

**Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение  
высшего образования  
«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»  
Ярославский филиал**

**МОЛОДЕЖЬ,  
НАУКА, ПРАКТИКА**

*Сборник научных трудов 59-й Национальной  
научно-практической конференции студентов,  
магистрантов и аспирантов с международным участием*

**Том 1**

**Ярославль 2019**

**УДК 33:061.3**  
**ББК 65**  
**М 75**

Печатается по решению Ученого  
совета Ярославского филиала  
Финансового университета при  
Правительстве Российской  
Федерации

**Рецензент:**

А.Д. Бурькин, доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры «Экономика и менеджмент» Ярославского филиала ОУП ВО «Академия труда и социальных отношений».

**М75 Молодежь, наука, практика** [Текст] / Сборник научных трудов 59-й Национальной научно-практической конференции студентов, магистрантов и аспирантов с международным участием Ярославского филиала Финансового университета при Правительстве Российской Федерации в 2 т. Т. 1 / кол. авторов; под ред. В.А. Кваши, А.В. Юрченко. – Ярославль: Канцлер, 2019. – 434 с.

**ISBN 978-5-6041805-8-7**

В сборник включены тезисы докладов участников 59-й Национальной научно-практической конференции студентов, магистрантов и аспирантов с международным участием «Молодежь, наука, практика», посвященной 100-летию Финансового университета при Правительстве Российской Федерации, проведенной на базе Ярославского филиала Финансового университета.

Представлены актуальные исследования в области экономики и финансов; менеджмента и маркетинга; информационных технологий; государственного и муниципального управления; учетных практик, финансового анализа и аудита производственно-хозяйственной деятельности организаций.

Тезисы докладов представлены в авторской редакции по материалам, представленным в электронном виде. Ответственность за содержание материалов несут авторы.

УДК 33:061.3  
ББК 65

© Коллектив авторов, 2019  
© Ярославский филиал  
Финансового университета при  
Правительстве Российской Федерации, 2019

## СОДЕРЖАНИЕ

<i>Приветственное слово Косихиной Н.В.</i> .....	11
<i>Секция 1 «Современная экономика: теория и практика»</i> .....	12
Развитие кооперативно-интеграционных формирований в республике Беларусь <i>О.В. Селиберова</i> .....	12
Анализ финансовой доступности для граждан России <i>Е.О. Соколова, Е.О. Шепелева</i> .....	15
Особенности ипотечного кредитования в современных условиях <i>А.Р. Давлеткиреева</i> .....	19
Особенности применения концепции маркетинга А-Микс на предприятиях республики Беларусь <i>Н.С. Костюшко, С.В. Тагиль</i> .....	22
Туризм как ведущий сектор экономического развития Кыргызстана <i>И.Н. Абасканов</i> .....	25
Социальные медиа как двигатель роста кредитной организации <i>Е.А. Аверьянова, К.А. Смирнова</i> .....	28
Налог на прибыль организаций, его роль в налоговой системе Российской Федерации и нововведения в 2018 году <i>А.А. Бердов, Е.В. Иванова</i> .....	31
Финансовая грамотность молодежи в Российской Федерации <i>И.В. Блохина</i> .....	35
Анализ кредитного портфеля ПАО «Сбербанк России» <i>В.А. Гавриловичева</i> .....	39
Ответственность за правонарушения бюджетного законодательства <i>Е.О. Головчанская</i> .....	42
Экономическая безопасность в банковской сфере в Российской Федерации <i>Ю.О. Григорьева</i> .....	46
Рынок проектов государственно-частного партнерства в субъектах Российской Федерации: этапы развития <i>В.А. Деркач</i> .....	50
Эластичный спрос: прикладной аспект на примере рынка бензина <i>А.Н. Жаринова</i> .....	55
Лизинг в деятельности организации <i>А.О. Завьялова</i> .....	58
Недобросовестная реклама: много ли ее в нашей жизни? <i>А.А. Загоруйко</i> .....	61

