С.Э.

Научн. рук.: докт. эк. наук, доц. Поляков В.А.

Тульский филиал Финуниверситета

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ

Актуальность данной темы заключается в том, что управление персоналом является наиболее важным фактором для любой организации, поскольку от персонала будет зависеть дальнейшее продвижение предприятия на рынке.

Эффективность управления строится посредством командно-административных и экономических методов, но помимо этих двух существуют социально-психологические методы. Как показывает

мировая практика, они стоят наравне с другими методами и являются важным механизмом в управлении производством.

Управление персоналом является сложной задачей, для осуществления данной проблемы организации нанимают специалистов – менеджеров. Как говорил Жан-Жак Руссо «самое трудное искусство – это искусство управлять». Опираясь на эту цитату можно сделать вывод, что умение управлять всегда было сложным, следовательно, чтобы исполнять должным образом свои управленческие обязанности менеджерам приходится использовать психологические методы для достижения своей цели. Именно такие методы мы и разберем в этой работе.

Чтобы лучше разобраться в этой теме стоит внести ясность, что есть управление. Управление – научная дисциплина, которая направлена на увеличения производительности и качества работы, посредством исследований основ, закономерностей и способов управления различными концепциями [4, с. 9].

Это показывает, что управление в экономике в принципе является очень важным аспектом. Существует множество видов управления: управление технологическими процессами, общественными процессами, людьми, организациями и т.д. их можно перечислить достаточно много, но нас интересует конкретно управление людьми в организациях.

Управление персоналом - комплекс разных способов, приемов, операций и технологий работы с рабочими, которые задействованы в определенной компании [2, с. 2-3].

Для управления персоналом требуется высокая квалификация управляющего и достаточные познания в психологических методах управления. Стоит дать определение психологическим методам.

Психологические методы - это комплекс устройств, которые ориентированы на формирование рационального эмоционального климата в команде, с помощью влияния в межличностные взаимоотношения [6]. Выделим главные методы управления:

1. Комплектование малых групп и коллективов;
2. Гуманизация труда;
3. Психологическое побуждение (мотивация);
4. Профессиональный отбор и обучение [5].

Использование методов комплектования малых групп и коллективов необходимо для формирования рациональной психологической

ической атмосферы в коллективе, а также для уменьшения уровня конфликтов среди работников.

Это осуществляется путем соотношения кадров таким образом, чтобы они были эмоционально совместимы.

В результате осуществления данного метода формируются симпатии и антипатии в команде.

Нужно отметить, то что психологическая и социально-психологическая совместимости считаются главными. Психологическая совместимость - соотношение эмоциональных свойств, которые используются в процессах управления. Социально-психологическая совместимость – рациональное сочетание видов действия работников. Кроме того она формируется в похожих увлечениях, ценностных стремлениях.

Они служат для того, чтобы рабочая атмосфера не превращалась в рутину, а приносила удовольствие от деятельности.

Методы психологического побуждения (мотивации) служат для того, чтобы заинтересовать сотрудников в их деятельности. Это приводит к большему желанию трудиться и способствует благоприятной психологической атмосфере, ибо человек будет рад приходить на работу, как итог это приведет к повышению эффективности его работы.

Как показывает практика, есть 5 факторов, которые обозначаются как признаки удовлетворенности персонала. Реализация этих факторов приводит к тому, что кадры испытывают удовлетворение от своей работы, следовательно, они повышают свою эффективность труда и остаются работать на одном месте. Перечислим же эти факторы:

1. Сотрудники знают, что от них ждут;
2. Работники осуществляют ту работу, за которую они отвечают;
3. Компания рационально утверждает заслуги сотрудников;
4. Организация публично высказывает похвалу;
5. Кадры ощущают опеку с стороны прямого управляющего

[1, с. 3].

Методы психологического побуждения многообразны. К ним относятся: убеждение, внушение, подражание, вовлечение, оказание доверия, похвала, принуждение.

1. Убеждение – воздействие на эмоциональное состояние человека, используя логические средства, для снятия психологических барьеров и появлению дружеской атмосферы в коллективе.

2. Внушение – целенаправленное воздействие на психику подчиненного управляющим. Такой метод может заставить человека выполнять какие-либо действия, несмотря на его желания. К сожалению, этот метод используют не всегда в благих целях, ибо

благодаря ему можно зомбировать человека, привить ему те нормы, которых он никогда бы не придерживался, а также сделать так, чтобы он выполнял определенную форму поведения. Примером такой негативной формы внушения являются, например, секты. Но этот метод имеет высокую значимость в управлении персоналом в организациях. В конфликтных ситуациях этот метод наиболее эффективен, поскольку прямо воздействует на волю подчиненного. Наибольшая сила внушения происходит, когда тот, кто внушает, имеет высокий авторитет, также важную роль играет интонация.

3. Подражание - влияние на сотрудника посредством индивидуального образца управляющего либо же в образце персоны, которая считается примером поведения для членов группы. В первую очередь, управляющий обязан являться примером поведения для собственных работников, поскольку большинство людей ориентируются на свое начальство, если оно безалаберное, то и сотрудники будут такими же. Таким образом, руководитель должен показать, на примере себя, как нужно разговаривать в коллективе, как следует отнестись к поставленным задачам, с каким усердием надо их выполнять и т.д. В результате подражания формируются нормы и ценности всего коллектива.

4. Вовлечение - общепсихологический метод, через который рабочие становятся соучастниками рабочего процесса. К примеру, совместная постановка целей в рабочем коллективе, принятие решений. Этот прием является очень эффективным, поскольку заинтересованные в своей работе сотрудники будут стремиться к достижению общих целей.

5. Оказание доверия - психическое влияние, выражающееся в доверии к собственным подчиненным, выделением позитивных качеств работников, навыков и т.д. Этот метод оказывает положительное воздействие на моральное состояние персонала, поскольку каждому человеку важно понимать, что в его способностях уверены.

6. Похвала - положительный психологический способ влияния на человека, предоставляющий большее влияние, нежели порицание. С помощью этого метода можно повысить эффективность выполнения персоналом работы, поскольку каждый человек хочет, чтобы его персонально похвалили, тем самым оценив его старания по заслугам, но не стоит хвалить сотрудников просто так, это может привести к обратному эффекту.

7. Принуждение – это крайняя форма психологического воздействия. Оно исполняется, если итоги с иных форм влияния не дали никаких итогов. В данной форме влияния работника

вынуждают осуществлять конкретную работу несмотря на его волю и желания.

Мотивация очень важный метод, с помощью него формируется благоприятная рабочая обстановка, сотрудники получают удовлетворение от работы, участники группы стремятся выполнить общие цели, всё это способствует повышению эффективности и качества выполняемой работы.

Методы профессионального отбора и обучения направлены на то, чтобы подобрать кадры так, чтобы они подходили по квалификации и психологическим качествам для выполнения определенной работы.

Все эти методы ориентированы на увеличение числа сотрудников, которые будут более результативно осуществлять свои прямые обязанности, на обнаружение тенденций, которые могут помочь работникам приобрести мотивацию для труда также т.д. Все это значительно увеличивает результативность применения кадровых возможностей. Компании, которые понимают значимость человеческих взаимоотношений в коллективе, имеют все шансы достигнуть значительных итогов и активное осуществление установленных целей, что приведет к увеличению производительности организации и увеличению прибыли[3].

Мы подошли к изучению данного вопроса и разобрались в его сути. Таким образом, психологические методы управления персоналом являются очень важной частью в управлении, они способствуют повышению эффективности работы предприятия путем постановки целей и критериев производительности, способов планирования эмоционального климата и достижения окончательных итогов.

Список литературы

1. Валдеева Е.М., Парфенова Н.И., Дербенева А.А. Формирование системы нематериального стимулирования труда // elibrary.ru, 2019. 11 с.

2. Верна В.В. Управление персоналом организации как основополагающий фактор ее устойчивого развития Т. 3. № 1// elibrary.ru, 2017. 3 с.

3. Дегтяренко Е.А., Труфанова Д.О., Рой В.И. Управление персоналом как ключевая роль в развитии бизнеса предприятия // elibrary.ru, 2017. 4 с.

4. Рогов Е. И. Психология управления персоналом : учебник для академического бакалавриата М: Издательство Юрайт, 2019. 350 с.

5. Стукова Ю. Е. Чупахина Ю. Н. Психологические методы управления персоналом // Молодой ученый № 24 (158), 2017. 2 с.

6. Психологические методы управления персоналом [Электронный ресурс]. <https://studwood.ru>(дата обращения 07.05.2021).

Аничкина А.А., Кухтенкова Е.Д.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Никитина Е.А.

Тулский филиал Финуниверситета

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ТЕХНОЛОГИИ БЛОКЧЕЙН: ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ В РОССИИ

В 2017 году на фондовой бирже стала набирать популярность такая виртуальная денежная единица, как биткоин. Практически одновременно с этим появляется такой термин, как блокчейн. Что же это такое? Блокчейн – это распределенная база данных, которая содержит информацию обо всех транзакциях, проведенных участниками системы.

Областями применения технологии блокчейн в банковском и коммерческом секторах являются:

- размещение частных акций небольших и средних предприятий в сфере денежного обращения или продажи на IPO;
- торговля и расчёт больших залоговых кредитов;
- различные платежи;
- ипотечное кредитование и многое другое.

В сфере страхования работают следующие автоматизированные изменения:

- автоматическая обработка претензий страхования при задержке или отмене авиарейсов;
- автоматическая обработка претензий в страховании автомобилей и страховании урожая;
- предотвращение мошенничества;
- страхование экономики совместного использования;
- страхование личных вещей;
- кибернетическое страхование и другие его виды.

Наиболее удачным мировым проектом с применением технологии блокчейн до сих пор является криптовалюта.

Ключевыми преимуществами публичных блокчейнов являются:

1. Децентрализация

Блокчейн не имеет единого центра управления или места хранения, а поддержанием работоспособности занимаются непосредственно все участники сети, чьи ноды находятся по всему миру. Соответственно, решения касательно работы такой сети принимаются наиболее демократичным путем, а сама сеть является

крайне устойчивой. Блокчейн крайне тяжело взломать, он не подвергается цензуре, а управление единой компанией или государством невозможно.

2. Сохранность данных

Множественное дублирование данных среди ее участников гарантирует сохранность и неизменность внесенной в блокчейн информации. Более того, из-за специфики устройства блокчейна данную информацию невозможно подменить, отредактировать или удалить. А применение алгоритмов консенсуса говорит о том, что все транзакции, включенные в блокчейн, являются подтвержденными.

3. Прозрачность транзакций

Каждый участник сети имеет доступ ко всей истории транзакций, вплоть до самой первой транзакции. Поэтому для того чтобы проверить, прошла ли та или иная транзакция между двумя адресами, необходимо всего лишь обратиться к их истории, хранящейся в блокчейне.

4. Высокая скорость транзакций

Поскольку блокчейн-сети являются одноранговыми, то транзакции происходят напрямую между пользователями, вне зависимости от их местонахождения и без участия посредников. Более того, сеть всегда доступна пользователям, она не имеет ограниченных часов работы и не уходит в оффлайн на праздники.

5. Снижение транзакционных расходов

В связи с тем, что блокчейн-сети являются одноранговыми, чтобы провести транзакцию, не нужно прибегать к услугам посредников. Так, благодаря блокчейну пользователи могут упростить проверку транзакций, сократить время на валидацию сделок, увеличить ликвидность и снизить до минимума риски мошенничества. Более того, пользователи блокчейн-сети платят комиссии за подтверждение транзакций, которые, по сравнению с традиционными финансовыми институтами, такими как банки, намного ниже.

Однако данная технология несовершенна и не лишена недостатков, которые сегодня препятствуют массовой адаптации блокчейна:

1. Размер блокчейна

На момент середины июня 2018 года размер блокчейна Bitcoin составляет 171 ГБ. Это значит, что для поддержания сети каждая полная нода должна иметь достаточно памяти для хранения всех данных блокчейна. Чем больше в сети происходит транзакций, тем больше она весит и тем быстрее она растет. Также стоит иметь в виду,

что предварительно каждая полная нода должна скачать всю историю транзакций, на что может уйти значительное количество времени.

2. Отсутствие конфиденциальности

В блокчейне нет имен и фамилий, но это не значит, что сеть полностью анонимна. За каждым пользователем сети закреплён адрес кошелька, и все участники сети видят, какие транзакции с него совершались. Стоит пользователю хоть раз привязать данный адрес к какому-либо сайту или сервису, который сможет указать на его или её личность, например, к криптобирже, то любой участник сети сможет узнать, сколько средств находится у конкретного человека, на что они тратились и кому отправлялись. В теории это может поставить под угрозу безопасность пользователя с большим количеством криптовалют, не говоря уже о компаниях, для которых данная уязвимость публичных блокчейнов является серьёзной проблемой, поскольку может потенциально раскрыть конфиденциальную информацию о клиентах, продажах, контрагентах и прочем.

3. Энергозатратность

Данный недостаток присущ в первую очередь блокчейн-сетям, которые поддерживают алгоритм консенсуса PoW. В них ноды консенсуса, называемые майнерами, отвечают за добавление новых блоков в блокчейн посредством решения сложных математических задач с помощью мощного компьютерного оборудования, за что они получают вознаграждение в криптовалюте сети. Этот процесс намеренно сделан ресурсоемким и сложным, чтобы количество блоков, найденных майнерами каждый день, оставалось постоянным.

4. Проблема масштабируемости блокчейнов

Сегодня проблема масштабируемости блокчейна является основной и наиболее обсуждаемой для крипторынка. Прежде всего это относится к сети Bitcoin, где размер блока ограничен и равен 1 МБ. Несмотря на то, что данная мера способствует защите сети от потенциальных DDoS-атак, ограниченный размер блока существенно препятствует росту пропускной способности всей сети, что необходимо для столь популярной криптовалюты, как биткоин. Так, в сети Bitcoin пропускная способность равна порядка 7 транзакций в секунду, в то время как в платёжной системе Visa она составляет 24,000.

Применение технологии блокчейн отмечается и в других странах.

Уже активно ведутся разговоры о том, что ЦВ ЦБ (цифровые валюты центральных банков) могут стать будущим денег и платежей. В настоящее время Китай, Гонконг, Таиланд, ЕС, Великобритания, США и Австралия изучают возможность использования

токенизированных денег. В 2021 году все наблюдают за Китаем и цифровым юанем, который они активно тестируют. США и Европа хотя и начали исследовательские проекты в этой области, могут пройти годы, пока они приступят к внедрению цифровых валют. Глава ЕЦБ Кристин Лагард отрицает, что центральные банки будут поддерживать биткоин, называя его спекулятивным активом для противозаконных действий по отмыванию денег.

Решение фундаментальных проблем производительности и совместимости сетей блокчейн позволит объединить мощности и ресурсы всех объединенных сетей в единую экосистему, что привлечёт ещё больше капитала, улучшит пользовательское взаимодействие с блокчейном и количество разработчиков сервисов и услуг, построенных на блокчейне.

Благодаря усовершенствованию технологии блокчейн, лежащей в основе большинства существующих криптовалют, расширяются возможности применения криптовалют. Кроме того, блокчейн активно проникает в другие сферы экономики, позволяя сокращать транзакционные издержки и решать проблемы безопасности.

Пространство для новаций в сфере блокчейн значительное, но существует ряд ограничений. Например, требуется создание надёжных систем защиты информации для борьбы с мошенничеством, создание благоприятной среды для легальной торговли криптовалютами и развития других проектов на базе технологии блокчейн и другие.

Список литературы

1. Балашов А., Дергачев В., Коломыченко М., Парфентьева И. РБК (статья: Биткоин и блокчейн). [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://rbc.ru>. (дата обращения: 02.10.2021).
2. Блокчейн: преимущества и недостатки [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://kotnebankrot.com>. (дата обращения: 02.10.2021).
3. Применение технологии блокчейн в России [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://maff.io>. (дата обращения: 02.10.2021).
4. Федотова В.В. Понятие блокчейн и возможности его использования [Электронный ресурс] // European science. 2019. <http://cyberleninka.ru>. (дата обращения: 02.10.2021).

Бессонов М.А., Климова А.О.

Науч. рук.: канд. техн. наук, доц. Городничев С.В.

Тулский филиал Финуниверситета
САНКЦИЙ: ТОРМОЗ ИЛИ СТИМУЛ ДЛЯ РАЗВИТИЯ
ЭКОНОМИКИ РОССИИ

В 2014 году из-за событий на Украине и в Крыму США и страны Европейского Союза ввели санкции против Российской Федерации. В этой работе мы хотели бы рассмотреть эти санкции и понять, мешают ли они развитию нашей экономики. Начать стоит с определения санкций.

Санкции - это ограничительные политические и экономические меры, применяемые против отдельных лиц или организаций. Есть две цели:

1. изменение политического поведения целевой страны;
2. увеличение затрат, которые придется понести целевой стране, если она продолжит «вести себя плохо».

Теперь мы хотим поговорить о видах санкций:

1. SDN (список граждан особого назначения). Это список физических и юридических лиц, активы и имущество которых, если они находятся в Соединенных Штатах или во владении американского лица, считаются заблокированными. Ни одно лицо в Соединенных Штатах, будь то физическое или юридическое лицо, не имеет права заключать какие-либо транзакции с лицом из списка SDN, если OFAC (управление по контролю над иностранными активами) не получило на это специального разрешения.

2. SSI (идентификация секторальных санкций). Природа SSI сложна. Короче говоря, санкции SSI нацелены только на определенные отрасли. Санкции SSI нацелены на российский энергетический сектор по трем подкатегориям: добыча углеводородных залежей в Субарктике, добыча глубоководных углеводородных залежей и сланцевых углеводородных месторождений, а также сопутствующие услуги и поддержка. Санкции SSI также применяются к определенным финансовым операциям и операциям с ценными бумагами, ограничивая возможности некоторых российских финансовых институтов заимствовать средства на западных рынках.

3. Это санкции, связанные с Крымом. Как правило, любые операции между США и физическими лицами на территории Крыма запрещены, за исключением ограниченного количества гуманитарных и частных некоммерческих операций, основанных на генеральных лицензиях OFAC. 4. Это санкции, предусмотренные Законом США «О противодействии противникам Америки посредством санкций» от 2017 года (CAATSA), которые, в частности, нацелены на олигархов, близких к Кремлю, секторам обороны и разведки, кибербезопасности, а также третьи лица (нерезиденты США), заключающие «суущественные» сделки с российскими лицами под санкциями. С одной стороны, санкции разрушительно повлияли на российскую

экономику. Они разрушили торговые отношения со странами Запада, затруднили работу банков и инвестиционных фондов. В результате обрушился курс рубля и произошел значительный отток капитала из России.

С другой стороны, Россия укрепила отношения с восточными, северными и южными партнерами. Кроме того, торговые барьеры помогли малому бизнесу выйти из тени. Итак, в российской экономике выработался механизм импортозамещения товаров.

Подводя итог, как видим, санкции имеют не только негативные последствия. Они помогли сделать экономику России более сильной и не зависимой.

Список литературы

1. Перспективы экономического развития <https://www.garant.ru/ar> (дата обращения: 20.11.2021)

2. Санкции в связи с событиями 2014 года https://ru.wikipedia.org/wiki/Санкции_в_связи_с_украинскими_событиями_2014_года (дата обращения: 20.11.2021)

3. Виды санкций https://zakon.ru/blog/2020/9/15/kratkij_neoficialnyj_ (дата обращения: 20.11.2021)

Бессонов М.А., Кузьмина К.О.

Науч. рук.: канд. техн. наук, доц. Городничев С.В.

Тулский филиал Финуниверситета

ЦИФРОВАЯ ЭКОНОМИКА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Цифровые технологии используют сегодня при совершении экономических, социальных и других операций через интернет. Любой человек с помощью удаленных каналов связи может записаться к врачу, заплатить налоги, купить билет на сайте РЖД или приобрести нужный товар – монтажный комплект, телевизор и др. Развитие цифровой экономики – задача для всех уровней власти. Поэтому одним из 13 нацпроектов, реализуемых в России после майских указов 2018 года Президента РФ В.В. Путина, стал проект «Цифровая экономика». Понятие «цифровая экономика» было введено Доном Тапскоттом в 1995 году при описании особенностей сетевой разведки. Сегодня под цифровой или виртуальной экономикой понимают совокупность отношений в области экономики, культуры и общественной жизни, базирующихся на внедрении электронных технологий. Инновации, способствующие ускоренному развитию интернет-экономики:

✓ блокчейн;

- ✓ искусственный интеллект (имитация когнитивных функций человека);
- ✓ облачные вычисления;
- ✓ машинное обучение;
- ✓ нейронные сети.

Функционирование многих фирм частично или полностью осуществляется через интернет. Ярким примером использования цифровых технологий является Яндекс-такси или Сбербанк России.

Направления деятельности юридических лиц и субъектов предпринимательства, доступные для удаленного ведения:

- ✓ планирование, управление и контроль;
- ✓ анализ бизнеса;
- ✓ бухгалтерский учет и аудит;
- ✓ формирование и предоставление отчетности;
- ✓ оказание услуг;
- ✓ доставка товаров;
- ✓ логистика;
- ✓ маркетинг.

Почти 50% людей в России и за рубежом используют интернет для обучения и работы. Находясь в декрете, женщина может получить дополнительное образование или повысить квалификацию в удобное время.

В 2018 году число людей, использующих интернет, увеличилось до 4,021 млрд человек, четверть из которых впервые появилась в сети в 2017-2018 годах. Самые высокие темпы роста наблюдаются на африканском континенте – 20 %. В Катаре и ОАЭ 99% жителей используют интернет в повседневной жизни. По России цифры ниже – около 75% россиян пользуются различными онлайн-сервисами и социальными сетями. Виртуальная экономика и биотехнологии способны улучшить жизнь обычных людей. Врач оперативно поставит диагноз и, при необходимости, проведет операцию, независимо от местонахождения пациента. Житель любого региона страны сможет получить высшее образование или обучиться новой профессии дистанционно. У покупателей появляется огромный выбор товаров, доступных в интернет-магазинах. При этом повышается скорость оказания услуг и их качество. Для компаний использование возможностей цифровых технологий позволит повысить производительность труда работников, снизить затраты, расширить круг потенциальных покупателей. Электронные технологии применяют даже в сферах АПК (роботизация), экологии (сортировка мусора) и ЖКХ («умные» счетчики).

Несмотря на технологический прорыв, доля цифровой экономики составляет лишь 22% мирового ВВП. Наилучшего результата добился Китай – 30% от ВВП, благодаря развитому рынку криптовалют. Великобритании удалось повысить этот показатель до 15%. Усредненное значение доли виртуальной экономики в национальном ВВП для развитых стран составляет 5,0-5,5%.

Многие страны, осознавая неизбежность и важность технологических изменений, намеренно взяли курс на цифровизацию экономики и госсектора. Возглавляют неформальную цифровую «гонку» США и Китай. Программы развития виртуальной экономики приняли вслед за ними Великобритания, страны Европы, Австралия и другие.

Основные направления зарубежных программ цифровизации:

- ✓ инфраструктура;
- ✓ человеческий капитал;
- ✓ экономические секторы;
- ✓ государственные услуги.

Принятые концепции различаются акцентами. Например, в Дании программа не затрагивает производственный сегмент, но датчане, имея цифровые паспорта, могут обращаться со структурами власти только через интернет. Канада, напротив, не ставит в приоритет переход на оказание электронных госуслуг. Российская программа «Цифровая экономика Российской Федерации» утверждена 4 июня 2019 года протоколом заседания президиума Совета при Президенте РФ по стратегическому развитию и нацпроектам (далее – Президиум Совета). В нее вошли шесть федеральных проектов. Важность темы В. Путин подчеркнул в ежегодном послании Федеральному Собранию в феврале 2019 года. Регионы разрабатывают собственные программы по развитию виртуальной экономики (Московская область, Пермский край и другие). Федеральные субсидии регионы будут получать в рамках заключенных с федеральным центром Соглашений.

Плюсы виртуальной экономики:

- ✓ повышение производительности труда;
- ✓ снижение издержек;
- ✓ создание новых рабочих мест;
- ✓ переход к электронным деньгам;
- ✓ снижение бюрократии и коррупции;
- ✓ «прозрачность» проводимых операций;
- ✓ сведение к нулю «человеческого» фактора – возможность ошибки, влияние эмоций, физического состояния;
- ✓ развитие фриланса.

Цифровая экономика оказывает прямое действие на ценообразование, снижая стоимость товаров и услуг. Несмотря на это, в реальности, внедрение цифровых технологий таит некоторые опасности.

Недостатки интернет-экономики:

- ✓ риск утечки информации;
- ✓ рост числа мошенников;
- ✓ использование персональных данных людей для управления их поведением;
- ✓ исчезновение ряда невостребованных профессий и компетенций;
- ✓ сокращение работников из-за роботизации производства;
- ✓ отсутствие у персонала навыков работы с использованием новых технологий;
- ✓ нежелание или невозможность некоторых категорий граждан использовать новые технологии на практике (пенсионеры «старой закалки» отказываются переходить на банковские карты);
- ✓ преобладание у детей «машинного» мышления над системным.

Таким образом, мы видим, что цифровая экономика обладает не только положительными, но и отрицательными аспектами. В любом случае данное направления в развитии общества очень важно и откроет для мирового сообщества новые возможности.

Список литературы

1. Программа «Цифровая экономика» и ее развитие в Российской Федерации <https://future2day.ru/natsionalnaya-programma-tsifrovaya-ekonomika-obzor/> (дата обращения: 20.11.2021)

2. Цифровая экономика РФ <https://digital.gov.ru/ru/activity/> (дата обращения: 20.11.2021)

3. Национальный проект «Цифровая экономика» https://ru.wikipedia.org/wiki/Национальный_проект_«Цифровая_экономика» (дата обращения: 20.11.2021)

Бойков Б.А.

Науч. рук.: канд. техн. наук, доц. Городничев С.В.

Тульский филиал Финуниверситета

ПРОБЛЕМА БЕДНОСТИ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Проблема бедности волнует человеческое общество с давних времен. Но, несмотря на это, человечеству так и не удалось решить эту проблему. И, как это ни парадоксально, бедность продолжает оставаться неотъемлемой чертой любого общества. Борьба против

бедности и неравенства одна из главных задач социально-экономической политики каждого государства.

До сегодняшних дней нет единой методик по решению данной проблемы, так как каждый случай требует индивидуально-новаторский подход. Неравный доступ членов общества к каким-либо необходимым ресурсам, как материальным, так и нематериальным, называется социальным неравенством. В отличие от неравенства, бедность не характеризует общество в целом, она касается лишь определённой части населения. Понятие бедность охватывает довольно большую или незначительную часть населения, в зависимости от экономического развития страны. Бедность-это «выраженное снижение благосостояния», то есть экономическое состояние индивида или группы индивидов, при котором они не могут удовлетворить определённый круг минимальных потребностей, необходимых для жизни, сохранения и улучшения работоспособности, а также продолжения и увеличения числа потомков. Бедность является относительным и многозначным понятием и зависит от общего стандарта уровня жизни в данном обществе (коэффициент Джини, индекс Тейла). Бедные - это уязвимый слой общества, который в некотором роде замедляет развитие страны; другими словами это те, кто не имеет достаточно средств или уровень потребления которых недостаточен, чтобы поместить их выше какого-то коэффициента бедности. У этих людей может не быть дома, продовольствия или достойного состояния здоровья, что влечёт за собой изменение уровня гипотрофии или грамотности. Бедность можно сопоставить с бездонным дном, которое всё время тянет вниз. Бедность не порок, но этот недостаток тормозит развитие стран, как развивающихся, так и развитых. Поэтому великие державы нынешнего мира борются именно с бедностью и неравенством, но что делать неразвитым и развивающимся странам? Поскольку не снизив уровень бедности в стране, невозможно достичь какого-либо развития и прогресса. Бедность – это не только минимальный доход, но особый образ и стиль жизни, передающийся из поколения в поколение нормы поведения, стереотипы восприятия и особая психология. Бедность является следствием разнообразных и взаимосвязанных причин, которые объединяются в следующие группы: экономическая (безработица, экономическое неравенство, в том числе низкая заработная плата, низкая производительность труда, неконкурентоспособность отрасли); социально-медицинская (инвалидность, старость, высокий уровень заболеваемости); демографическая (неполные семьи, большое количество иждивенцев в семье, перенаселение); образовательно-

квалификационная (низкий уровень образования, недостаточная профессиональная подготовка); политическая (военные конфликты, вынужденная миграция); регионально-географическая (неравномерное развитие регионов); религиозно-философская и психологическая (аскеза, как образ жизни, юродство) По мнению экспертов международной гуманитарной организации «Оксфам», причины роста бедности и социального неравенства в мире, начиная с 2010 года, следующие: уклонение состоятельных людей от уплаты налогов, сокращение зарплаты рабочих, увеличение разницы между минимальным и максимальным уровнями оплаты труда. Так, разбираясь в бедности можно её условно подразделить на 3 подвиды: абсолютную, относительную, основанную на доходе или многомерную, которая называется численным измерением бедности. Например, правительство США в 2012 году установило черту бедности на уровне 23050 \$ годового дохода для семьи состоящей из 4 человек. Но, несмотря на это многие люди остались даже за этой чертой. Таким образом, можно заключить, что если в государстве есть некая черта или предел в бедности, она не застраховывает, ни государство, ни уязвимый слой населения от нищеты. Абсолютная бедность означает неудовлетворение или частичное удовлетворение первичных потребностей (еда, одежда и жильё).

Количественными расчётами уровня бедности начали заниматься английские учёные Чарльз Бут и Сибом Раунтри, которые ввели понятие черта (порог) бедности, в 1890 годах. Черта бедности – это минимальный доход, необходимый для приобретения только жизненно необходимых продуктов питания, одежды и обеспечения проживания. Если государство устанавливает черту бедности, она является номинальной, тогда как, реальный очень отличается. И, те люди, которые остаются по ту сторону черты бедности, пребывают в состоянии «хронической бедности».

Хронически бедные люди – это люди, которые всегда были бедными, есть и будут бедными. Но, что ещё ужаснее, эти люди не пытаются изменить свою жизнь, вроде бы читают книги о ведении бизнеса и психологии успеха, но не делают попыток изменить свою жизнь кардинально. Относительная бедность подразумевает, бедность человека по сравнению с другими людьми в данном обществе. В этом и состоит разница между абсолютной и относительной бедностью. То есть, к первому относятся товары и услуги первой необходимости, а ко второй группе относятся люди обеспеченные жизненно необходимыми предметами и услугами, но не могут вести принятый в их обществе «норматив». Удельный вес населения с доходами ниже национальной

черты бедности (по данным ЦРУ, на 2008 год). ООН применяет к бедным территориям термин «наименее развитые страны», т.к многие респонденты стыдятся признать себя бедными. Согласно данным ООН в 2019 году в список «Наименее Развитых Стран» входит 47 стран, включая Таджикистан, Афганистан, Молдову и Украину. Этот статус присуждается на основе трёх критерий: Индекс экономической уязвимости государства; Уровень доходов населения или ВВП на душу населения за последние три года; Оценка реального качества жизни. Индекс экономической уязвимости или индекс слабости государства (Failed States Index) – комплексный показатель, характеризующий способность (неспособность) властей той или иной страны контролировать целостность своей территории, а также демографическую, политическую и экономическую ситуацию в стране. Уровень доходов населения или ВВП на душу населения за последние три года – это сумма денежных средств и материальных благ, полученных или произведённых домашними хозяйствами за определённый промежуток времени. Оценка реального качества жизни или индекс качества жизни – связывает результаты исследований по субъективной оценке жизни в странах с объективными детерминантами качества жизни в этих странах.

Индекс человеческого развития был подсчитан в 2013 году (от Economic Intelligence Unit) и включает в себя 80 стран, где лидирует Швейцария, Австралия и Норвегия. Согласно данным Всемирного Банка Узбекистан входит в группу стран со средним уровнем национального дохода на душу населения (1533 \$ на человека в год). По данным доклада компании Focus Economics в 2018 году Узбекистан занял 8-е место в списке беднейших стран мира (на 4-ом месте разместился Таджикистан). Важной мировой проблемой продолжает оставаться крайняя бедность – нищета, когда человек проживает на 1,9 \$ в день или менее. Нищета – это состояние ниже уровня бедности, позволяющее оставаться лишь в рамках биологически допустимых норм или другими словами, тяжёлая нехватка основных потребностей человека (продовольствие, питьевая вода, санитария, охрана здоровья, жилья, образования и информации). Кроме этого, также просчитывается национальная черта бедности. Под национальной чертой бедности понимается доход ниже прожиточного минимума. Прожиточный минимум — стоимостная величина, достаточная для обеспечения нормального функционирования организма человека и сохранения его здоровья, набора пищевых продуктов, а также минимального набора непродовольственных товаров и услуг,

необходимых для удовлетворения основных социальных и культурных потребностей личности.

Безработица, низкий уровень образования, инвалидность, плохое здоровье, принадлежность к меньшинству той или иной этнической группы, жизнь в отдаленной или бедной общине - это факторы и должны учитываться при борьбе с бедностью. В настоящий момент международная черта бедности установлена на уровне ППС, равного 1,9 доллара в день, эти люди получают настолько низкий доход, что не в состоянии достигнуть даже критического минимума даже в питании. Три беднейших страны мира Демократическая Республика Конго, Либерия и Бурунди находятся ниже этой самой черты. Сегодня около 1,4 миллиарда человек живут в условиях абсолютной нищеты, или примерно один из пяти человек в мире – большинство из них граждане стран со средним уровнем дохода. Даже в ряде богатых стран, таких как США и Япония, один из шести человек живет в условиях относительной бедности. Нам предлагают смириться с бедностью, так как мы миримся с природными катаклизмами, но если можно будет изменить эту ситуацию, благодаря вмешательству человека. Значительное сокращение абсолютной бедности требует развития экономики, что нам и продемонстрировал Китай в последние годы. Страны с высокими уровнями расслоения населения по показателю дохода и бедности, могут значительно уменьшить неравенство и бедность путём государственного вмешательства. Чтобы разрешить бедным и малоимущим людям выбраться из нищеты за счёт собственных усилий, нам необходимо уравнивать условия для детей, посредством улучшения образовательной системы и благосостояния; расширить доступ к рабочим местам и не допустить ситуации когда богатые и влиятельные будут манипулировать рынками. Современный мир производит достаточно материальных благ, чтобы победить абсолютную бедность. Складывающаяся ситуацию социальной напряжённости, бедности, коррупции и голода можно исключить лишь совместными усилиями всего мирового сообщества.

Список литературы

1. Бедность и бедные в современной России; Весь Мир - М., 2014. - 304 с.
2. Богданов И. Я. Бедность как образ жизни в современной России; Норма - М., 2015. - 224 с.
3. Бэйли Джерри Книга будущего миллионера. Богатство и бедность. Золото и деньги. Твои личные деньги; Клевер-Медиа-Групп - М., 2013. - 849 с.

4. Глобализация, рост и бедность. Построение всеобщей мировой экономики: моногр.; Весь Мир - М., 2004. - 206 с.

Будикова А.О.

Научн. рук.: профессор Волков А.Ю.

Ярославский филиал Финуниверситета

ГРАЖДАНСКАЯ АВИАЦИЯ РФ В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ. ФАКТОРЫ РИСКА ВОССТАНОВЛЕНИЯ ОТРАСЛИ

Авиация стала основным индикатором в понимании масштабов реального кризиса, так как именно она одной из первых столкнулась с последствиями начала пандемии, когда, фактически, российские авиакомпании перестали перевозить пассажиров. Это было связано с ограничительными мерами на передвижение людей между регионами и странами для недопущения распространения инфекции. С другой стороны, авиация почувствовала одной из первых последствия отмены тех же самых ограничений, и благодаря этому, многое перевозчики восстановили свою работу в полном режиме.

В этой статье мы хотим, на основе событий, связанных с пандемией определить факторы риска функционирования рынка гражданских авиаперевозок при условии введении повторных ограничений в будущем и, на основе недавнего опыта авиакомпаний, выделить основные факторы, благодаря которым авиакомпании смогут восстановиться от возможных экономических потерь и получит импульс для развития.

Для экономики РФ авиация играет немаловажную роль. И этому есть подтверждения в цифрах. В крупнейших российских авиакомпаниях работает большое количество граждан. Вот некоторые примеры:

S7 airlines - 2800 чел

Россия - 7200 чел.

Аэрофлот - 30300 чел.

Utair - 5000 чел.

От работы авиакомпаний зависит функционирование аэропортов, где работают в общей сложности десятки тысяч сотрудников. В связи с этим стоит прийти к выводу, что гражданская авиация и особенно рынок перевозок очень важная сфера экономики РФ, так как в этой сфере затронута большая часть трудоспособного населения страны. Напомним, что авиасообщение стало одним из секторов мировой экономики, наиболее пострадавшим от пандемии. Также компании являются крупнейшими налогоплательщиками. К примеру,

«Аэрофлот» в среднем выплачивает налоги на сумму в диапазоне 13 млрд. рублей ежегодно.

Факторы риска, связанные с пандемией COVID -19

1. Сокращение пассажиропотока. По данным Росавиации пассажирские перевозки авиакомпаний в январе--ноябре 2020 года снизились на 46,2% по сравнению аналогичным периодом 2019 года - до 64 млн. человек. На международных направлениях перевозки снизились на 75,6%, до 12,6 млн. человек, на внутренних - на 23,8%, до 51,6 млн. человек. Пассажиропоток компании "Аэрофлот" по итогам 2020 года снизился на 60,9%, до 14,56 млн. пассажиров, компании S7 — на 12,1%, до 12,3 млн., "Победы" — на 11,7%, до более 9 млн., "Уральских авиалиний" - на 41,4%, до 5,62 млн. Исходя из данных цифр можно сделать вывод, что при аналогичном кризисе авиаперевозчики столкнутся с проблемой оттока пассажиров. Спад может колебаться на отметке в 40%.

2. Необходимость сокращения персонала и сокращение зарплат. С сокращением зарплат столкнулись летные составы отечественных авиакомпаний. В некоторых авиакомпаниях пилотам предложили подписать дополнительное соглашение об уменьшении зарплаты. Денежное довольствие летного состава (пилоты, бортпроводники) состоит из двух основных частей: гарантированная и налет часов. В связи со спадом пассажиропотока налет часов сократился. Жесткие варианты оптимизации персонала были проведены в авиакомпании "Победа". В неоплачиваемые отпуска до конца 2020 г. были отправлены пилоты-стажеры. Сложность заключалась в том, что пилоты не могли уволиться и перейти в другие авиакомпании из-за того, что должны были выплатить компании большие суммы денег за предыдущее обучение в качестве отступных.

3. Риски неоплаты лизинга воздушных судов. Учитывая большую капиталоемкость и длительность срока службы самолетов лизинг является наиболее оптимальным финансовым инструментом обновления парка для авиакомпаний. Российские авиакомпании в 2020 году из-за пандемии коронавируса увеличили просрочку платежей за лизинг самолетов. В тот год одна из крупнейших лизинговых компаний РФ ГТЛК недополучила от авиаперевозчиков 15,6 млрд. рублей. Авиакомпаниям РФ удалось договориться с лизинговыми компаниями об отсрочке платежей, но это в свою очередь означает, что менеджменту пришлось изменить бизнес модели функционирования организаций.

Мы указали только три основных пункта, с которыми столкнулись авиаперевозчики в 2020 году и частично в 2021 году.

Резюмируя все показатели, изложенные ранее основным риском для компаний при таких негативных сценариях, станет банкротство. И данные примеры имеют место быть. Итальянский авиаперевозчик «Alitalia» был ликвидирован из-за банкротства в октябре 2021 года. Компания находилась в состоянии кризиса с начала 200-х годов, однако помощь правительства поддерживала крупнейшего перевозчика Италии. Однако в условиях пандемии, компания терпела огромные убытки. В разное время в СМИ писали о возможных разорениях российских авиакомпаний.