Формы взаимодействия крупного и малого бизнеса в России: возможность их применения для начального бизнеса в Ярославской области <i>К.В. Задорожная</i> .....	64
Анализ развития рынка телекоммуникаций в России <i>М.А. Квасникова</i> .....	68
Понятие доступности финансовых услуг <i>А.А. Козик, М.А. Шубнякова</i> .....	72
Религиозный туризм и паломничество: влияние на экономику Ярославской области <i>Е.О. Колмакова</i> .....	76
Роль гастрономического туризма в экономике Ярославской области <i>А.В. Копылова</i> .....	79
Процесс картелирования в мировой экономике на примере ОПЕК <i>В.М. Корнеева</i> .....	81
Проблема невозобновляемости земельных ресурсов в экономике Ярославской области <i>В.С. Ладонина</i> .....	83
Проблемы правового регулирования налоговой системы в России <i>К.О. Макарова</i> .....	87
Особенности современной денежно-кредитной политики России <i>П.С. Маркова</i> .....	90
Сущность и направления стимулирующего банковского регулирования <i>А.И. Михайлова, О.А. Галахова</i> .....	93
Налоговая политика государства как инструмент модернизации экономики <i>Л.С. Муратова, П.В. Новожилова</i> .....	97
Особенности функционирования рынка труда в Вологодской области <i>М.Д. Наджафов</i> .....	100
Модернизация экономики и высокий уровень износа основных фондов Российских предприятий <i>Д.В. Пикалова</i> .....	103
Динамика численности экономически активного населения Ярославской области <i>А.А. Попович</i> .....	107
Взгляд на человеческий капитал с позиции традиционной и поведенческой экономики <i>Д.Н. Прищепина</i> .....	109
Налоговое стимулирование инвестиционной деятельности <i>Е.М. Ражева, Ю.О. Семенова, Е.О. Епишина</i> .....	113

Налоговое стимулирование зеленой экономики: российский и зарубежный опыт <i>Л.А. Скуридина, А.А. Костерин, А.В. Астраханцева</i> ..	116
Подходный налог: социальная справедливость и экономическая эффективность (Российский и зарубежный опыт) <i>Н.А. Слостников, А.В. Троицкий</i> .....	119
Особенности предпринимательского риска в России <i>А.А. Смирнова</i> .....	123
Быть ли биометрии в банках или проще по старинке? <i>Е.Н. Сорокина</i> ....	127
Становление концепции цифровой экономики в республике Беларусь <i>Е.А. Терещенко</i> .....	129
Механизмы поддержки экспорта туристических и строительных услуг в Турецкой республике <i>А.А. Трушкевич</i> .....	132
Развитие омниканальности в банковской деятельности <i>П.А. Черенкова, Е.Н. Ульянова</i> .....	135
Экономика республики армении после бархатной революции <i>Г.Т. Хачатрян</i> .....	139
Теневая экономика и состояние преступности в России: итоги 2018 года <i>И.А. Юрченко</i> .....	142
Особенности дистанционного банковского обслуживания клиентов <i>Д.Г. Веревкина, А.А. Сухарева</i> .....	147
Особенности современной денежно-кредитной политики России <i>П.С. Маркова</i> .....	150
Фондовые биржи <i>Д.С. Бочерова</i> .....	154
Эффективность налогового контроля как основной показатель продуктивности работы налоговых органов Российской Федерации <i>А.А. Брылёв</i> .....	158
Влияние глобализации на воспроизводство человеческого капитала <i>Д.Ю. Герасимов</i> .....	162
К вопросу о дезинтеграции в ЕС <i>Е.Г. Капаева, Ю.А. Быкова</i> .....	166
Методика выбора курорта черного моря на летний период 2019 года <i>Д.В. Копылова</i> .....	170
Недобросовестные практики на рынке финансовых услуг: понятие и инструменты противодействия <i>Т.Н. Некрасова</i> .....	174