Факторы восстановления отрасли в условиях пандемии COVID-19

1. Поддержка государства. Поддержка авиакомпаний со стороны российских властей осуществлялась в разных направлениях: субсидирование авиарейсов, государственные гарантии под кредиты коммерческих банков, прямая финансовая поддержка. В помощи Весной 2020 года "Аэрофлот" привлек в Сбербанке кредиты на 70 млрд. руб. под государственные гарантии. Авиакомпанией были получены льготные кредиты от ряда банков в рамках антикризисной госпрограммы. Правительство РФ выделило авиаперевозчикам субсидии на общую сумму в 30 млрд. руб. в 2020 г. Субсидии компенсировали расходы на оплату труда авиационного персонала. Также авиакомпаниям разрешено было тратить часть предоставленных денег на оплату стоянок воздушных судов в аэропортах и на содержание имущества. Элементом поддержки авиации, оказавшимся актуальным в период пандемии, стала федеральная программа субсидирования авиационных пассажирских перевозок. Программа была запущена в 2014 году. Миллионы россиян, особенно те, кто живет в отдаленных регионах государства, ежегодно пользуются этой программой. В 2020 году под субсидии попали 4 направления: перевозки на Дальний Восток, перевозки в Симферополь, перевозки в Калининград и межрегиональные перевозки.

2. Увеличение перелетов внутри страны. Из-за сохраняющихся запретов на полеты во многие страны авиакомпании могут запланировать значительное увеличение числа рейсов на отечественные курорты. К примеру, Аэропорт "Геленджик" за 10 месяцев 2021 года обслужил более 994 тыс. человек - на 115% выше прошлогодних показателей, когда аэропорт принял почти 463 тыс. пассажиров. Аэропорт "Анапа" за первые 6 месяцев 2021 года обслужил 978 533 пассажира, что более чем в 4 раза превышает прошлогодние показатели в аналогичном периоде. Исходя из этих данных можно сделать вывод о том, что перераспределение авиатрафика с международных направлений на внутренние приводят к

значительному экономическому эффекту. Стоит отметить, что аэропорты для достижения этих показателей развивают инфраструктуру. К примеру, на данный момент построен новый аэропорт в Симферополе, реконструирована авиагавань в Анапе, а также полным ходом идет строительство нового аэровокзала в Геленджике.

3. Развитие практики применения «невозвратных билетов». За последние несколько лет, были созданы так называемые лоукостеры. В стоимость билета в таком случае входит только сам перелет и небольшое место для ручной клади, все дополнительные услуги оплачиваются отдельно. В РФ самой известной кампанией является «Победа», которая была создана при поддержке правительства благодаря инициативе компании "Аэрофлот". Кризис 2020 года показал, что именно такие перевозчики избежали самых больших финансовых потерь. "Победа" и "Азимут" единственные закончили календарный 2020 год не с убытками, а с небольшой прибылью. Этому способствовало наличие нового парка самолетов, проведением большого количества скидочных акций для потенциальных клиентов, а также сокращенное время стоянки самолетов в аэропортах страны. Тем самым у этих компаний появились большие возможности для эффективного использования авиапарка.

4. Перенаправление части самолетов под грузоперевозки. Компенсируя финансовые потери от сокращения пассажиропотока, крупные российские компании увеличили объемы перевозимых грузов в багажных отделениях и непосредственно в салонах. К примеру, Авиакомпания «Уральские авиалинии» в марте-апреле 2020 г. переоборудовала под грузы 12 самолетов из 48 эксплуатируемых. Это позволило получить дополнительную выручку в размере 1,4 млрд р. По сравнению с 2019 г. объем грузоперевозок увеличился почти в 6 раз. Таким же путем пошли многие авиакомпании РФ.

Таким образом, авиатранспортная отрасль РФ оказалась в тяжелом экономическом положении в связи с распространением коронавируса. Компании не имеют достаточно ресурсов для стабильной работы в условиях пандемии. Снижение пассажиропотока, а также неминуемые налоговые выплаты, долги за лизинг самолетов и возможные другие факторы будут тормозить развитие отрасли.

Однако, как показала практика, у авиакомпаний есть ресурсы для поддержания стабильной работы в тяжелых экономических условиях. Об этом можно судить исходя из многих факторов. Прежде всего, это поддержка государства, изменение бизнес модели организации перевозок, поиск новых рынков, а также грамотное ценообразование.

Список литературы

1. Джафарова Ф. Рос. авиакомпании придумали, как заработать в кризис // Коммерсант. 2020. 7 апр.
2. Гайва Е. Капитал воздушного URL: <https://rg.ru/2020/07/02/rossijskie-aviakompanii-poka-smogli-izbezhat-massovyh-uvolnenij-personala.html>
3. Гриценко О. Итальянская авиакомпания Alitalia обанкротилась URL: <https://www.kp.ru/daily/28344/4490781/>
4. Дзятко Т. "Аэрофлот" назвал слова Грефа о проблемах с обслуживанием долга «фигурой речи» // Деловое информ. пространство РБК. URL: www.rbc.ru/
5. Киселева М., Шамина О. Около 100 пилотов «Победы» вынужденно ушли в отпуска до начала 2021 года // BBC news (рус. служба). URL: <https://www.bbc.com/russian/features/53641377>

Виницкая Е.А.

Научн. рук.: д-р экон. наук, доц. Поляков В.А.

Тулский филиал Финуниверситета

СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ ОРГАНИЗАЦИИ

В современном мире основная задача каждого предприятия – наиболее рационально построить свою деятельность и получить от нее максимальный экономический эффект, то есть прибыль. Решить эту задачу поможет разработка стратегии развития предприятия. Точно продуманная стратегия позволяет руководству предприятия решать не просто текущие задачи развития бизнеса, а задачи, работающие на главную цель и главную перспективу фирмы. От того, какими возможностями располагает данное предприятие, зависит выбор наиболее подходящей стратегии его развития. Для оценки функционирования предприятия необходим его анализ, благодаря которому можно установить и оценить состояние предприятия. Именно результаты анализа дают ответ на вопрос, каковы важнейшие способы улучшения состояния предприятия в конкретный период его деятельности. Актуальность данной темы заключается в том, что разработка стратегии развития организации неотделима от решения вопросов ее перспективного развития.

Стратегия - это комплекс действий тактического характера, ориентированных на определенное направление развития организации и способствующих достижению целей бизнеса. Залогом успешного развития и стабильности бизнеса является понимание стратегии развития предприятия, которое зависит от уровня прозрачности рынка, желания владельцев разрабатывать и реализовывать бизнес-планы.

Стратегическое планирование – это определение ключевых направлений развития, понимание желаний потребителя, формулирование организационных целей и оценка внутренних и внешних бизнес-факторов. В условиях жесткой конкурентной борьбы и быстро меняющейся ситуации фирмы должны не только концентрировать внимание на внутреннем состоянии дел, но и выработать долгосрочную стратегию поведения, которая позволяла бы им успевать за изменениями, происходящими в мире.

Эффективные стратегии отражают четыре различных подхода к росту фирмы и связаны с изменением состояний таких элементов, как продукт, рынок, отрасль, положение фирмы внутри отрасли и технология. Каждый из этих пяти элементов может находиться в одном из двух состояний, либо существующее состояние, либо новое состояние. К первой группе относятся стратегии концентрированного роста, которые включают в себя изменение продукта и рынка и не затрагивают три других элемента. Иными словами, компания нацелена на улучшение своего продукта или запуск нового, не меняя при этом отрасли. Стратегия подразумевает поиск возможностей улучшения своего положения на существующем рынке либо же перехода на новый рынок. К данному типу стратегий относятся: стратегия усиления позиций на рынке, стратегия развития рынка, стратегия развития продукта. Вторая группа – это стратегии интегрированного роста. К данной группе относятся стратегии, которые предполагают расширение фирмы путем добавления новых структур. То есть, компания может осуществлять стратегию интегрированного роста путем приобретения собственности и путем расширения изнутри. Примерами стратегии интегрированного роста являются: стратегия обратной вертикальной интеграции, стратегия вперед идущей вертикальной интеграции. К третьей группе относятся стратегии диверсифицированного роста. Эти стратегии реализуются в случае, когда компания достигла своего предела на данном рынке с данным продуктом в рамках данной отрасли. К типам стратегии диверсифицированного роста относятся следующие: стратегия центрированной диверсификации, стратегия горизонтальной диверсификации. Четвертая группа - это стратегии сокращения, которые обусловлены необходимостью в перегруппировке сил после длительного периода роста или в связи с необходимостью повышения эффективности, периодами спада и кардинального изменения в экономике. Реализация данной стратегии проходит не безболезненно для фирмы. К типам стратегии сокращения можно отнести: стратегию ликвидации, стратегию "сбора урожая", стратегия сокращения

расходов. В большинстве случаев, каждая компания реализует одновременно несколько стратегий.

Эффективным менеджментом является разработка адекватной стратегии и продуктивное ее исполнение. Однако на практике все запланированные стратегии могут быть не осуществлены. Реализованная стратегия должна быть как активной, так и адаптивной. Таким образом, процесс реализации стратегии отличается от процесса выполнения долгосрочного плана. Процесс реализации стратегии - это не только начало выполнения новой стратегии, но и основа процесса создания будущей стратегии. Эффективная реализация стратегии требует определенной организации компании, методов ведения бизнеса, организационных возможностей, системы вознаграждения, корпоративной культуры. К основным задачам в процессе реализации стратегии относятся: обеспечение необходимыми компетенциями и ресурсной базой, распределение ресурсов по значимым звеньям цепочки ценности, выработка политики и процессов в поддержку стратегии, внедрение методик непрерывного совершенствования, внедрения информационных, коммуникационных и других систем, разработка системы стимулирования за достижение целей, создание корпоративной культуры и системы лидерства.

Стратегия, подготовленная предприятием, должна представлять собой совокупность нескольких стратегий, которые должны тесно взаимодействовать друг с другом. Стратегический выбор предприятия должен быть определенным и однозначным, так как только в таком случае предприятие достигнет успеха. Стратегическое управление является непрерывным процессом. После того как стратегии запущены, необходимо их отслеживать и производить контроль и оценку их реализации. Важным условием при этом является выбор соответствующих критериев, которые определяют, насколько удачно выбрана стратегия с точки зрения стратегического анализа. Это, прежде всего, степень трудности и объем усилий для определения того, в какой мере результаты применения конкретного стратегического варианта направлены на выполнение миссии организации и достижение ее целей. Работа по формированию и внедрению стратегии развития предприятия всегда связана с риском. Поэтому очень важна гибкость процессов и учет всех факторов воздействия на бизнес и рынок.

Список литературы

1. Андреев В.Д., Боков М.А. Теория и практика стратегического планирования / Под ред. В.И. Шаповалова. Сочи: РИЦ СГУТиКД, 2019. 264 с.

2. Замятин Б.К. Стратегическое планирование на предприятии. М.: Эксмо, 2006. 297 с.

3. Зиннуров У.Г. Стратегическое маркетинговое планирование и управление на предприятии: учеб. пособие. М.: Изд-во МАИ, 2018. С. 34.

4. Хотинская Г.И., Харитоновна Т.В. Анализ финансовой деятельности предприятия: Учебное пособие. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Изд-во «Дело и Сервис», 2007. 240с.

Власова Ю.А

Науч. рук.: канд. техн. наук, доц. Городничев С.В.

Тульский филиал Финуниверситета

ЛИДЕРСТВО

1. Понятие лидерства

Лидерство как социальное явление сопровождает человечество на протяжении всего его существования. Везде, где собирается группа, состоящая более чем из двух человек, может возникнуть ситуация лидирования одного и следования за ним других. Лидер оказывает значительное влияние на процессы самоорганизации группы, формирование групповых норм и ценностей, на поведение последователей. В связи с этим лидеры и сам феномен лидерства традиционно привлекают внимание исследователей. Поэтому в разные исторические эпохи предпринимались попытки изучения лидерских качеств на основе описания личностей великих людей.

Слова лидер («leader») и лидерство («leadership») образованы от англосаксонского корня «lead» (в переводе на русский – «дорога», «путь»), который происходит от глагола «leaden», что значит «путешествовать», «идти». Будучи мореплавателями, англосаксы использовали это название и для обозначения курса судна в море. Таким образом, лидерами назывались люди (или суда), которые показывали путь.

2. Эффективное лидерство

Эффективные лидеры не всегда являются одновременно и эффективными управляющими. Эффективность лидера обычно оценивается с точки зрения воздействия на производительность группы.

Эффективное лидерство может мешать, иногда формальной организации.

Например, влиятельный неформальный лидер может сделать так, что трудовой коллектив начнет ограничивать выпуск продукции или производить товары и услуги низкого качества.

В чем же различие между управлением и лидерством?

Файли, Хаус и Керр устанавливают данное различие в следующем:

- Управление, как умственный и физический процесс, приводит к тому, что подчиненные выполняют предписанные или официальные поручения и решают определенные задачи;

- Лидерство же, наоборот, является процессом, с помощью которого одно лицо оказывает влияние на членов группы.

Управляющими становятся во главе организации в результате намеренного действия формальной организации – делегирования полномочий.

Лидером же становятся не по воле организации, хотя возможности вести за собой людей тоже можно увеличить путем делегирования полномочий.

3. Психология лидерства

Лидерство - способность оказывать влияние как на отдельную личность, так и на группу, направляя усилия всех на достижение целей организации. Лидерство - естественный социально-психологический процесс в группе, построенный на влиянии личного авторитета на поведение членов группы. Под влиянием понимают такое поведение человека, которое вносит изменение в поведение, отношения, чувства другого человека. Влияние можно оказывать через идеи, устное и письменное слово, через внушение, убеждение, эмоциональное заражение, принуждение, личный авторитет и пример.

Группа, решающая значимую проблему, всегда выдвигает для ее решения лидера. Роль лидера заключается в умении повести людей за собой, обеспечить существование таких связей между людьми в системе, которые способствовали бы решению конкретных задач в рамках единой цели.

Лидерство может быть формальным (официальное руководство) и неформальным.

Руководитель – наделен законной властью для воздействия на других (руководитель отдела, подразделения, староста учебных групп и пр.). Формальные лидеры связаны с официальной организацией и имеют возможность представлять группу в целом и защищать ее интересы перед организацией. В некоторых ситуациях группа сама избирает формального лидера (вместо того чтобы назначить кого-то главой комитета, декан может предоставить право комитету самому избрать председателя из своей среды). Во время работы группа может иметь только одного формального лидера, но лидерские функции могут выполнять несколько человек.

Неформальные лидеры - это члены группы, чей авторитет опирается на их влияние в группе. Неформальные лидеры - это члены группы, авторитетные в сфере психологических взаимоотношений членов группы. Неформальные лидеры не обладают законной властью, их влияние основано, скорее, на компетентности и авторитете.

Таким образом, лидерство— это взаимоотношения между лидером и членами группы, оказывающими влияние друг на друга и совместно стремящимися к реальным изменениям и достижению результатов, отражающих общие цели.

Список литературы

1. Ильин В. А. Психология лидерства: учебник / В. А. Ильин. – М.: Издательство Юрайт, 2015 – 311 с.
2. Ерастова А. В., Черкасова О. В. Лидерство: учебное пособие / А. В.Ерастова, О. В. Черкасова; Мордов. гос. ун-т. – Саранск, 2015.
3. Бэкингем, М. Шаг к успеху: Успешное руководство, эффективное лидерство и стабильный личный успех / М. Бэкингем. - М.: Вильямс, 2007. - 288 с.

Вуколова О.А

Науч. рук.: канд. техн. наук, доц. Городничев С.В.

Тулский филиал Финуниверситета

БРАК КАК ДЕМОГРАФИЧЕСКАЯ КАТЕГОРИЯ

Брак - это санкционируемая и регулируемая обществом форма отношений между мужчиной и женщиной, определяющая их права и обязанности по отношению друг к другу и к их детям.С точки зрения права, браком считается только свободный, добровольный, равноправный союз мужчины и женщины, заключенный с целью образования семьи с обязательным соблюдением установленных законом требований и порождающий между супругами взаимные личные и имущественные права и обязанности Семейный Кодекс Российской Федерации. Ст. 13. В России действительным признается брак, заключенный в органах записи актов гражданского состояния (ЗАГС) Семейный Кодекс Российской Федерации. Ст.12. Обязательная государственная регистрация была установлена в декабре 1917 г. с принятием Декрета ЦИК и СНК РСФСР «О гражданском браке». В настоящее время порядок вступления в брак регулируется Семейным Кодексом Российской Федерации, принятым Государственной Думой 8 декабря 1995г. Для демографии брак интересен прежде всего как предусловие создания семьи и рождения детей, а также процессов рождаемости и смертности.

При этом демография традиционно интересуется не столько юридической формой брака как узаконенного союза мужчины и женщины, сколько наличием действительных и эффективных брачных (супружеских) отношений независимо от того, зарегистрирован ли брак в соответствии с принятыми в той или иной стране правилами и законами или нет, т.е. *фактическим браком*.

Наличие или отсутствие официальной регистрации брачных отношений, юридического их оформления, является чрезвычайно важным индикатором состояния семьи как социального института. Наблюдающийся в последние десятилетия рост числа случаев отказа от официальной регистрации брака, распространение сожительства свидетельствуют (вместе с другими аналогичными явлениями) об углубляющемся кризисе семьи, о деградации ценностей фамилизма, ценной которых является обострение общественного неблагополучия, нарастание девиантных форм социального поведения. И дело не только в увеличении во многих странах мира (в том числе и в России) числа и доли внебрачных рождений, хотя это само по себе порождает многочисленные социальные проблемы, связанные в первую очередь с неполноценной социализацией детей из так называемых «материнских» семей. Сама возможность жить в сожительствах, без легимизации брачных отношений.

разъедает в сознании многих ценность законного брака и семьи как социальных установлений, как единственно нормативных форм совместной жизни.

Удивительно, что не только разные энциклопедические справочники трактуют эти понятия по-разному, но даже в пределах одного и того же словаря в статьях разных авторов порой можно найти взаимоисключающие трактовки этих терминов. До 1917 г. под гражданским браком понимали брак, заключенный без совершения соответствующего религиозного обряда (венчания и т.п.).

Чтобы избежать этой путаницы, следует под гражданским браком понимать брак зарегистрированный, а о сожительстве говорить в тех случаях, когда брачные отношения существуют вне юридически признанной, легитимной формы. Что касается термина *фактический брак*, то независимо от его употребления в праве, за пределами чисто юридической терминологии он должен использоваться только для констатации наличия действительных и эффективных брачных отношений безотносительно, настойчиво повторю еще раз, к их юридической форме. Противопоставление фактического брака зарегистрированному основано на недоразумении: наличие юридической формы отнюдь не означает, что нет фактических

брачных отношений и, наоборот, наличие фактических (т.е. реальных, действительных) брачных отношений отнюдь не означает, что последние никак юридически не оформлены.

Типы брака -зарегистрированный и фактический -не являются взаимоисключающими. Большинство зарегистрированных браков являются также и фактическими, а большая часть фактических -зарегистрированными. Однако среди зарегистрированных браков есть фиктивные браки, которые были юридически оформлены не для создания семьи, а ради приобретения жилищных, имущественных или других прав. Некоторые из зарегистрированных браков фактически уже распались, но де-юре продолжают существовать, поскольку развод еще не оформлен. Нередки случаи, когда кто-то состоит в зарегистрированном браке с одним человеком, а в фактическом -с другим. Поэтому как альтернативные типы можно рассматривать только зарегистрированный и незарегистрированный брак.

Под видами или формами брака понимают конкретные вариации брачных союзов, в которые вступают или вступали мужчины и женщины. Среди видов брака прежде всего различают моногамию (однобрачие) и полигамию(многобрачие.).

Моногамия, или моногамное супружество, -это брачного мужчины с одной женщиной.

Полигамия, или полигамное супружество, -это брак одного мужчины с несколькими женщинами (полигиния,или многоженство) или брак одной женщины с несколькими мужчинами (полиандрия,или многомужество).

Вопреки широко распространенному мнению, специальные историко-этнографические исследования показали, что полигамия (полигиния) в истории имела гораздо более широкое распространение, чем моногамия: по данным американского социолога Дж. Мэрдока, число культур с преобладанием полигамии почти в 4 раз превышает число тех культур, где преобладала моногамия³. При этом наиболее распространенной формой полигамии является полигиния, до сих пор широко практикующаяся в странах, население которых исповедует ислам.

Что касается полиандрии, или многомужества, то распространенность этой формы брака крайне незначительна. Она существует у некоторых народов Индии и Тибета, преимущественно в виде фратеральной полиандрии, т.е. брака одной женщины с несколькими братьями.

Современная тенденция состоит в том, что распространенность полигамии снижается, на смену ей приходит моногамия. В настоящее

время даже в многих мусульманских странах, где религиозная мораль допускает и, более того, поощряет полигамию (многоженство), последняя запрещена законом. В этой связи странными выглядят попытки узаконить многоженство в отдельных субъектах Российской Федерации, в частности в Ингушетии. Но еще более странной и комичной представляется попытка Жириновского и его партии провести через Государственную Думу закон, разрешающий многоженство в России.

В настоящее время все большее распространение получает *т.н.* серийная моногамия (некоторые авторы говорят о последовательной моногамии), т.е. повторные, главным образом послеразводные браки мужчин и женщин. Это явление достигло таких масштабов, что многие исследователи, а еще больше журналисты и политики, перестали считать брак пожизненным союзом мужчины и женщины (у них существует идиосинкразия на само слово (пожизненный), рассматривая его как временный альянс, который может быть расторгнут в любое время по желанию любого из супругов. И серийная моногамия сама по себе, и примирительное отношение к ней как к нормативному явлению отражают нарастание институционального кризиса семьи, последствия которого столь угрожающе проявляются в современной динамике демографических процессов.

Заключение брака является результатом, финальной стадией брачного отбора. Под брачным отбором понимается процесс, в результате которого из совокупности (пространства) возможных, потенциальных брачных партнеров (которую иногда называют *брачным кругом*) так или иначе, тем или

иным способом отбирается тот, в каждом данном конкретном случае единственный, партнер (партнерша), который (которая) и становится мужем (женой) или тем, с кем живут вместе».

Брачный круг - совокупность возможных брачных партнеров.

Брачный возраст в Российской Федерации, установленный законом, - 18 лет для мужчин и для женщин. Органы местного самоуправления при наличии уважительных причин вправе по просьбе лиц, желающих вступить в брак, разрешить вступить в брак тем, кто достиг возраста 16 лет. Законами субъектов Российской Федерации могут быть установлены порядок и условия, при которых вступление в брак может быть разрешено, в виде исключения, до 16 лет.

Брачный возраст - минимальный брачный возраст, начиная с которого закон или обычай допускает вступление в брак. В большинстве стран мира устанавливается законодательно с учетом

возраста половой зрелости, психологической и социальной зрелости вступающих в брак, а также традиций, обычаев и др. условий данной страны.

Список литературы

1. Конституция Российской Федерации в действующей редакции "Конституция Российской Федерации" (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020) / КонсультантПлюс (consultant.ru)

2. Синельников А.Б. Брак // Социальная энциклопедия. М., 2000.

Гусева И.А.

Научн. рук.: докт. эк. наук, доц. Поляков В.А.

Тульский филиал Финуниверситета

БЛАГОПРИЯТНЫЙ МОРАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ КЛИМАТ В РАБОЧЕЙ ГРУППЕ, КАК ОДНО ИЗ УСЛОВИЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОИЗВОДСТВА

В современном мире эффективность производства повышается путём внедрения технологических инноваций, но немаловажным фактором является и социально-экономический показатель, подразумевающий под собой образование и квалификацию работников, их уровень отношений собственности на предприятии, условия труда и психологический климат в коллективе.

Морально-психологический климат - отражает морально-нравственное состояние, сложившееся внутри коллектива, подразумевающее под собой взаимоотношения между сотрудниками, их групповое мнение, эмоциональное настроение и отношение к достижению единой цели группы.

Формирование морально-психологического климата рабочего коллектива включает следующие стадии:

- Первая стадия подразумевает под собой преобладание формального уровня: люди взаимодействуют друг с другом не активно, общаются исходя из должностных статусов, подлинные чувства и цели тщательно скрываются и не выносятся в группу.

- Вторая стадия характеризуется преобладанием неформальной структуры коллектива. Складывается мнение о коллегах, формируются малые группы по интересам, также возможно проявление борьбы за лидерство и возникновение интереса каждого члена группы к повышению своего статуса и значимости. Конфликты и стрессовые ситуации решаются открыто, и имеют направление поиска методов улучшения взаимоотношений.

Исходя из стадий развития связей и контактов в трудовой группе, выделяют два различных уровня морально-психологического климата:

- Статистический - устойчивый характер коллектива, определяющий отношения организации. Устоявшиеся нормы и принципы коллектива соблюдаются всеми членами группы, а возникшие противоречия решаются коллективно. Данный уровень сложно формируется, но легко поддерживается в дальнейшем, с помощью небольших корректировок.

- Динамический – нестабильный и неустойчивый характер коллектива, характеризующийся прямой зависимостью психологического климата от потребностей индивида, его душевного и физического состояния.

В зависимости от стадий развития коллектива и характера связей, выделяют следующие виды взаимодействий:

- Контакт по горизонтальному направлению — взаимоотношения между сотрудниками одного служебного статуса

- Связь по вертикали определяется отношением между руководителем и подчинённым

- Взаимодействие «человек — окружающая материально-техническая среда»

Основываясь на данных видах взаимодействий коллектива, важно учесть, что на каждого сотрудника социальная группа будет оказывать разную степень воздействия. Ведь для некоторых индивидов трудовая группа является средой самоутверждения и самореализации.

- В позитивном случае воздействия коллектив имеет высокий уровень производительности труда, так как в приоритете управленческой деятельности стоит контроль и поддержание равновесия трудовой группы, конфликты отходят на второй план, а при возникновении решаются инициативно и по-деловому.

- В негативном случае коллектив оказывает на отдельный индивид подавляющее воздействие. Производительность труда такого коллектива низкая, так как в приоритете стоит урегулирование возникших противоречий

- Конформистская направленность характеризуется отречённостью определённой личности от трудового процесса и безразличием к общим целям коллектива. Данный вид может вносить разлад во внутреннее устройство трудовой группы, сопровождаясь нестабильным уровнем производительности.

Из всего вышесказанного следует, что внутриколлективные взаимодействия имеют различные направленности и при

неблагоприятном психологическом климате, могут возникать групповые противоречия, которые объясняются тем, что:

- В каждой группе существуют свои устоявшиеся правила и нормы, поэтому всегда так или иначе ограничивается степень свободы человека, тем самым подавляя стремление к свободе:

- Вступая в ту или иную группу, даже человек заинтересованный в общении неизбежно устанавливает себе определённые рамки поведения, ставя себя в зависимость от чужого мнения, даже если он его не разделяет.

- В условиях трудовой группы чётко прослеживается обособленность каждого человека, несмотря на вероятность наличия тесных деловых взаимоотношений. У каждой сформировавшейся личности существуют свои устоявшиеся моральные принципы и взгляды на жизнь, именно по этой причине во время общения могут возникать противоречия, трудности, а порой и острые конфликты.

Устранения групповых противоречий и образования стабильного морально-психологического климата, напрямую зависит от целенаправленной и систематической управленческой деятельности, направленной на сплочение коллектива.

Для обеспечения здорового психологического климата и в последствии повышения эффективности труда, руководитель должен нормализовать следующие социально-психологические задачи:

- Обеспечение установления прочных и доверительных связей между сотрудниками, как в формальной, так и неформальной структуре отношений.

- Быстрое и организованное разрешение конфликтов и стрессовых ситуаций;

- Создание комфортных условий для высокой трудовой активности, стимулирование их творческой и инновационной деятельности.

- Важно дать сотрудникам почувствовать свою значимость в трудовой группе и причастность к главным механизмам работы.

- Обеспечение способности организации влиять на поведение сотрудников.

- Выработка чувства гордости за свою организацию, проявляющуюся в поддержании устойчивых традиций и обычаев.

- Установление в коллективе четкой системы оценки деятельности, устранение оценок на уровне поверхностных и субъективных наблюдений.

На данный момент роль морально-психологического климата трудовой группы неуклонно возрастает, ведь интенсификация

производства воздействует на психику работника, при деятельности повышая на неё нагрузку. Подводя итог всему вышесказанному, можно сделать вывод, что благоприятность морально-психологического климата является одним из условий повышения эффективности труда и полноценного использования ресурсов и возможностей коллектива, таким образом регулирование и поддержание в организации устойчивой, позитивной обстановки, являются важным производственным показателем.

Список литературы

1. Алиева А.Т., Боробова В.Н. Основы современного управления: теория и практика: учебник. М.:Издательско-торговая корпорация «Дашков и К*», 2020. 526с.

2. Островский Э.В. Психология менеджмента: учеб.пособие. М.: ИНФРА-М, 2018. 240с.

3. Морально-психологический климат коллектива [Электронный ресурс] <https://ovendij.ru/2012-02-24-15-08-23/114-2012-03-05-09-26-05.html>

4. Морально-психологический климат в коллективе и его улучшение [Электронный ресурс] <https://donpi.ru/samorazvitie/moralno-psihologicheskij-klimat-v-kollektive-i-ego-uluchshenie.html>

Дмитриева Д.Д.

Научн. рук.: д-р экон. наук, доц. Поляков В.А.

Тулский филиал Финуниверситета

ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМАНДЫ И ЕЕ РОЛЬ В СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Одной из целей любой современной организации является получение максимальной прибыли. Это становится возможным благодаря эффективному использованию имеющихся ресурсов, в том числе трудовых. Главным трудовым ресурсом компании выступает персонал. Одной из основных задач любого современного предприятия является формирование сплоченной команды, играющей одну из ключевых ролей в достижении целей, поставленных организацией и повышающей эффективность деятельности предприятия.

Любая современная компания нуждается в сплоченной команде, которая будет способствовать достижению целей организации. В эффективно функционирующей команде каждый сотрудник занимает свое место, соответствующее его уровню образования и

возможностям. Это позволяет получать сотрудникам удовлетворение от работы и вызывает стремление к повышению эффективности труда.

Команда – это небольшое количество людей, которые обладают разными навыками и способностями, могут дополнять друг друга и преследовать общую цель, при этом неся коллективную ответственность за поведение всей команды [1].

Существует ряд признаков, характеризующих команду в организации, к числу которых можно отнести следующие:

- 1) участие каждого члена команды в достижении совместных целей, с учетом занимаемого им положения;
- 2) наличие в команде четкой цели и структуры, позволяющей ей достигнуть поставленной цели;
- 3) открытое обсуждение и совещание при принятии какого-либо решения, касающегося деятельности команды;
- 4) уважительное и снисходительное отношение к другим членам команды;
- 5) психологическая совместимость членов коллектива.

В процессе формирования команда проходит несколько этапов, каждый из которых играет важную роль в создании эффективной команды. Выделяют следующие этапы образования команды:

- 1) формирование – процесс создания группы и знакомство членов команды друг с другом;
- 2) конфронтация – образование структуры принятия решений в команде, определение общих ценностей и целей членов команды;
- 3) нормирование – завершение процесса образования структуры принятия решений и стабилизация отношений в команде, возникновение групповой солидарности;
- 4) выполнение – этап, при котором наблюдается наивысший результат от взаимодействия членов команды [3].

При формировании команды может возникнуть ряд сложностей, среди которых выделяют: наличие у ее участников индивидуальных целей, не совпадающих с целями команды; несправедливое разделение задач между членами команды, при котором может возникнуть ощущение, что кому-то приходится выполнять больший объем работы; возможное появление конкуренции при совпадении некоторых задач участников команды.

В нашей стране проблемы, возникающие с образованием команды, связаны, в первую очередь, с тем, что российские предприятия относительно недавно начали применять командную форму организации труда, также, в России наблюдается недостаток теоретического материала о командообразовании [4].

Работа в команде имеет как преимущества, так и недостатки. Так как каждый член команды обладает определенным набором навыков, распределение ролей между участниками позволяет команде быстрее справиться с поставленными задачами и достигнуть более высоких результатов. Также, работа в команде способствует постоянному стремлению к развитию ее участников, улучшению их коммуникативных навыков. К недостаткам командной работы можно отнести высокие временные и финансовые затраты компании для отбора членов команды, неспособность некоторых людей работать в команде в силу личностных и психологических особенностей.

Эксперты считают, что оптимальная численность команды – до 6 человек. Максимально допустимое число участников команды – 7 человек. Если участников будет больше, то команда разделится на подгруппы или некоторые ее члены не будут участвовать в работе [4].

Для создания крепкой команды руководитель должен осуществить тяжелую и кропотливую работу по сплочению коллектива. Одним из методов развития командной работы и построения коллективных взаимоотношений является тимбилдинг, представляющий собой комплекс мероприятий, направленный на сплочение коллектива [2]. В качестве технологии управления тимбилдинг имеет две стадии:

- 1) формирование коллектива при создании предприятия;
- 2) укрепление взаимоотношений в коллективе и сглаживании конфликтных ситуаций.

Правильно сформированная система образования команды существенно увеличит производительность и окажет благоприятное воздействие на развитие у участников команды коммуникационных способностей.

Одним из условий функционирования организации является ее адаптивность к изменяющимся условиям рынка. Командная работа выступает наиболее эффективным методом в управлении фирмой в изменяющихся условиях. Однако это становится возможным только при наличии командного духа, чувства ответственности каждого члена команды друг за друга, совпадении личных целей участников команды с групповыми целями. Хоторнский эксперимент показал важность взаимоотношений между работниками и доказал существование в коллективе психосоциального фактора повышения производительности труда, а также определил роль руководителя в формировании морального климата в трудовом коллективе. Поэтому одной из важнейших задач организации является грамотное управление командной работой, которое включает в себя

предотвращение возможных конфликтов, возникающих между участниками группы и способных снизить эффективность работы предприятия, а также мотивирование ее участников, оптимизацию и организацию их работы. Успешно функционирующая команда будет выступать на предприятии инициатором изменений и усовершенствований. Использование труда креативных, творческих людей, обладающих определенными навыками и работающими в команде, позволяет компании повышать качество и конкурентоспособность своей продукции. Таким образом, команда играет важную роль в эффективной работе организации. Она является действенным способом многократного повышения важнейших показателей предприятия.

В заключение хочется отметить, что команда, как правило, выступает для предприятия эффективным способом повышения его деятельности. Однако трудности, сложившиеся в управлении командной работой, могут значительно уменьшить уровень производительности труда, в связи с этим, руководителю необходимо провести анализ эффективности ее применения в организации. Управление человеческими ресурсами является одним из ключевых факторов развития предприятия. Только сплоченная команда, члены которой обладают общими целями, стремлениями и интересами и несут ответственность перед руководителем и всей командой, может оказывать положительное влияние на эффективность производства. Поэтому одна из главных задач руководителя заключается в сплочении и объединении команды.

Список литературы

1. Ильясова К.Х., Маказиева З.Д., Патаева Ш.А. Современные формирования эффективной команды в организации [Электронный ресурс] // Заметки ученого. 2021. №4-1. <https://www.elibrary.ru>. (дата обращения: 08.05.2021).

2. Кулявцева Е.В. Что такое тимбилдинг и как повысить его результативность [Электронный ресурс] // Вопросы студенческой науки. 2020. №1(41). <https://cyberleninka.ru>. (дата обращения 08.05.2021).

3. Моисеева О.Г. Формирование команд как современный подход к управлению в организациях [Электронный ресурс] // Вестник воронежского института экономики и социального управления. 2020. №2. <https://www.elibrary.ru>. (дата обращения: 08.05.2021).

4. Муха В.Н., Василенко Д.В. Сложности формирования и функционирования команд в современных организациях [Электронный ресурс] // Международный научно-исследовательский

журнал. 2017. №8-1 (62). <https://www.elibrary.ru>. (дата обращения: 08.05.2021).

Дмитриева Д.Д., Котова А.А.

Науч. рук. канд. техн. наук, доц. Городничев С.В.

Тулский филиал Финуниверситета

РАЗВИТИЕ НАЦИОНАЛЬНОГО ПРОЕКТА «КУЛЬТУРА» В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ НА ПРИМЕРЕ «ПУШКИНСКОЙ КАРТЫ»

На современном этапе общественного развития каждая страна заботится о культурном уровне своего населения, стараясь сделать более доступными культурные мероприятия. В условиях пандемии возросла роль цифровых технологий в процессе окультивирования. Одним из способов повышения духовно-нравственного уровня граждан в нашей стране является принятие в рамках указа Президента РФ от 7 мая 2018 г. №204 «О национальных целях и стратегических задачах развития РФ на период до 2024 года» Национального проекта «Культура», который включает в себя:

- 1) создание виртуальных концертных залов;
- 2) онлайн-трансляция мероприятий на портале «Культура.РФ»;
- 3) оцифровка фильмовых материалов на цифровых носителях Госфильмофонда России;
- 4) книжные памятники, оцифрованные и включенные в Национальную электронную библиотеку;
- 5) создание новых мультимедиа-гидов по экспозиции и выставочным проектам с использованием технологий дополненной реальности к концу 2024 года и др.

Целями проекта являются увеличение к 2024 году: числа граждан, вовлеченных в культуру; созданных и капитально отремонтированных объектов культуры во всех субъектах РФ; числа обращений к цифровым ресурсам культуры (в 10 раз). Кроме этого, в последнее время наблюдается более активное использование цифровых технологий в повседневной жизни. Это проявляется в создании электронных дневников, электронной записи к врачу, электронных библиотек и музеев, которые отцифровывают свои экспонаты, что позволяет рассмотреть их, не выходя из дома.

Процесс повышения уровня культуры затронул все возрастные категории жителей России, в том числе такую уникальную демографическую группу, как молодежь. Она не только наиболее легко адаптируется к инновационным и технологическим изменениям

во всех сферах жизни, но и играет значительную роль в построении экономически благополучного будущего как России, так и всего мира.

Всем известно, что каждая социальная группа имеет свои особенности и у молодежи их достаточно. В основном их связывают с трудностями адаптации к современным социально-экономическим условиям, например, самоопределение социальное или профессиональное, трудоустройство и т. п. [2, С. 203]. Если не помогать подрастающему поколению преодолевать все возникающие трудности, то возрастет процент духовно-нравственной деградации, отражающий употребление запрещенных средств, алкогольной и табачной продукции – всего, что оказывает отрицательное влияние на здоровье человека.

Помимо перечисленного наблюдается снижение уровня культуры, которая проявляется в сокращении посещаемости молодыми людьми музеев и художественных выставок, уменьшении интереса к читательской деятельности. Проблема необходимости повышения культурного уровня молодежи стала одной из основных сегодня, поэтому идея создания проекта, подталкивающего молодых людей посещать все больше культурных учреждений, получила свой резонанс.

Однако не стоит забывать об еще одной причине создания этого проекта именно сейчас. Уже не первый год весь мир живет в условиях карантина, масочного режима из-за внезапно возникшей в начале 2020 года коронавирусной инфекции. Не только малый и крупный частный бизнес потерпел убытки, но и государственные компании. Реализованный на сегодняшний день проект окультивирования молодежи также служит помощью в восстановлении некоторых организаций.

Так о каком же проекте шла речь ранее? О проекте, имеющем название «Пушкинская карта», реализованном на площадке единого портала государственных услуг, созданного Правительством РФ, государственным внебюджетным фондом, а также исполнительным органом субъекта РФ. Создано отдельное приложение «Госуслуги. Культура», которое доступно для скачивания как на Android, так и на IOS с 1 сентября 2021 года [5]. В приложении можно посмотреть остаток средств на карте и афишу доступных мероприятий, которая также доступна на портале Культура.РФ. Помимо виртуальной можно получить и пластиковую карту в офисе Почта Банка, для этого при себе необходимо иметь паспорт и СНИЛС. В распоряжении молодых людей с 1 сентября всего 3000 рублей, которые следует потратить на любое из примерно 16 тысяч мероприятий, представленных в

приложении. По наступлении 1 января 2022 года карта будет пополнена на 5000 рублей, однако не стоит надеяться, что к этой сумме прибавится остаток от 3000 рублей, нет, он обнулится [5].