Требования к человеческому ресурсу в современных условиях экономики <i>И.Е. Чернышева</i> .....	178
<b>Секция 2 «Современные аспекты развития менеджмента и маркетинга»</b> .....	182
Методы оценки стрессоустойчивости педагогов в организациях дополнительного образования <i>Р.М. Исаев</i> .....	182
Система управления денежными потоками предприятия <i>Н.И. Васютина</i> .....	184
Мотивационный компонент, его роль значение в процессе работы предприятия <i>В.А. Левченко, Г.А. Батори</i> .....	188
Самоменеджмент как необходимое условие для успеха современного специалиста в сфере управления <i>А.С. Арзамцева</i> .....	192
Когнитивный диссонанс в поведении потребителей в информационную эпоху <i>Д.В. Пикалова</i> .....	195
Корпоративная культура и ее роль в управлении организацией <i>В.А. Фёдоров</i> .....	199
Стратегия повышения финансовой доступности в России <i>В.С. Язева, А.Д. Трухачева</i> .....	202
Influencer marketing как эффективный маркетинговый канал привлечения новых клиентов <i>А.С. Зензик</i> .....	205
Тайм-менеджмент как средство успешной деятельности старшекласников и студентов <i>А.Л. Казанцев</i> .....	208
Российский рынок гостиничных услуг: проблемы, тенденции и перспективы развития <i>Л.С. Шевченко</i> .....	211
Проблемы реализации национальных проектов в России <i>А.А. Винокурова, Т.В. Иванова</i> .....	214
Современные аспекты развития менеджмента и маркетинга <i>Р.Э. Сатилов</i> .....	218
Крауд-маркетинг как современная технология маркетинга <i>Э.В. Козич</i> .....	219
Эмоциональные аспекты ведения деловых переговоров в профессиональной сфере <i>А.С. Алексеева</i> .....	223
Современные технологии в повышении эффективности деловых коммуникаций <i>К.В. Алексеева</i> .....	226

Разработка концепции и критериев оценки системы мотивации персонала в системе менеджмента высокотехнологичного совместного предприятия <i>С.А. Архиреева</i> .....	230
Тенденция развития кредитного рынка в условиях информатизации общества <i>Н.А. Виноградова</i> .....	233
Развитие системы страхования жизни и здоровья в РФ <i>А.А. Винокурова, Т.В. Иванова</i> .....	238
Методические подходы к построению системы оценки и управления параметрами угроз экономической безопасности предприятия <i>С. Гоккоева, А.Д. Волкоморова</i> .....	241
Применение аутплейсмента в России <i>В.Р. Воргунова</i> .....	244
Процесс риск-менеджмента <i>В.В. Гомозов, А.С. Зарюгина</i> .....	248
Современные подходы к созданию благоприятного психологического климата в организации <i>Ю.О. Григорьева</i> .....	251
Эффективное деловое общение в представлении молодежи <i>В.Р. Зубкова</i> .....	254
Делегирование полномочий как управленческая функция <i>А.А. Исхакова</i> .....	257
Эффективные инструменты работы с информацией: телефон или блокнот? <i>Т.И. Картуха</i> .....	260
Оценка и выбор конкурентоспособного технологического процесса обработки изделий <i>Т.Т. Каюмов</i> .....	263
Оценка качества услуг по перевозке пассажиров <i>Т.Т. Каюмов</i> .....	267
Предпринимательский риск в деятельности предприятия <i>А.И. Кириллова</i> .....	274
Совершенствование системы управления персоналом в рамках стратегического управления организацией <i>Т.С. Ковалева</i> .....	276
Глобализация мировой экономики как предпосылка развития международного маркетинга <i>Н.С. Костюшко</i> .....	280
Оценка эффективности рекламы: проблемы методологии <i>Д.С. Кудяева</i> .....	282
Проблема выявления сотрудников-лидеров в организации <i>М.Д. Кузьмина</i> .....	285