На данный момент условия оформления «Пушкинской карты», следующие:

- 1) гражданство РФ;
- 2) возраст от 14 до 22 лет;
- 3) наличие паспорта;
- 4) подтвержденная учетная запись на портале госуслуг.

Потратить деньги со счета «Пушкинской карты» можно только на культурный досуг: купить билеты в музеи, театры, галереи, филармонии, консерватории и другие учреждения культуры. Важно отметить, что билеты на все мероприятия в рамках программы именные и приходят на электронную почту, поэтому на первом этапе нужно обязательно носить с собой документ, удостоверяющий личность. В ближайшее время планируется дополнить сервис QR-кодами, с помощью которых можно идентифицировать держателя карты.

Кроме того, есть два важных ограничения. Во-первых, баланс карты нельзя пополнить самостоятельно – средства на нее зачисляются государством один раз в год. Также пока отсутствует возможность оплатить билет частично Пушкинской картой и частично своими деньгами. Однако, если подобные запросы будут поступать, организаторы проекта рассмотрят такой вариант.

При желании билет можно будет вернуть, в таком случае карта пополнится на ту же сумму, которая была списана за его покупку. Снять деньги с карты не получится, так как ее баланс можно использовать только в рамках системы.

Недавно стало известно, что Президент РФ Владимир Путин предложил использовать средства Пушкинской карты для покупки билетов на фильмы отечественного производства. Связи в этом, с февраля 2022 года участники программы "Пушкинская карта" смогут покупать по ней билеты на сеансы отечественного кино и документальных фильмов Российского производства.

Использование данной карты предполагает, что у молодежи должен сформироваться ряд качеств, таких как: интерес к культуре и истории государства, познавательная активность и учебная самостоятельность [4, С. 94].

На данный момент срок использования карты составляет три месяца, что позволяет выделить несколько плюсов и минусов проекта, которые выявились в ходе опроса молодежи. К плюсам относят:

1) возможность оформить данную карту как виртуальную, так и материальную (пластиковую);

2) деньги на карту поступают меньше, чем через час после ее активации/оформления;

3) карта позволяет приобрести билеты на различные культурные события в любом городе и регионе страны;

4) в 2021 году можно покупать билеты на мероприятия 2022 года;

5) данный проект способствует культурному просвещению молодежи, индивидуальной образовательной траектории, реализации социальных проектов и поддержки социальных инициатив.

К сожалению, есть также и несколько минусов, которые уже сейчас смогли выделить респонденты:

1) приложение, которое было создано для этой карты, работает крайне спорно. В нем очень неудобно искать объекты, билеты в которые можно купить по этой карте, кроме музеев или домов-музеев;

2) отсутствует согласованность в работе между приложением и сайтами, на которых продают билеты;

3) часто банк отклоняет оплату по различным причинам, которые не объясняются;

4) ограниченное количество мероприятий, на которые можно потратить номинал этой карты. Даже если мероприятие относится к культурным, данная программа может его не поддерживать.

Не стоит забывать о том, что проект только вступил в реализацию, поэтому вышеперечисленные недоработки будут исправлены в скором времени и тогда будет трудно найти отрицательные характеристики данной разработки.

После рассмотрения возможностей, которые «Пушкинская карта» предоставляет в настоящее время, хотелось бы рассмотреть и планируемые нововведения, связанные с данным проектом.

Итак, о предложении использовать карту на поход в кино на отечественный кинематограф, снятый при поддержке Фонда кино и Минкультуры, говорилось выше. Что же еще нам ожидать в ближайшем будущем? Министр просвещения РФ Сергей Кравцов 10 октября заявил о том, что будет рассмотрена возможность распространения «Пушкинской карты» на учителей, но, по его словам, это потребует дополнительных затрат. Других нововведений на данный момент не ожидается, поэтому необходимо следить за новостями, которые будут опубликованы на сайте Культура. РФ, Российской Газеты, в сообществе ВКонтакте «Пушкинская карта» и др.

При изучении данного проекта интересно узнать мнение пользователей карты о том, что они прогнозируют ему в будущем: будет ли карта популярной и пользующейся все большим спросом или она утратит свое значение, а проект окажется неуспешным. Разобраться в этом нам помог опрос среди молодежи (студенты колледжей и ВУЗов, школьники). На основе его результатов можно сделать следующие выводы:

1) почти 70% опрошенных считают, что картой будет пользоваться большинство молодых людей (от 14 до 22 лет). Однако некоторые все же уверены, что ее популярность снизится и число пользователей сократится;

2) большинство респондентов склоняется к мнению о том, что проект просуществует более пяти лет, оставшаяся часть считает, что не более трех;

3) доля тех, кто уверен, что в будущем не произойдет изменений, связанных с корректированием возрастных рамок держателей карты, составляет 50%, а тех, кто полагает, что будет наблюдаться их расширение – 45%.

Анализ результатов опроса позволяет понять, что молодежь, использующая «Пушкинскую карту», убеждена в успехе этого проекта, а также в том, что он является актуальным в современных условиях, сложившихся в нашей стране. Большинство держателей карты уверены в его долгосрочной перспективе и том, что в будущем проект будет совершенствоваться.

Все вышерассмотренное позволяет сделать вывод о том, что сегодня социум ориентирован как на передачу социокультурного опыта от одного поколения к другому, так и на формирование продуктивного человека, способного к оптимальному самоосуществлению и позитивному социальному преобразованию и творчеству. Данная программа направлена на формирование необходимых личностных качеств и установок у молодых людей, в первую очередь культурологической компетентности [4, С. 95]. Она предполагает освоение вариантов взаимодействия с людьми, способов достижения целей в ситуации эстетического выбора, понимание истории своего государства и народа, сути происходящего, предвидение последствий собственных действий.

Идея выделить деньги из госбюджета на разнообразные национальные проекты, а в нашем случае на социализацию молодежи, на осуществление их отдыха и досуга, безусловно хороша во времена снижения интереса к культуре среди подрастающего поколения. Стратегическим приоритетом государственной молодежной политики,

в рамках которой рассматривалась тема проекта «Пушкинская карта», является создание условий для формирования личности гармоничной, постоянно совершенствующейся, эрудированной, конкурентоспособной, равнодушной, обладающей прочным нравственным стержнем, способной при этом адаптироваться к меняющимся условиям и восприимчивой к новым созидательным идеям [1, С. 4].

Список литературы

1. Государственная молодежная политика [Электронный ресурс]: распоряжение Правительства Российской Федерации от 29.11.2014 г. №2403-р. <http://government.ru>
2. Социальная работа [Электронный ресурс]: учеб. пособие / под ред. Н. Ф. Басова. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2020. 352 с. <https://znanium.com>. (дата обращения: 30.11.2021).
3. Чирун С. Н. Молодежная политика [Электронный ресурс]: учеб. пособие. М.: ИНФРА-М, 2019. 112 с. <https://znanium.com>. (дата обращения: 29.11.2021).
4. Любишина А. И. «Пушкинская карта» как инструмент социализации молодежи [Электронный ресурс]: Актуальные проблемы истории, политики и права. Сборник статей IX Всероссийской научно-практической конференции. Пенза, 2021. С. 93-96. <https://www.elibrary.ru>. (дата обращения: 29.11.2021).
5. Пушкинская карта: рассказываем, как пользоваться [Электронный ресурс]: Национальные проекты России. <https://национальныепроекты.рф>. (дата обращения: 30.11.2021).

Дьяченко А.Г.

Научн. рук.: д-р. экон. наук, проф. Волков А.Ю.

Ярославский филиал Финуниверситета

ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОЙ СИСТЕМЫ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ ДОХОДОВ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ. МИРОВОЙ ОПЫТ

Подходный налог с населения в нашей стране, как и в большинстве экономически развитых стран мира, является главным источником доходов государственного бюджета. Однако, как показывает практика, это не соответствует уровню развития аналогичных налогов в развитых странах ни по степени достижения экономической эффективности, ни по соблюдению социальной справедливости при ее применении.

Подходный налог в каждой стране имеет свои особенности, обусловленные историческими, политическими, экономическими и другими факторами.

В Великобритании, где впервые появился подходный налог, современная система подходного налога была основана налоговой реформой 1973 г. Налоговый режим Великобритании напрямую зависит от статуса физ. лица как резидента, обычного резидента или домициля. «Обычный резидент» предполагает лицо, прожившее в Великобритании не менее 3 лет, или лицо, которое по прибытии в страну известило о своем намерении остаться в Великобритании на срок более 3 лет. Статус «домициля» определяется в соответствии с концепцией законодательства Великобритании: физическое лицо будет иметь статус домициля в Великобритании, если он родился в Великобритании в британской семье. В данной стране процентная ставка подходного налога зависит от уровня дохода. Если доход за год составляет менее 12 500 фунтов стерлингов (1 млн. рублей), подходный налог платить не надо.

В Великобритании действует прогрессивная шкала ставок подходного налога. На каждого резидента Великобритании распространяется положение о налоговом вычете - сумма, с которой налог не взимается. Особенностью является привилегия в виде необлагаемого налогом минимума для супругов, которая значительно превышает необлагаемый базовый минимум, также поощрение для категории слепых граждан [1].

Сегодня в Великобритании каждый имеет право на необлагаемую налогом сумму дохода (личную и семейную скидку, которая вычитается с главы семьи). Физические лица могут получать социальные пособия: налоговый кредит на работу, который выдается в качестве увеличения заработной платы и детский налоговый кредит, предназначенный для поддержки семей с детьми. Размер социального пособия зависит от возраста и семейного положения человека.

Налоговое законодательство Великобритании предусматривает специальный налоговый режим для физических лиц, годовой доход которых ниже средней заработной платы (до 8 500 фунтов стерлингов). Физические лица, на которые распространяется особый налоговый режим, имеют право на возмещение следующих расходов:

- стоимость автомобиля;
- расходы на образование, образование ребенка или иждивенца;
- расходы на медицинское страхование.

Поскольку эти расходы возмещает работодатель, сумма возмещения зависит от чистой прибыли предпринимателя или

компании. Подоходный налог с физических лиц взимается с физических лиц со всех видов доходов из всех источников по прогрессивной ставке. Ставка налога на прибыль видоизменяется от 0 до 45%. Подоходный налог также взимается с доходов, полученных от сдачи в аренду недвижимости, расположенной в Великобритании.

Подоходный налог США является частью федеральных, государственных и местных налогов. Он распределен между всеми ветвями власти. Подоходный налог платят физические лица, ИП, компании, не являющиеся юридическими лицами. Физические лица приобретают различный налоговый статус, который определяет применимые вычеты: супруги в совместной декларации; супруги в раздельной налоговой декларации; главы семей.

Подоходный налог в США платят все лица, независимо от того, где они живут и в какой стране получают доход. При расчете налоговой базы учитываются разные виды отчислений. После подачи налоговой декларации она будет выплачена на 3 адреса: на федеральном уровне; непосредственно государству, в котором проживает заявитель; в город или округ (местные налоги).

Следует отметить, что ставки налогов разные и даже могут отсутствовать на каждом уровне. Ставки федерального налога варьируются от 10% до 39,6% и рассчитываются в зависимости от уровня дохода. В зависимости от того, кто подает декларацию (одиноким человек или супружеская пара), не облагаемая налогом база составляет от 9 075 до 18 150 долларов. С дохода в размере 406 751 доллар налог удерживается по ставке 39,6%. В зависимости от штата ставка налога может варьироваться от 0 до 13%, изменяясь из года в год как в меньшую, так и в большую сторону.

Расходы на спецодежду, транспорт и некоторые другие расходы, непосредственно связанные с производственной деятельностью как предприятий, так и сотрудников, подлежат вычету.

Вместо обычного вычета из дохода налогоплательщик может использовать учет постоянных затрат: проценты по ипотечному долгу в качестве обеспечения имущества; медицинские затраты; взносы в благотворительные фонды; повышение квалификации, командировочные расходы; государственные и местные налоги; расходы на переезд на новое место жительства [2].

Во Франции действует широкая система налоговых вычетов: профессиональные, семейные, социальные налоги и налоги на благосостояние. Кроме того, во Франции есть категория людей, которые полностью освобождены от этого налога - люди с доходом ниже определенного уровня, а в России каждый, независимо от

размера, должен платить 13% от своей зарплаты. Для обычных граждан Франции применяется прогрессивная шкала ставок подоходного налога, которая включает 5 позиций:

- до 9 964 евро ставка 0%;
- от 9 964 евро до 27 519 евро по ставке 14%;
- от 27 519 евро до 73 779 евро по ставке 30%;
- от 73 799 евро до 156 224 евро ставка 41%;
- свыше 156 224 евро ставка составляет 45%.

Однако не все так просто, как кажется на первый взгляд, система сбора намного сложнее. Не весь доход облагается налогом. 9 964 евро вычитается из общей суммы (например, 30 000 евро), остальная часть облагается налогом по ставке 14%. Человек или супружеская пара с детьми также платит разные суммы из одного и того же дохода. Весь чистый доход домохозяйства распределяется по количеству членов семьи. Доход нерезидентов облагается фиксированной ставкой в размере 20% или 30% на основе чистого налогооблагаемого дохода Франции.

Доход от аренды и связанный с ним инвестиционный доход облагаются налогом по ставке 30%. В результате одновременного изменения обязательств по социальным сборам, совокупные ставки социальных сборов и подоходных налогов на доходы для нерезидентов Европейской экономической зоны, снизятся до 27,5% (с 37,2%) при условии, что доход будет не превышать вышеуказанный порог [3].

Анализируя мировой опыт налогообложения доходов физических лиц, можно сделать вывод, что в развитых странах лица с низкой заработной платой освобождаются от подоходного налога, и в то же время крупные доходы граждан облагаются налогом по высоким ставкам. Периодически разрабатываются законопроекты, цель которых реформировать или кардинально изменить НДСЛ, например, введение семейного налога, налога на роскошь и т. д.

Однако законодатели и государственные политики твердо придерживаются существующей позиции и не видят никаких перспектив для изменений, так как данная стратегия развития приносит свои плоды в виде наполнения бюджета, постепенного повышения уровня «белых» заработных плат и уровня жизни. Введение прогрессивного и социально справедливого налогообложения доходов физических лиц с полным освобождением от налогов для граждан с низкими доходами является важным шагом в повышении уровня жизни.

Список литературы

1. Андропова О.А., Изряднова О.И., Казакова М.В. Налоговая нагрузка и система налогообложения в странах мира: динамика и реформы // Экономические отношения. - 2020. - №3. - С. 629-648.

2. Семенова Г.А. Особенности современной системы налогообложения инновационной деятельности в различных странах мира // Бизнес и стратегии. - 2018. - №1 (10). - С. 56-62.

Склярова К.Н. Тенденции налогообложения доходов физических лиц: российский и зарубежный опыт // Форум молодых ученых. - 2019. - С. 1054-1056.

Жовнир А.И.

Научн. рук. канд. экон. наук., доц. Медведева Т.В.

Тулский филиал Финуниверситета

АНТИМОНОПОЛЬНАЯ ПОЛИТИКА РОССИИ

Наличие свободной конкуренции в стране является одной из важнейших предпосылок её экономического развития.

Противоположностью свободной конкуренции является монополизация, которая, как правило, ведет к регрессу хозяйственного развития.

Все попытки создать эффективную монополистическую систему неуспешны. Российский и зарубежный опыт общественного развития определили необходимость воздействия государства на экономические процессы для согласования интересов всех участников с целью поиска наиболее оптимальных путей прогресса общества. Ограничения монополистической деятельности и обеспечения конкуренции выражается в антимонопольной политике[1].

Антимонопольная политика это основные направления деятельности государства по пресечению монополистических злоупотреблений на рынках и стимулирование развития конкурентных отношений.

Антимонопольную политику следует определять как особый комплекс экономических, административных и законодательных мер, осуществляемых государством и направленных на то, чтобы обеспечить условия для рыночной конкуренции и не допустить чрезмерной монополизации рынка, угрожающей нормальному функционированию рыночного механизма[2].

Антимонопольное регулирование как основной инструмент политики включает в себя регулирование уровня концентрации и монополизации производства, стратегии и тактики предприятий,

внешнеэкономической деятельности, ценовое и налоговое регулирование.

В Российской Федерации антимонопольная политика формировалась в сложных условиях трансформации политической и социально-экономической системы государства. Произошедшие изменения формы собственности на большинстве предприятий и организаций, смена политического режима и политических элит обусловили серьезные преобразования в системе управления хозяйством. Особенностью отечественных монополий в период перехода от монополистического социализма к рыночной экономике являлось преобладание крупных предприятий, чрезмерно узкая специализация производителей, закрепление поставщиков за регионами и категориями потребителей в рамках централизованной системы сбыта продукции. Становление органов антимонопольного регулирования также претерпело эволюционное развитие: от создания в 1990г. Государственного комитета РСФСР по антимонопольной политике и поддержке новых экономических структур до образования в марте 2004 г. Федеральной антимонопольной службы, являющейся на сегодня главным антимонопольным органом[2].

Характеризуя нынешнюю российскую антимонопольную политику, следует говорить о двух ее взаимосвязанных аспектах. В широком смысле слова государственная политика защиты и развития конкуренции представляет собой широкий и разнообразный комплекс мер, которые предусматриваются и реализуются во всех секторах экономики и направлениях государственной политики и направлены на создание проконкурентных основ функционирования экономики, а также поощрение конкуренции методами соответствующей государственной политики. В узком смысле слова государственную политику защиты и развития конкуренции принято называть антимонопольным регулированием, которое направлено в основном на пресечение и предупреждение антиконкурентных действий на уже существующих рынках. Антимонопольную политику Российской Федерации определяют как комплексную систему экономических, правовых, финансовых, налоговых, психологических и других мер, принимаемых и обеспечиваемых государственными органами, направленных на усиление и защиту добросовестной конкуренции путем предупреждения, ограничения и пресечения монопольной власти компаний[2].

Уполномоченным государственным органом, осуществляющим антимонопольную политику в Российской Федерации выступает Федеральная антимонопольная служба России (ФАС России),

реализующая функции по принятию нормативных правовых актов, контролю и надзору за соблюдением законодательства в сфере конкуренции на товарных рынках, защиты конкуренции на рынке финансовых услуг, деятельности субъектов естественных монополий и рекламы. Помимо этого, ФАС России осуществляет контроль за соблюдением законодательства о контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд, выполняет функции по контролю за осуществлением иностранных инвестиций в Российской Федерации.

Одним из часто выявленных нарушений антимонопольной политики является нарушение ст. 14 «Запрет на недобросовестную конкуренцию» ФЗ № 135. Согласно официальным данным, в 2019г. в Федеральную Антимонопольную службу (ФАС) поступило 5112 заявлений о недобросовестной конкуренции, что на 38,64% больше, чем в 2018г. Из 5112 заявлений, из которых было подтверждено только 1191. В 2018г. было подтверждено 1730 (рис.1) [3].

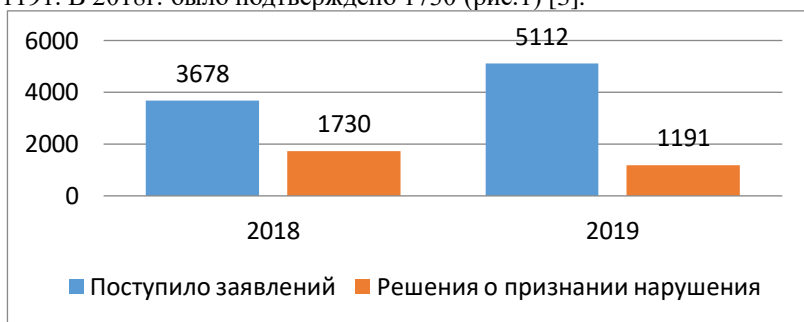


Рисунок 1 – Количество заявлений и решений в 2018-19 гг. по данным ФАС

Увеличение количества заявлений косвенно свидетельствует о повышении роста недобросовестной конкуренции. Для снижения доли нарушений необходимо использовать различные инструменты.

На сегодняшний день с целью эффективной реализации антимонопольной политики руководством ФАС России выработаны следующие приоритетные направления:

- 1) Совершенствование нормативно-правовой базы и информационной среды для эффективного антимонопольного регулирования;
- 2) Осуществление контроля и пресечение нарушений в сфере недобросовестной конкуренции и в сфере рекламной деятельности;
- 3) Пресечение и предупреждение ограничивающих конкуренцию действий (бездействия) со стороны органов государственной власти и

местного самоуправления, а также исполняющих их функции органов или организаций;

4) Осуществление контроля закупок для обеспечения государственных и муниципальных нужд;

5) Предотвращение действий, ограничивающих доступ к товарам (работам, услугам), реализуемым субъектами естественных монополий, и развитие конкуренции в потенциально конкурентных сферах деятельности субъектов естественных монополий.

Осуществление данных мероприятий, позволит государству улучшить качество антимонопольного регулирования, что будет способствовать развитию малого и среднего бизнеса, а также защищать национальную экономику от недобросовестной конкуренции и обеспечит стабильный экономический рост в будущем.

Таким образом, антимонопольная политика России ориентирована на создание условий добросовестной конкуренции и предотвращение монополизации рынка. Она выполняет важнейшие функции в развитии национальной экономики, поскольку создает условия роста конкурентоспособности отечественных производителей и экономики в целом.

Список литературы

1. Князева И.В. Антимонопольная политика в России: учебное пособие. М.: Омега-Л, 2010.С.206-207.

2. Родионова Д.Н. Антимонопольная политика современной России//Вестник Бурятского государственного университета 2015г. №2 С.36-42.

3. Недобросовестная конкуренция в России 2015-2020 [Электронный ресурс] информационный ресурс g-techno.com (Дата обращения 7.12.21).

Кальмбаха А.А., Субботникова А.И.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Медведева Т.В.

Тулский филиал Финуниверситета

СИТУАЦИЯ НА РЫНКЕ ТРУДА В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА, ВЫЗВАННОГО ПАНДЕМИЕЙ COVID-19

Проблема занятости и безработицы является одной из главных во всём мире. Прогнозы о состоянии рынка труда неутешительны, многие страны вынуждены принимать специальные государственные программы, направленные на повышение уровня занятости граждан и улучшение социально- экономического положения страны.

В современных условиях развития безработица имеет тенденцию к увеличению. Кроме того, для занятых граждан существует серьезный риск, связанный с потерей работы. В идеале политика занятости считается эффективной, когда спрос на рабочую силу полностью совпадает с предложением на рынке труда [2]. Конечно, такое состояние постоянно подвергается воздействию вследствие вариации общественных потребностей, потребностей промышленности, экономических циклов.

Проблема безработицы коснулась и Россию. В целях её смягчения государству необходимо проводить политику в области содействия занятости населения [3]. Анализируя официальные статистические данные, можно легко отследить повышение и понижение показателя, соответствующего уровню безработицы в РФ.

В таблице представлен уровень регистрируемой безработицы за последние 4 года по месяцам [1].

Таблица 1 – Уровень регистрируемой безработицы 2018-2021 по месяцам

Период	2018	2019	2020	2021
Январь	1	1	0,9	3,4
Февраль	1	1	1	2,9
Март	1	1,1	1	2,3
Апрель	1	1,1	1,8	2,1
Май	1	1	2,9	1,8
Июнь	0,9	1	3,7	1,6
Июль	0,9	1	4,4	
Август	0,9	0,9	4,8	
Сентябрь	0,9	0,9	4,9	
Октябрь	0,8	0,8	4,6	
Ноябрь	0,9	0,9	4,2	
декабрь	0,9	0,9	3,7	

Исходя из данных таблицы 1, можно заметить большой скачок уровня безработицы начиная с апреля 2020 года.

Такой скачок в первую очередь связан со вспышкой пандемии коронавируса Covid-19. Во всем мире люди теряли работу не только из-за распространения новых технологий, как предсказывалось ранее, но и из-за экономического кризиса, утверждает в докладе Future of Jobs, опубликованном Всемирным экономическим форумом (ВЭФ) в 2020 году [2]. Согласно докладу, к 2025 г. новые технологии уничтожат 85 млн рабочих мест и создадут взамен 97 млн новых. Но эти новые рабочие места будут появляться значительно медленнее, чем ожидалось раньше, а старые рабочие места начнут исчезать, напротив, быстрее [5].

По мнению ВЭФа, пандемия COVID-19 значительно усугубила неравенство на рынке труда, впервые с кризиса 2008–2009 гг. остановила рост занятости и ускорила развитие четвертой промышленной революции и всеобщую цифровизацию [4].

По данным специалистов Института социального анализа и прогнозирования РАНХиГС, после ограничения жизнедеятельности производств ввиду кризиса, вызванного коронавирусной инфекцией в 2020г. половина российских трудящихся была подвержена увольнению, сокращению или задержке зарплаты. Получается, около 35 миллионов человек оказались в зоне риска. Российский рынок труда старался адаптироваться не только за счет увольнений, провоцируя таким образом рост числа безработных граждан, но и за счет сокращения рабочего дня, а также отправки сотрудников в неоплачиваемый отпуск [3].

В мае 2020 года уровень безработицы пересек черту максимальной отметки за последние 8 лет и составил 6,1%. В последний раз максимального значения она достигала в марте 2012 года. С марта 2020 года число официально зарегистрированных безработных выросло более, чем в 4 раза. По данным Росстата, число безработных в стране за время кризиса, вызванного пандемией, превысило отметку в 4,5 миллиона человека. Напряженность на рынке труда стремительно нарастала с апреля по середину лета 2020 года. Доля неработающих возросла с 12% до 14% к июлю. При этом доля занятых снизилась пропорционально с 46 до 44% [4].

Согласно данным Российского государственного информационного агентства федерального уровня «ТАСС», примерно 45% работодателей сократили около 20% сотрудников в своих компаниях на конец весны 2020 года. А вот «Финансовая газета» на конец сентября сообщала, что треть компаний была вынуждена сократить размер заработной платы из-за пандемии [5]. И только 7% компаний не снижала своих затрат на оплату труда работников, а урезали затраты на рекламу и переходили на «удаленку». При этом около 44% респондентов ожидают, что полностью восстановить свой бизнес смогут не раньше, чем через год. Доля полностью закрывших бизнес составила 7%. Сильное влияние на состояние бизнеса оказали снижение покупательской способности граждан, уменьшение спроса.

Однако пандемия коронавируса подтолкнула рынок труда к увеличению процесса цифровизации профессиональной деятельности. Так, работодатели заявляют, что к 2025 г. реформы в компаниях приведут к изменению бизнес-целей, структуры рабочих мест и набора навыков, необходимых работникам. 43% компаний намерены

сократить число рабочих мест из-за внедрения новых технологий, 41% планирует активнее привлекать подрядчиков для специализированных работ, и только 34% планируют благодаря технологиям создать новые рабочие места [5].

По прогнозам, к 2025 г. люди и машины будут тратить одинаковое время на выполнение текущих задач. И 84% работодателей уже сейчас нацелены на цифровизацию многих рабочих процессов, включая значительное расширение дистанционной работы. Потенциально на удаленный режим могут перевести 44% рабочей силы, и это следствие не только цифровизации, но и пандемии [5]. Пандемия разделила работников на три категории: жизненно необходимый для организаций персонал, который работает на местах (сотрудники, занятые в доставке, медработники, работники продовольственных магазинов, сельскохозяйственные работники), удаленные работники, которые могут работать дистанционно и, вероятно, сохранят свои рабочие места, и уволенные временно или окончательно работники – в основном из секторов, наиболее пострадавших от кризиса. Все эти три типа работников сталкиваются сейчас с изменением методов работы и нуждаются в дополнительном обучении: персонал, работающий на местах, должен заботиться о своей физической безопасности, удаленные работники должны овладеть цифровыми технологиями и научиться работать из дома, совмещая это с семейными обязанностями, а люди, потерявшие работу, вынуждены задуматься о переквалификации.

Пандемия показала, что новые гибридные форматы работы можно использовать в большей степени, чем раньше, но многие руководители по-прежнему сомневаются, что переход на дистанционную работу способен повысить производительность труда. 78% руководителей ждут негативного влияния такого способа работы на производительность труда.

К основным навыкам, которыми должны овладеть работники к 2025 г., относятся: критическое мышление, умение анализировать и находить комплексное решение проблем, навыки самоуправления и активного обучения, стрессоустойчивость и гибкость [5].

В 2020 году в 5 раз выросло число работодателей, которые предоставляют работникам возможность обучаться онлайн, и в 9 раз выросло число тех, кто обучается онлайн по госпрограммам. При этом сотрудники, сохранившие работу, больше внимания уделяют личностному развитию. А потерявшие работу сосредотачиваются на обучении цифровым навыкам: они изучают анализ данных, информатику и информационные технологии.

По данным доклада ВЭФа, сейчас 76,9% компаний по всему миру готовы оставить своих сотрудников на удаленном режиме работы, 73,1% собираются ускорить цифровизацию бизнес-процессов, 57,7% ускорят автоматизацию, а 38,5% ускорят организационную трансформацию. В России выше доля перешедших на дистанционную работу – 80,6%. Однако российский рынок труда, по данным опросов ВЭФа, отстает по темпам автоматизации и организационных реформ: только 47,2% респондентов сообщили о повышении уровня автоматизации, 30,6% – об ускорении организационных преобразований [5]. Цифровые навыки населения России оцениваются в 66% по шкале в 100%, а навыки, нужные для бизнеса, – в 59,2%. Это хуже, чем в США, где уровень цифровых навыков населения оценивается в 69,4%, а навыков, нужных для бизнеса, – в 69,7%.

Пока спрос на специалистов с новыми цифровыми навыками в России ограничен, несмотря на текущий дефицит, и в основном требуются специалисты традиционных профессий, а доля отраслей будущего в экономике крайне мала, замечает Алексей Праздничных, партнер Strategy Partners и куратор исследования ВЭФа в России [5]. Поэтому многие пока не почувствовали никакого эффекта от переобучения и освоения новых знаний и навыков в пандемию. Когда на рынке труда нет спроса на новые компетенции, нет смысла учиться, считает он.

Всеобщая автоматизация произойдет в России тогда, когда ее уже нельзя будет откладывать, а до этого времени новые цифровые навыки будут нужны не более чем 3–5% работающих россиян [5].

Таким образом, вспышка пандемии Covid-19 оказала значительное влияние на рынок труда, а результате чего пострадали многие направления экономической деятельности. Но помимо негативных факторов, необходимо брать во внимание на темп роста уровня цифровизации многих рабочих процессов, который увеличился за счет вводимых антикризисных мер.

Список литературы

1. ЕМИИС, Государственная статистика, Уровень регистрируемой безработицы [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.fedstat.ru/indicator/43418> (дата обращения: 27.09.21)
2. Кашепов А.В. Рынок труда РФ в 2020-2021гг.: безработица и структурные изменения [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/rynok-truda-rf-v-2020-2021-gg-bezrabotitsa> (дата обращения: 27.09.21)
3. Подколзина А. В. Безработица и «беззарплата» в условиях пандемии [Электронный ресурс] Режим доступа:

<https://cyberleninka.ru/article/n/bezrobotitsa-i-bezzarpla> (дата обращения: 27.09.21)

4. Эбзеева О.И. Основные направления повышения занятости населения [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnyye-napravleniya-povyshenie> (дата обращения: 27.09.21)

5. Рекламно-информационное приложение к газете «Ведомости», статья «Каким будет рынок труда в 2025 году» [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.vedomosti.ru/economics/articles> (дата обращения: 27.09.21)

Киреева А.А.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Никитина Е.А.

Тулский филиал Финуниверситета

ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КОМПАНИИ «ГАЗПРОМ»: ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ВЫГОДА ИЛИ СОЦИАЛЬНЫЙ ЭФФЕКТ?

Современные реалии хозяйственных взаимоотношений на рынке свидетельствуют о том, что все большее значение для компаний, в особенности в сфере крупного бизнеса, приобретает не только достижение высоких экономических, финансовых показателей деятельности, но и ее социальные результаты. Рассмотрим эти особенности на примере одной из наиболее крупных российских компаний в сфере добычи газа - «Газпром». Компания «Газпром» располагает самыми большими запасами природного газа в мире. Его доля в мировых запасах составляет 17 %, в российских — 72 %. Почти 85% всего газа в России добывает «Газпром», а это примерно 20% от мировой добычи. В России есть единая система газоснабжения (ЕСГ), которая состоит из магистральных газопроводов и побочных. Все магистральные принадлежат «Газпрому». Стратегическими регионами добычи газа являются полуостров Ямал, Восточная Сибирь, Дальний Восток, континентальный шельф России.

В 2020 «Газпром» добыл 453,5 млрд куб. м газа, 16,3 млн т газового конденсата и 39,7 млн т нефти. Также группа Газпром является одним из основных налогоплательщиков в России. Совокупные налоговые платежи в бюджеты всех уровней в 2020г. составили более 897 млрд руб. В их структуре основную долю, а это более 55 %, занимают налог на добычу полезных ископаемых и таможенные платежи.

Полученные дополнительные доходы в 2021 году распределяются по трем направлениям:

1) увеличение дивидендов и инвестиционной программы и сокращение долга. Так, на выплату дивидендов по итогам 2020 года в 2021 году было направлено 297 млрд рублей, что на 163 млрд рублей больше, чем было изначально заложено в бюджете;

2) инвестиционная программа компании увеличена до 1,185 трлн рублей. При этом свободный денежный поток группы "Газпром" в 2021 году будет положительным с учетом даже значительных выплаченных в этом году дивидендов;

3) "Газпром" по итогам 2021 года сформирует резервный фонд в объеме 726 млрд рублей для контроля рисков и устойчивости компании к внешней конъюнктуре. Кроме этого, по итогам года предусмотрен значительный резервный фонд в размере 726 млрд рублей для контроля возможных рисков.

Наличие резервного фонда обеспечивает необходимую прочность бюджета и устойчивость к волатильности внешней конъюнктуры.

Заместитель председателя правления «Газпрома» Фамил Садыгов заявил, что компания по итогам года может увеличить показатель EBITDA почти в два раза, то есть до \$45 млрд.

- Таким образом, консервативно мы закладываем в бюджет почти двукратное увеличение EBITDA группы "Газпром" в 2021 году по сравнению с прошлым годом, но с учетом динамики цен на газ в Европе в IV квартале можно ожидать, что EBITDA превысит \$45 млрд.

Летом этого года "Газпром" ожидал роста EBITDA до \$30 млрд в 2021 году. При этом в рублевом выражении показатель EBITDA "Газпрома" в первом полугодии 2021 года вырос на 134% - до 1,404 трлн рублей.

Совет директоров «Газпрома» одобрил повышение объема инвестиций на 2021 год до 1,185 трлн рублей, что на 282,845 млрд рублей больше по сравнению с редакцией программы декабря 2020 года. Сама же корректировка инвестпрограммы связана с увеличением инвестиций в приоритетные газотранспортные и добычные проекты компании.

В том числе совет директоров компании в 2021 году одобрил увеличение средств на проекты капитального строительства до 1,024 трлн рублей, что на 160,9 млрд рублей больше, чем было одобрено в 2020 году. Расходы на приобретение в собственность внеоборотных активов составят 61,259 млрд рублей (рост на 40,495 млрд рублей). Кроме того, объем долгосрочных финансовых вложений в 2021 году будет увеличен на 81 млрд рублей, то есть до 99,071 млрд рублей, а финансовые заимствования «Газпрома» в 2021 году снизятся на 2,76 млрд рублей, то есть до 508,9 млрд рублей.

«Газпром нефть» представила программу социальных инвестиций «Родные города» в 2013 году.

Программа системно совершенствует качество жизни в регионах деятельности Компании, поддерживая инициативы местных сообществ и развивая собственные проекты. Налаженный диалог с местными сообществами позволяет выявлять и развивать инициативы, востребованные в регионах и способные стать драйверами их развития. Социокультурные, экологические, инфраструктурные проекты в регионах реализуются в интересах настоящих и перспективных заинтересованных сторон. В социальную деятельность вовлечены все основные дочерние общества «Газпром нефти». Для уточнения целеполагания социальной политики Компании проводится комплексная пространственная и социологическая экспертиза, осуществляется мониторинг лучших мировых и национальных практик устойчивого развития.

Направления социального инвестирования:

- комплексное преобразование городской среды и защита природного окружения;
- создание благоприятных условий для культурных институций, гуманитарных инициатив и креативных индустрий;
- поддержка талантов, популяризация науки и спорта в молодежной среде;
- интеграция коренных малочисленных народов Севера в современный экономический ландшафт без потери культурного своеобразия.

Инструменты социального инвестирования:

- собственные социальные проекты Компании;
- соглашения о социально-экономическом сотрудничестве с региональными и местными властями;
- грантовые конкурсы и поддержка местных инициатив;
- корпоративное волонтерство.

Оценка эффективности вклада в социальное развитие регионов:

- маркетинговые и социологические опросы общественности и отдельных целевых аудиторий в регионах деятельности;
- независимые исследования качества жизни в регионах деятельности;
- анализ обратной связи в ходе проведения общественных слушаний, вовлечения местных жителей в обсуждения планируемых социальных инициатив;

- мониторинг промежуточных и конечных контрольных показателей эффективности программы «Родные города» и отдельных проектов;
- внешний аудит исследовательских агентств, а также представителей некоммерческих организаций и образовательных учреждений, имеющих успешный опыт и экспертизу реализации социальных проектов;
- сбор и анализ обратной связи на медиаресурсах «Родных городов».

В 2020 г. приоритетом программы социальных инвестиций стала помощь регионам по противодействию пандемии COVID-19. Компания реализовала комплекс мер по борьбе с пандемией, оказывая помощь сотрудникам и партнерам Компании, медикам и волонтерам в рамках корпоративной программы «Антивирус».

Плановые проекты программы «Родные города» были уточнены с учетом изменившихся обстоятельств — переведены в онлайн-режим или перенесены.

- Инвестиции Компании в системное развитие социальной инфраструктуры и регионов составили 6,4 млрд. руб. Снижение на 1,0 млрд. руб. по сравнению с предыдущим годом — следствие отмены масштабных офлайн-мероприятий и международных проектов.

- Заключено 17 соглашений о социально-экономическом сотрудничестве с субъектами Российской Федерации и муниципальными образованиями.

- На грантовый конкурс подано 1 054 инициативы от шести регионов. Определение проектов-победителей перенесено на 2021 г.

- В образовательные, грантовые, волонтерские проекты Компании было вовлечено более 37 тыс. социальных активистов и представителей креативных индустрий.

- Свыше 2,5 тыс. талантливых школьников, студентов и молодых ученых раскрывали свой потенциал, делали исследования и проекты при поддержке Компании.

- Продолжилась поддержка инициатив в области развития талантов — благодаря оперативной адаптации было реализовано шесть ключевых проектов.

Таким образом, анализ приведенных показателей деятельности компании «Газпром» показал усиление значимости в приоритетах деятельности компании ее социальной направленности.

Список литературы

1. Отчет об устойчивом развитии ПАО «Газпром нефть» 2020 – Социальная политика [Электронный ресурс] // <https://sr2020.gazprom-neft.ru/social-policy> .

2. ПАО «ГАЗПРОМ» Консолидированный отчет о платежах государственным органам за 2020 год [Электронный ресурс] // <https://www.gazprom.ru/f/posts/05/118974/gazprom-consolidated-report-2020-ru.pdf>.

Кольцова М.В., Маренов Н.Д.

Научн. рук.: канд. экон. наук. доц. Медведева Т.В.

Тюльский филиал Финуниверситета

ИНВЕСТИЦИОННЫЙ КЛИМАТ В ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ

Инновация в современных условиях понимается как нововведение, создание и применение (внедрение) нового или усовершенствованного продукта (технологического процесса, социальной практики, услуги и т.п.), обеспечивающего более высокую по сравнению с предыдущим (ранее использовавшимся) продуктом прибыль, экономии затрат, издержек и/или общественную пользу.

В России (СССР) потенциал развития традиционно рассматривался как ресурсно-сырьевой и природно-географический и оценивался как высокий. Однако, опыт развития отечественной экономики, особенно на примерах ресурсных регионов (включая Тюменскую область), показывает, что просто наличия запасов нефти, газа и иных ресурсов, для инновационного развития недостаточно.

В 2021 году Тюменская область заняла третье место в национальном рейтинге инвестиционного климата России по данным Агентства стратегических инициатив. Сегодня этот регион как площадку для ведения бизнеса рассматривают крупнейшие игроки мирового рынка, а многие из них уже получили прописку и успешно ведут свою деятельность.

Помимо Тюменской области в ТОП-5 регионов национального рейтинга состояния инвестиционного климата в субъектах РФ попали: Москва, Республика Татарстан, Тульская область и республика Башкортостан.

Инвестиционный климат в Тюменской области настолько мягкий, что объём капиталовложений в:

- 2018 году увеличился в 3,3 раза;
- 2019 году уменьшился в 0,2 раза;
- 2020 году увеличился в 1,9 раз.

Как известно, эффективность инвестиционной деятельности во многом влияет на увеличение производственного потенциала экономики, развитие инфраструктуры и рост доходов населения. Около 15 лет назад регион отказался от сырьевой модели развития экономики в пользу инновационной деятельности, с тех пор значительно увеличился объем капиталовложений, а индекс промышленного производства в регионе вырос в три раза. Согласно исследованию международной консалтинговой компании McKinsey, к 2025 году Тюмень войдет в топ-600 городов, на долю которых будет приходиться более 60% мирового ВВП.

«Именно экономика, ее состояние напрямую определяют нашу с вами повседневную жизнь. Ведь региональное хозяйство - это объем наших общих доходов, дов, которые мы тратим на школы и больницы, музеи и библиотеки, социальную помощь и дороги. Это рабочие места с той или иной специализацией и уровнем оплаты. Это показатель устойчивости всей региональной жизни: она тем выше, чем больше отраслей в экономике», - уверен губернатор Тюменской области Александр Моор.

Также губернатор Тюменской области на ПМЭФ в 2021 году отметил, что «регион смог занять третье место в (национальном инвестиционном) рейтинге благодаря связям с деловыми объединениями и предпринимателями субъекта, а также с помощью снижения всех региональных и муниципальных налогов до минимального уровня».

Законом Тюменской области от 08.07.2003 № 159 "О государственной поддержке инвестиционной деятельности в Тюменской области"

Инвесторы Тюменской области наделяются статусами:

- держателей инвестиционных проектов, реализуемых в Тюменской области;

- держателей инвестиционных проектов Тюменской области, заключивших Инвестиционное соглашение с Правительством Тюменской области, предусмотренное ст. 6 Закона №159.

Формы государственной поддержки для держателей инвестиционных проектов Тюменской области:

а) установление для держателей инвестиционных проектов Тюменской области льготного порядка налогообложения в пределах сумм, зачисляемых в областной бюджет;

б) предоставление субсидий держателям инвестиционных проектов Тюменской области за счет средств областного бюджет;

в) предоставление держателям инвестиционных проектов Тюменской области бюджетных инвестиций и (или) имущества, являющегося собственностью Тюменской области;

г) организационное содействие держателям инвестиционных проектов Тюменской области при процедуре предоставления земельных участков и других объектов недвижимости, находящихся в собственности области;

д) предоставление держателям инвестиционных проектов Тюменской области государственных гарантий Тюменской области.

Формы государственной поддержки для держателей инвестиционных проектов, реализуемых в Тюменской области:

а) подготовка земельных участков как промышленных площадок (осуществляется Фондом «Инвестиционное агентство Тюменской области»); предоставление промышленных площадок держателям инвестиционных проектов (осуществляется АО «Агентство инфраструктурного развития Тюменской области»);

б) оказание информационно-организационного и консультационного содействия лицам, осуществляющим инвестиционную деятельность в Тюменской области либо планирующим ее осуществление (осуществляется Фондом «Инвестиционное агентство Тюменской области»).

Список литературы

1. Что сделано для улучшения инвестиционного климата в Тюменской области? [Электронный ресурс] // <https://www.tyumen-region.ru/presentation/what-is-done.php> (дата обращения 14.12.2021).

2. Инвестиционный климат [электронный ресурс] // <https://xn-80aacozi1agbl4raw.xn-p1ai/publikatsii/ekonomika/investitsionny-kli> (дата обращения 14.12.2021).

3. ЭКСПЕРТИЗА И АНАЛИЗ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕГИОНА КАК СРЕДСТВО ФОРМИРОВАНИЯ БЛАГОПРИЯТНОГО ИНВЕСТИЦИОННОГО КЛИМАТА (НА ПРИМЕРЕ ТЮМЕНИ И ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ) // [Электронный ресурс] // <https://www.tyumen-region.ru/presentation/what-is-done.php> (дата обращения 14.12.2021).

Костомашенко В.С.

Научн. рук.: ст. преп. Логинова Т.В.

Ярославский филиал Финуниверситета

ПРИНЦИПЫ ОРГАНИЗАЦИИ КОНТРАКТНОЙ СИСТЕМЫ В СФЕРЕ МУНИЦИПАЛЬНЫХ ЗАКУПОК

Муниципальные закупки служат инструментом по обеспечению муниципальных нужд. Муниципальный заказ обеспечивает нужды муниципалитетов в соответствии с нормами права на федеральном

уровне, а также в соответствии с муниципальными нормативными правовыми актами, регламентирующими муниципальные закупки.

С введением в действие Федерального закон «О размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд» от 21.07.2005 № 94 - ФЗ, а затем Федерального закона «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» от 05.04.2013 № 44 - ФЗ (далее Закон № 44 - ФЗ) - начали изучать, прежде всего, правовую основу муниципальных закупок и проблемы правоприменительной практики.

Сущность муниципальных закупок раскрывается в принципах контрактной системы, которые хотя и нормативно закреплены в положениях Закона № 44 - ФЗ, главным образом относятся именно к теоретической составляющей муниципальных закупок, поскольку являются теоретической основой обеспечения муниципальных нужд. О.В. Архалович при анализе положений статьи 6 Закона № 44 - ФЗ выделил следующие принципы контрактной системы:

- 1) принцип открытости;
- 2) принцип прозрачности информации о контрактной системе в сфере закупок, обеспечения конкуренции;
- 3) принцип профессионализма заказчиков;
- 4) принцип стимулирования инноваций;
- 5) принцип ответственности за результативность обеспечения государственных и муниципальных нужд, эффективность осуществления закупок [3].

Целью статьи является анализ названных принципов в соответствии с требованиями законодательства. Принцип открытости и прозрачности информации, нормативно закрепленный статьей 7 Закона № 44 - ФЗ, заключается в том, что информация о планируемых, осуществляемых и уже проведенных закупочных мероприятиях должна носить объективный характер, быть полной и достоверной. Размещаемая информация должна находиться в свободном доступе в сети «Интернет», в частности, на сайте единой информационной системы и быть бесплатной для пользователей вышеуказанной электронной площадки.

Следует отметить, что хотя в отдельных положениях норм закона № 44 - ФЗ прописаны документы и информация, которая должна в них содержаться, например, для документации о торгах, планах - графиках и т. д., и данный перечень является исчерпывающим, но, например, по мнению Ж. Ю. Юзефович «выявить неполноту и недостоверность сведений, размещаемых в единой информационной системе (далее -

ЕИС), в большинстве случаев возможно только в рамках проведения контрольных мероприятий деятельности заказчика путем тщательного анализа документов и сведений, имеющихся у заказчика и документов и сведений, размещенных в ЕИС» [5]. Соответственно, нет никаких правовых гарантий соблюдения заказчиками данного принципа, тем более при закупках у единственного поставщика, где, как правило, инициатора контрольно - проверочных мероприятий может не быть.

Довольно важным и интересным с точки зрения исследования является положение, согласно которому общественные объединения в соответствии с принципом открытости и прозрачности могут запрашивать документацию у заказчиков о проводимых, планируемых либо уже проведенных закупочных мероприятиях.

Также особый интерес вызывает факт, что даже при осуществлении закрытых закупок, информация о которых не подлежит размещению в единой информационной системе, такие данные могут быть запрошены и получены [3].

Принцип обеспечения конкуренции, который закреплен в статье 8 Закона, означает, что при участии в закупочных мероприятиях для обеспечения государственных и муниципальных нужд необходимо всем участникам предоставлять равные условия, не должно быть необоснованного отклонения участников закупок и недопущения их к торгам.

Положения вышеуказанной статьи не следует трактовать буквально, поскольку Законом № 44 установлены и разнообразные ограничения для некоторых категорий участников закупок. Здесь следует отметить, что конкуренция при проведении муниципальных закупок может быть, как ценовой, основанной на снижении начальной максимальной цены контракта, так и неценовой, выражающейся в компетенции участников закупок, их деловой репутации, наличии у них необходимых для выполнения договорных обязательств средств производства, финансовых ресурсов и т. д.

Принцип профессионализма заказчиков, нормативно закрепленный в статье 9 Закона, предусматривает, что все сотрудники заказчиков должны иметь необходимые компетенции в сфере государственных и муниципальных закупок, опыт, навыки и умения, необходимые для проведения всего цикла закупочных процедур: определения потребностей, планирования, определения исполнителей, исполнения контрактов, ведения отчетности и т. д. [1].

Принцип стимулирования инноваций, закрепленный в статье 10 Закона № 44, гласит, что у заказчиков есть обязанность предпочитать закупки инновационной и высокотехнологичной продукции прочим

объектам закупок, естественно, при соблюдении интересов заказчиков и при учете их реальных нужд и потребностей. Но самом Законе нет таких терминов, как «высокотехнологичность» и «инновационность». Адекватно будет для определения вышеуказанных терминов обратиться к Приказу Министерства промышленности и торговли РФ от 1 ноября 2012 г. № 1618, согласно которому инновационной является такая продукция, потребительские свойства которой превосходят аналогичные свойства прочей продукции, а при высокотехнологичном производстве используется исключительно новое или модернизированное технологическое оборудование, технологические процессы или технологии, ранее не применяемые при производстве данного вида товаров [2].

Принцип единства контрактной системы в сфере закупок, прописанный в статье 11 Закона № 44, предусматривает, что система по обеспечению государственных и муниципальных нужд должна быть непротиворечивой и понятной, основанной на единых принципах и регулироваться нормативно - правовой базой, отдельные документы которой не вступают друг с другом в конфликт. В соответствии с данным принципом система государственных закупок должна распространяться на всех заказчиков, которые работают в ее правовом поле без ограничений по экономическим видам деятельности последних.

Принцип ответственности за результативность удовлетворения государственных и муниципальных нужд, эффективности закупок прописанный в статье 12 Закона № 44 - ФЗ, декларирует, что сотрудники заказчиков и уполномоченных органов в своей деятельности должны в первую очередь руководствоваться первоочередной задачей – в полной мере и в соответствии с указанными целями обеспечивать удовлетворение государственных и муниципальных нужд при минимальных затратах всех видов ресурсов на проведение закупок [4].

Основываясь на данном принципе, можно вывести экономическую сущность муниципальных закупок. Она заключается в наиболее эффективном обеспечении муниципальных нужд посредством как экономии средств путем обеспечения экономии на торгах, так и посредством приобретения товаров, работ и услуг необходимого качества и в необходимом количестве, что в свою очередь позволяет органам местного самоуправления и муниципальным учреждениям эффективно выполнять свои функции.

Выделение названных принципов, законодательное их закрепление является базой для построения эффективной основы системы обеспечения муниципальных нужд.

Список литературы

1. Федеральный закон «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» от 05.04.2013 № 44 - ФЗ [Электронный ресурс]. - Режим доступа: URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_144624/ (дата обращения: 01.11.2021).

2. Приказ Министерства промышленности и торговли РФ от 1 ноября 2012 г. № 1618 «Об утверждении критериев отнесения товаров, работ и услуг к инновационной продукции и (или) высокотехнологичной продукции по отраслям, относящимся к усвоенной сфере деятельности Министерства промышленности и торговли Российской Федерации» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: URL: <https://base.garant.ru/70338860/> (дата обращения: 01.11.2021).

3. Архалович О.В. Принципы контрактной системы в сфере закупок // Юридическая наука и правоохранительная практика. 2013. №3 (25). [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/printsiyu-kontraktnoy-sistemy-v-sfere-zakupok> (дата обращения: 01.11.2021).

4. Хатунцев О.А. Контрактная система государственных закупок // Проблемы экономики и юридической практики. 2018. №2. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kontraktnaya-sistema-gosudarstvennyh-zakupok> (дата обращения: 01.11.2021).

5. Юзefович Ж.Ю., Переверзева Н.А. Правовые гарантии реализации принципов контрактной системы в сфере закупок товаров, работ, услуг для государственных и муниципальных нужд // БГЖ. 2018. №3 (24). [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/pravovye-garantii-realizatsii-printsiyov-kontraktnoy-sistemy-v-sfere-zakupok-tovarov-rabot-uslug-dlya-gosudarstvennyh-i-munitsipalnyh> (дата обращения: 01.11.2021).

Костылева А.Д.

Научн. рук.: докт. эк. наук, доц. Поляков В.А.

Тулский филиал Финуниверситета

МОТИВАЦИЯ КАК МЕХАНИЗМ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ
ПЕРСОНАЛОМ

В условиях рыночной экономики, одним из важнейших факторов, влияющим на успешную деятельность компании, является человеческий фактор. Задача современного менеджера состоит в том, чтобы грамотно реализовывать все возможности и таланты своих подчиненных.

Еще в начале XX в. горный инженер, выдающийся менеджер-практик и основатель административной (классической) школы управления Анри Файоль (1841-1925) заявил, что «Управлять - это значит вести предприятие к его цели, извлекая возможности из всех имеющихся в распоряжении ресурсов». Уникальность административной школы управления А. Файоля заключалась в том, что выработанные принципы управления организацией считались универсальными. Исходя из своей личной практики управления Файоль выделил 5 функций руководителя, к ним относились: планирование, организация, координация, контроль и мотивация [2 с.22]. Перечисленные функции менеджера остаются актуальными и по сей день. Все они взаимосвязаны между собой, но для повышения работоспособности, и как следствие повышение уровня производительности труда, мы уделим отдельное внимание мотивации.

Многие менеджеры задаются вопросом «Как добиться того, чтобы работники эффективно трудились по собственному желанию?».

«Ведущей характеристикой мотивационно-потребностной сферы личности является ее направленность как системообразующее свойство личности, определяющее ее психологический склад, включающая в себя совокупность устойчивых мотивов, ориентирующих деятельность и относительно независимых от конкретных ситуаций» [1, с.172]. Основными понятиями, характеризующими направленность, является мотив и мотивация.

Под мотивацией принято понимать побуждение человека к деятельности, имеющее определенную целевую направленность. Проще говоря, мотивация является главным стимулом к выполнению различного вида деятельности. Изучение методов, различных форм и видов мотивации сотрудников позволяет понять, каким образом можно стимулировать формирование трудовых мотивов, с помощью которых можно заинтересовать в рабочей деятельности персонал.

Общение и обратная связь играет важную роль для мотивации сотрудников. Управляющий, с помощью вербально-коммуникативных методов может узнать о таких личностных мотиваторах работника, как личные потребности, интересы и цели. Анализируя эту информацию, менеджер сможет понять какой вид мотивации стоит применить к

данному сотруднику. Мотивация может быть командной (применимой ко всему коллективу) и индивидуальной. Применимо к командной мотивации руководитель может провести анкетирование или опрос среди персонала, для выяснения общих интересов рабочей группы. Однако не стоит забывать, что интересы управляющего и подчиненного могут не совпадать, что вполне естественно.

Руководитель может применить следующие виды мотивации, а также их совокупность:

1. Мотивация достижения (целенаправленная активность работника, направленная на достижение личной цели)

2. Мотивация избегания неудач (стремление работника избежать негативных для себя ситуаций, неудач, критики и т.д.);

3. Мотивация роста (стремление к развитию себя как личности, к профессиональному или карьерному росту);

4. Мотивация власти (выраженное стремление работника обладать властью над другими людьми\коллегами);

5. Мотивация альтруизма (стремление создать благоприятные условия для коллег или дальнейшей деятельности компании, при этом у работника нет ожидания финансового вознаграждения за свой труд);

6. Мотивация агрессивности (стремление добиться личного благополучия путем ущемления интересов окружающих и/или нанесения вреда другим людям).

Мотив – это побуждение человека к деятельности, напрямую связанное с удовлетворением своих потребностей. Человек нуждается в духовных и материальных объектах, необходимых для его существования и развития, именно это определяется как потребность. Обратившись к теории Абрахама Маслоу (1908-1970), мы можем сделать вывод о том, потребности человека развиваются от низших (физиологических) к высшим (духовным), поэтому работнику необходимо сначала удовлетворить свои низшие потребности, чтобы потом удовлетворять потребности более высокого уровня. Управляющий, в свою очередь, может стимулировать персонал к выполнению какой-либо деятельности с помощью потребностей работника. Формы проявления потребностей работника и способы их мотивации представлены в таблице 1.

В условиях капитализма каждый предприниматель или руководитель компании стремится к получению повышенной прибыли. Часто руководители, в гонке за выручкой, забывают о своих подчиненных, о их удовлетворённости или неудовлетворённости своей работой. Данную двухфакторную теорию мотивации разработал

американский психолог, сыгравший значительную роль в управлении бизнесом - Фредерик Герцберг (1923-2000).

Таблица 1 - Способы мотивации работников согласно пирамиде потребностей А. Маслоу.

Потребность (согласно пирамиде А. Маслоу) От низших к высшим	Форма проявления потребностей	Способы мотивации работников
Физиологические потребности	Желание иметь хорошее жилье, употреблять качественную пищу и т.д.	Разработка и дальнейшее развитие всех видов экономических стимулов (материальных поощрений)
Безопасность	Стремление к предотвращению опасностей и других неблагоприятных ситуаций для личности	Улучшение условий труда и мер безопасности, создание гарантий сохранения служебного положения;
Принадлежность и причастность	Стремление принадлежности к рабочей группе, соучастие в выполняемой работе, дружеские взаимоотношения с остальными членами коллектива (социальность)	Создание групповой формы организации труда, единой дружеской команды в коллективе, периодические совещания, и проведение неформальных встреч между сотрудниками компании
Признание и самоутверждение	Желание занимать более высокое положение в рабочей группе	Поощрение достигнутых результатов, объявление благодарностей присвоение званий, и т.п.
Самовыражение	Стремление к достижению результатов в различных сферах рабочей деятельности	Выполнение ответственной, сложной, важной творческой работы, требующей полной самоотдачи

При удовлетворённости своим положением в компании и условиями труда работники самомотивированы на повышение эффективности своего труда. В негативном случае мы получаем неудовлетворённость работой. Работники не заинтересованы в выполняемой ими работе, в следствии чего, в компании снижается производительность труда и возрастает текучка кадров. Так как человек существо социальное, то неудовлетворённость одного работника постепенно может отразиться и на всем коллективе. Объясняется это крайне просто. В результате социального взаимодействия один из работников может начать распространять свои негативные ощущения среди других, внушая им тоже самое. Поэтому неудовлетворённость даже одного рабочего может сказаться на производительности труда всего персонала организации. Этого ни в коем случае нельзя допускать, так как это повлияет на работу всей

компании. В данной ситуации важную роль играет менеджер, взаимодействующий с персоналом. Специалист в сфере управления должен грамотно и систематично подходить к мотивации работников.

Но зачастую менеджеры по управлению персоналом используют метод принуждения, который является не самым верным и правильным из возможных путей мотивации работников. Подчиненные не будут показывать хорошие результаты в своей работе, выполненной по принуждению, у них должно быть собственное желание трудиться.

Каждый сотрудник имеет диспозиционную (внутреннюю) мотивацию. Ей может являться карьерный рост, повышение заработной платы, успех и признание в коллективе. Эффективность и предприимчивость такого самомотивированного сотрудника будет во много раз выше, чем у сотрудника с акцентом на ситуационный (внешний) источник мотивации. Однако внутренней личностной мотивации может быть недостаточно, к тому же она является неустойчивой и подверженной демотиваторам. Поэтому для грамотного и успешного управления важно дополнительно мотивировать подчинённых к выполнению рабочих задач. Отсутствие мотива у сотрудников крайне опасно для построения успешного бизнеса, поэтому способность распознавать неудовлетворенность сотрудников является ключом к успешной системе мотивации сотрудников. Мотивация руководителя позволяет не только выполнять рабочий план, принося успех и прибыль компании, но и помогает в реализации личных целей персонала.

Так, можно выделить следующие виды мотивации работников, направленные на повышение производительности труда:

1. Улучшение условий труда;
2. Повышение заработной платы, при условии выполнения и/или перевыполнения рабочего плана;
3. Система поощрения (дополнительные выходные, объявление благодарности, премиальные выплаты)
4. Создание гарантий по сохранению служебного положения;
5. Возможность продвижения по карьерной лестнице;
6. Доступ к саморазвитию (курсы и повышение квалификации);
7. Внутренние конкурсы (присвоение званий почётного работника);
8. Улучшение межличностных отношений между начальниками, подчиненными и коллегами;
9. Социальные преференции;
10. Корпоративные мероприятия;

11. Свобода мнения, обратная связь с руководством;

12. Система штрафов и дисциплинарные взыскания (за опоздание или невыполненную работу).

Последний пункт разбавляет все вышеперечисленные положительные виды мотивации. Негативные подходы в мотивации играют роль стимуляторов. Однако большое количество отрицательных эмоций у работника блокирует возможность эффективного взаимодействия и снижает работоспособность. Как следствие может возникнуть неудовлетворённость.

Для закрепления и оценки результативности комплекса всех перечисленных возможных способов мотивации мы обратимся к опыту одной из самых крупных компаний России. «Сбербанк России» сегодня, это не только огромная сеть банков Российской Федерации, но и субъект трудовых отношений, входящий в топ-5 крупнейших работодателей страны. Количество работников ОАО «Сбербанк России» по всей стране превышает 286 тысяч [5]. Такое огромное число работников нуждается в непрерывной мотивации к труду, ведь от этого напрямую зависит и успех всей компании. Однозначно мотивация и успех компании неразрывно связаны. Так в чем же заключается секрет мотивации столь большого количества сотрудников, разбросанных по всей стране?

Сбербанк реализует материальные и нематериальные виды мотивации. К материальным стимулам относятся премии и комиссионные выплаты за достижение определённой цели банка (например, за определенное количество заключенных сделок). Однако всю большую популярность в системе мотивации персонала занимают нематериальные способы. К ним можно отнести: гибкий рабочий график, возможность карьерного роста и повышения квалификации, признание со стороны вышестоящих по иерархии сотрудников и руководства, право участия в принятии решений по деятельности банка и др. [4]. Такими способами «Сбербанк России» не только мотивирует своих сотрудников на качественный и добросовестный труд, но и представляет интерес для потенциальных работников в будущем. Все вышеупомянутые стимулы служат мотивом для оформления трудовых отношений именно в Сбербанке. Особенно актуальна работа в этой компании может быть среди молодежи, ведь Сбербанк обеспечивает новоиспеченных работников перспективой карьерного роста, возможностью проявить свои способности и гибким графиком, что сыграет немаловажную роль в выборе места работы.

В заключении хотелось бы отметить, что ни одна совершенная система управления не приведет к успеху, если персонал организации не будет состоять из специалистов, которые стремятся добиться успеха на предприятии, будут проявлять личную инициативу, постоянно приобретать новые профессиональные навыки и решать дополнительные рабочие задачи [3]. Отсутствие мотивации персонала крайне опасно для построения и функционирования успешной компании. Умение вовремя распознать и аннулировать неудовлетворённость работников - есть залог успешной деятельности фирмы и мотивации сотрудников.

Список литературы

1. Гонина, О.О. Психология [Электронный ресурс]: учебное пособие. М.: НИЦ КноРус, 2021. 320 с. <https://book.ru>. (дата обращения: 08.05.2021).
2. Фаррахов А. Г. Теория менеджмента: История управленческой мысли, теория организации, организационное поведение [Электронный ресурс]: учебное пособие. М.: НИЦ ИНФРА-М, 2018. 272 с. <http://znanium.com>. (дата обращения: 08.05.2021).
3. Давлетов И. И., Гурьянов В. В., Клячин А. О. Мотивация персонала [Электронный ресурс] // Международный журнал прикладных наук и технологий «Integral». 2019. №1. <http://cyberleninka.ru>. (дата обращения: 08.05.2021).
4. Батожаргалов Б.Б. Система мотивации персонала на примере компании "Сбербанк" [Электронный ресурс] // Экономика и бизнес: теория и практика. 2018 <http://cyberleninka.ru>. (дата обращения: 23.05.2021).
5. О банке – Сбербанк [Электронный ресурс] <https://www.sberbank.ru/> (дата обращения: 23.05.2021)

Котова А.А.

Научн. рук.: докт. эк. наук, доц. Поляков В.А.

Тулский филиал Финуниверситета

ЭФФЕКТИВНОЕ ДЕЛЕГИРОВАНИЕ В КОМПАНИЯХ

Рассмотрение темы делегирования важно для людей, занимающих должности управляющих. Этот процесс можно отнести к логической системе предприятий, в которой он будет выполнять одну из важнейших функций. Поэтому выбранная тема актуальна в современном мире в условиях рыночной экономики.

Для начала необходимо уточнить, что из себя представляет делегирование и какие преследует цели. Делегирование – это процесс передач задач и полномочий подчиненному, который берет на себя

ответственность перед руководителем за выполнение задач и их результаты [4, С. 269]. Посредством такого процесса между самими работниками, а также между ними и руководителем устанавливаются формальные взаимоотношения. Передача задач и полномочий помогает управленцам определять отношения «менеджер - подчиненный» и подобрать сотрудников.

Цели делегирования, достижение которых является одним из компонентов достижения эффективности процесса, включают в себя:

1. Высвобождение времени руководителей высшего и среднего уровней управления для решения стратегических задач в области логистики;

2. Повышение дееспособности нижестоящих звеньев логистической системы предприятия;

3. Активизация работы логистического персонала. Обеспечение карьерного роста;

4. Увеличение заинтересованности работников в качественном выполнении логистических функций и операций [4, С. 272].

Искусное, профессиональное управление заключается в правильном распоряжении правом делегировать полномочия подчиненного. Данный процесс состоит из шести этапов: поручение работникам индивидуальных заданий, разъяснение действий по выполнению задания, определение и предоставление оптимального объема полномочий и ресурсов для выполнения заданий, формулирование обязательств работников по качественному и своевременному выполнению задания, контроль за результатами выполнения задания и, наконец, корректировка полномочий. Выполнение каждого этапа позволит добиться желаемой эффективности.

Однако делегирование не всегда будет лучшим выбором руководителя, поэтому существуют случаи, когда передача полномочий будет целесообразна:

1. Выполнение сотрудником работы лучше, чем руководителем;
2. Высокая загруженность руководителя;
3. Использование делегирования как метод обучения сотрудников, представляющих перспективу;

4. Сосредоточение внимания управляющего на задачах, представляющих большую важность;

5. Отсутствие руководителя долгое время [5, С. 153].

Некоторые предприниматели не понимают сущность и необходимость делегирования и в дальнейшем терпят неудачу в

руководстве организацией [1, С. 84]. Поэтому были сформулированы условия, обеспечивающие эффективное делегирование:

1. Четкое представление ожидаемых результатов от работников;
2. Определение сроков и форм, в которых результаты должны предоставить по окончании выполнения задачи;
3. Контроль за результатами работы и за осуществлением исполнительской дисциплины;
4. Предоставление должностных инструкций каждому работнику [5, С. 154].

Не всегда выполнение всех условий и этапов позволит добиться эффективности, если руководитель будет допускать распространенные ошибки: ненадлежащее объяснение поручения, плохая проверка выполнения работ, страх лишиться своего авторитета, недоверие рабочим по качеству выполнения поручения, трудности осуществления контроля и др.

В сфере управления существуют три менеджерских «НИКОГДА»: не подкупайте, не шантажируйте и, конечно же, не угрожайте.

Стоит заметить, что руководители, неспособные научиться эффективно делегировать, сокращают возможности для продвижения собственной карьеры. В то время, как другие многое предпринимают для преодоления возникающих препятствий в делегировании, несмотря на то, что используются сильные стороны типажей [2, С. 109]. Например, оценка риска, система контроля, ясное понимание идей, доверие подчиненным, дозирование передачи полномочий, обмен информацией, соответствие полномочий и ответственности, положительные стимулы и регулярное консультирование [3, С. 181-182].

Таким образом, делегирование полномочий способствует в принятии оптимальных решений и создании наиболее подходящих условий для их успешной реализации. Оно также обеспечивает повышение ответственности сотрудников, исполняющих задание и учит опираться на цели всего коллектива. Поэтому использование руководителями этого процесса крайне важно для достижения эффективной работы внутри организации.

Список литературы

1. Басовский Л. Е. Менеджмент [Электронный ресурс]: учеб. пособие. М.: ИНФРА-М, 2019. 256 с. <http://znanium.com>. (дата обращения: 07.05.2021).
2. Иванова С. Кандидат. Новичок. Сотрудник: Комплексная типология метапрограмм в управлении [Электронный ресурс]: учеб.

пособие. М.: Альпина Паблшер, 2020. <http://znanium.com>. (дата обращения: 07.05.2021).

3. Исаченко И. И. Основы самоменеджмента [Электронный ресурс]: учебник. М.: ИНФРА-М, 2021. <http://znanium.com>. (дата обращения: 07.05.2021).

4. Куршакова Н. Б. Логистический менеджмент [Электронный ресурс]: учебник. М.: ИНФРА-М, 2021. <http://znanium.com>. (дата обращения: 07.05.2021).

5. Резник С. Д. Организационное поведение [Электронный ресурс]: учебник. М.: ИНФРА-М, 2021. <http://znanium.com>. (дата обращения: 07.05.2021).

Кузнецова В.С.

Науч. рук.: канд. техн. наук, доц. Городничев С.В.

Тульский филиал Финуниверситета

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ РОЛЬ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА

Развитие экономики страны имеет прямое отношение к положению дел у представителей бизнеса, которые обеспечивают трудовую деятельность и способствуют социальному обеспечению населения. Деятельность субъектов малого и среднего предпринимательства в России регулируется принятым 24 июля 2007 года Федеральным законом 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» (в изменениях от 21.07.2014), в котором указаны критерии отнесения предприятия к малому предпринимательству.

К субъектам малого и среднего предпринимательства относятся внесённые в единый государственный реестр юридических лиц потребительские кооперативы и коммерческие организации (за исключением государственных и муниципальных унитарных предприятий), а также физические лица, внесённые в единый государственный реестр индивидуальных предпринимателей и осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица (далее — индивидуальные предприниматели), крестьянские (фермерские) хозяйства, соответствующие перечисленным ниже условиям.

Малые и средние предприятия являются менее формальными, где руководители, как правило, находятся в тесном контакте со своими работниками, что не соответствует иерархической структуре управления, которые преобладают в крупных организациях. Эти структуры взаимоотношений, как правило, становятся более формальными по мере увеличения размера фирмы.

Предприятия малого и среднего бизнеса являются гибкой и динамичной формой реализации предпринимательской деятельности, позволяющей свободно выразить деловой и творческий потенциал, иметь определенные заработки для достойного образа жизни. Создание сети подобных предприятий способствует обеспечению занятости населения, увеличению на рынке товарной массы и потребительских услуг. Предприятия малого бизнеса порождают здоровую конкуренцию, означающую всестороннее регулирование экономики, включая свободное развитие и многообразие форм собственности,

Мировая практика свидетельствует, что:

Во-первых, деятельность малого предпринимательства напрямую влияет на успешное развитие не только крупного бизнеса, но и экономики страны в целом, обеспечивая наполнение внутреннего рынка потребительскими товарами и услугами, рост экспортного потенциала.

Во-вторых, в условиях усиления конкуренции на мировом рынке малый бизнес с помощью меньшей капиталоемкости, чем у крупного производителя, обеспечивает модернизацию производства и обновление ассортимента выпускаемой продукции, тем самым приспосабливается к меняющимся условиям состояния рынка и периодически повторяющихся экономических кризисов.

В-третьих, малый бизнес дает обществу дополнительный социально-экономический эффект. В Японии в этом секторе экономики работает почти 80% занятого населения страны, в странах Европейского Союза - более 70%. В США доля малого бизнеса в валовом внутреннем продукте страны более 52%. Благодаря такой большой занятости населения в малом предпринимательстве уменьшаются расходы государства на трудоустройство граждан и поддержание социальной стабильности, и повышается уровень реальных доходов граждан [1].

Роль малых предприятий в экономике довольно велика, и эта тенденция не только сохраняется, но даже усиливается. Самая важная роль малых предприятий заключается в решении ряда, социальных аспектов. Малые предприятия создают условия для увеличения рабочих мест. Это подтверждается и современным характером экономического развития промышленно развитых стран. В США ежегодно создается 600 000 новых предприятий. На каждые 100 новых предприятий с новой технологией приходится одно или два рабочих места.

Таким образом, малый бизнес даёт многим людям возможность организации своего дела, а государству помогает в сокращении безработицы и социальной нестабильности. Благодаря малому предпринимательству крупное производство может развиваться, но в тоже время малый бизнес развивается за счёт капиталовложений крупных предприятий. Значит, малое и крупное производства тесно связаны и не могут развиваться друг без друга. Малое предпринимательство способствует формированию рыночной структуры экономики и конкурентной среды.

Говоря о роли малого бизнеса, следует подчеркнуть, что малые предприятия - это побочная сфера экономики. Как показывает опыт развитых стран, если в прошлом малые предприятия создавались, как результат стремления многих открыть собственное дело, то в настоящее время создание малых предприятий нередко инициируется крупными компаниями, которые поручают им вести отдельные виды производства или устанавливать тесные связи с рынком. Не редко, большие компании являются клиентами малых фирм, а последние - поставщиками для больших. Экономика любого государства не может нормально развиваться без оптимального сочетания крупного, среднего и малого бизнеса. Это доказывает вся история экономического развития ведущих стран мира.

Международный и отечественный опыт показывает, что благодаря малому бизнесу происходит создание новых рабочих мест и тем самым расширение занятости и сокращение безработицы. Малое предпринимательство насыщает рынок разнообразными товарами и услугами. В целом в валовом внутреннем продукте стран Европейского Союза доля малого бизнеса превышает 67%. Из этого следует, что государство заинтересовано в создании благоприятных правовых и экономических условий для его интенсивного развития. Но не всегда это так. Часто бывает, что государство пресекает развитие малого предпринимательства из-за больших затрат времени и денег.

Малый бизнес является не только звеном в формировании валового внутреннего продукта страны, но и важнейшим фактором занятости и источником доходов населения, обеспечения национального благосостояния. Несомненно, малое предпринимательство - жизненно важный фактор экономики.

23 сентября 2009 года тогда ещё премьер-министр РФ В. В. Путин огласил начинания Правительства РФ по содействию развития малого и среднего предпринимательства России:

- сохранить для высокотехнологичных предприятий ставку отчислений в Пенсионный фонд на уровне 14% (с 2011).

- освободить предприятия, внедряющие энергоэффективное оборудование, от налога на имущество на срок до трёх лет.
- отменить налог на прибыль от продажи ценных бумаг — при условии, что срок владения ими превышает пять лет и они не обращаются на биржевом рынке.
- освободить компании, работающие в сфере образования и здравоохранения, от уплаты налога на прибыль на срок до девяти лет.
- передать в местные бюджеты большую часть дохода от продажи патентов на осуществление предпринимательской деятельности.
- продлить на три года льготный порядок приватизации арендуемой у государства недвижимости. Освободить все сделки по приватизации от НДС.
- сделать действие лицензий на предпринимательскую деятельность бессрочным (раньше — нужно продлевать каждые пять лет).

И все-таки малый бизнес или малое предпринимательство из-за своей массовости в значительной мере определяют социально-экономический уровень страны. Сектор малого предпринимательства способствует быстрому созданию новых рабочих мест, а, следовательно, решению проблемы занятости населения. В отличие от крупного производства, ориентированного на массовый спрос, выпуск больших партий стандартной продукции, малые предприятия функционируют на небольших рыночных сегментах, благодаря чему национальное хозяйство становится способным к быстрым структурным изменениям. Небольшие размеры малых предприятий дают возможность обеспечить технологическую, производственную и управленческую гибкость, а это позволяет оперативно реагировать на изменения конъюнктуры рынка, внедрять научно-технические достижения, осуществлять эффективную инновационную деятельность.

Говоря о роли малого бизнеса, опираясь на опыт развитых стран, можно сформулировать вывод, что поступательное развитие малого предпринимательства является важнейшим фактором успешного решения следующих проблем [7, с. 304]:

- формирование конкурентных цивилизованных рыночных отношений, способствующих лучшему удовлетворению потребностей населения и общества в товарах (работах, услугах);
- расширение ассортимента и повышение качества товаров, работ, услуг.

Стремясь к удовлетворению запросов потребителей, малый бизнес способствует повышению качества товаров (работ, услуг) и культуры обслуживания;

-приближение производства товаров и услуг к конкретным потребителям;

-содействие структурной перестройке экономики. Малое предпринимательство придает экономике гибкость, мобильность, маневренность;

-привлечение личных средств населения для развития производства.

Партнеры на малых предприятиях вкладывают свои капиталы в дело с большей заинтересованностью, чем на крупных;

-создание дополнительных рабочих мест, сокращение уровня безработицы;

-более эффективное использование творческих способностей людей, раскрытие их талантов, освоение различных видов ремесел, народных промыслов;

-вовлечение в трудовую деятельность отдельных групп населения, для которых крупное производство налагает определенные ограничения (домохозяйки, пенсионеры, инвалиды, учащиеся);

-формирование социального слоя собственников, владельцев предприятий (фирм, компаний);

-активизация научно-технического прогресса;

-освоение и использование местных источников сырья и отходов крупных производств;

-содействие деятельности крупных предприятий путем изготовления и поставки комплектующих изделий и оснастки, создания вспомогательных и обслуживающих производств;

-освобождение государства от низкорентабельных и убыточных предприятий за счет их аренды и выкупа.

Все эти и другие экономические и социальные функции малого предпринимательства ставят его развитие в разряд важнейших государственных задач, делают его неотъемлемой частью реформирования экономики России.

Список литературы

1. Федеральный закон РФ от 24 июля 2007 г. N 209-ФЗ "О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации".

2. Федеральный закон РФ от 8 августа 2001г. № 128-ФЗ «О лицензировании отдельных видов деятельности».

3. Гражданский кодекс Российской Федерации от 30 ноября 1994г. № 51-ФЗ.

4. Федеральный закон от 03.12.2012 N 243-ФЗ " О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам обязательного пенсионного страхования".

5. Аношкин, А. А. Бизнес без плана [Электронный ресурс] / А.А. Аношкин // Вестник Челябинского государственного университета. — 2008. — N 14.

6. Гукасян Г.М. Экономическая теория : учебное пособие. - 2-е изд. - СПб.: ПИТЕР, 2007.

7. Ибадова Л.Т. Финансирование и кредитование малого бизнеса в России: правовые аспекты. – М.: Российская академия наук, Ин-т государства и права, 2006.

8. Голубков Е.П. Стратегическое планирование и роль маркетинга в организации. [Текст]/ Е.П. Голубков//Маркетинг в России и за рубежом. – 2013. – №3. –С. 14 – 16.

Литвинов Д.В., Ахмедов М.Ф.

Науч. рук.: канд. экон. наук, проф. Костина О.И.

Калужский филиал Финуниверситета

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ФИНАНСОВОЙ СФЕРЕ

Современная рыночная экономика имеет свои собственные «нервные точки», одним из которых является рынок финансов. Исходя из этого рынка можно говорить не только о развитии, устойчивости и других отдельных показателей, но и о состоянии экономики в целом. Поэтому от воздействий на финансовый рынок зависит общественная активность в рамках экономики. [7]

Финансовый рынок – это чересчур сложная структура с большим количеством участников в ней: финансовых посредников, использующих немалый арсенал инструментов и выполняющих целый спектр функций по воздействию и управлению экономическими процессами. В течение всей истории рынка нововведения, которые приносили путём новых открытий, созданием и подтверждением теорий, давали новые способы воздействия на неё. [1]

Воздействие на развитие современной экономики оказывает процесс развития кардинально новых информационных технологий в рамках финансовой системы. Новая реальность стала крайне эффективной в использовании, а также она является чересчур жизнеспособной при постоянной поддержке с разных сторон: как теоретических, так и технических. Произошёл большой скачок в

валютной и финансовой деятельности в условиях быстрой автоматизации и компьютеризации. [6] Развивается техника, основанная на микропроцессорах, цифровая технология, а также телекоммуникация. Всё это создало ту среду информации, которая координирует события не только в масштабах организации или страны, но планеты целиком, охватывая все международные информационные процессы. Благодаря этому, мы можем производить платёжные операции и расчёты, перемещать результаты этих действий мгновенно в разнообразных формах, таких как деньги. В сумме мы получаем кардинально новую «культуру» - финансовую цивилизацию, которая подвержена интенсивному росту почти постоянно из-за высокой скорости развития научно-технического прогресса человечества. [3] Но здесь следует отметить, что в настоящее время ежегодный объем мировых финансовых транзакций оценивается астрономическими суммами в несколько триллионов долларов, что создает ситуацию большого риска, так как ошибки разного характера могут привести к краху всей системы финансов.

Такая реальность формирует новые требования от специалистов в области финансового управления умения ориентироваться в информационных технологиях. [2] Для подготовки к решению указанных задач и изучается предмет ИТ в финансовой сфере. Специалист должен быть готов к решению следующих трёх основных задач в рамках финансовой структуры:

1. Обеспечение передачи электронных финансовых документов между подразделениями и центрами структуры по обработке информации.
2. Техническая поддержка различных финансовых транзакций во время выполнения всех расчётов
3. Введение новых и передовых финансовых технологий электронного обмена для обеспечения межрегиональных и международных расчётов

Конечно же, без проблем не может обойтись ни одна структура. Соответственно, и в финансовой структуре в рамках информатизации существуют свои пробелы. [5] Обычно, проблемы с точки зрения финансовой деятельности можно поделить на две категории, первая из которых относится к автоматизации деятельности внутри финансовой структуры, а вторая заключается в создании надёжной телекоммуникационной среды.

Резюмируя выше сказанное, можно говорить о том, что использование информационных технологий в финансовом менеджменте, в частности, в процессе принятия важных

управленческих решений кризисных предприятий. Дабы решить проблему рисков, необходимо создать базу знаний для будущих специалистов данной области, которые будут контролировать ситуацию на рынке.

Список литературы

1. Алиев В.С. Информационные технологии и системы финансового менеджмента. – М.: Форум, Инфра - М, 2017.
2. Козырёв А.А. Информационные технологии в экономике и управлении. –СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2015
3. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.inventech.ru/lib/finances (дата обращения: 30.11.2021 г.)
4. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.roman.by/g-15380.html (дата обращения: 29.11.2021 г.)
5. Информационные технологии в экономике./ Под редакцией д.э.н., профессора Ю.Ф. Симионова. - Ростов н/Д: Феникс, 2016.
6. Грабауров В.А. Информационные технологии для менеджеров.- М.: Финансы и статистика, 2018.
7. Бланк И.А. Основы финансового менеджмента. – К.: Ника-Центр, Эльга – Н, 2019.

Логинов Ф.А.

Научн. рук.: канд. пед. наук, доц. Ляшко В.Г.

Тульский филиал Финуниверситета

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Одной из важнейших биологических потребностей является потребность в пище. Именно поэтому государства контролируют продовольственную сферу, следят за качеством и количеством изделий и продуктов, поступающих на внутренний рынок. От показателя продовольственной безопасности, так называют данное направление политики государства, зависит не только экономика страны, но и международная экономика. Для независимости страны развивают национальное хозяйство и Россия не является исключением.

На данный момент Россия занимает 24 место в рейтинге стран по продовольственной безопасности. Проблемами достижения более высокого рейтинга являются некоторые проблемы, например, политические, биологические и проблемы финансирования. В совокупности это наносит сильный удар по состоянию экономики.

Политическая система России направлена на сотрудничество с разными странами-поставщиками, открыта для торговли, но после санкций Европейского союза и США 2014 года политика

протекционизма начала возрождаться. Это имело положительный эффект. Взлёт цен на продукты, поставляемые странами Европы, способствовал развитию отечественных производителей. В 2020 году, впервые за историю России, экспорт сельскохозяйственной продукции превысил импорт, но от молочной и мясной продукции страна полностью отказаться не может, несмотря даже на то, что ввоз с 2013 года снизился на 2,4 раза. Основным поставщиком молочной продукции на российский рынок последние годы является Белоруссия.

Доля ввоза из этой страны в прошлом году доходила в денежном выражении до 72-83% в зависимости от категории продукта. Такой высокий уровень зависимости российского молочного рынка от поставок белорусской продукции нездоров для обеих сторон. Поэтому сейчас Белоруссия поставила задачу диверсифицировать импорт, а Россия при этом и так все последние годы увеличивала объемы собственного производства, хотя эта тенденция и сдерживается падением спроса и ростом себестоимости сырья.

В некоторых сегментах рынка доля зарубежных продуктов всегда будет оставаться значительной. В первую очередь это касается позиций, которые Россия по тем или иным причинам не производит или делает в незначительных объемах в силу природно-климатических факторов. Также экспорт зачастую используют в качестве средства решения политических конфликтов и шантажа.

В России существует еще одна проблема достижения высокого показателя – недостаточное финансирование. Анализируя расходы государства на сельскохозяйственную отрасль и сравнивая со странами-лидерами, можно сделать вывод о недостаточности. К примеру, в США расход на развитие сельского хозяйства составляет 141 миллиард долларов, в Китае 335 миллиардов долларов, а в РФ – 3 миллиарда долларов. Именно страны ЕС, Соединенные Штаты Америки и Китай являются лидерами по производству сельскохозяйственной продукции.

Зарубежный опыт показывает важность эффективного финансирования и поддержки производителей. Также нельзя отметить важность мониторинга отдельных регионов и точное ведение статистики, опираясь на которую принимаются решения. Одной из самых важных проблем, требующих решения, является проблема деградации земель. Причиной таких проблем является загрязнение почв, болезни и истощение. Для решения этих проблем требуется снизить количество удобрений, добавляемого в земли, способствовать организации традиционных пастбищ, более позднего скашивания травы на пастбищах. Остро стоит вопрос в наличии специалистов,

способных грамотному управлению размещению посевов и скота относительно нагрузки на ландшафты, что влияет на состояние почвы.

Ещё одним способом помощи развитию сельскохозяйственного комплекса является поддержка продовольственного спроса населения. Это можно рассматривать как альтернативный вариант субсидирования. Прямые дотации производителям без стимулирования первичного спроса приводят к тому, что деньги оседают в дальнейшей продовольственной цепочке. В последствии сырья и готовых продуктов становится слишком много, но не все слои населения готовы потреблять больше, исходя из своих экономических возможностей. Именно поэтому должны увеличиться государственные закупки в школы, дома престарелых, интернаты и детские дома. К примеру, в Пермском крае предоставление стакана молока для учащихся 1-8 классов обеспечивает прирост спроса чуть ли не на 5%. Заметную прибавку дает увеличение суточного потребления масла в колониях всего на 1 грамм. А в Томской области задача пассажирам авиакомпании масла, произведенного в регионе, всего на четырех рейсах при средней загрузке обеспечила спрос на объем, который производится за год в целом районе. Стимулирование спроса увеличит оборот страны, что способствует на рост ВВП и индекса продовольственной безопасности.

Таким образом, у России есть три важнейшие проблемы, от решения которых зависит развитие экономики, рост уровня жизни и ВВП. Первой проблемой является зависимость это экспортных товаров и затраты на их приобретение. России необходимо развивать политику протекционизма и отказываться от зарубежных производителей. Второй проблемой является финансирование развития сельскохозяйственного комплекса. В сравнении со странами, лидирующими по индексу продовольственной безопасности, заметна разница в расходах и в уровне государственной поддержки малого бизнеса. Также необходим точная и чёткая система мониторинга показателей каждого региона для распределения бюджета. И третьей, важнейшей проблемой, является экологическая проблема, связанная с деградацией земель. Решением данной проблемой может являться уменьшение количества удобрений и снижение загрязнений почв, равномерное размещение посевов и пастбищ относительно ландшафтов. Именно эти мероприятия помогут России подняться в рейтинге стран по продовольственной безопасности и сделать продовольствие более доступным и качественным.

Список литературы

1. Научно-практический журнал. «Финансы: теория и практика/Finance: Theory and Practice». Том 24 №5. (Электронный источник)
2. Россия в 2020 году показала рекорд по поставкам продовольствия за рубеж. <https://www.rbc.ru/business/09/03/2021/604> (Электронный источник)
3. Топ-25 продуктов, которые мы импортируем. Россию кормят на \$23 млрд. <https://www.agroinvestor.ru/rating/article/30319-top-25-produktov-kotorye-my-importiruem/>. (Электронный источник)
4. Научно-практический журнал. «Финансовые рынки и банки». №8 2021. http://finmarketbank.ru/archive/ELEMENT_ID=31184. (Электронный источник)

Лопаткина А.Н.

Науч. рук.: канд. техн. наук, доц. Городничев С.В.

Тульский филиал Финуниверситета

ПРОАКТИВНЫЙ ПОДХОД К УПРАВЛЕНИЮ КОМПАНИЕЙ

В любой компании появление проблем способствует возникновению инцидентов. И их управление относится к тому, как в организации происходит управление жизненным циклом проблем. Менеджер может подходить к данному вопросу двумя способами: реактивно или проактивно.

Цель реактивного менеджмента - реагировать на инциденты и не допускать их повторения. Проактивный менеджмент подразумевает под собой предотвращение и решение проблем задолго до их возникновения, сообщение о последствиях до жалобы клиента.

Реагирующие менеджеры позволяют обстоятельствам диктовать, как им действовать. Например, отзывчивый менеджер малого бизнеса может подождать увеличения продаж, прежде чем вкладывать деньги в свою компанию. Но проактивный менеджер, вместо того чтобы ждать, когда произойдут изменения, может вложить значительные средства в маркетинговую кампанию, чтобы стимулировать продажи для своей компании [2].

Как реактивный, так и проактивный стили управления могут потерпеть неудачу. Робость реактивного менеджера может помешать ему воспользоваться шансами, которые стимулировали бы его бизнес. Проактивный менеджер может быть безрассудным, тратя время на маловероятные проекты вместо того, чтобы терпеливо ждать подходящей возможности.

Но проактивное управление предпочтительнее, потому что успех в бизнесе требует готовности рисковать, а также способности надлежащим образом управлять рисками.

Благодаря тщательному управлению рисками проактивные менеджеры помогают обеспечить успех проекта. Такое управление предполагает тщательный анализ ситуации для определения основных рисков, а затем принятие мер по минимизации потенциального ущерба.

Например, владелец фабрики может признать, что ее сотрудники игнорируют безопасность на рабочем месте. Вместо того чтобы ждать, когда произойдет трагедия, он разрабатывает и применяет строгие правила безопасного поведения и создает аварийные протоколы для опасных ситуаций.

По сути, проактивное управление одновременно уменьшает вероятность будущих проблем и сводит к минимуму негативные последствия несчастных случаев, которые действительно происходят.

В бизнес-менеджменте проактивный менеджмент значит:

1. Установление, развитие и построение отношений с клиентами;
2. Понимание клиентов;
3. Помощь клиентам в достижении их целей;
4. Успешная реализация продукта [1].

Проактивное управление - это методология лидерства, при которой менеджер активно управляет компанией. Проактивные менеджеры ищут новые возможности для бизнеса, создают гарантии от потенциальных проблем и планируют решения, которые будут приниматься далеко вперед в будущем.

Активный лидер, как правило, приносит пользу любому бизнесу, которым он занимается.

Проактивные менеджеры также понимают важность расширения прав и возможностей сотрудников. Развитие навыков сотрудников в настоящее время обеспечивает их будущие возможности, увеличивая силу организации в целом. Реагирующие менеджеры, напротив, ждут, пока не возникнет необходимость сосредоточиться на обучении и обучении сотрудников, что может быть слишком поздно.

Существует так же определенная связь между объемом работы, менеджером и его навыками проактивного управления. Как только у менеджера увеличивается количество одновременных проектов, его способность к эффективному управлению резко снижается.

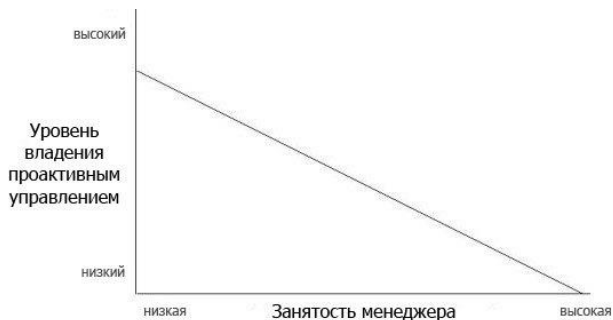


Рисунок 1. Взаимосвязь между нагрузкой менеджера и его навыками в проактивном управлении

Чем больше работы у менеджера, тем он менее проактивен.

Однако некоторые менеджеры могут успешно справляться со своей работой даже при наличии некоторых проблем, т.е. проактивные качества оказываются сильнее негативных влияний.

Из диаграммы ниже видно, что проактивное управление возникает на пересечении занятости менеджера и его способностью быть проактивным.

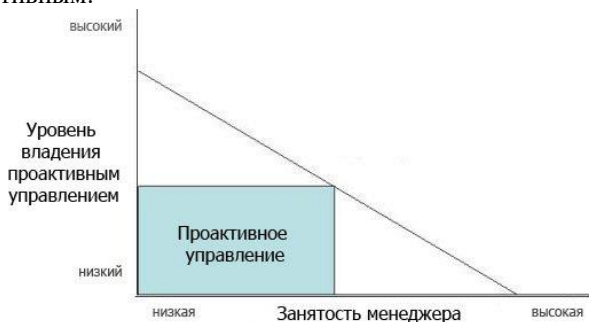


Рисунок 2. Пересечение занятости менеджера и его способности быть проактивным

Безусловно, менеджеры обладают разным уровнем проактивности, что может привести к разным результатам даже при их одинаковой занятости.

Но даже самые лучшие специалисты по проактивному управлению могут ошибиться – они сталкиваются с проблемой, которую не ожидали, и начинают реагировать. Чем больше всплывающих проблем, тем более реактивным становится менеджер и тем больше вероятность того, что он допустит ошибки.



Рисунок 3. Взаимосвязь между проактивностью и успехом

Проактивный менеджер может стать реактивным по нескольким причинам:

1. Компания вынуждена отказаться от своей текущей стратегии из-за кризиса. Это заставляет менеджера принимать решения на месте, которые, как правило, ошибочны и приводят к еще большим проблемам.

2. Компания движется или растет слишком быстро, из-за чего лидер не может за ней угнаться. При этом ему остается достаточно времени только для того, чтобы реагировать на новые события, теряя контроль над будущим.

3. Если менеджер сменит кого-то, кто был некомпетентен, ему придется потратить большую часть своего времени на исправление чужих ошибок, некоторые из которых продолжают появляться [3].

В то время как существуют отрасли, где реактивный лидер может принести большую пользу, проактивность, как правило, более ценна, поскольку пребывание в реактивном состоянии, как правило, имеет некоторые косвенные недостатки. Такие как:

1. Более низкое качество работы.

В реактивном состоянии менеджер склонен совмещать несколько обязанностей одновременно. Это, как правило, снижает качество их работы.

2. Цикл реактивной обратной связи.

Проблема заставляет менеджера переключаться на реакцию, что приводит к появлению новых проблем, поскольку реактивный лидер не смог спланировать заранее стратегию. Менеджер попадает в петлю обратной связи, которой не видно конца.

3. Затруднение в принятии решений.

Когда возникает много проблем, приходится действовать по обстановке. Нехватка времени для оценки ситуации затрудняет

принятие правильного решения, что в конечном итоге нанесет ущерб бизнесу [4].

В итоге если не приложить реальных усилий, чтобы вернуться к проактивному управлению, можно застрять в петле обратной связи реактивного управления.

Однако есть несколько способов вернуться к реактивному управлению:

1. Следует освободить место для времени, чтобы заранее планировать свой бизнес.

2. Также необходимо снять стресс с себя и с офиса. Пребывание в реактивном состоянии долгое время вызывает сильный стресс как у менеджера, так и у команды. И чем больше они испытывают стресс, тем больше вероятность того, что они слишком остро отреагируют на проблемы.

3. Стоит пересмотреть экстренные решения. В зависимости от ситуации, есть вероятность того, что сильно переоценена срочность ситуации. Если есть шанс не торопиться с выбором, имеющим какие-то последствия, следует воспользоваться им. То, что может показаться хорошей идеей в реактивном состоянии, может оказаться дорогостоящей ошибкой.

4. И в конечном итоге стоит проанализировать бизнес-процессы, чтобы понять, можно ли что-нибудь оптимизировать.

Инициативные владельцы малого бизнеса не ждут, пока к ним придет успех. Вместо этого они заранее справляются с ожидаемыми трудностями. Они разрабатывают бизнес-стратегии, направленные на достижение высоких целей, принимая при этом все необходимые меры предосторожности для снижения рисков. Проактивный подход к управлению может улучшить каждый аспект вашего бизнеса, от маркетинга до отношений с сотрудниками.

Список литературы

1. Ковалевская Ю. Предвосхищая клиента, или Как работает проактивный менеджмент — опыт Penguin-team [Электронный ресурс]: <https://delovoyimir.biz/>

2. Остроухова Н.Г. Проактивный менеджмент – основа эффективного управления организацией в современных условиях [Электронный ресурс]: <http://pravmisl.ru/>

3. Реактивное и проактивное управление проблемами [Электронный ресурс]: <https://www.bmc.com/>

4. Проактивное управление – Как принимать лучшие Бизнес-решения [Электронный ресурс]: <https://tallyfy.com/>

Малашина Е.В.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Денисов В.Н.

Тульский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова

К ВОПРОСУ О КОНКУРЕНЦИИ В ХЛЕБОПЕКАРНОЙ ОТРАСЛИ

Хлебопекарное производство является одной из важных отраслей в пищевой промышленности. Оно обеспечивает людей продуктами первой необходимости.

Также как и любое производство массового назначения, предприятия, выпускающие хлебобулочные изделия, не обходятся без конкуренции. Данный механизм заставляет производителей заботиться об используемом сырье, о техническом оснащении производства, о квалификации работников, как составляющих частях себестоимости продукции, а главное о цене и качестве продукции, что и является главными критериями при покупке любой продукции.

Что же такое конкуренция в целом?

Слово конкуренция пришло в русский язык в конце XIX века от немецкого слова «konkurrenz». Которое в свою очередь идёт от двух латинских слов: *con*, *currere*, которые переводятся как «вместе» и «бежать» соответственно [1]. Так, энциклопедия инвестора даёт следующее определение конкуренции: «Конкуренция – это соперничество нескольких субъектов в достижении схожей цели» [2]. Своё определение данному термину дает и законодательство Российской Федерации. В пункте 7 статьи 4 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ (ред. от 17.02.2021) «О защите конкуренции» прописано следующее определение: «конкуренция - соперничество хозяйствующих субъектов, при котором самостоятельными действиями каждого из них исключается или ограничивается возможность каждого из них в одностороннем порядке воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке» [3].

В хлебопекарной отрасли достаточно много производителей, следовательно, однозначно можно сказать, что рынок не относится к олигополии и тем более к монополистическому рынку. Но и однозначно отнести ни к одному из оставшихся видов конкуренции не представляется возможным. К чистой конкуренции этот рынок можно отнести из-за того, что почти все производители имеют в своём ассортименте классические виды ржаного и пшеничного хлеба. Монополистическая же конкуренция проявляется в том, что на рынке большое количество разных производителей, у каждого из которых есть свои особенные виды хлебобулочных изделий.

Рассматривая хлебопекарную отрасль можно выделить три основные группы конкурентов:

1. Крупные и средние хлебопекарные предприятия. К ним относятся хлебозаводы и комбинаты. На настоящее время в России насчитывается примерно 750 таких предприятий [4];

2. Малые предприятия. В эту категорию можно отнести маленькие пекарни, индивидуальных предпринимателей, занимающиеся производством хлебобулочных изделий, хлеба на заказ или для продажи в домашних условиях (самозанятые граждане). Около 12,5 тысяч таких компаний и граждан насчитывается в Российской Федерации [4];

3. Мини-пекарни при супермаркетах.

Конкурентные преимущества и недостатки основных групп конкурентов рассмотрены в таблице 1.

Таблица 1 - Конкурентные преимущества и недостатки в хлебопекарной отрасли

Название группы конкурентов	Конкурентные преимущества	Конкурентные недостатки
1. Крупные и средние хлебопекарные предприятия	<ul style="list-style-type: none"> – Большие возможности для разработки новых видов продукции; – Большой объем выпуска продукции; – Маленькая наценка; – Большая сеть покупателей; – Известность в регионе нахождения – Заключение договоров с поставщиками на более выгодных условиях; – Получение заёмных средств на более выгодных условиях – Ориентирование на разные слои населения и др. 	<ul style="list-style-type: none"> – Некачественное, ненатуральное сырье; – Плохо развитый маркетинг; – Зачастую старое электрозатратное оборудование оставшееся с советских времён, что приводит к повышению себестоимости продукции; – Отсутствие желания развиваться и др.
2. Малые предприятия	<ul style="list-style-type: none"> – Большое количество высококачественных хлебобулочных изделий; – Узкая направленность на конкретных потребителей; – Свежесть продукции; 	<ul style="list-style-type: none"> – Большая наценка; – Повышение себестоимости, из-за распределения издержек на небольшой объем продукции; – Высокие затраты на маркетинг и борьбу за покупателей и др.

	<ul style="list-style-type: none"> – Возможность индивидуального подхода к каждому клиенту; – Следование за изменениями предпочтений покупателей и др. 	
3. Мини-пекарни при супермаркетах	<ul style="list-style-type: none"> – Удобное местонахождение на территории супермаркетов – Предоставление продукции в горячем виде и др. 	<ul style="list-style-type: none"> – Приготовление из замороженного сырья; – Меньший срок годности и др.

Как видно из таблицы самое большое число достоинств у крупных и средних хлебопекарных предприятий. Также и самое большое число покупателей зафиксировано у этой группы. По этой причине экономисты и маркетингологи на хлебозаводах зачастую не относятся серьёзно к своим конкурентам, считая, что они не заберут много покупателей. В действительности малые предприятия и мини-пекарни могут забрать у крупных предприятий до 40% прибыли при правильном построении своей деятельности.

Нельзя не отметить тот факт, что в России в хлебопекарной отрасли основная масса производственных мощностей сконцентрирована на крупных и средних предприятиях (доля составляет 72%), несмотря на то, что их количество в разы меньше малых предприятий и мини-пекарен в сетевых магазинах (их доля составляет 28%).

Помимо того, что у малых предприятий и так небольшая доля производственных мощностей, по России они распределены неравномерно, основная масса находится в мегаполисах. При этом в регионах не прослеживается какая-либо связь между количеством малых хлебопекарных производств, количеством жителей и их уровнем жизни. На конец 2019 года объем производства малых предприятий можно оценить от 15% потребления в мегаполисах, до 1% в регионах. В Москве и Санкт-Петербурге этот показатель достиг 20% [5]. В 2020 году в связи с пандемией короновирусной инфекции этот показатель снизился.

Значимым фактом является то, что, несмотря на такое большое количество предприятий, занимающихся производством хлебобулочных изделий, в России одно предприятие приходится больше чем на 10 000 человек, в развитых странах на такое число жителей их количество примерно равно 3-4. Из этого можно сделать вывод, что данная отрасль экономики в нашей стране не до конца заполнена производителями.

Большой проблемой отрасли является ошибочное мнение покупателей, что цена хлеба должна быть невысокой. Это мнение связано с политикой, установленной в Советском Союзе, когда субсидировалась данная отрасль, что позволяло покрывать убытки предприятий. После либерализации российской экономики с 1 января 1992 года субсидии прекратились, и искусственное занижение цен перестало быть возможным. Следовательно, цены выросли, но люди остались при мнении, что цена хлеба должна быть низкой. Компании лавируют между желанием получения прибыли и низкими ценовыми ожиданиями покупателей, а из этого выходит, что рентабельность бизнеса примерно равна 6% [6]. Такая рентабельность не позволяет эффективно модернизировать производство.

Из всего выше сказанного можно предложить следующие направления повышения конкурентоспособности предприятиям и организациям в хлебопекарной отрасли. Следует полагать, что для каждого сегмента отрасли эти советы должны быть свои. Так для крупных и средних предприятий они следующие:

1. Закупка новой, менее энергозатратной техники. Это позволит снизить затраты на электроэнергию.

2. Открытие своих торговых точек, в которых можно предоставлять и сопутствующие товары, например горячий кофе. Это позволит привлечь покупателей для которых бренд и история хлебозавода не имеет значения, но важна хорошая обстановка и вкус покупаемой продукции.

3. Создание продукции для разных слоёв населения. Так, разделив производство, можно будет охватить большее число покупателей.

4. Улучшение качества продукции. Это приведёт к подорожанию товара, но у покупателей растут требования к качеству продукции.

5. Развитие маркетингового и клиентского отделов. Данные отделы должны помочь предприятию лучше понять, что хочет потребитель и как привлечь его внимание к продукции.

Для малых предприятий можно рекомендовать следующие направления:

1. Запуск рекламы на местном радио, в сети «Интернет» на различных сайтах.

2. Организация онлайн торговли. Позволит расширить клиентскую базу, тем самым увеличив прибыль.

3. Добавление новых услуг. Если это торговая площадка, то можно оборудовать несколько столиков. Предоставление горячих и

холодных напитков, замороженных полуфабрикатов собственного производства в продажах пекарни увеличат поток клиентов.

Увеличить конкурентоспособность минипекарен при супермаркетах можно, используя следующие направления:

1. Предоставление горячих напитков.
2. Применение бумажных пакетов. Использование бумажных пакетов, особенно из вторсырья, позволит супермаркету учесть модную тенденцию здорового питания.

Список литературы

1. Кожин Р. Что такое конкуренция: виды и типы, функции, значение для экономики и общества в целом. 05.11.2019 <https://myrouble.ru/konkurenciya/>

2. Энциклопедия инвестора. URL:[https://investments.academic.ru/1056/ Конкуренция](https://investments.academic.ru/1056/Конкуренция)

3. Федеральный закон от 26.07.2006 N 135-ФЗ (ред. от 17.02.2021) «О защите конкуренции»

4. NEOANALYTICS, Анализ российского рынка хлеба и хлебобулочных изделий: итоги 2019 г., прогноз до 2022 г. 22 МАЯ 2020 <https://marketing.rbc.ru/articles/11527/>

5. Калинин Р. Ремесленное и промышленное хлебопечение. Противостояние или эволюция отрасли? 24 октября 2019 URL: <https://zen.yandex.ru/media/id/5db047928f011100aea1d30e/remeslennoe-i-industrialnoe-hlebopechenie-protivostoianie-ili-evoliuciia-otrasli-5db1636>

6. Адырхаева Г.Д., Ванина Е.Г. Анализ конкурентной среды регионального рынка хлеба // Региональное развитие: электронный научно-практический журнал. 2015. № 4(8). URL: <http://regrazvitie.ru/analiz-konkurentnoi-sredy-regionalnogo-rynka-hleba/> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.

Малофеева В.Р.

Науч. рук.: канд. техн. наук, доц. Гордничев С.В.

Тульский филиал Финуниверситета

СОЦИАЛЬНОЕ НЕРАВЕНСТВО В СОВРЕМЕННОМ РОССИЙСКОМ ОБЩЕСТВЕ

На сегодняшний день в России более 20 млн. граждан живут за чертой бедности. Конечно, это почти в 2 раза меньше, чем в 2000 году, но на треть больше чем в 2012. При этом процент богатых растет с каждым годом. По данным на 2020 уже свыше 100 россиян стали миллиардерами и пополнили знаменитый список Forbes, а ведь еще 4 года назад их было в 3 раза меньше. С чем же связано такое социальное неравенство в обществе? Каковы признаки и причины

этого явления? Как происходит социальное расслоение в России и мире?

Разнообразие отношений ролей, позиций приводят к различиям между людьми в каждом конкретном обществе. Проблема сводится к тому, чтобы каким - то образом упорядочить эти отношения между категориями людей, различающихся во многих аспектах.

Что же такое неравенство? В самом общем виде неравенство означает, что люди живут в условиях, при которых они имеют неравный доступ к ограниченным ресурсам материального и духовного потребления. Для описания системы неравенства между группами людей в социологии широко применяют понятие "социальной стратификации".

При рассмотрении проблемы социального неравенства вполне оправдано исходить из теории социально - экономической неоднородности труда. Выполняя качественно неравные виды труда, в разной степени удовлетворяя общественные потребности, люди иногда оказываются, заняты экономически неоднородным трудом, ибо такие виды труда имеют разную оценку их общественной полезности.

Именно социально - экономическая неоднородность труда не только следствие, но и причина присвоения одними людьми власти, собственности, престижа и отсутствия всех этих знаков продвинутой в общественной иерархии у других. Каждая из групп вырабатывает свои ценности и нормы и опираются на них, если они размещаются по иерархическому принципу, то они являются социальными слоями.

В социальной стратификации имеет тенденцию наследование позиций. Действие принципа наследования позиций приводит к тому, что далеко не все способные и образованные индивиды имеют равные шансы занять властные, обладающие высокими принципами и хорошо оплачиваемые позиции. Здесь действуют два механизма селекции: неравный доступ к подлинно качественному образованию; неодинаковые возможности получения позиций в равной степени подготовленными индивидами.

Социальная стратификация обладает традиционным характером. Поскольку при исторической подвижности формы ее сущность, то есть неравенство положения разных групп людей, сохраняется на протяжении всей истории цивилизации. Даже в примитивных обществах возраст и пол в сочетании с физической силой был важным критерием стратификации.

Учитывая неудовлетворенность членов общества существующей системой распределения власти, собственности и условий

индивидуального развития, все же нужно иметь в виду универсальность неравенства людей.

Стратификация, как и любая другая наука, имеет свои формы. До сих пор мы говорили о неравенстве без учета его формы, Между тем от формы зависит и интенсивность стратификации. Теоретические возможности здесь колеблются от такой крайности, когда любому статусу приписывается одинаковое количество и того и другого и третьего. Крайних форм стратификации не было ни в одном историческом объекте.

Сопоставим ситуацию, когда в обществе многочисленны социальные слои, социальная дистанция между которыми невелика, уровень мобильности высок, низшие слои составляют меньшинство членов общества, быстрый технологический рост постоянно повышает "планку" содержательного труда на нижних ярусах производственных позиций, социальная защищенность слабых, помимо прочего, гарантирует сильным и продвинутым спокойствие и реализацию потенций. Трудно отрицать, что такое общество, такое межсловое взаимодействие скорее по-своему идеальная модель, чем обыденная реальность.

Большинство современных обществ далеки от этой модели. Или присущи концентрация власти и ресурсов у численно небольшой элиты. Концентрация у элиты таких статусных атрибутов как власть, собственность и образование препятствует социальному взаимодействию между элитой и другими стратами, приводит к чрезмерной социальной дистанции между нею и большинством, Это означает, что средний класс немногочислен и верх лишен связи с остальными группами. Очевидно, что такой социальный порядок способствует разрушительным конфликтам.

В самом начале в основании неравенства лежит природная дифференциация - отличия между людьми, обусловленные их физическими, психическими, интеллектуальными чертами. Они могут иметь, как врожденный (пол, раса, интеллект, состояние физического здоровья), так и приобретенный характер (полученные в процессе обучения, тренировки).

Одними из основных различий, из-за которых развивается неравное отношение людей и в дальнейшем социальное неравенство - это естественные различия. Данные различия составляют основу неравенства в первобытные времена, но они не утратили свое значение по сей день. Различия заключаются в том, что идет смещение одних акцентов на другие. Под это понятие подходят такие явления, как расизм, нацизм, а в большинстве случаев в современном мире и во

многих странах на социальное неравенство влияет: раса, цвет кожи, национальность. Ослабление этих факторов является заботой для политических сил. Например, создание достойных условий для труда и полноценного проживания, борьба с расовыми предрассудками.

Существует другой уровень дифференциации индивидов - социальный. Социальные различия - это различия, которые созданы социальными факторами, главными которые являются:

1) Разделение общественного труда, после которого создаются новые различные виды занятий и профессий человека

2) Занятие человека определяется только содержанием его деятельности

3) Уровень жизни связан с внешними условиями по отношению к человеку. Физические условия: природа, климат, ландшафт, население. Культурные условия определяются средой, в которой живет человек (язык, нормы, религия, традиции и так далее)

4) Образ жизни человека является его характерной чертой. Он зависит от возраста человека, от пола, от образования, от рода занятий.

Современная культура допускает наличие неравенства по доходам или по должностям, которые не вызывает у людей никакого возражения, в отличие от неравенства по национальному признаку.

Сущность социального неравенства в том, что оно является универсальной характеристикой общества, при котором люди имеют неравные жизненные шансы на моральные и духовные блага общества.

Феномен понятия бедность стал предметом исследования в современной отечественной социологии в 90-х годах. В советское время понятие бедность не существовало вообще, его заменяло понятие малообеспеченность, раскрывающаяся в теории благосостояния.

Макс Вебер - классик мировой теории в сфере социологии, выразил свою точку зрения, которая имела решающее значение для складывания передовых представлений о сущности, формах и функциях неравенства в обществе. Основные идеи этой мысли состоят в том, что человек считается субъектом общественного действия.

В противовес Марксу Вебер не считая экономического нюанса стратификации принимал во внимание эти нюансы, как власть и авторитет. Вебер рассматривал собственность, власть и авторитет, как отдельные взаимодействующие факторы, которые лежат в основе иерархий в всяком обществе. Отличия в собственности порождают экономические классы; отличия, которые относятся к власти, порождают политические партии, а элитные отличия предоставляют статусные группировки (страты).

Отсюда он сформулировал понятие о «трех автономных измерениях стратификации».

Он акцентировал внимание, что «классы», «статусные группы», «партии» - это явления, которые относятся к сфере распределения власти внутри общества.

Главное противоречие Вебера с Марксом является то, что Вебер связывал определение класса только с капиталистическим обществом, где рынок является регулятором взаимоотношений. С помощью него человек удовлетворяет собственные материальные потребности. Но на рынке люди занимают различные позиции и находятся в разной «классовой ситуации». Тут все покупают и продают. Одни продают товары и услуги, а другие - рабочую силу.

Различие в том, что одни имеют собственность, а у других она отсутствует. Вебер не имеет четкого определения классовой структуры капиталистического общества, поэтому различные интерпретаторы его работ предоставляют несовпадающие перечни классов.

Социальное неравенство - явление, избежать которого практически невозможно; появляется во всех типах общества и на всех этапах исторического развития; исторически меняются только формы и степень социального неравенства. С другой стороны, у человека тогда не было бы стимула заниматься сложными, опасными или даже неинтересными видами деятельности, повышать свою квалификацию. Благодаря неравенству доходов общество побуждает людей (индивидов) к нужным занятиям, но достаточно трудным, поощряет самых талантливых.

Проблема социального неравенства - одна из самых острых и актуальных проблем. Индивидуальностью общественной структуры российского общества является сильная социальная поляризация - деление общества на бедных и богатых при отсутствии среднего строя, выступающего основой экономически устойчивой и развитой страны. Сильное социальное разделение воспроизводит систему неравенства и несправедливости, в которой способности самостоятельной жизненной самореализации и увеличение общественного статуса для достаточно большой доли русского населения страны.

Список литературы

1. Воейков М., Анисимова Г. Социальный контекст экономического неравенства в России // Общество и экономика. 2017. № 10. С. 95–117.
2. Возмитель А. А. Социальное неравенство и его риски в советской и постсоветской России // Власть. 2016. № 8. С. 5–13.

3. Горшков М. К. Социальные неравенства как вызов современной России // Вестник Института социологии. 2010. № 1. С. 24–47.

Митина Д.С., Моржов Е.Н.

Научн. рук.: канд. экон. наук., доц. В.Э. Комов

Тулский филиал Финуниверситета

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ ГОРОДСКОЙ АГЛОМЕРАЦИИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Крупные мегаполисы — это основные источники большинства инноваций и экономической производительности. Данное замечание аргументировано совместным использованием промежуточных поставщиков и обменом знаниями, которые стали возможным благодаря большому количеству фирм и рабочих, сгруппированных вместе с высокой долей плотности.

Экономика в агломерации — это внешние выгоды, которые фирмы получают от совместного размещения. Теоретически, если внешние выгоды превышают добавленные затраты на более высокую арендную плату, заработную плату и транспортные расходы, которые порождает агломерация, возникнет географическая кластеризация. Если бы было наоборот, фирмы бы рассредоточились в места с более низкими затратами. В действительности, высокая стоимость и географически закреплённый характер застроенной среды (системы инфраструктуры, здания) будут смягчать быстрые изменения в городской форме в ответ на изменения в характере экономики агломерации. Однако со временем изменения в экономике агломерации должны быть заметны по изменениям в плотности и распределении экономической активности.

За последние несколько десятилетий сила и природа агломерационной экономики оказались под вопросом. Утверждалось, что информационные и телекоммуникационные технологии уменьшают потребность в физической близости и, следовательно, ценность агломерационной экономики. Снижение экономики агломерации могло бы объяснить децентрализацию экономической деятельности и упадок центральных городов, наблюдаемый в последние десятилетия двадцатого века. Совсем недавно утверждалось, что агломерационная экономика работает на двух уровнях: мегаполисе и субметрополии, что объясняет повышенную полицентричность мегаполисов. Сейчас мы полностью живем в эпоху информационной экономики, когда смартфоны, автомобили, здания и бытовая техника объединяются в Интернете. В то же время мы

наблюдаем возобновление некоторых спадов и продолжающийся рост мегаполисов вокруг России, несмотря на растущую загруженность дорог. Сохраняет ли агломерационная экономика существенным фактором пространственной структуры мегаполиса? Меняется ли природа агломерационной экономики? В данной работе рассматривается роль и природа агломерационной экономики за последние несколько десятилетий.

Мы начинаем с обзора сущности агломерационной экономики. Причинные механизмы агломерационной экономики можно описать по четырем категориям: совместное использование, сопоставление, обучение и ценность удобства.

Совместная экономика включает совместное использование инфраструктуры, помещений, поставщиков и работников. Инфраструктура, особенно сетевая инфраструктура, характеризуется большой отдачей от масштаба.

Транспортная и телекоммуникационная инфраструктура становится более ценной по мере увеличения плотности сети. Большие первоначальные затраты стимулируют совместное использование, в то время как сетевая экономика делает совместное использование выгодным для фирмы. Инфраструктура также отличается неделимостью. Половина моста бесполезна; следовательно, для ключевых звеньев сетевых объектов часто требуется критическая масса. Взаимодополняемость инфраструктурных систем: самые плотные и разветвленные сети информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) накладываются на самые плотные и разветвленные транспортные и энергетические сети.

Совместное использование промежуточных ресурсов, а именно поставщиков и рабочих, облегчается размером и плотностью. По мере увеличения размера данного сектора промышленности увеличивается и возможность промежуточных поставщиков предлагать товары и услуги.

Более крупные города допускают большую специализацию, что, в свою очередь, позволяет более эффективно поставлять промежуточные товары.

Взаимодополняемость между отраслевыми секторами обеспечивает гибкость поставок, поскольку поставщики могут регулировать волатильность в конкретных отраслевых сегментах.

Аналогичным образом работает объединение рабочей силы; чем больше кадровый резерв, тем более разнообразным и специализированным он может стать. Эмпирически наблюдается, что в крупнейших городских районах имеется самая разнообразная рабочая

сила. Большой район мегаполиса не только создает рынок для нишевой рабочей силы (например, актеров или оперных певцов), но и позволяет осуществлять специализацию в рамках категорий рабочей силы, что повышает производительность труда. Объединение рабочей силы выгодно как для фирм, так и для рабочих. Наличие большой рабочей силы позволяет фирме подбирать рабочую силу в соответствии с текущим спросом, например, нанимая временных работников на случай скачков спроса. Это также снижает риск повышения заработной платы в ответ на повышенный спрос, поскольку общее предложение рабочей силы, вероятно, будет меньше зависеть от волатильности того или иного сектора. В то же время работник извлекает выгоду из множества возможностей трудоустройства, так что он (она) может перемещаться по отраслевым сегментам по мере того, как спрос падает.

Вторая категория - сопоставление, т.е. если рынки труда и поставщиков велики и диверсифицированы, это означает, что между работодателями и наемными работниками или между фирмами и поставщиками-посредниками будет больше совпадений.

Лучшее согласование рабочей силы снижает затраты за счет увеличения срока службы, снижения затрат на обучение и снижения вероятности плохих совпадений. Лучшее согласование промежуточных поставщиков обеспечивает наилучшие возможные исходные данные и снижает затраты поставщиков на ненадежность (поскольку фирма может легко найти замену). Затраты на поиск также снижаются, поскольку увеличивается вероятность подходящего совпадения и увеличивается количество возможных хороших совпадений.

Одним из примеров преимуществ совпадения является тенденция домохозяйств с двойной профессией на узкоспециализированных рынках (например, университетских профессоров) размещаться в крупнейших городских районах.

Третья категория — это обучение. Обмен знаниями, как формальный, так и неформальный, имеет решающее значение для инноваций в быстро меняющихся отраслях, таких как высокие технологии или финансы. Новые фирмы проходят процесс обучения тому, как лучше всего работать, и что большинство возможностей обучения доступно в больших и разнообразных городских районах. Можно применить данную идею к молодым работникам: молодые работники мигрируют в крупнейшие города из-за возможностей обучения, связанных с взаимодействием с опытными работниками. Распространенным методом изучения преимуществ агломерации

обучения являются патенты. Следовательно, количество патентов зависит от размера города.

Последняя категория — это ценность удобства. Городские жители получают внешние выгоды в виде более широкого и разнообразного потребительского выбора, от продавца бутик-кофе до разовых оригиналов местного дизайнера одежды.

Крупные скопления потребителей поддерживают нишевые рынки всех видов. Как и в случае с фирмами, получающими агломерационные льготы, жители готовы платить более высокую арендную плату или получать более низкую заработную плату в обмен на такие льготы. Если для потребителя существуют внешние выгоды, экономя от агломерации будет сохраняться вне зависимости от того, являются ли обычные формы, описанные выше, достаточными.

С городом-потребителем связан аргумент о том, что работники с высоким человеческим капиталом требуют для жизни комфортных мест: мест с культурными достопримечательностями, захватывающей ночной жизнью, высококачественных общественных услуг и разнообразных вариантов потребления. Поскольку работники с высоким человеческим капиталом очень ценны для фирмы, фирмы будут следовать за этими работниками и располагаться в местах с высоким уровнем комфорта. Опять же, подразумевается, что традиционные источники экономии от агломерации не обязательно должны быть чистыми выгодными для того, чтобы агломерация происходила.

Должна ли агломерационная экономика измениться или упасть в информационной экономике?

Всплеск информационных и телекоммуникационных технологий (ИКТ), произошедший в 1980-х годах, привел к оживленным спорам о том, будет ли экономика агломерации увеличиваться или уменьшаться с развитием ИКТ и информационного сектора в мировой экономике.

С одной стороны, ИКТ сделали бы обмен информацией фактически бесплатным, а значит, почти полностью исключили бы выгоды от агломерации. Но, с другой стороны, информационный сектор по крайней мере так же зависит от близости, как и другие отрасли, поэтому рост информационного сектора может увеличить экономику агломерации.

Рассмотрим агломерационную экономику на примере Самаро-Тольяттинской агломерации и сделаем вывод: должна ли агломерационная экономика измениться или упасть в информационной экономике.

Самаро-Тольяттинская агломерация (СТА) является одной из самых полицентричных из всех городских агломераций в России, если судить по количеству центров и относительной важности центрального делового района.

Наличие нескольких центров занятости позволяет проверять гипотезы об агломерационной экономике.

Самаро-Тольяттинская агломерация является третьим по величине объединением в России с населением в 2021 году около 2,7 млн человек и занятостью около 1,8 млн человек. [1] В состав СТА входит 9 из 10 городских округов и 9 из 27 муниципальных районов области, площадь которых составляет 19 684, 76 км² (рис. 1) [3].

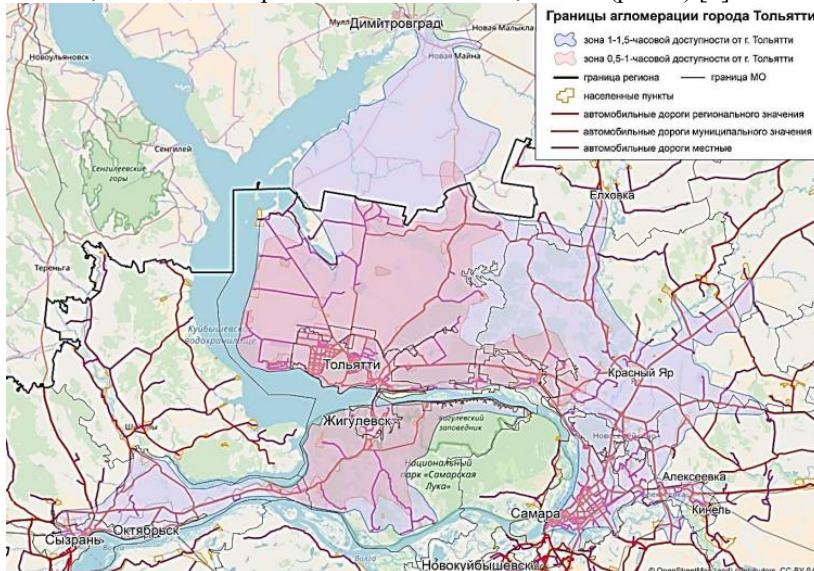


Рис. 1. Границы Самаро-Тольяттинской агломерации

Во-первых, центры занятости СТА не только просуществовали более нескольких десятилетий, но и оставались достаточно стабильными, несмотря на значительный рост численности населения (например, в Самаре численность населения увеличилась почти в 10 раз в 1930-е годы в результате массового миграционного исхода сельского населения) и занятости. [2] Наблюдается умеренная тенденция к увеличению количества центров, как и следовало ожидать в условиях растущей региональной экономики, но нет тенденции в средней плотности.

Во-вторых, центры занятости не только продолжают существовать, они демонстрируют специализацию как в отношении занятости вне центров, так и между центрами. [3]

Типы промышленных секторов, связанных с агломерацией, более сконцентрированы внутри центров, чем за пределами центров, и степень концентрации выше для более крупных и плотных центров (рис.2).

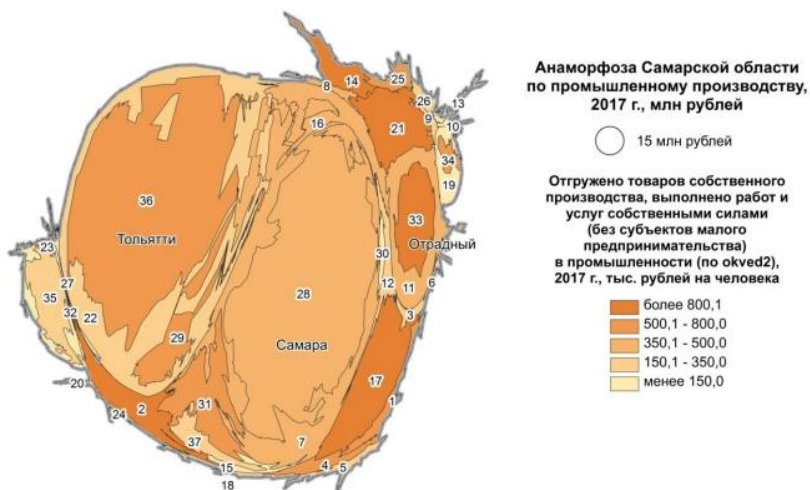


Рис. 2. – Оценка объемов промышленного производства в муниципальных образованиях Самарской области

В-третьих, в тематическом исследовании предлагается как местная, так и региональная агломерационная экономика. Большая часть рабочей силы доступна в нескольких центрах. [1]

Исходя из вышеперечисленного, экономика агломерации широко документирована как на региональном, так и на субрегиональном уровнях. Наличие местной агломерационной экономики объясняет сохранение центров занятости с течением времени и предполагает, что полицентричные города сохраняются даже в век информации. Множественные центры с множеством атрибутов дают фирмам возможность выбора. В то же время экономика региональной агломерации в виде инфраструктуры и разделения рабочей силы доступна каждому центру. Расширенный выбор должен повысить производительность.

Взаимодействие агломерации на разных географических уровнях предполагает очень сложную и взаимосвязанную космическую экономику. Крупные мегаполисы имеют преимущество масштаба,

предлагая очень разнообразную и специализированную рабочую силу, плотную сеть промежуточных поставщиков и разветвленные транспортные и коммуникационные системы. Наличие нескольких центров, вероятно, снижает затраты на землю, заработную плату и перегруженность агломерации за счет географического распространения экономической активности, сохраняя при этом выгоды агломерации. Возможно, что наличие нескольких центров способствует росту мегаполисов и является одним из объяснений возникновения мегарегионов.

Список литературы

1. Перспективы Самарско-Тольяттинской агломерации в рамках государственной политики по развитию городских агломераций в Российской Федерации. [Электронный ресурс]: <https://cyberleninka.ru/article/n/perspektivy-samarsko-tolyattinskoj-aglomeratsii-v-ramkah-gosudarstvennoy-politiki-po-razvitiyu-gorodskih-aglomeratsiy-v-rossiyskoj> (Дата обращения: 21.11.2021)
2. Самаро-Тольяттинская агломерация. [Электронный ресурс]: <https://ru.wikipedia.org> (Дата обращения: 21.11.2021)
3. Стратегия социально-экономического развития городского округа Тольятти на период до 2030 года (проект). [Электронный ресурс]: https://tgl.ru/files/tinymce/prilozhenie_proekt-strategii_file (Дата обращения: 26.11.2021)

Освальд Е.С.

Науч. рук.: канд. техн. наук, доц. Городничев С.В.

Тюльский филиал Финуниверситета

ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЕ ИЛИ

ЭКСПОРТООРИЕНТИРОВАННОСТЬ?

Экономический рост государства зависит от активного участия страны в международном разделении труда. Эффективное вхождение в систему мирохозяйственных связей, стабилизация экономической ситуации предусматривают глубокие структурные и технологические преобразования, что в свою очередь диктует необходимость становления и развития не только импортозамещения, но и экспортоориентированных производств.

Все страны, инициирующие реформы о перестройке отраслевой структуры экономики, по сути, выбирают между двумя стратегиями – опорой на импортозамещение и акцентом на экспортоориентированный рост. Какой же путь развития применим к России?

Международная торговля вырастает из международного разделения труда и соответствующей ему специализации различных стран на производстве определенных товаров. Преимущества в производстве определенного товара зависят от имеющихся (располагающихся) факторов производства. Они различаются по плотности населения, классификации рабочей силы, климату, плодородию почвы, запасам природных ресурсов, машинам и оборудованию и т. д. Издержки на производство товаров могут быть оценены как "абсолютное преимущество", либо как "сравнительное преимущество".

Идея импортозамещения и сопутствующие проблемы становятся актуальными для современной экономики в России. Глобализация, которая постоянно нарастает и вытекающая из неё нестабильность требуют более чётких основ экономики внутри страны, усиления её независимости от внешних факторов, в том числе за счёт импортозамещения, которое позволит опираться на производство собственных благ, что в последствии создаст основу некоторой стабильности национальной экономики.

В России попытки реализации импортозамещения предпринимались неоднократно. При этом импортозамещение возникало как явление, так и как результат. Россия в течение 2000-2015г. реализовывала стратегию импортозамещения в связи с обострением внешнеполитической ситуации, которая привела к необходимости оперативного пересмотра внутренней промышленной политики в сторону жёсткого ограничения импорта и прогрессивной активизации импортозамещения в стране. Были созданы корпорации и банки развития для проведения государственной политики в отраслевом разрезе, озвучена концепция разделения экономики на «стратегические» и прочие секторы, возросла доля игроков с государственным статусом и т.д. Однако это не позволило избежать структурного замедления темпов роста. Резко против политики импортозамещения в последнее время выступил крупнейший предприниматель, глава компании «Русал» Олег Дерипаска. По его мнению, импортозамещение является устаревшей моделью, и оно не приведёт к росту экономики.

Анализируя опыт зарубежных стран, становится понятным, что экспортоориентированность является преимущественным направлением развития. Однако, политика свободной торговли идеально подходит промышленно развитым странам, а применение импортозамещающей стратегии содействует росту развивающихся государств. Существующие экспортные отношения между странами и

государствами совершенствуются в результате развития экспортных производств. Экспортное производство является одним из новых понятий в экономике. Его нельзя квалифицировать в качестве самостоятельного производства, так как номенклатура продукции, ориентированной на экспорт, не имеет отраслевых ограничений. Экспортное производство включает не только выпуск продукции, но и оказание услуг. Целью экспортоориентированной политики является достижение относительно высоких темпов экономического роста и эффективности производства путем выпуска такого ассортимента продукции, который пользуется растущим спросом или имеет потенциальный спрос на мировом рынке.

Таким образом, уникальность экономической ситуации, сложившейся к настоящему моменту в России, потребовавшая чрезвычайных мобилизационных антикризисных мер, представляет реальный шанс усовершенствовать существующую теорию и практику экономического роста страны и международной торговли в соответствии с новыми реалиями. Главным направлением развития России является структурная перестройка экономики. Импортзамещение, как и развитие несырьевого экспорта – только одни из возможных элементов этой перестройки. В конечном счете, необходимо добиваться большего интегрирования российской экономики в мировую финансово-экономическую систему, развивая оба направления: как импортзамещение, так и экспортоориентированность.

Список литературы

1. Распоряжение Правительства РФ от 17.11.2008 N 1662-р (ред. от 08.08.2009) «О Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года». – URL: <http://www.consultant.ru/>
2. Котлярова С.Н., Лаврикова Ю.Г., Аверина Л.М. Роль локализации промышленного производства в политике импортзамещения // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2017. Т. 10. – № 5. С. 115–127.
3. Новицкий Н.А. Импортзамещение как базис технологического рывка к инновационному воспроизводству // Экономика и предпринимательство. 2014. № 10 (51). С. 86–90.
4. Кирбитова С.В., Никитина К.К. Импортзамещение в России: основные вехи и современность // Российский экономический интернет журнал. 2018. №4.

Пискунова С.Д., Ситнов Д.П.

Научн. рук.: ст. пр. Романовская Н.Н.

Тулльский филиал Финуниверситета

АНАЛИЗ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ТУЛЬСКОГО РЕГИОНА. ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

Развитие экономики России определяется состоянием ее регионов как социально-экономических субъектов, которое, в первую очередь, зависит от места их расположения на территории страны и ресурсов, которыми они обладают.

Экономический рост региональной экономики, улучшение жизни ее населения, стабильность экономической ситуации обусловлены повышением эффективности деятельности отдельных субъектов, величина которой свидетельствует о неодинаковом их вкладе в достижение высокого уровня развития национального хозяйства. [1, с. 64]

В статье мы хотим разобрать социально-экономическое развитие Тульской области, с помощью статистических данных проанализировать основные проблемы данного субъекта.

Валовой региональный продукт - один из основных показателей, характеризующих уровень экономического развития области, к 2022 году в среднем на одного жителя области будет приходиться 541,8 тыс. рублей, 546,2 тыс. рублей, 549,8 тыс. рублей созданного валового, регионального продукта (по вариантам прогноза соответственно) против 371,7 тыс. рублей в 2017 году. [2, с. 94]

В структуре экономики Тульской области основное место по вкладу в валовой региональный продукт занимают промышленность, оптовая и розничная торговля, сельское хозяйство, операции с недвижимым имуществом, транспортировка и хранение, строительство, темпы роста которых оказывают непосредственное влияние на темпы роста валового регионального продукта. [5]

За счет расширения внешнего и внутреннего спроса, ввода новых мощностей и инновационного обновления существующих производств предполагается увеличение объема отгруженных товаров собственного производства, выполненных работ и услуг собственными силами по полному кругу организаций промышленного производства в 2022 году в действующих ценах до 1026,56 млрд рублей по консервативному варианту, до 1036,2 млрд рублей по базовому варианту и до 1037,5 млрд рублей по целевому варианту прогноза. Прирост производства в физическом исчислении относительно 2018 года составит 10,3% по консервативному варианту прогноза, 12,6% по базовому варианту и 14,5% по целевому варианту прогноза.[3]

Наибольшее влияние на динамику показателей промышленного производства в целом в 2019-2022 годах окажут следующие виды деятельности: производство пищевых продуктов; производство напитков; производство химических веществ и химических продуктов; производство прочей неметаллической минеральной продукции; производство готовых металлических изделий, кроме машин и оборудования; металлургическое производство; производство бумаги и бумажных изделий; обеспечение электрической энергией, газом и паром; кондиционирование воздуха.

В структуре агропромышленного комплекса удельный вес продукции растениеводства в общем объеме продукции сельского хозяйства составляет порядка 60,0%, животноводства - 40,0%. [4]

Предполагается, что в 2022 году прирост валовой продукции сельского хозяйства к уровню 2018 года по базовому варианту составит 16,2%, по консервативному варианту прогноза - 15,2% и по целевому варианту прогноза - 17,5%. Умеренная динамика сельскохозяйственного производства в среднесрочной перспективе обусловлена достаточно высокими объемами производства и темпами, сложившимися в 2016-2017 годах.

В целях дальнейшего развития агропромышленного комплекса в регионе продолжают реализовываться мероприятия, направленные на привлечение инвестиций. На текущий момент в агропромышленном комплексе Тульской области в разной стадии реализации находятся 37 инвестиционных проектов. Сумма инвестиций по проектам составит более 95 млрд рублей. Планируется создание более 7 тысяч рабочих мест.

Реализация инвестиционных проектов обеспечит регион сельскохозяйственной продукцией, а также позволит сделать её конкурентоспособной за пределами региона.

Реализация жилищной политики в период 2020-2022 годов будет продолжена в соответствии с задачами, поставленными Указом Президента Российской Федерации от 7 мая 2018 года № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года».

С учетом предполагаемых мероприятий, объемов ввода в эксплуатацию жилых домов средняя обеспеченность населения общей площадью жилых домов в прогнозируемом периоде имеет тенденцию роста.

Принимая во внимание развитие сетевых торговых компаний и тенденцию к укрупнению торговых предприятий, предполагается увеличение в общем объеме розничного товарооборота доли крупных

организаций и субъектов среднего предпринимательства и сокращение доли товарооборота на розничных рынках и ярмарках.

В прогнозируемом периоде товарная насыщенность будет носить устойчивый характер и соответствовать платежеспособному спросу населения. Решающим критерием выбора покупателя останется цена товара.

В 2022 году ожидается увеличение оборота розничной торговли по базовому варианту до 369,5 млрд рублей, по консервативному варианту до 363,4 млрд рублей, по целевому варианту до 373,9 млрд рублей, что в физическом исчислении относительно 2018 года составит 109,2%, 106,9% и 110,8% соответственно. [3]

В прогнозируемом периоде в структуре платных услуг основную долю будут, по-прежнему, занимать социально значимые услуги (жилищно-коммунальные, услуги связи, транспортные и бытовые услуги).

Одновременно будет происходить рост количества — платных образовательных, медицинских услуг, развитие туристических и других видов услуг.

В 2020-2022 годах ожидается увеличение экспорта в связи с расширением поставок отечественных товаров благодаря политике государственного стимулирования экспорта.

По базовому варианту прогноза в 2020-2022 годах экспорт товаров прогнозируется в диапазоне 3,9 - 4,8 млрд долларов США. Также в структуре внешнеторгового оборота ожидается превышение объемов экспортных операций в 3,2 - 3,3 раза над импортными операциями. Сальдо торгового баланса Тульской области является положительным и сохранит соответствующую динамику на период до 2022 года.

Прогнозируется нормализация стабильного внешнего спроса на продукцию тульских товаропроизводителей, дальнейшая либерализация внешнеторгового, инвестиционного и валютного законодательства, умеренное колебание цен на основные товары тульского экспорта.

Благодаря деятельности крупных инвесторов на территории области в прогнозном периоде сохранится положительная динамика притока инвестиций в основной капитал. Суммарно за 2020-2022 годы, по прогнозу, на развитие экономики будет направлено 590,5 млрд рублей инвестиций по консервативному варианту, 606,3 млрд рублей по базовому варианту, 617,9 млрд рублей по целевому варианту прогноза (в действующих ценах). Совокупный прирост в 2022 году к

уровню 2018 года составит 111,8%, 118,2%, 120,8% (в сопоставимых ценах) по вариантам прогноза соответственно. [3]

В прогнозном периоде региональная социально-экономическая политика будет направлена на стабилизацию численности населения Тульской области, увеличение числа родившихся и уменьшение смертности населения, в том числе в трудоспособном возрасте, а также на повышение ожидаемой продолжительности жизни при рождении и продолжительности здоровой жизни. [3]

На наш взгляд, региональная социально-экономическая политика должна способствовать эффективной специализации регионов, генерированию самостоятельных источников финансирования общественного сектора экономики региона, обеспечению системной поддержки малого бизнеса (как форме самозанятости трудоспособного населения региона), созданию региональной инфраструктуры предпринимательства, оценке реального ресурсно-финансового потенциала региона, преодолению объективно сложившихся различий между регионами, а также укреплению их финансовой самостоятельности (на базе концепции бюджетного федерализма).

Как показывает описание текущего положения, Тула имеет проблемы стратегического характера, обусловленные изменениями внешнего окружения, а так же внутренними факторами.

В числе них отсутствие способностей гибко реагировать на изменчивое состояние внешнего окружения, мировые, глобальные тенденции и развитие технологического прогресса.

Это привело к тому, что Тула продолжает жить и развиваться, не создавая современных конкурентоспособных продуктов.

Такие факторы как плохая экология, недостаточно высокий уровень высокопроизводительных рабочих мест, и как результат невысокий уровень доходов населения относительно Москвы, значительный износ строительной, коммунальной и транспортной инфраструктуры, – все это усиливает негативные тенденции, которые угрожают снижением показателей социально-экономического развития. [5]

Для решения указанных проблем новая стратегия социально-экономического развития должна учитывать следующие аспекты:

- Согласованность стратегии с глобальными тенденциями;
- Наличие механизмов стратегического управления, позволяющих развивать способности гибкого реагирования на тенденции внешнего окружения;
- Усилия обслуживания города должны быть сфокусированы на его развитии и решении социально-демографических проблем;

• Определение требований к компетенциям лиц, осуществляющих стратегическое и оперативное управление, как на муниципальном и региональном уровне, так и на уровне руководителей организаций всех форм. [4]

Список литературы

1. Гришин В.И., Гагарина Г.Ю. (под общ. ред.) Региональная экономика [Электронный ресурс]: учебник. М.: КноРус, 2021. 457 с. <https://book.ru/book/939070> (дата обращения: 27.11.2021).

2. Селищева Т.А. Региональная экономика [Электронный ресурс]: учебник. М.: ИНФРА-М, 2018. 469 с. <https://znanium.com/catalog/document?id=304347> (дата обращения: 27.04.2021).

3. Прогноз социально-экономического развития Тульской области на 2020 год и на плановый период 2021 и 2022 годов [Электронный ресурс] / Сайт правительства Тульской области. <https://tularegion.ru/ekonomika/ses/> (дата обращения: 27.11.2021).

4. Бенежных Т.И., Макенов М.М. Социально-экономическое развитие регионов России: проблемы и пути решения [Электронный ресурс] // Экономика и бизнес. 2017. т.15, вып. 3, стр. 541-552.

<https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialno-ekonomicheskoe-razvitiie-regionov-gossii-problemy-i-puti-resheniya> (дата обращения: 27.11.2021).

5. Корначук О.С., Кирьянова В.А. Перспективы социально – экономического развития Тульского региона [Электронный ресурс] // Экономика и бизнес. 2019. №11(91) <https://cyberleninka.ru/article/n/perspektivy-sotsialno-ekonomicheskogo-razvitiya-tulskogo-regiona> (дата обращения: 27.11.2021).

Робакидзе Д.Т., Савельева В.С.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Никитина Е.А.

Тульский филиал Финуниверситета

ПРОБЛЕМА ИНФЛЯЦИИ И АНТИИНФЛЯЦИОННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ В РОССИИ

Инфляция - одна из главных современных макроэкономических проблем. Своё значимое место она приобрела, поскольку ее показатели и социально-экономические последствия играют серьезную роль в оценке экономической безопасности всех стран мира, в особенности России.

Важность выяснения сущности, механизмов развития инфляции, ее черт и основных направлений антиинфляционной политики обосновывает актуальность обсуждения данного вопроса.

Инфляция препятствует социально-экономическому развитию, так как нарушает конкурентоспособность членов рыночной экономики, ведет к перераспределению национального дохода в пользу предприятий-монополистов и государства, теневой экономики, к уменьшению заработной платы, пенсий и усиливает дифференциацию общества.

Многие экономически-развитые страны добились ее существенного снижения в отличие от России, где решение остаётся под вопросом.

Инфляция - это феномен, проявляющийся в повышении цен на потребительские товары в связи с увеличением количества денег в обороте. Иными словами, это обесценивание денег в связи с увеличением их количества.

Причиной данного процесса считается превышение спроса на товары и услуги, что служит благоприятной почвой для производителей и поставщиков поднимать цены независимо от уровня издержек. Диспропорция между спросом и предложением, превышение доходов над потребительскими расходами могут породиться дефицитом госбюджета, чрезмерным инвестированием, опережающим ростом доходов по сравнению с ростом производства и повышением производительности труда, произвольным установлением государственных цен, вызывающим перекосы в величине и структуре спроса и иные факторы.

В зависимости от характеристик инфляции и темпов нарастания инфляционных процессов можно выделить такие типы, как ползучая, галопирующая и гиперинфляция.

Для ползучей инфляции характерны низкие темпы роста цен, примерно до десяти или нескольких процентов в год. Подобного рода инфляция характерна большинству стран с развитой рыночной экономикой и не критична. В то время как галопирующая инфляция приносит значительный урон экономики страны. Данный вид трудно управляем. Темп его роста выражается чаще всего двузначным числом.

Подобный рост цен проявляет себя неодинаково и не имеет чётко обозначенных количественных параметров. Инфляционные процессы зависят от уровня развития страны, социально-экономической структуры, несхожего регулирования ценовых процессов. Самой опасной представляется гиперинфляция.

Ее условный срок – ежемесячный (в течение трех-четырёх месяцев) рост цен свыше 50%, а годовой будет выражаться четырёхзначными цифрами. Отличительной особенностью можно

отметить её неуправляемость: привычные рычаги управления ценами не действуют, в связи с этим развивается бешеная спекуляция. Чтобы хоть как-то повлиять на ситуацию власть вынужденно прибегает к чрезвычайным решениям, что в дальнейшем может привести к народным волнениям.

Процесс инфляции крайне противоречив и требует рассмотрения с разных сторон. На первый взгляд, рост цен ведет к обесцениванию неиспользуемого капитала, но, если мыслить масштабно – можно отметить увеличение прибыли, расширение капиталовложений. Выигрывают не все, а в большинстве случаев только топовые фирмы, имеющие современное оборудование и достаточные ресурсы.

При наличии позитивных функции инфляции она всё равно оказывает на ход экономического развития целый комплекс отрицательных негативных явлений.

К негативным последствиям можно отнести понижение реальных доходов граждан, обесценивание сбережений, потеря заинтересованности производить качественные товары, ухудшение условий жизни групп с твёрдыми доходами (студенты, пенсионеры, служащие), а также, что немаловажно, ослабление авторитета власти [2, с. 22].

Наиболее распространенным методом измерения инфляции является индекс потребительских цен, который рассчитывается по отношению к базовому периоду.

Индексы потребительских цен используются как поправочные коэффициенты, например, при расчёте размера компенсаций, ущерба и тому подобное.

Индекс потребительских цен (ИПЦ) рассчитывается в соответствии с официальной статистической методологией организации статистического наблюдения за потребительскими ценами на товары и услуги и расчета индексов потребительских цен, утвержденной Приказом Росстата от 30.12.2014 N 734

Для того чтобы рассчитать индекс потребительских цен, необходимо знать стоимость рыночной корзины в данном (текущем) году и ее же стоимость в базовом году (году, принятом за точку отчета).

Общая формула индекса цен выглядит следующим образом:

Индекс цен = $\frac{\text{Стоимость рыночной корзины в текущем году}}{\text{Стоимость рыночной корзины в базовом году}}$

Индекс потребительских цен в 2021 году

Период	В целом			В том числе на					
				Товары			Услуги		
	В % к предыдущему месяцу 2021 года	В % к декабрю 2020 года	В % к соответствующему месяцу 2020 года	В % к предыдущему месяцу 2021 года	В % к декабрю 2020 года	В % к соответствующему месяцу 2020 года	В % к соответствующему месяцу 2020 года	В % к соответствующему месяцу 2020 года	В % к соответствующему месяцу 2020 года
октябрь	101	106,49	108,13	101,5	107	109,59	100,01	103,8	104,36
сентябрь	100	105,32	107,40	100,8	105	108,67	100,00	103,8	104,22
август	100	104,69	106,68	100,1	105	107,85	100,32	103,8	103,78
июль	100	104,51	106,46	100,1	104	107,50	100,88	103	103,83
июнь	100	104,19	106,50	100,6	104	107,48	100,76	102,6	103,95
май	100	103,48	106,02	100,8	104	107,05	100,44	101,8	103,29
апрель	100	102,72	105,53	100,7	103	106,36	100,22	101,4	103,30
март	100	102,13	105,79	100,7	102	106,77	100,37	101,1	103,20
февраль	100	101,46	105,67	100,9	101	106,74	100,44	100,8	102,91
январь	-	100,67	105,19	-	100	106,10	-	100,3	102,84

[3].

Особенный интерес представляет анализ инфляции в России в период пандемии

Возросшая и продолжительная глобальная инфляция стала одним из важных побочных эффектов пандемии коронавируса. Рост потребительских цен в России к концу октября поднялся до пятилетнего максимума в 8,1%. За последние годы россияне отвыкли от высокой инфляции - после астрономических 12,9% в 2015 году она постоянно снижалась, пока не достигла исторического минимума в 2,5% в конце 2017 года.

Год	Янв	Фев	Мар	Апр	Май	Июн	Июл	Авг	Сен	Окт	Ноя	Дек	Всего
2021	5.19	5.67	5.78	5.52	6.01	6.51	6.47	6.69	7.41	8.14			6.49
2020	2.42	2.31	2.55	3.10	3.03	3.21	3.37	3.57	3.67	3.98	4.42	4.91	4.91
2019	5.00	5.24	5.27	5.17	5.13	4.66	4.59	4.33	3.99	3.77	3.54	3.05	3.05
2018	2.21	2.20	2.36	2.41	2.42	2.30	2.50	3.07	3.39	3.55	3.83	4.27	4.27
2017	5.02	4.59	4.25	4.13	4.09	4.35	3.86	3.29	2.96	2.73	2.50	2.52	2.52
2016	9.77	8.06	7.26	7.24	7.30	7.48	7.21	6.84	6.42	6.09	5.76	5.38	5.38
2015	14.97	16.71	16.93	16.42	15.78	15.29	15.64	15.77	15.68	15.59	14.98	12.91	12.91

ЦБ реагирует на инфляцию повышением ключевой ставки. Российский ЦБ начал повышение ставки с конца марта 2020 г.. С тех пор она выросла на 2,5 процентного пункта до 6,75%

Локдауны по всему миру в прошлом году резко остановили экономику – упали как спрос, так и предложение многих товаров и услуг. В ответ на это правительства быстро нарастили господдержку граждан и бизнеса за счет выпуска нового долга, а Центробанки снизили ключевые ставки и накачали экономику деньгами посредством программ количественного смягчения. Это позволило поддержать совокупный спрос в экономике, который быстро восстановился после снятия карантинных ограничений.

В нашей стране нынешний всплеск инфляции уже третий за последние восемь лет. В 2015–2017 гг. и в 2019 г. Банк России посредством ужесточения монетарной политики успешно возвращал инфляцию к целевому уровню в 4%.

Своевременное поднятие ключевой ставки вместе с ростом сырьевых цен помогли рублю в этом году стать одной из лучших валют. С начала года и до 21 октября рубль укрепился к доллару на 4,5%, тогда как большинство валют развитых и развивающихся стран ослабло к доллару в среднем на 4–5%.

У России сегодня минимальный среди всех крупных стран внешний долг, внушительные золотовалютные резервы, профицитный текущий счет и сбалансированный бюджет. Это снижает чувствительность России к росту внутренних и внешних рыночных процентных ставок и делает рубль более стабильным.

Банк России может свободно повышать ключевую ставку, не опасаясь за кредитные риски или падение фондового рынка.

Таким образом, Банк России имеет все возможности для того, чтобы несколько охладить совокупный спрос и сделать экономический рост более сбалансированным. Это позволит выиграть время и сдерживать рост цен, пока мировая экономика не преодолеет кризис предложения.

К концу следующего года можно ожидать возвращения инфляции к целевым 4%. Это позволит Банку России в наступающем году начать цикл снижения ключевой ставки для ее возвращения в нейтральный диапазон в 5–6% и осуществить переход от мягкой к нейтральной денежно-кредитной политике.

В данный момент важная роль инфляции заключается в том, что она может оказывать дестабилизирующее воздействие на экономику страны.

Высокий уровень инфляции в России носит неустойчивый характер, что определяется двумя факторами.

Во-первых, в стране имеются неплатежи, в том числе и продолжительные задержки выплаты зарплат и пенсий. Но если в этих обстоятельствах для устранения неплатежей провести существенную эмиссию, то увеличение цен может возвратиться на уровень гиперинфляции.

Во-вторых, увеличение государственных затрат при избыточном уровне доходов, как правило, заставляет правительство прибегать к погашению дефицита через заимствования на внутреннем рынке резко сократился.

В заключение хотелось бы сказать, что последствия инфляции дают разрушительный эффект на экономику государства, они отрицательно влияют на финансы, на денежную и экономическую политику в целом [1, с. 25].

Список литературы

1. Кочубей Е.И. Международный журнал гуманитарных и естественных наук // Влияние инфляции на экономику России. Новосибирск. 2021. № 8-2 (59). С.22-26.

2. Липчиу Н.В., Храмченко А.А., Хрипко Е.П. Деловой вестник предпринимателя // Инфляция в России. Краснодар. 2020. № 2 (2). С.61-63.

3. Справочная информация: "Индекс потребительских цен" [Электронный ресурс] / Росстат. <http://www.consultant.ru>.

Рогачева П.А.

Науч. рук.: канд. техн. наук, доц. Городничев С.В.

Тулский филиал Финуниверситета

ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В КРИЗИСНОЙ СИТУАЦИИ

Преодоление кризисной ситуации подразумевает под собой объединение всех организационных структур, их комплексную работу и взаимодействие. Без этого невозможно добиться положительного

результата. Немаловажную роль здесь играет персонал, от работы которого во многом зависит качество реализации выбранной антикризисной стратегии. Управление персоналом имеет важное значение для любой социально-экономической системы и не только в кризисной ситуации. Без грамотного подбора персонала и его распределения невозможно добиться поставленной цели. Особенно остро вопрос встает в период кризиса.

Управление предприятием в условиях кризиса является предметом заботы не только его руководителей, но и множества взаимодействующих с ним предприятий и организаций.

Кризисное управление по своей природе — управление, возлагающее дополнительные риски на множество экономических структур, без участия которых предприятие не может выжить.

Стимулирование труда работников является одной из ключевых функций современных систем управления персоналом. Под стимулированием труда понимается комплекс мер по воздействию на сознание работников, имеющих целью формирования у них устойчивой мотивации к повышению производительности и качества труда. [1,с.217]

Чем лучше система экономического стимулирования, тем более тонко она должна дифференцировать работников в зависимости от их трудовой результативности, с одной стороны, а с другой – она должна быть достаточно гибкой, чтобы осуществлять эту дифференциацию и при условии серьезных структурных изменений или при функциональной ротации, без которой невозможна организация современного производства.[1,с.221]

Сутью кадровой политики предприятия является работа с персоналом, соответствующая концепции развития данного предприятия. Цель кадровой политики - обеспечение оптимального баланса сохранения и обновления кадров в соответствии с потребностями предприятия и состоянием рынка труда.

Можно выделить четыре типа кадровой политики в условиях кризиса предприятий.[2,с.342]

1. Пассивная кадровая политика. У руководства предприятия нет четко выраженной программы действий в отношении персонала, и в условиях кризиса на предприятии кадровая деятельность сводится в лучшем случае к ликвидации негативных последствий работы.

Кадровая служба не прогнозирует кадровые потребности и не располагает средствами оценки персонала.

2. Реактивная кадровая политика. Руководство предприятия осуществляет контроль за симптомами кризисной ситуации

(возникновение конфликтных ситуаций, отсутствие достаточно квалифицированной рабочей силы для решения задач, а также мотивации к высокопродуктивному труду) и предпринимает меры по локализации кризиса. Кадровые службы предприятия располагают средствами диагностики.

3. Превентивная кадровая политика. Руководство предприятия имеет обоснованные прогнозы развития ситуации, однако у него нет средств для воздействия на эту ситуацию. Кадровая служба предприятия располагает средствами не только диагностики, но и прогнозирования кадровой ситуации на среднесрочный период.

4. Активная (рациональная) кадровая политика. Руководство предприятия имеет удовлетворительный диагноз и обоснованный прогноз развития ситуации, а также средства для воздействия на нее. Кадровая служба предприятия располагает средствами не только диагностики, но и прогнозирования кадровой ситуации на средне- и долгосрочный периоды.

Кроме того, программа кадровой работы с вариантами ее реализации является составной частью плана реорганизации.[3,с.243]

Управление персоналом - это комплексная организация управленческими структурами, включающая в себя, помимо вопросов производственного характера, следующие основные части:

- 1) подбор необходимых кадров и их распределение;
- 2) выделение карьерных линий и направлений;
- 3) обучение персонала, повышение квалификации;
- 4) создание благоприятных условий работы и оплаты труда;
- 5) возможность креативного подхода и инновационных предложений.

Антикризисное управление имеет более сложный механизм, так как, помимо вышперечисленных направлений, в него также входят социально-психологические факторы. Это связано с тем, что при наличии кризисной ситуации повышается стрессовое состояние людей, а это может привести к снижению эффективности работы и производства. Причинами являются нестабильное положение на предприятии или в организации, задержка выплаты заработной платы, страх перед возможным сокращением кадров.

Российский опыт управления. Управление кадрами на российских предприятиях в настоящее время рассредоточено между различными службами (подразделениями). Поскольку функции управления персоналом на предприятиях выполняют разные подразделения, работа с кадрами на предприятии не персонифицирована: каждый работающий, попадая в сферу действия разных подразделений, по

существо становится «ничейным» — никто персонально не отвечает за его должностной и профессиональный рост, не анализирует причины его производственных успехов или неудач.[5,с.145]

Кадровые службы недостаточно изучают количественные и качественные характеристики персонала предприятия, лишь фиксируют существующее положение. Поэтому так важно кадровые службы предприятия привести в соответствие требованиям современного производства, изменив функции данных служб и характер работы. Логика борьбы за выживание в условиях остро конкурентного рынка вынуждает предпринимателей коренным образом менять стратегию. Превалирующей становится точка зрения, согласно которой решающей предпосылкой конкурентоспособности является человеческий потенциал. Удачно подобранный трудовой коллектив предприятия должен представлять собой команду партнеров, способных осознать и реализовывать замыслы руководства. Инновационный характер деятельности современного предприятия, приоритетность вопросов качества услуг изменяют требования к работнику, увеличивают значимость творческого отношения к труду. Главная задача управления персоналом — реализация политики мотивации, которая нацелена на усиление сотрудничества персонала с администрацией для достижения общих целей. Это побуждает работников к развитию своих способностей, интенсивному, продуктивному и творческому труду.[5,с.162]

Каждый кризис — уникальное событие, а эффективное управление требует учета как внутрифирменных процессов, так и событий во внешней среде.

В целом менеджмент, обеспечивающий эффективную работу в кризисном режиме, представляет собой комплекс мероприятий, ориентированных на перевод предприятия в иной режим работы. Ключевая характеристика этого режима — устойчивое финансовое положение.

Список литературы

1. Антикризисное управление. - Баринов В. А. – М.: 2017, 217-221с.
2. Антикризисное управление: Учебник. - Попов А. Р. – Изд.: Высшая школа, 2018, 342с.
3. Антикризисное управление - Балдин К. В. – Учеб. пособ. – Изд.: «Дашков и К», 2016, 243-251с.
4. Антикризисное управление: Учебник / Под ред. Короткова. — 2-е изд., доп. И перераб. — М.: ИНФРА-М, 2016, 252-263 с.

Рогачева П.А., Сёмина Е.А.

Науч. рук.: канд. техн. наук, доц. Городничев С.В.

Тулский филиал Финуниверситета

ПРОБЛЕМЫ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В
ПОСТПАНДЕМИЙНЫЙ ПЕРИОД 2020-2021 ГГ. И ПУТИ ИХ
РЕШЕНИЯ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ИННОВАЦИОННОГО
МЕНЕДЖМЕНТА

В 2020 г. человечество и мировая экономика столкнулись с мощным испытанием в связи с выявлением новой коронавирусной инфекции COVID-19. Каждый экономический субъект рынка, будь то предприниматель или крупная компания, ощутили воздействие как негативных, так и положительных процессов от введенных ограничительных мер по борьбе с объявленной ВОЗ пандемией — в зависимости от сферы деятельности. В данной статье хотелось бы акцентировать внимание на трудностях и проблемах субъектов малого и среднего предпринимательства, «выживших» после самых глобальных и серьезных ограничений 2020 года, а также обратить внимание на структуризацию и процессы инновационного менеджмента в этот экономически сложный период. По итогам исследований Росстата, падение ВВП (Валовой вñутренний продукт — макроэкономический показатель, отражающий рыночную стоимость всех конечных товаров и услуг (то есть предназначенных для непосредственного употребления, использования или применения), произведённых за год во всех отраслях экономики на территории государства для потребления, экспорта и накопления, вне зависимости от национальной принадлежности использованных факторов производства) Российской Федерации в 2020 г. составило 3,1 %. Номинальный объем этого показателя составил 106,6 трлн руб. Торможение экономики за указанный год стало максимальным за 11 предыдущих лет. Пандемия обострила многие проблемы малого бизнеса: по факту снижения потребительской способности населения и падения спроса на товары и услуги платежи по налогам, кредиты, штрафы проверяющих стали остро ощутимы, нарушение взаимосвязей между контрагентами частично парализовало производственные и иные бизнес-процессы, перевод сотрудников на дистанционный режим работы ограничил возможности. Также многие предприниматели сообщали о попытках рейдерских захватов конкурентами. По материалам Счетной Палаты Российской Федерации ещё в начале лета 2020 года предприниматели обозначали свои проблемы следующим образом (Рисунок 1).



Рисунок 1 – Наиболее острые проблемы компаний из-за пандемии

Без сомнений, пандемия значительно изменила ситуацию на глобальном и местном рынках. В мире произошло сокращение производственных мощностей на фоне закрытия границ между странами и введением режима самоизоляции, нарушились привычные связи между производителями и потребителями, произошли серьезные изменения в сфере логистики. Распространение коронавируса нанесло вопиющий удар по мировой логистической системе и обеспечению цепочек поставки сырья и продукции. Изначально снижение грузопотока вызвано очевидными причинами: закрытие межгосударственных границ, массовое закрытие торговых точек, рост курса доллара, изоляция населения, спад спроса и покупательской способности, состояние неопределенности и страха у потребителей. В следствии этих факторов значительно выросла стоимость на транспортно-экспедиционные услуги, контейнерные перевозки и все остальные виды транспортной инфраструктуры. Предпринимателям, имеющим возможности, приходится доставлять товар втридорога, увеличивая конечную стоимость товаров. Малый бизнес в своем большинстве смог адаптироваться к возникшим кризисным условиям, однако говорить в 2021 году о полном восстановлении слишком рано, так как индексы деловой активности в сфере услуг и торговли остались в отрицательной зоне. Потребитель за время карантина привык к минимальному набору необходимых материальных ценностей, пересмотрел отношение и взгляды к вещественной составляющей своей жизни. По данным статистических наблюдений и прочих исследований прекратило деятельность почти 1,95 млн. малых

и средний предприятий, это почти каждый пятый бизнес-субъект в России, продажи одежды и обуви сократились на 38 %, зоотовары и зоомагазины потеряли до 33 % от объема реализации, в гостинично-ресторанном сегменте продажи упали на 37 %. Несмотря на существенные потери, эксперты предполагают, что малый бизнес имеет большие шансы на восстановление значительных объемов бизнеса в 2021 году при планомерном ослаблении ограничительных мер и увеличении количества вакцинированных граждан. Максимизация продаж в онлайн, корректировка объемов производства, реструктуризация логистики и корпоративной культуры — компаниям из-за пандемии пришлось пересмотреть привычные процессы. Пандемия требует от бизнеса позитивных, инновационных настроений менеджмента. Люди устали от тревожных и печальных новостей, ждут от бизнеса драйва, высокого развития и определенности. Руководителям компаний необходимо акцентироваться на каждом сотруднике индивидуально, изучая его скрытые и возможные потенциалы, связывая их в единое целое, использовать перекавалификацию для увеличения работоспособности и трудовой отдачи от коллектива, учиться видеть в кризисных процессах перспективы роста и возможности развития. В связи с этим управляющим следует стратегировать внимание на инновационном менеджменте и ориентироваться на следующие его положения: — научно-технические инновации являются решающим условием выживания и роста большинства фирм, и они должны соответствующим образом планироваться и управляться; — ресурсы, выделенные на НИОКР (научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы), оправданы лишь в той мере, в какой они приводят к достижению целей компании; — требуется анализ выполненных инноваций, чтобы выявить факторы, приводящие к успеху; — сознательное применение концепции стратегического и инновационного менеджмента повысит качество применяемых решений и обеспечит повышение эффективности инвестиций в НИОКР. Инновационный менеджмент в деятельности малых предприятий является переходом на новый, более совершенный способ организации деятельности. Он обеспечит рост возможностей малой предпринимательской структуры. Внедрение нововведений на предприятии свидетельствует о переходе к более высокому уровню производственных возможностей, следовательно, является одним из ключевых показателей развития предприятия. Основной мотив организации инновационного менеджмента для малых фирм и компаний — получение дополнительных конкурентоспособных

преимуществ. Инновационный менеджмент охватывает оперативные и стратегические задачи управления, организации, планирования и контроля инновационных процессов на предприятии. Он должен позиционироваться как менеджмент, ориентированный на изменения. Принятие решений в инновационном менеджменте отличается от процессов принятия решений в других производственных областях, так как инновационные решения не являются рутинными, а предполагают наличие широкого понимания проблем предприятия и творческих способностей всех работников. Успех инновационного менеджмента малых предприятий зависит от того, удастся ли предприятию наряду с осуществлением, управлением и контролем инновационного замысла создать стимулирующие внутренние и внешние рамочные условия в части кадровой политики, информации и коммуникации, финансирования, позиции и поведения руководителя высшего уровня. Положительно на развитие инновационных проектов сказываются: низкая степень централизации, а также отсутствие слишком узкой специализации и отсутствие бюрократических барьеров в организации. Такими преимуществами могут легко воспользоваться субъекты малого предпринимательства, так как в крупных компаниях процесс принятия решений может занимать длительное время. Уже сегодня точно можно понять, что восстановление российской экономики до докризисного уровня затянется на несколько лет. Следовательно, компаниям малого и среднего бизнеса впереди ещё предстоит решать немало задач по ликвидации последствий пандемии.

Список литературы

1.Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики, оперативные показатели [Электронный источник] URL: <https://rosstat.gov.ru/>

2.TASS.RU, «Эксперты: малый бизнес смог выжить, но говорить о полном восстановлении рано», 29.01.2021 г. [Электронный источник] URL: <https://tass.ru/ekonomika/10575241>

3. РБК +, «Пандемия требует позитивного менеджмента», 15.10.2020 г. [Электронный источник] URL: <https://plus.rbc.ru/news/>

4.Официальный сайт Счетной палаты Российской Федерации, «Как коронавирус меняет работу малого и среднего бизнеса: закрытие магазинов, поддержка государства и время стартапов», 15.06.2020 г. [Электронный источник] URL: <https://ach.gov.ru/news/kak-koronavirus-menyaet-rabotu-malogo-i-srednego-biznesa-zakrytie-magazinov>

Семенова Д.О.

Научн. рук.: д-р экон. наук, проф. Волков А.Ю.

Ярославский филиал Финуниверситета

ХОЛДИНГИ: ОТЕЧЕСТВЕННЫЙ И ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ, СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ РОССИИ И ФРАНЦИИ

Для того, чтобы определиться с понятием холдинга в России и во Франции, а также о соотношении понятий «материнская компания» и «дочернее общество», прежде всего, необходимо обратиться в целом к основам классификации юридических лиц России и Франции. То есть изначально, необходимо определить место «хозяйственных обществ» в структуре юридических лиц России и Франции.

Проводя соотношение хозяйственного общества и дочернего общества в России и во Франции следует отметить, что понятие дочернего хозяйственного обществ в РФ дано в ГКРФ и в Законе об акционерных обществах.

Во Франции правовое регулирование дочерних обществ устанавливается в Торговом кодексе Франции, ст.ст. L-233-1 L-235 ТК Франции. Согласно ст. 67.3. критерием отнесения общества к дочернему являются отношения зависимости основного дочернего, которые основаны на возможности определять решения и не отвечать дочернему обществу по долгам основного.

Во Франции критерием является уровень капитала, который позволяет создать отношения созависимости. В частности, в Торговом кодексе Франции указывается процент доли капитала, по которому общество признается дочерним.

Стоит отметить, что к основным сходствам в определении хозяйственного общества стоит отнести коммерческий характер деятельности, что предполагает главной целью извлечение прибыли. К сходствам также стоит отнести понятие определенной созависимости дочернего общества от основного [5].

К отличиям стоит отнести то, что в РФ понятие и статус хозяйственных обществ регулируется гражданским законодательством, а во Франции торговым, что и определяет само понятие хозяйственного общества как торгового общества.

В отличие от права Франции торговые общества имеют специальную правоспособность, а по праву РФ хозяйственные общества наделены общей правоспособностью.

Созависимость дочерних обществ также отличается по определенным признакам.

В первую очередь, одной из важных предпосылок возникновения ответственности основного общества по обязательствам дочернего

является появление в принципе у организации дочернего общества. Данное явление возникло не сейчас, а развивалось постепенно, что было связано с экономическим развитием той или иной страны.

Таким образом, предпосылки возникновения ответственности основного общества по обязательствам дочернего уходят в историю корпоративных отношений России и Франции.

Стоит отметить, что общими чертами источниковой основы правового регулирования ответственности основного общества по обязательствам дочернего является то, что приоритетное значение и в России и во Франции имеет конституционное регулирование всех правовых отношений, в том числе и гражданских в России и торговых во Франции [3].

К отличиям стоит отнести то, что в России вопросы ответственности основного общества по обязательствам дочернего регулируются в ГК РФ и специальных законах, во Франции Торговым кодексом Франции и специальными законами. Более того во Франции значение имеют правовые позиции судов, что в России доктринально находится на дискуссионном уровне.

К отличиям стоит также отнести то, что торговое право в вопросах ответственности основного общества по обязательствам дочернего более статично и стабильно, тогда как в России в ГК РФ постоянно вносятся изменения [7].

На каждом этапе исторического развития России и Франции свои особенности формирования предпосылок.

При этом, предпосылки формирования ответственности основного общества по обязательствам дочернего связаны напрямую с формированием корпоративных отношений, в целом с появлением корпораций. Стоит отметить, что по сравнению с Францией российский опыт становления корпоративных отношений имеет достаточно короткий период. Во Франции появление корпорации возникло в XIIIв.

Тогда как в России первые хозяйственные общества возникают в XVIIIв. Кроме того, в России в советское время в годы плановой экономики – 70 лет вопросы корпоративных отношений не были развиты, а преданы забвению.

В современных условиях с усилением интернационализации компаний и появления ТНК, вопросы ответственности основного общества по обязательствам дочернего все больше возрастают в рамках правового регулирования.

В настоящее время стоит выделять общетеоретические подходы в рамках вопросов ответственности, гражданско-правовой

ответственности, как в России, так и во Франции, так и учитывать непосредственно доктрины, касающиеся вопросов ответственности основного общества по обязательствам дочернего, в частности, например доктрина снятия корпоративной вуали. Стоит отметить, что формирование доктрины снятия корпоративной вуали во Франции развивалось гораздо раньше, чем в России, как и само ее применение на практике.

Список литературы

1. Алексей П.В. Жилищное право: учебник для студентов вузов / П.В. Алексей, Н.Д. Эриашвили, И.А. Еремичев. 3-е изд., перераб. и доп. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. 319 с.
2. Астраханцева М. Развитие первичного рынка ипотечного кредитования в России / М. Астраханцева // Рынок ценных бумаг. 2018. №14 (317). С. 61-64.
3. Бурцева И.А. Понятие и правовая природа холдинга // В сборнике: Фундаментальные и прикладные научные исследования: актуальные вопросы, достижения и инновации сборник статей XIX Международной научно-практической конференции: в 2 ч. 2019. С. 129-131.
4. Крутова И.В., Пазин Р.В. Организационно-правовые формы предпринимательской деятельности: материалы к уроку обществознания // Преподавание истории в школе. 2020. № 1. С. 45-49.
5. Коль О.Д. Опыт и перспективы развития дополнительного профессионального образования в области логистики транспортного холдинга // В сборнике: Архитектура университетского образования: современные университеты в условиях единого информационного пространства Сборник трудов III Национальной научно-методической конференции с международным участием. Под ред. И.А. Максимцева, В.Г. Шубаевой, Л.А. Миэринь. 2019. С. 212-218.
6. Ярошенко Н.В. Банковская группа и банковский холдинг: правовые критерии разграничения // Банковское право. 2015. № 3.
7. Новости новоститрансмашхолдинга: предприятия холдинга перешли на новый стандарт качества железнодорожной техники // Локомотив. 2019. № 1 (745). С. 26.

Серова С.А.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Карасев А.П.

Ярославский филиал Финуниверситета
ТЕОРИЯ ПОКОЛЕНИЙ В МАРКЕТИНГЕ

Интернет прочно вошел в повседневную жизнь людей, при этом увеличивается и количество покупок в Интернет-магазинах, особенно

в условиях коронавируса. Чтобы привлечь больше клиентов, фирмам необходимо разработать грамотную маркетинговую стратегию, ориентированную на разные сегменты, в том числе и возрастные. Большую помощь в этом может оказать теория поколений.

Рекламная кампания должна проводиться для определенной целевой аудитории. Только в этом случае она будет эффективной. Это группы людей, которые заинтересованы в использовании продуктов или услуг, предлагаемых организацией.

Теория поколений была создана в 1991 году американскими учеными Нилом Хоувом и Уильямом Штраусом [2, с. 66]. Она объясняет, как формируются потребительские ценности, что помогает маркетологу выбрать правильную стратегию для каждого сегмента.

Целью статьи является изучение особенностей и ценностей каждого поколения, а также маркетинговые стратегии для разных поколений.

1. Молчаливое поколение (1923-1945 гг. рождения). Это люди, родившиеся во время сталинских репрессий, пережившие Великую Отечественную войну. Поскольку в то время были вынуждены голодать, они осторожны с едой и делают запасы. Молчаливое поколение больше доверяет врачам, так в это время произошел прорыв в медицине и были созданы антибиотики. Они трудолюбивы и готовы пожертвовать собой ради общего блага.

Ценности молчаливого поколения: закон и порядок; преданность; уважение к должности и статусу; терпение; трудолюбие; жертвенность; экономность [3, с. 52].

Потребительские предпочтения молчаливого поколения касаются еды, лекарств, подарков внукам, товаров для дома, строительных материалов. Они редко покупают себе обувь, одежду, бытовую технику. Обращают внимание на товары по акции и со скидкой, ориентируются в большей степени на то, что покупали ранее.

Реклама для такой аудитории должна быть:

- как можно более информативной;
- простой и понятной;
- использовать авторитетное лицо.

Рекламу следует размещать при помощи телевидения, радио, газет, почтовых адресных рассылок.

2. Поколение «Беби-бумеров» (1943-1965 гг. рождения). Название происходит от выражения «бэби-бум», которое связано с послевоенным желанием людей повысить рождаемость и, таким образом, компенсировать потери на войне. На характер данного поколения повлияло восстановление страны после войны, «оттепель»,

покорение космоса и стремительное развитие науки.

Ценности поколения «Беби-бумеров»: оптимизм; здоровье; забота; личностный рост и стремление к знаниям, стремление быть лучшим; статус.

К потребительским предпочтениям Беби-бумеров относят готовность пробовать что-то новое, в том числе освоение новых гаджетов.

Реклама для такой аудитории должна быть: оптимистичной; простой и понятной; подчеркивать полезность товара.

Размещать рекламу можно во всех традиционных каналах: телевидение, печатные СМИ, билборды, транспорт, почтовые рассылки.

3. Поколение «X» (1965-1984 гг. рождения). События, которые повлияли на формирование ценностей этого поколения: продолжение «холодной войны», перестройка, война в Афганистане.

Принимая решение о покупке, они ищут ответ на вопрос: что в этом товаре или услуге есть именно для меня. Они готовы тестировать и изучать новые продукты. Если «бэби-бумеры» пробуют новый продукт для «еды и маркировки», поколение «X» делает это, чтобы понять, насколько им подходит конкретный продукт. Представители данного поколения могут прислушаться к мнению родственников и друзей, но очень важно, чтобы они попробовали это сами. Из лекарств они предпочитают быстродействующие препараты и не любят тратить время на визиты в больницу.

Ценности поколения X: новизна; информированность; индивидуальность; прагматизм; поиск эмоций.

Поколение X внимательно изучает состав и информацию на упаковке. Поскольку в детстве у них не было выбора в одежде, во взрослом возрасте они ищут способы подчеркнуть свою индивидуальность. Чтобы получить вещь здесь и сейчас они готовы взять кредит. Также с целью экономии времени предпочитают делать покупки в интернете.

Реклама для такой аудитории должна быть: уникальной; качественной и надежной; подробной и удобной с указанием всех преимуществ.

Рекламные средства: телевидение; радио; e-mail рассылки; реклама в социальных сетях «В контакте», «Одноклассники», Instagram; купоны на скидки и акции; четкий алгоритм действий (пошаговая инструкция по покупке товара/услуги).

4. Поколение «Y» (1985-2000 гг. рождения). Лозунг этого поколения – «жизнь - это игра», подразумевает, что для достижения

цели жизни нужно пройти несколько уровней, а затем достичь финала. Миллениалы не любят длинные тексты. Таковую целевую аудиторию важно зацепить в течение первых пяти секунд, если их не заинтересовать, тогда они пропустят рекламное предложение. Они плохо реагируют на традиционные рекламные сообщения, предпочитая креативные, оригинальные и естественные предложения, которые дадут им понять, что компания ставит их интересы на первое место [1, с. 282].

Так как это поколение большую часть времени проводит в телефоне, важно, чтобы ваши сайты были оптимизированы под мобильные устройства. Например, хорошо подойдет конструктор сайтов Tilda. Сайт должен быть простым в создании, легко загружать необходимый контент, визуально красивым (важно пригласить дизайнера), давать возможность легко поставить лид-магнит.

Основные способы заинтересовать поколение Y:

- познакомить с продукцией/услугами бренда и УТП;
- использовать эмоциональные, короткие сообщения;
- предложить решение важной проблемы;
- предлагать купоны, скидки, программы лояльности, проводить розыгрыши в социальных сетях;
- предоставить реальные отзывы клиентов;
- использовать в рекламе образы обычных людей.

5. Поколение «Z» (2000-2021 гг. рождения). Представители поколения Z еще обучаются **в школах, колледжах и университетах. Принято говорить, что это поколение выросло со смартфонами в руках. Ему характерны следующие черты:**

- они знают толк в цифровых технологиях;
- активно пользуются социальными сетями;
- общаются преимущественно в онлайн;
- стремятся к саморазвитию;
- скептически относятся к рекламе и маркетингу;
- поддерживают бренды с миссией и моральными ценностями (например, защита природы).

Таким образом, маркетинг, ориентированный на Поколение «Z», должен выполнять пять ключевых функций: развлечение, информирование, взаимодействие, кастомизация, «сарафанные» коммуникации [4, с. 67]. Эти функции приводят к когнитивным, эмоциональным, поведенческим и сенсорным реакциям потребителя Z на продукты/услуги в течение всего периода покупки.

Основные расходы Поколения Z приходятся на обувь, одежду, косметику, гаджеты. Это поколение можно включить в целевой

сегмент данных товаров, но не надо ориентировать на них рекламу бытовой техники, товаров для дома. Целесообразно использовать программы лояльности для формирования долгосрочных взаимоотношений. Поколение «Z» очень любят интерактив, любят влиять на происходящее и быть услышанными. Поэтому хорошо предложить выбрать им дизайн для продукта, постоянно собирать их идеи, устраивать опросы, флешмобы и конкурсы.

Нельзя использовать сложный и длинный контент. Материалы лучше подавать короткими блоками, тщательно следить за хорошей визуализацией, использовать видеоматериалы.

Рекламные средства: реклама в социальных сетях «В контакте», Instagram, Tik Tok; реклама на YouTube и маркетплейсах.

Таким образом, при разработке рекламной стратегии продвижения товара на определенном рыночном сегменте необходимо использовать теорию поколений. В рекламном предложении нужно учитывать ценности поколения, на которое оно направлено. В противном случае, если целевая аудитория была неправильно выбрана, компания потеряет время и деньги. Для написания продающих текстов и рекламы стоит привлечь копирайтера и дизайнера. Ведь в огромном потоке информации у фирмы есть всего 3-5 секунд, чтобы привлечь внимание потенциального покупателя/клиента к своему предложению.

Также необходимо изучить другие аспекты поведения представителей разных поколений на рынке, чтобы более эффективно воздействовать на них при помощи других инструментов комплекса маркетинга. Это и будет сделано автором статьи в дальнейших научных исследованиях.

Список литературы

1. Куприк Н. И. К вопросу применения концепции теории поколений для анализа потенциальных потребителей радикальных технологий // Вестник факультета управления СПбГЭУ. – СПб.: Санкт-Петербургский государственный экономический университет. – 2017. - № 1- 1. – С. 280 – 286.

2. Лapidус Л. В. Цифровая экономика: управление электронным бизнесом и электронной коммерцией: учебник / Л.В. Лapidус. - Москва: ИНФРА-М, 2021. - 479 с.

3. Самоукина Н. В. Теория поколений в российском менеджменте. Лучшие практики управления разновозрастными командами: подбор, обучение, мотивация: монография / Н.В. Самоукина. - Москва: РУСАЙНС, 2020. - 186 с.

4. Солдатов Н.Ф., Кутнюк И.В. Маркетинговые факторы, определяющие потребительское поведение поколения Z //

Студенец М.С., Кузенко Г.М., Шеронина Д.М.

Научн. рук.: ст. преп. Кириллова А.И

Ярославский филиал Финуниверситета

ИНВЕСТИЦИОННЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ЯРОСЛАВСКОЙ ОБЛАСТИ

Ежегодно иностранные и отечественные компании вкладывают деньги в развивающиеся регионы. При этом руководства таких фирм перед вложением средств в какой-либо субъект оценивают инвестиционный потенциал, возможности для формирования инвестиционного имиджа, инвестиционную стратегию, инвестиционные риски, производственный, сельскохозяйственный и туристический потенциалы. Согласно данным Национального Рейтингового Агентства (НРА) за 2020 год самыми привлекательными регионами для инвестиций оказались Москва, Санкт-Петербург и Ямало-Ненецкий автономный округ. Стоит отметить, что в данном рейтинге Ярославская область, которой посвящена наша статья, заняла 43-е место, опередив Чувашскую Республику [1]. При этом в сравнении с прошлым годом уровень инвестиционной привлекательности региона был подтвержден. То есть количество инвестиций в регионе не увеличилось, но и не уменьшилось.

Высокая инвестиционная привлекательность Москвы и Санкт-Петербурга объяснима тем, что в этих регионах расположены представительства крупных иностранных и российских компаний. Логично предположить, что такая привлекательность обусловлена юридическим статусом этих городов и высоким уровнем развития сервиса и производства. В случае с Ямало-Ненецким автономным округом (ЯНАО) высокий уровень инвестиционной привлекательности объясняется тем фактом, что в данном регионе есть множество крупных залежей полезных ископаемых, особенно нефти и газа. В нашем небольшом исследовании мы разберем привлекательные для инвестиционных вложений отрасли Ярославской области, отметим перспективы данного региона и рассмотрим риски вложения средств в данный субъект. Сразу стоит отметить, что, по нашему мнению, Ярославская область имеет возможность подняться выше в данном рейтинге. Аргументы в пользу этого тезиса мы разберем в представленной статье.

Ярославская область – один из регионов Российской Федерации с развитым промышленным производством. В субъекте существует 3308 предприятий [2]. Из них 276 крупных и средних предприятий. При населении в 1 250 000 человек, 160 000 жителей задействованы в

промышленном секторе. Промышленное производство Ярославской области в структуре добавленной стоимости находится на первом месте среди всех регионов Российской Федерации.

Индекс промышленного производства Ярославской области сильно превышает всероссийский уровень. В то время как индекс промышленного производства всей страны составляет 102 %, индекс промышленности Ярославской области оценивается в 121 %. Опираясь на эти данные, можно сделать вывод о том, что промышленное производство региона является благоприятным для инвестиционных вложений. Выделим отрасли, имеющий лучшие предпосылки для развития. Ими являются машиностроение, станкостроение, а также производство изделий из химического сырья.

Вкладываться в ярославские машиностроительные комбинаты не слишком рискованно.

Крупнейшими предприятиями в регионе в сфере производства транспортных средств, машин и оборудования являются Ярославский моторный завод (ЯМЗ), представляющий ПАО «Автодизель», АО «Ярославский завод дизельной аппаратуры».

Партнерами ярославских предприятий в сфере машиностроения и автокомпонентов являются таких крупные компании, как «Mercedes Benz», японская компания «Komatsu» и французский концерн «Safran». Это показывает, что предприятия, функционирующие на территории Ярославской области, активно сотрудничают с иностранными компаниями, а, следовательно, интересны зарубежным инвесторам.

Ярославская машиностроительная промышленность является одной из ведущих в стране. Ярославское машинное производство настолько продвинуто и высококачественно, что даже такие концерны как "Mercedes Benz" находятся в тесном сотрудничестве с ярославскими фирмами. То есть, теоретически ярославские производства могут привлечь даже заграничных инвесторов, не говоря уже об отечественных. Даже во время пандемии машиностроительный заводы Ярославля и ярославской области продолжают функционировать, производя необходимую продукцию, а также обеспечивать регион рабочими местами. В условиях понятного роста цен на комплектующие детали автоматических машин и автомобилей отечественное производство должно сделать рывок вперед, заменив иностранные товары.

Формирование инвестиционного имиджа. Каждому региону, который хочет привлечь большие инвестиционные потоки, необходимо сформировать соответствующий имидж. Инвестиционный

имидж (ИИ) – это восприятие потенциальными и существующими инвесторами инвестиционного климата территории. Исследователи выделяют субъективную и объективную составляющие имиджа. Объективную составляющую определяют развитие специфичных отраслей региона, развитость инфраструктуры, а также уровень развития социальной сферы и иные общие составляющие. Субъективная сторона имиджа формируется тремя факторами.

Первым критерием определения благоприятности инвестиционного имиджа является оценка региона нерезидентами на основе личного опыта и собственного восприятия экономической ситуации региона. В зависимости от характера (негативного или позитивного) восприятия инвесторами всего происходящего в области будет формироваться её инвестиционный имидж. Например, в случае, если среди крупных инвесторов сформируется мнение о непривлекательном образе субъекта X, то они не будут вкладывать собственные денежные средства в рассматриваемый регион.

Во-вторых, отношение средств массовой информации к тому или иному региону будет влиять на формирование инвестиционного имиджа и, как следствие, инвестиционного имиджа региона. К примеру, если СМИ повсеместно вести пропаганду, направленную на очернение репутации региона, то нерезиденты с меньшей долей вероятности начнут активные вложения.

В-третьих, на степень успешности привлечения инвестиций влияют политические и экономические фигуры, которые тесно связаны с тем или иным регионом. То есть, если в регионе будет проживать известная экономическая или политическая фигура, то она автоматически будет привлекать денежные вложения в область.

С точки зрения частного бизнеса инвестиционный имидж формирует наличие в субъекте крупных промышленных предприятий и его макроэкономические характеристики.

Каждый регион России для привлечения денег должен сформировать свой собственный уникальный имидж. Сейчас им обладают Москва и Санкт-Петербург (исторические центры страны), Казань, которая создала образ третьей столицы. Также созданием положительной репутации занялись дальневосточные центры (Владивосток, Хабаровск).

Если подводить небольшой итог, то можно сказать, что управление субъекта может повлиять на привлечение инвесторов только с помощью улучшения общей экономической ситуации в области.

Инвестиционная стратегия. Инвестиционной стратегией называют совокупность способов и методов по достижению целей. Инвестиционная стратегия – это система долгосрочных инвестиционных целей региона, определяемых общими показателями его развития, а также набор конкретных способов в условиях ограниченности ресурсов.

Инвестиционная стратегия решает следующие задачи: обеспечение запланированных темпов роста экономики, формирование портфеля инвестиций и управления им, создание оптимальной структуры инвестиций. Руководство региона должно своевременно реагировать на изменения в структуре экономики области.

Инвестиционные стратегия по сроку их действия можно разделить на долгосрочные, краткосрочные и среднесрочные. Точных временных рамок не имеет ни один из вышеперечисленных периодов. Долгосрочные стратегии чаще всего рассматривают привлечение инвестиций в рамках 7-10 лет, среднесрочные – в рамках 5-7 лет, краткосрочные – 1-5 лет.

По активности инвестиционные стратегии делятся на активные и пассивные. Активная стратегия обязывает экономический субъект, желающий привлечь как можно больше инвестиций, постоянно наблюдать за экономическими благами и отраслями производства, на которых либо ожидается увеличение спроса, либо оно (увеличение) уже произошло. Пассивная стратегия не требует активного привлечения инвестиций. В случае с субъектами, которые придерживаются пассивной стратегии, действует правило «продай, пусть держат». Оно заключается в нечастой продаже дефицитных товаров.

По степени риска выделяют высокорискованные, умеренные и низкорискованные стратегии. В случае с высокорискованной стратегией субъект, в который инвестируют, имеет шанс на резкое снижение своей стоимости. В соответствии с низкорискованной стратегией субъект имеет шансов на меньшую, но на более гарантированную прибыль.

Чтобы определиться с типом инвестиционной стратегии, нужно грамотно поставить цель. Чаще всего руководства регионов не ставят цели резко и быстро разбогатеть, поэтому с позиции расчёта времени выбирают долгосрочную стратегию. Ведь такой большой экономический субъект как регион не может за короткий промежуток времени сменить свой экономический статус. С точки зрения действий на рынке инвестиций та или иная область РФ должна ориентироваться на своё нынешнее экономическое состояние. Если власти региона

ожидают экономический упадок, но при этом в настоящий момент имеют профицитный бюджет, они могут просто продать имеющиеся активы и ждать, пока цена на них возрастет, демонстрируя пассивную стратегию. С точки зрения риска руководства субъектов Российской Федерации обязаны ориентироваться на степень необходимости риска и стараться максимально его минимизировать.

Туристическая привлекательность Ярославской области для инвестиционных вложений. Одной из самых перспективных сфер для инвестиционных вложений в Ярославской области является туристическая сфера. В данном регионе расположены такие исторические центры, как Ярославль, Углич, Ростов, Переславль-Залесский, Тутаев и Рыбинск – древнейшие города, привлекающие каждый год тысячи туристов своей исторической ценностью: памятниками архитектуры, колоритными музеями и ухоженными набережными.

В регионе активными драйверами роста туристической сферы являются туристско-рекреационные кластеры (ТРК) – ТРК «Золотое кольцо» и ТРК «Ярославское взморье». Особенно активно кластеры принимают туристов, путешествующих на теплоходах.

Ярославская область популярна в сфере туризма не только из-за характерного ей девственного русского зодчества, но и из-за выгодного географического расположения. Непосредственная близость к столице позволяет беспрепятственно добраться до области как с помощью автомобиля, так и с помощью поезда. Более того, очень распространены круизы по Волге, на которой расположено большинство городов субъекта. Стоит также отметить аэропорт «Туношна», расположенный в 26-и километрах от Ярославля и позволяющий воспользоваться самолетом, дабы посетить столицу Золотого кольца.

На основании данных о доходах москвичей и их желании путешествовать, можно сделать вывод о том, что граничащие с Москвой регионы потенциально могут привлекать жителей российской столицы. Если провести грамотную пиар-компанию преимуществ туризма в ярославской области, то можно привлечь большие туристические массы.

Денежные вложения в продуманные и грамотные туристические компании не являются рискованными, так как спрос на туризм всегда достаточно просто посчитать. Особенно в условиях ограниченности мест, который можно посетить.

Сельскохозяйственная привлекательность Ярославской области для инвестиционных вложений. Земли, предназначенные для

сельского хозяйства в Ярославской области, занимают порядка 650959,0 гектар. Это число представляет собой около 37,2% всего земельного фонда региона. Растениеводство в субъекте представлено в основном выращивание кормовых культур, что обусловлено его животноводческой направленностью.

Традиционно, Ярославская область уделяет наибольшее внимание животноводческому сельскому хозяйству, нежели растениеводческому. Область занимается разведение домашних птиц, свиней, коров, овец и коз. В 2015 году регион вошел в тройку крупнейших производителей яиц домашней птицы, уступив только Ростовской и Ленинградской областям. В 2019 же году хозяйства всех категорий произвели скота и птицы в убойном весе 66832 т, молока 321878 т, яиц 2325,2 млн. шт. Территория Ярославской области вмещает 8 крупнейших птицефабрик, общее поголовье птиц в которых превышает 14 млн. особей. Крупнейшие из них:

- ОАО «Волжанин» (Рыбинский район);
- ОАО «П/ф Пошехонская» (Пошехонский);
- ОАО «Романовская» (Тутаевский);
- АО «Угличская птицефабрика» (Угличский район).

Таким образом Ярославская область обладает повышенной инвестиционной привлекательностью для развития и углубления сельского хозяйства. Растениеводство может процветать при постройке парников, так как почва здесь благоприятная для произрастания большинства видов растений, и только климат средней полосы не всегда позволяет теплолюбивым видам растений обрести свой дом в Ярославской области. Итогом этого является понимание, что при должных инвестициях успехи Ярославского сельского хозяйства будут еще более значимыми

Подводя итог всего вышесказанного, необходимо сказать, что потенциал Ярославской области не получил всей доступной реализации, и здесь найдется еще немало отраслей хозяйства, способных поднять общий уровень производства на качественно новый уровень.

Неоспоримо, что развитие отраслей промышленности, относящихся к машиностроению, станкостроению и производству нефтехимического сырья принесут небывалые дивиденды при более высоких инвестиционных вложениях. Но туризм и сельское хозяйство при должных вложениях и грамотной организации также способны приносить прибыль, ничуть не уступающую прибыли других отраслей хозяйства.

Повторимся, самыми привлекательными для инвестиции регионами в Российской Федерации являются Москва, Санкт-Петербург и Ямало-Ненецкий автономный округ. Привлекательность вышеперечисленных регионов РФ можно объяснить. Они исторически притягивали инвесторов, заинтересовывая их тем, что в этих городах находились интеллектуальные центры предприятий. ЯМАО стал привлекать инвесторов сравнительно недавно – лишь тогда, когда в автономном округе обнаружили большое количество полезных ископаемых.

Регионам наподобие Ярославля сложно привлечь инвесторов по причине того, что вложения в сельское хозяйство, машиностроение и туризм чаще всего окупаются далеко не сразу. То есть, инвестор рискует получить прибыль не так скоро, как он её получит, если вложится в предприятие, которое даст доход сразу.

Во-вторых, Ярославская область не слишком сильно отличается от соседних областей, поэтому денежные вложения вкладываются равномерно во все регионы центральной России. То есть, инвестор не получит чего-то принципиально нового, если вложит свои средства в Вологодскую, а не в Ярославскую область и наоборот.

В-третьих, Ярославская область, находящаяся в непосредственной близости от столицы, получает от этого как плюсы, так и минусы. К минусам относится, что ярославские предприятия не кажутся инвесторам столь же привлекательными, как бурно развивающиеся столичные фирмы, из-за чего Ярославская область в инвестиционном плане зачастую оказывается в тени.

Несмотря на кажущуюся на первый взгляд непривлекательность региона для денежных вложений, руководство субъекта может начать вести новую политику по привлечению денег: определить базу для поддержки разного размера бизнеса, создать некоторую особенность. Например, если речь идёт про туристическую сферу, то можно либо раскрутить уже имеющиеся базы отдыха, либо создать новое место для привлечения туристов. Если говорить про сельскохозяйственную отрасль, то можно создать некоторый продукт, который «завирусится» и станет общенациональным брендом, как им стал тульский пряник.

Список литературы

1. VII ежегодный рейтинг инвестиционной привлекательности регионов России 2019. URL: [blob:https://web.telegram.org/185c7b9d-2e61-470d-a6c6-5c10b810b940](https://web.telegram.org/185c7b9d-2e61-470d-a6c6-5c10b810b940)

2. ИНВЕСТИЦИИ В РАЗВИТИЕ ПРОИЗВОДСТВА: ОТРАСЛИ ПРОМЫШЛЕННОСТИ. URL: <https://www.yarregion.ru/depts/der/SiteAssets/Pag>

3. Ахтариева Л.Г. Современные подходы к оценке инвестиционной привлекательности регионов // Bulletin USUES. Science. Education. Economy. Series: Economy. № 1 (7), 2014. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-podhody-k-otsenke-investitsi>

Сулковская И.С., Цыганкова А.А.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Карасёв А.П.

Ярославский филиал Финуниверситета

ТЕОРИЯ X И ТЕОРИЯ Y ДУГЛАСА МАКГРЕГОРА В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Качество менеджмента в современной России оставляет желать лучшего. Одной из причин этого является плохое знание основных теорий и методов менеджмента и неиспользование их на практике. Одной из наиболее популярных теорий, способных помочь многим российским менеджерам, является теория X и Y. Вначале необходимо рассмотреть основные положения данной теории.

Теория X и Y – это теории о мотивации людей и их поведении в управлении, предложенные американским психологом Дугласом МакГрегором. Согласно этим теориям мотивация человека рассматривается с двух противоположных сторон [2, с. 203].

По теории X работники должны постоянно находиться под пристальным наблюдением, так как они изначально ленивы и всячески избегают работы, ответственности, проявляют слишком мало амбиций [1, с. 153]. С подобной целью разрабатываются комплексные системы контроля. Менеджер по этой теории всегда возлагает ответственность на кого-либо другого. Такие руководители считают, что заинтересовать сотрудника в работе могут только деньги, и каждый работник ищет выгоды только для себя. Изначально обвиняется только сотрудник, и не может быть никаких мыслей о том, что виновата система. Менеджер по теории X не доверяет сотрудникам, что снижает их производительность и моральный дух. Он использует авторитарный стиль управления, основанный на угрозе наказания. При этой теории на предприятиях царит угнетающая атмосфера, а подобный стиль управления может привести к распаду организации.

Обобщим информацию по теории X:

- люди инертны по своей природе, при первой возможности всячески отлынивают от работы;
- у рядового сотрудника отсутствуют амбиции, он избавляется от ответственности, работает под руководством;
- основной принцип работника — его защищенность;

- только контролирование, давление и угроза наказанием заставляют человека трудиться эффективно.

По теории Y работники имеют внутренние стимулы, они амбициозны, берут на себя как можно больше ответственности, используют самоуправление и самоконтроль [1, с. 154]. Такие сотрудники получают удовольствие от работы вне зависимости от того, умственная она или физическая. Они стремятся проявлять творчество и приносить что-то новое в производство, если это возможно. Менеджер по теории Y считает, что мощным стимулом для работника является удовлетворение от хорошо выполненной им работы. При хороших условиях, люди с удовольствием выполняют свои задачи, и используют свой запас творческих способностей. Соответственно руководитель пытается устранить все препятствия, которые могут мешать работникам показать себя в полной мере. Данный стиль управления является примером демократического, при котором применяется гибкий контроль.

Обобщим информацию по теории Y:

- работа считается для человека естественным процессом;
- благоприятные условия труда способствуют развитию самоконтроля и ответственности;
- широко используются творческие решения и интеллектуальный потенциал;
- при достижении конкретной цели, сотрудник поощряется вознаграждением [3, с. 89].

В современном мире люди, действительно, хотят, чтобы в их организациях осуществлялся управленческий стиль, соответствующий теории Y, но в реальности можно увидеть, что далеко не все руководители придерживаются его. Некоторые управленцы могут позволить себе применять управление, которое описано в теории X в начале своей деятельности, чтобы продемонстрировать сотрудникам свой авторитет, но в дальнейшем им необходимо следовать теории Y, потому что современное общество готово работать только при таком демократическом управленческом стиле.

В настоящее время осталось достаточно мало организаций, где используется только авторитарный стиль. В основном такие предприятия все равно используют элементы и демократического способа управления компаниями.

Примером организации, на которой осуществляется стиль управления по теории X, является «ВкусВилл». Организация очень четко следит за своими франшизами, делается строгий отбор тех, кому они её выдают. Если за неделю только что открытая точка «ВкусВилл»

не выходит на размер операционной прибыли, заложенной в договоре, то её моментально закрывают без компенсации всех расходов [4]. Все сотрудники сидят в одном помещении вместе с руководством компании, никому не предоставляются отдельные офисы, нет личных ассистентов и секретарей. Если сотрудник хочет уйти с работы пораньше, то он все равно должен доработать дома. Мы видим, что в настоящее время остались организации, в которых осуществляется авторитарный стиль управления, но чаще всего он тормозит успешное развитие компании.

Примером организации, в которой осуществляется стиль управления как при теории Y, является Google. В этой компании сотрудникам предоставляется большая самостоятельность, ей пользуются и сами учредители [6]. В этой компании убеждены, что не стоит всегда и всех людей собирать на совещания, иначе у них может не остаться времени для работы. Google считает, что всё должно быть открыто, каждый может видеть над чем работают остальные, у сотрудников есть доступ практически ко всему. Такое доверие помогает избежать конкуренции и интриг, создает здоровую атмосферу в команде. В компании каждый имеет право на голос и может повлиять даже на самые важные решения (как это и прописано в теории Y). Многие из того, что сейчас существует в Google предложили именно его сотрудники. Таким образом, в данной организации осуществляются все принципы теории Y, которые помогают сотрудникам чувствовать себя увереннее и свободнее, что повышает производительность и улучшает отношения в коллективе.

Примером организации, в которой грамотно сочетаются теории управления X и Y, является ПАО «Сбербанк». В банке руководители делегируют властные полномочия на каждый уровень управления, не запрещают свободный обмен информацией между работниками, привлекают всех сотрудников к процессу принятия решений, но при этом они четко дают понять, что последнее слово всегда остаётся за ними [5]. Авторитарный стиль применяется в кризисных ситуациях, когда необходимо быстро скоординировать работу персонала. В банке существует множество поощрений, которые соответствуют теории Y. Он проводит вознаграждение в зависимости от результатов работы человека и его усилий; выплачивает премии; вручает медали, грамоты, благодарности; устраивает корпоративные праздники. При этом существует система штрафов, которая свойственна теории X.

На примере этой организации, мы видим, что в современном мире необходимо правильно сочетать оба управленческих стиля. В большей степени, действительно, должна использоваться теория Y, но людям

нельзя давать полную свободу, чтобы не снижать производительность работы предприятия. Поэтому теория X, без сомнений, имеет право на существование, но придерживаться её нужно только в небольшой степени. Именно это различает управление, которое существовало в прошлом и которое существует в большой мере в настоящем.

Список литературы

1. Базаров, Т. Ю. Управление персоналом / Т.Ю. Базаров. - М.: Академия, 2018. - 224 с.
2. Веснин, В.Р. Основы менеджмента: Учебник / В.Р. Веснин. – М.: Проспект, 2017. – 320 с.
3. Егоршин, А. П. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности. Учебное пособие / А.П. Егоршин. - М.: ИНФРА-М, 2016. - 384 с.
4. Официальный сайт «ВкусВилл» // [Электронный ресурс] – URL: <https://klg.vkusvill.ru/> (Дата обращения: 28.11.2021).
5. Официальный сайт ПАО «Сбербанк России» // [Электронный ресурс] – URL: <https://www.sberbank.ru/> (Дата обращения: 27.11.2021).
6. Официальный сайт компании «Google» // [Электронный ресурс] – URL: https://about.google/intl/ALL_ru/ (Дата обращения: 28.11.2021).

Ткачева С.В.

Научн. рук.: канд. техн. наук, доц. Городничев С.В.

Тулский филиал Финуниверситета

УПРАВЛЕНИЕ КОНФЛИКТАМИ В ОРГАНИЗАЦИЯХ

Особое место в ряду кризисных ситуаций занимают конфликты в организациях. Организация – это такая совокупность людей, в которой они объединены определенными связями и отношениями. Конфликт в организации – это открытая форма существования противоречий интересов, возникающих в процессе взаимодействия людей при решении вопросов производственного и личного порядка.

Современная точка зрения заключается в том, что даже в организациях с эффективным управлением некоторые конфликты не только возможны, но даже могут быть и желательны. Поэтому конфликт – одна из наиболее распространенных форм организационного взаимодействия. Следовательно, ключевая задача руководителя – уметь управлять ими. Ведь конфликт является управляемым процессом, причем высока вероятность того, что исход управляемого конфликта будет иметь конструктивный характер, то есть по окончании конфликта. Выявлено, что конфликты персонала занимают около 15% его рабочего времени. Еще больше времени

тратят на урегулирование конфликтов и управление ими руководители – в некоторых организациях до 50% рабочего времени.

Но конфликты занимают одно из центральных мест в управлении персоналом не только в силу значительности связанных с ними временных затрат, но и вследствие высокой организационной значимости их разрушительных последствий. Вместе с тем конструктивный конфликт – единственный способ поиска путей выхода из кризиса конкретного предприятия, стимулирующий к инновационным изменениям и развитию. Во всех ситуациях конфликт помогает выявить разнообразные точки зрения, дает дополнительную информацию, помогает выявить большее число альтернатив или проблем. Это делает процесс принятия решений группой более эффективным, а также дает людям возможность выразить свои мысли и тем самым удовлетворить личные потребности в уважении и власти. Это также может привести к более эффективному выполнению планов и проектов, поскольку обсуждение различных точек зрения доводится до их физического исполнения. Следовательно, конфликт выполняет две функции: конструктивную, когда в результате конфликта повышается эффективность деятельности организации, и деструктивную, когда он приводит к обратному результату. Цель руководителя состоит не в том, чтобы устранить или предотвратить конфликт, а в том, чтобы им управлять и найти способ сделать его конструктивным.

Существует несколько эффективных способов управления конфликтной ситуацией. Эти способы можно разделить на 2 категории: структурные и межличностные.

Руководитель организации разрешение конфликтной ситуации должен начать с анализа фактических причин, а затем использовать соответствующую методику.

Структурные методы разрешения конфликта:

1) Разъяснение требований к работе. Разъяснения сотрудникам, какие результаты деятельности ожидаются. Здесь должны быть упомянуты такие параметры, как уровень результатов, который должен быть достигнут, кто предоставляет и кто получает различную информацию, система полномочий и ответственности, а также четко определены политика, процедуры и правила.

2) Координационные и интеграционные механизмы. В управлении конфликтной ситуацией очень полезны такие свойства, как управленческая иерархия, использование служб, осуществляющих связь между функциями, межфункциональные группы, целевые группы и межотдельские совещания. Общеорганизационные

комплексные цели. Эффективное осуществление целей требует совместных усилий двух сотрудников или более, групп и отделов. Идея, которая заложена в эти высшие цели, – направить усилия всех участников на достижение общей цели.

3) Структура системы вознаграждения. Люди, которые вносят свой вклад в достижение общеорганизационных комплексных целей, помогают другим группам организации и стараются подойти к решению проблемы комплексно, должны вознаграждаться благодарностью, премией, признанием или повышением по службе.

Межличностные стили разрешения конфликтов:

1) Уклонение. Этот стиль подразумевает, что человек старается уйти от конфликта.

2) Сглаживание. Человек старается не выпустить наружу причины конфликта и ожесточенности, апеллируя в потребности в солидарности.

3) Принуждение. В рамках этого стиля превалирует попытка заставить принять свою точку зрения любой ценой.

4) Компромисс. Этот стиль характеризуется принятием точки зрения другой стороны, но лишь до некоторой степени.

5) Решение проблемы. Данный стиль – признание различия во мнениях и готовность ознакомиться с иными точками зрения, чтобы понять причины конфликта и найти курс действий, приемлемый для всех сторон.

Как выяснилось, роль руководителя в управлении конфликтами очень велика, а подчас – решающая. Умение анализировать сложившуюся ситуацию, выбор верной стратегии выхода из неё, возможность направить события и их участников в позитивное русло – есть отличительные особенности грамотного руководителя, способного поддерживать в коллективе здоровую рабочую обстановку

Список литературы

1. Кылосова, В. В. Эффективное управление конфликтами в организации / В. В. Кылосова // Современные тенденции развития науки и технологий. 2016. № 7-8. С. 61-63.

2. Лавернова, А. Н. Роль руководителя организации в управлении конфликтами / А. Н. Лавернова // Экономика и управление: анализ тенденций и перспектив развития. 2016. № 26. С. 56-61.

3. Наумова, О. С. Модели конструктивного управления конфликтами в организации / О. С. Наумова // Актуальные вопросы экономических наук. 2013. № 31. С. 52-57.

4. Ротач, А. А. Управление конфликтами как способ эффективного управления организацией / А. А. Ротач, А. Ю. Раенко //

Инновации в образовании и науке: Межвузовский сборник научно-методических трудов / Под научной редакцией Е.Н. Атарщиковой, В.И. Бережного. Москва: "Русайнс", 2017 С. 197-202.

Трегубова А.И., Фролова А.А.

Научн. рук.: ст. пр. Романовская Н.Н.

Тулский филиал Финуниверситета

СТРАТЕГИЯ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ТУЛЬСКОЙ ОБЛАСТИ

Инновационная стратегия Тульской области представляет собой неотъемлемый элемент Стратегии социально-экономического развития Тульской области до 2030 года. Она определяет перспективные направления инновационного развития, учитывающие результаты технологических прогнозов и форсайт исследований, устанавливает долгосрочные цели, задачи и раскрывает ожидаемые результаты инновационной деятельности в отраслевых комплексах, приоритетных и формирующихся территориальных кластерах Тульской области.

Тулская область относится к субъектам Российской Федерации, стабильно демонстрирующим средние показатели инновационной активности [2].

Целью Стратегии является переход на инновационную модель роста, обеспечивающую социально-экономическое развитие Тульской области посредством формирования региональной инновационной системы, преодоления сложившегося технологического отставания ряда традиционных отраслей специализации области и формирования научно-технических заделов по приоритетным для региона передовым технологиям.

Основными задачами, нацеленными на достижение данной цели, являются: повышение качества региональной инновационной политики; кадровое обеспечение инновационной деятельности; формирование «инновационной экосистемы» [3].

Повышение качества региональной инновационной политики будет способствовать большей инновационной активности в экономике Тульской области. В этих целях потребуется разработать и реализовать ряд программ, направленных на формирование механизмов административной, инфраструктурной, финансовой, налоговой и других форм поддержки наукоемких и высокотехнологичных производств, снижение административных барьеров для инновационно-активных предприятий.

Должен быть устранен разрыв между уровнем подготовки кадров и потребностями инновационной экономики, преодолён отток из Тульской области квалифицированных кадров.

Поддержка инновационно-активных предприятий будет стимулировать предложение инновационной продукции и услуг, улучшит условия для трансферта и внедрения инновационных технологий, развития процессов модернизации предприятий традиционных отраслей экономики, диверсификации их производства, развития конверсионных процессов, внедрения международных стандартов управления качеством [1].

Формирование инновационной экосистемы в Тульской области будет способствовать развитию взаимосвязей между научными и бизнес-организациями, осуществляющими инновационную деятельность, инфраструктурному обеспечению инновационной и научной деятельности в регионе, закреплению в области кадров высокой квалификации.

Реализация Стратегии позволит Тульской области к 2020 г. достичь уровня целевых показателей, заложенных в Стратегии инновационного развития Российской Федерации до 2020 года, а по доле инновационной продукции в экспорте – превзойти его, достигнув в 2020 году значения в 20%. К 2030 году регион будет иметь опережающие средние по стране темпы инновационного развития. При этом объем внутренних затрат на исследования и разработки в рамках Стратегии должен составить 1,4% от ВРП в 2020 году и 3,0% в 2030 году.

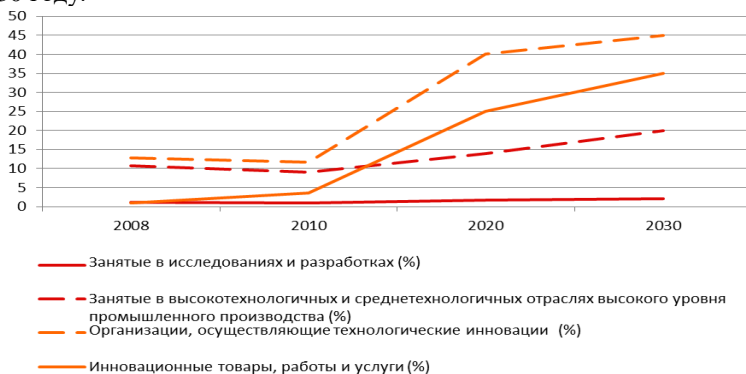


Рисунок 1- Динамика показателей инновационного развития Тульской области в 2008 – 2030 гг.

Фундаментом ускорения инновационного развития Тульской области являются:

- развитая система профессионального образования, существенный инновационный потенциал ведущих вузов;
- значительные технологические заделы организаций и предприятий ОПК;
- высокая квалификация и профессионализм занятых в традиционных отраслях промышленности;
- крупные экспорт ориентированных предприятия, являющиеся реальными площадками для внедрения прорывных технологий;
- близость к Московской агломерации – потенциальному поставщику технологий, носителю новейших знаний и компетенций, крупнейшему потребителю инновационной продукции [3].

Полное использование имеющегося потенциала позволит Тульской области уверенно заявить о себе как об одном из лидеров инновационного развития экономики России.

При реализации региональной инновационной политики особое внимание будет уделено активизации инновационной деятельности в традиционных для Тульской области отраслях промышленности (машиностроение и металлообработка, металлургия, газо- и нефтехимия, энергетика, транспортные системы и оборонно-промышленный комплекс), предприятия которых способны осуществить переход на новый уровень технологического развития в кооперации с ведущими вузами и научными организациями региона, имеющими серьезные заделы в технологиях производства оборонной техники, систем и комплексов вооружения, стартовых и технических комплексов реактивных систем, в сфере теплофизики и газодинамики, технологиях машиностроения, обработки материалов резанием и давлением, в проектировании инструментов, материаловедении, лазерной технике и ряде других направлений современного научно-технологического развития [2].

В машиностроении значительно расширится ассортимент и повысится конкурентоспособность выпускаемой продукции по таким направлениям, как транспортное машиностроение, производство электрооборудования, электронного и оптического оборудования, лазерного оборудования, радиотехники и систем управления, вырастет доля высокотехнологичной продукции с опорой на технологии специальных производств. Приоритетами для отрасли станут производство высокоточных станков и развитие инструментального производства, а также внедрение гибких автоматизированных

производственных систем и компьютерного управления технологическими процессами.

В чёрной металлургии будут активно использоваться технологии, связанные с увеличением производства изделий из чугуна и стального проката высоких переделов. Важнейший приоритет – радикальное улучшение экологических характеристик металлургических производств в результате внедрения новых экологически безопасных технологий выпуска чугуна, в том числе бездомных технологий.

Важнейшими технологическими и инновационными приоритетами развития химической промышленности являются:

- техническая модернизация существующих крупнотоннажных производств предприятий нефте- газохимии и создание новых производств по выпуску базовых термопластов и новых базовых продуктов;

- углубленная переработка продукции основного органического синтеза;

- глубокая химическая переработка природного газа (GTL, MTO);

- производство специальной несырьевой продукции с высокой добавленной стоимостью.

Значительными перспективами для развития в Тульской области обладают технологии, позволяющие производить из бурых углей, которыми богата область, высококачественный бензин, дизельное топливо, бензол и другие ценные продукты углехимии.

Будут также активно внедряться технологии, обеспечивающие существенное улучшение экологических характеристик промышленных производств региона.

Создание благоприятных условий для внедрения инноваций, развития малых инновационных предприятий, усиления кооперации бизнеса и науки будет способствовать появлению новых инновационных высокотехнологичных компаний.

Применение информационно-коммуникационных технологий станет одним из важнейших приоритетов развития региона. На их основе секторы и отрасли региональной экономики значительно улучшат технико-экономические параметры, расширят номенклатуру и повысят качество продукции. Развитие этих технологий предполагает внедрение интеллектуальных систем управления бизнес-процессами и поддержки принятия решений, интенсивное использование средств информационно-коммуникационных технологий (далее – ИКТ) в системах проектирования, автоматизацию технологических процессов и превращение систем на основе ИКТ в

ключевой инструмент управления жизненным циклом производства продуктов. В качестве перспективных направлений применения ИКТ следует выделить синтез средств ИКТ со средствами производства в отрасли (станки, приборы, технологическое оборудование); применение ИКТ для снижения металло- и энергоемкости продукции; интеграцию локальных информационно-управляющих систем на основе сетевых технологий; освоение продукции со встраиваемыми средствами ИКТ.

Будут широко применяться достижения в области нанотехнологий. В «чистом виде» нанопродукция (нанотрубки, нанопорошки, нанобиочипы и др.) будет представлена в виде компонентов, предназначенных для последующего встраивания в товары конечного спроса и обеспечивающих производство инновационной продукции [1].

К перспективным направлениям применения информационно-коммуникационных технологий, новых производственных технологий и нанотехнологий относится также сфера медицины и здравоохранения. Важнейший приоритет – внедрение новых производственных технологий и нанотехнологий в медицинскую практику, включая разработку технологий визуализации на основе сочетания высокочастотных ультразвуковых, радиочастотных источников излучения, ИТ-технологий, в том числе в режиме реального времени.

Будет расширена поддержка и софинансирование инновационных бизнес-проектов за счет средств государственной программы поддержки малого и среднего предпринимательства [2].

Софинансирование из средств областного бюджета расходов на совместные проекты с высшими учебными заведениями и научными организациями Тульской области позволит развить кооперационные связи, что даст стартовый импульс к развитию кластеризационных процессов в Тульской области. Этой же цели будет способствовать создание Центра кластерного развития Тульской области, основной функцией которого станет содействие усилению кооперационной активности между региональными органами власти, организациями и предприятиями-участниками территориальных кластеров, созданными в регионе объектами инновационной инфраструктуры [1].

Важнейшими проектами-драйверами инновационного развития Тульской области должны стать проекты по созданию на базе ведущих вузов и научных организаций региональных исследовательских центров в сфере биотехнологий, углехимии, технологий добычи редких, рассеянных и благородных металлов, технологий

экологической безопасности, а также по развитию исследовательских подразделений крупных зарубежных компаний, созданию «наукграда» на базе ведущих предприятий, научных и образовательных организаций г. Тулы [3].

Популяризация инновационной деятельности в СМИ и Интернет-ресурсах, создание Интернет-портала информационной и коммуникационной поддержки инноваций и бизнеса, а также регулярное проведение Тульского экономического форума будут нацелены на активизацию привлечения молодежи к исследовательской деятельности, а также формирование инновационного имиджа Тульской области в глазах отечественных и зарубежных инвесторов [2].

Список литературы

1. Волкова Я.Ю. Проблемы и перспективы развития инновационной системы Тульской области [Электронный ресурс] // Современные тенденции развития. 2020. №5. <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=35435332> (дата обращения 20.04.2021)
2. Щепакин К.М. Стратегия инновационного развития Тульской области как фактор развития региональной инновационной политики [Электронный ресурс]//Известия Тульского государственного университета. 2019. № 13. <https://cyberleninka.ru/article/n/strategiya-innovatsionnogo-razvitiya-tul'skoy-oblasti-kak-faktor-razvitiya-regionalnoy-innovatsionnoy-sistemy> (дата обращения 20.04.2021)
3. Проект стратегии социально-экономического развития Тульской области до 2030 года [Электронный ресурс] <https://storage.strategy24.ru> (дата обращения 20.04.2021)

Трегубова А.И., Фролова А.А.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Медведева Т.В.

Тульский филиал Финуниверситета

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ФИНАНСОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ С ЭЛЕКТРОННЫМИ ГОСУДАРСТВЕННЫМИ СЕРВИСАМИ: РЕЗУЛЬТАТЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

С 2014 года взаимодействие с инфраструктурой электронного правительства стало одним из ключевых направлений развития новых технологий на финансовом рынке. Связано это было, в первую очередь, с общемировым трендом на диджитализацию бизнеса, в том числе в сфере предоставления финансовых услуг. Сегодня основные конкурентные преимущества, наиболее привлекательные для

клиентов, – это скорость и удобство транзакции, минимизация количества заполняемых и подписываемых документов и форм, отсутствие необходимости посещения офиса поставщика услуги (отказ от бумажного документооборота), а также максимальная степень доступности всей линейки желаемых продуктов через сеть «Интернет».

Однако преимущества и удобства, порождаемые переходом к цифровой экономике, неизбежно сопровождаются и ростом рисков, как для финансовых институтов, так и для граждан, являющихся их клиентами. Одним из наиболее очевидных и потенциально эффективных способов минимизации таких рисков является использование государственных информационных систем и информационных ресурсов [2].

При этом для финансовых организаций необходимо обеспечить, чтобы взаимодействие с любыми государственными информационными системами было гарантированным, содержательным и оперативным. Только выполнение этих условий делает такое взаимодействие целесообразным с экономической точки зрения, способствуя повышению качества и удобства в обслуживании клиентов и не превращаясь в очередную формальную обязанность, подкрепляемую применением мер ответственности со стороны регуляторов.

Для клиентов же принципиально важно, чтобы перевод общения с финансовым институтом в онлайн не породил избыточного вмешательства последнего в частную жизнь гражданина, чтобы сведения, содержащие его персональные данные, были надёжно защищены и предоставлялись в установленном законом порядке [3].

В этой связи важно произвести классификацию сведений о гражданине, которые в настоящее время тем или иным образом могут получать финансовые организации.

Во-первых, это открытая и общедоступная информация, которую в настоящее время можно получать без каких-либо ограничений. К числу таковых относятся, например, выписки из публичных реестров: ЕГРЮЛ, ЕГРИП, единый реестр субъектов МСП, реестр недействительных паспортов.

Ко второй категории относятся сведения, носящие конфиденциальный характер, которые доступны, но только в качестве результатов предоставления государственных услуг гражданину. Такие сведения впоследствии могут быть направлены в банк или иную запрашивающую организацию с согласия

физического лица. К числу таких сведений относятся выписка о состоянии индивидуального лицевого счёта в Пенсионном фонде Российской Федерации, справка о наличии (отсутствии) судимости, а также с недавнего времени сведения из справки о доходах физического лица по форме 2-НДФЛ.

Третью категорию составляют сведения, носящие конфиденциальный характер, которые также необходимы финансовым организациям, но в настоящее время не могут быть получены в явном виде даже в качестве результатов предоставления государственных услуг с использованием вышеуказанного механизма. Среди таких сведений в первую очередь следует выделить страховой номер индивидуального лицевого счёта в системе обязательного пенсионного страхования (СНИЛС).

Исходя из общей системы видов сведений, содержащихся в государственных информационных ресурсах, необходимо более подробно разобрать, для чего, собственно, они необходимы финансовым организациям.

Здесь можно выделить несколько основных направлений [2].

Во-первых, это идентификация клиентов и связанных с ними лиц. В соответствии с Федеральным законом от 07.08.2001 г. № 115-ФЗ «О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путём, и финансированию терроризма» [1] организации, осуществляющие операции с денежными средствами или иным имуществом, обязаны до приёма на обслуживание идентифицировать не только самого клиента, но также и его представителя.

Следующим направлением, в рамках которого финансовым организациям необходимо взаимодействовать с государственными информационными системами, является проверка предоставленной клиентом информации. Верифицируемость (подтверждение корректности) информации со стороны государства, как с использованием открытых государственных реестров (ЕГРЮЛ, ЕГРИП), так и посредством ЕПГУ в качестве результатов оказания государственных услуг, позволяет существенно повысить эффективность банковских систем оценки рисков контрагентов и клиентов (в первую очередь, заёмщиков).

Однако взаимодействие финансовых организаций с государственными информационными ресурсами может представлять собой не только новые возможности для решения бизнес-задач, но и административно установленные обязанности по осуществлению такого взаимодействия.

К числу таких обязанностей относятся, например:

-обязанность по проверке действительности паспорта клиента с использованием соответствующего сервиса Министерства внутренних дел Российской Федерации в сети «Интернет»;

-обязанность направлять сведения о платежах в бюджет в Государственную информационную систему о государственных и муниципальных платежах;

-обязанность направлять сведения о внесении платы за жилое помещение и коммунальные услуги в Государственную информационную систему жилищно-коммунального хозяйства;

-обязанность по ведению электронного документооборота с налоговыми органами, таможенными органами [4].

Модель получения государственной или муниципальной услуги представлена на рисунке 1.

Финансовые организации всех видов крайне заинтересованы в получении информации из государственных информационных систем как для исполнения требований действующего законодательства (для осуществления идентификации, расчёта показателя долговой нагрузки заёмщика и т. д.), так и для развития новых дистанционных сервисов в целях взаимодействия с клиентами в течение всего срока их обслуживания.



Рисунок 1 - Получение государственной или муниципальной услуги для указанного пользователя по инициативе третьей стороны (интеграционный модуль)

При этом нельзя не отметить, что при использовании электронных государственных сервисов финансовые институты столкнулись с целым комплексом проблем, которые предстоит решить в самое ближайшее время совместными усилиями государства и бизнес-сообщества.

Учитывая, что подавляющее большинство сервисов связаны с необходимостью наличия у клиента подтвержденной учётной записи в ЕСИА, во многих случаях клиентский путь начинается с размещения сведений о нём в ЕСИА. При этом у многих пользователей при регистрации в ЕСИА возникают сложности с вводом СНИЛС, поскольку граждане, как правило, не имеют при себе СНИЛС и не помнят его. Решить эту проблему помогло бы подключение к ЕСИА вида сведений ПФР по автоматическому поиску СНИЛС на основании данных о ФИО и документе, удостоверяющем личность клиента.

Также в настоящее время при использовании электронных государственных сервисов финансовые организации нередко сталкиваются с проблемами организационно-технического характера:

- недоступность сервисов в течение длительного периода времени;

- отсутствие мониторинга работоспособности сервисов;

- неоптимальные временные интервалы и длительность плановых работ;

- длительные сроки рассмотрения заявок в службе эксплуатации, формальные ответы по инцидентам с участием кредитных организаций;

Представляется, что решение указанных проблем, связанное с обеспечением дополнительных мощностей и модернизации инфраструктуры электронного правительства и ведомственных информационных систем, а также привлечением дополнительных кадров в IT-подразделения государственных структур, очевидно, потребует механизмов компенсации дополнительных затрат [5].

Подводя итог, отметим, что увеличение числа лиц, зарегистрированных в ЕСИА и имеющих подтвержденные учётные записи, а также повышение уровня удовлетворённости граждан Российской Федерации качеством предоставления электронных государственных и муниципальных услуг входят в число приоритетных задач Минкомсвязи России, поэтому мы убеждены, что профильный государственный орган непосредственно заинтересован в росте показателя конверсии, т. е. выраженном в процентном отношении количестве пользователей государственных услуг, непосредственно получивших государственную услугу в электронной форме, к числу лиц, обратившихся за её получением, в том числе, с использованием банковских каналов удалённого обслуживания клиентов.

Список литературы

1. Федеральный закон от 07.08.2001 г. № 115-ФЗ «О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путём, и финансированию терроризма» (действующая редакция) [Электронный ресурс] <http://www.consultant.ru/document> (дата обращения 20.11.2021)
2. Сидоренко Э.Л. Эффективность цифрового государственного управления [Электронный ресурс] // Вопросы государственного и муниципального управления. 2019. №5. https://cyberleninka.ru/article/n/effektivnost-tsifrovogo_gosudarst (дата обращения 19.11.2021)
3. Холодная Е.В. Финансовые организации и единые порталы государственных услуг [Электронный ресурс]//Гуманитарные и юридические исследования. 2020. №10-09. <https://cyberleninka.ru/article/n/finansovye> (дата обращения 19.11.2021)
4. Концепция развития механизмов предоставления государственных и муниципальных услуг в электронном виде [Электронный ресурс] <https://digital.gov.ru/ru/documents/4087/> (дата обращения 21.11.2021)
5. Перспективы развития порталов государственных услуг [Электронный ресурс] http://ecsocman.hse.ru/data/603/936/1223/177-187_Zhulin.pdf (дата обращения 21.11.2021)

Юрикова А.И.

Науч. рук.: канд. техн. наук, доц. Гордничев С.В.

Тулский филиал Финуниверситета

СУЩНОСТЬ И ЗНАЧЕНИЕ ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ И УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПРЕДПРИЯТИИ

В теоретическом и практическом менеджменте на протяжении всего XX века использовались различные термины, которые отражали участие людей в общественном производстве: рабочая сила, кадры, персонал, трудовые и человеческие ресурсы. Тот или иной термин раскрывает различные аспекты управления персоналом, а также изменения общественных взглядов.

Процесс формирования науки управления персоналом проходил в рамках возникновения и развития науки, касающейся управления предприятием. И только в начале XX века управление персоналом стало рассматриваться как самостоятельная наука и стала развиваться также, как специализированная функция управления. Развитие

менеджмента в то время сопровождалось активным изменением общественных взглядов, а также присутствовало осознание роли человека в сфере осуществления производства на предприятии.

Так разделяют три основных направления управления персоналом в качестве самостоятельной науки:

1) управление персоналом с ориентацией на теорию акцентирует особое внимание как правило на теоретических научных целях. Данный факт означает необходимость объяснять причины, факторы, специфику содержания или иные аспекты работы с людьми. Процедура исследования управления персоналом с точки зрения теоретического подхода является наиболее эффективной при использовании смежных дисциплин – психологии и теории организации;

2) управление персоналом в качестве технологии, ориентированной на практическую научную цель. В данном направлении наиболее важным является развитие рекомендаций для осуществления практических преобразований при отторжении применения теоретическими исследованиями;

3) управление персоналом в качестве прикладной науки. В основе в данном случае лежат практические научные цели на ряду с теоретическими.

Строение теории управления персоналом осуществляется различными способами: при помощи дедукции – что представляет собой переход от общего к частному, при помощи формулировки общих положений; с помощью индукции – что начинается от наблюдения и описания явления, имеющего место в действительности, к понятиям и суждениям.

Само возникновение функции управления персоналом было обусловлено необходимостью организации производственной деятельности на предприятии и эффективного функционирования персонала в организации.

Управление представляет собой непрерывный процесс воздействия на персонал предприятия, организацию координации деятельности коллектива в процессе производства с целью достижения наилучших результатов при осуществлении минимальных затрат.

Персоналом организации является организационно оформленная совокупность работников, которые на основе трудового договора, контракта либо соглашения, принимают участие в производстве определенного товара, осуществлении работ и услуг, а также персоналом являются все наемные работники, собственники и совладельцы. Собственники и совладельцы, которые работают на



предприятию также принято включать в состав персонал в случае, если они помимо причитающихся им доходов получают оплату за осуществление трудовой деятельности на предприятии.

Таким образом, основными признаками персонала выступают:

- 1) наличие трудовых взаимоотношений работников организации с работодателем, подтвержденных трудовым договором;
- 2) обладание работником определенной профессией или специальностью, определяющих деятельность работника на определенной должности, рабочем месте;
- 3) целевая направленность деятельности персонала организации.

Существуют различные подходы к определению классификации персонала: по профессии или должности работника, по уровню управления, а также по категории работников.

Основной из них выступает последняя классификация (по категориям работников) в зависимости от участия их в производственной деятельности, рабочие и служащие.

В данном случае представим классификацию персонала на примере промышленного предприятия, поскольку именно на таких предприятиях как правило представлены все категории работающих групп.

Занимаемая должность работника в организации является основанием для отнесения его к той или иной группе. В трудовой деятельности персонала, осуществляющего производственную деятельность, преобладает физический труд. В данном случае основными рабочими выступают работники, которые выполняют основную производственную деятельность на предприятии. Вспомогательными рабочими являются работники, которые заняты изготовлением и ремонтом оснастки, производством энергии, ремонтом оборудования, а также обслуживанием основных и вспомогательных процессов на производстве.

Управленческий персонал организации осуществляет трудовую деятельность с точки зрения умственного труда. В данном случае руководители предприятий осуществляют функцию общего управления, которая отвечает за принятие решений, касающихся функций управления. Руководителей принято классифицировать на три уровня: высший, средний и низовой.

Руководители от специалистов отличаются по принципу юридического права принятия решений и наличия в подчинении других работников. Специалистами считаются лица, которые выполняют в организации экономические, юридические, а также инженерно-технические функции. К группе специалистов принято относить юристов, бухгалтеров, экономистов, аудиторов и инспекторов по кадрам.

Управление людьми для всех организаций, преуспевающих в



своей сфере деятельности – больших и малых, коммерческих и некоммерческих, промышленных и организаций, действующих в сфере услуг, имеет наиболее важное направление в деятельности организации, поскольку является основным критерием ее успеха, с экономической стороны.

Так, управление персоналом представляет собой комплексную, целенаправленно осознанную деятельность человека на коллектив и отдельных работников организации в части обеспечения оптимальными условиями для творческого, инициативного и созидательного труда для достижения целей организации. И если до настоящего времени главное внимание уделялось развитию и совершенствованию технологического процесса, внедрению

прогрессивных технологий, а также модификации организационных структур, то сейчас осуществлен поворот в направлении человеческого фактора. В настоящее время управление персоналом уже рассматривают в качестве организационно-экономического механизма подчинения и использования наемного труда в системе хозяйствования.

Список литературы

1. <https://blog-iteamru.turbopages.org/turbo/blog.iteam.ru/s/upravlenie-personalom-organizatsii-sovremennye-strategii-tehnologii-i-metody/>

2. https://rep.bntu.by/bitstream/handle/data/62867/Upravlenie_personalom.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

Юрикова А.И.

Науч. рук.: канд. техн. наук, доц. Городничев С.В.

Тульский филиал Финуниверситета

СТРАТЕГИИ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ

Это главное направление формирования профессионального, конкурентоспособного, ответственного и сплоченного кадрового состава организации. Подразумевается, что такой коллектив помогает достигать долгосрочных целей и следовать общей концепции (стратегии) развития предприятия.

Есть две основных характеристики стратегии управления персоналом. Первая — это *долгосрочность*. Стратегию, предполагающую разработку и изменение психологических установок, мотивации, всей структуры персонала и даже самой системы управления кадрами, нельзя реализовать за короткий срок.

Вторая характеристика — это *тесная связь с общей стратегией (концепцией развития) компании*, учет факторов внешней и внутренней среды. Изменение последних обязательно влечет модификацию или даже смену стратегии предприятия и требует соответствующих корректировок численности и структуры кадрового состава, его квалификации, навыков, стиля и методов работы. HR-консалтинг может включать следующие услуги:

- выявление проблем в управлении персоналом;
- оптимизация затрат на управление персоналом;
- оценка эффективности сотрудников;
- оценка квалификации персонала;
- разработка рекомендаций для повышения эффективности

HR. Существует четыре типа стратегии организации, с которыми тесно связана и современная стратегия управления персоналом:

• **Предпринимательская стратегия.** Она характерна для компаний, занимающихся новым видом деятельности, в центре внимания которых удовлетворение всех требований заказчика без тщательной проработки последствий. Стратегия управления персоналом в этом случае отличается следующими чертами:

- отбор сотрудников, которые готовы рисковать и обладают такими качествами, как инициативность, контактность, нацеленность на долговременную работу;
- вознаграждение на конкурентной основе, удовлетворяющее ожидания сотрудника;
- оценка по реальным результатам;
- неформальное развитие личности, ориентация на наставника;
- планирование кадровых перестановок с учетом интересов сотрудников

Стратегия динамического роста. В этом случае степень риска значительно меньшая, закладывается фундамент для будущего компании, все решения принимаются на основе сопоставления целей и средств, необходимых для их достижения. Черты кадровой управленческой стратегии таковы:

- отбор и расстановка кадров направлены на поиск гибких и лояльных компании сотрудников, готовых рисковать в случае необходимости;
- беспристрастное и справедливое вознаграждение;
- оценка по четко оговоренным критериям;
- акцент на развитии личности в сфере основной деятельности;
- планирование перестановок с учетом реальных возможностей компании и различных форм служебного продвижения.

Стратегия прибыльности. Центром ее внимания является сохранение существующего уровня прибыли предприятия. Этому же подчинена стратегия управления персоналом: отбор и расстановка кадров максимально жесткие;

- вознаграждение, основанное на заслугах, старшинстве и внутрифирменных представлениях о справедливости;
- оценка узкая, ориентированная на конкретный результат;
- развитие личности — концентрация на развитии в области поставленных задач;
- планирование перестановок жесткое, в соответствии с представлениями руководства о целесообразности.

Стратегия ликвидации. Продажа активов компании с целью устранения убытков. В будущем возможно сокращение штата, поскольку ожидается дальнейшее падение прибыли. Стратегия

управления персоналом в этом случае следующая: набор служащих маловероятен; оплата основана на заслугах, практически не повышается, без дополнительного стимулирования; оценка строгая, формальная, в соответствии с управленческими критериями; развитие и обучение — только в случае служебной необходимости; продвижение — только для тех, кто имеет требуемые навыки.

Стратегия круговорота. Основная цель — спасение компании. С целью выживания нередко принимаются меры по сокращению штатов. Управление персоналом имеет следующие характеристики: отбор персонала — только разносторонне развитые и квалифицированные сотрудники; оплата по системе стимулов и проверки заслуг; оценка по результату работы; обучение — тщательные отбор претендентов на повышение квалификации; продвижение может иметь различные формы

Список литературы

1. <https://www.hr-director.ru/article/66541-opredelyaem-strategiyu-upravleniya-personalom>
2. <https://www.klerk.ru/boss/articles/143285/>

Подписано в печать 25.07.2022г. Формат бумаги 70x100.

Бумага офсетная. Усл. печ. л. 11,12. Тираж 500 экз.

Заказ 16-22

Отпечатано в ООО «ПромпилотПро»

г. Тула, ул. Тургеневская, 63/50, офис 5

Моб.: +7 (910) 157-05-05

E-mail: prom-pilot@mail.ru

ISBN 978-5-6046797-8-4



9 785604 679784