Современные аспекты направления и развития управленческого маркетинга <i>А.А. Мамедов</i> .....	287
Основные принципы и особенности управления «удаленными» сотрудниками <i>О.А. Мезенцева</i> .....	291
Особенности зарубежных моделей менеджмента <i>Л.С. Муратова</i> .....	295
Инструмент предварительной оценки эффективности программ поддержки бизнеса <i>И.А. Наумов</i> .....	298
Оценка стоимости бренда: подходы и методы измерения <i>О.Д. Нахмова</i> .....	302
Значение невербального общения в деловых коммуникациях <i>Е.А. Самаковская</i> .....	305
Нейротехнологии в маркетинге <i>А.О. Сапега</i> .....	308
Разработка и продвижение бренда организации <i>О.А. Слепушкина</i> .....	311
Правила успешных переговоров в сфере бизнеса <i>Е.А. Соколов</i> .....	313
Современные направления развития маркетинга <i>С.В. Тагиль</i> .....	316
Молчание как эффективный инструмент деловых коммуникаций <i>А.Н. Тураева</i> .....	318
Значение мотивации в управлении организацией <i>А.С. Тюрюханова</i> .....	321
Методики управления эмоциями при ведении деловых переговоров <i>В.С. Язева</i> .....	324
Об образовании и квалификации государственных и муниципальных служащих <i>А.Г. Парфёнова</i> .....	327
Сущность устойчивого финансового состояния организации <i>М.О. Ващенко</i> .....	330
«РЖД в рекламе не нуждается»: истина или ложь? <i>А.Д. Большакова</i> .....	333
Модель постепенного наращивания деятельности организации <i>А.И. Бурмистров</i> .....	335
Примерный план коммуникационного присутствия ОАО «Шкловский маслодельный завод» на рынке молочных продуктов <i>О.В. Курыло</i> .....	339
<b>Секция 3 «Актуальные проблемы и перспективы развития государственного и муниципального управления»</b> .....	343



Инструмент сравнительной оценки альтернативных долговых источников заимствований для регионов РФ <i>И.А. Наумов</i> .....	343
Маркетинговые аспекты формирования репутационного капитала военных образовательных учреждений <i>О.А. Артамонова</i> .....	346
О первоочередных задачах должностных лиц органов исполнительной власти РФ <i>А.Р. Колесова</i> .....	350
Об организационных основах местного самоуправления <i>Е.П. Алдошина</i> .....	354
Организация системы оповещения населения в условиях чрезвычайных ситуаций (на примере Ярославской области) <i>А.В. Бобылева</i> .....	357
Борьба с коррупцией в системе государственного управления <i>О.В. Вострякова</i> .....	361
Управление государственными закупками: проблемы нормативно-правового обеспечения <i>Д.Р. Голина</i> .....	364
Проект «Совершенствование механизма управления малым бизнесом» <i>В.В. Гомозов, А.С. Зарюгина</i> .....	367
Проблемы и пути совершенствования системы социальной защиты материнства и детства <i>А.Р. Даминова</i> .....	369
Повышение качества государственного управления в сфере противодействия коррупции <i>Е.В. Ерина</i> .....	372
Объекты регионального государственного контроля (надзора) за обеспечением доступности для инвалидов объектов социальной инфраструктуры и предоставляемых услуг на примере Ярославской области <i>А.А. Иванов</i> .....	376
Проблемы внедрения проектного управления в деятельность государственных органов <i>А.А. Исхакова</i> .....	379
Система оценки эффективности деятельности органов местного самоуправления муниципальных образований (на примере Ярославской области) <i>К.А. Комарова</i> .....	383
Подходы к повышению эффективности деятельности многофункциональных центров по предоставлению государственных и муниципальных услуг <i>Е.Д. Мочалова</i> .....	387

Организация государственного регулирования и поддержки развития малого и среднего предпринимательства в Ярославской области <i>А.С. Первушина</i> .....	390
Теоретико-правовые проблемы понятия «государственный финансовый контроль» <i>А.О. Печников, М.А. Волков</i> .....	394
Некоторые актуальные проблемы государственного управления в России <i>Е.П. Пузанкова</i> .....	398
Актуальные проблемы государственного и муниципального управления в России <i>В.И. Рыкушина</i> .....	402
Развитие государственно-частного партнерства в сфере спорта (на примере Ярославской области) <i>А.Д. Семенюк</i> .....	405
Современная экологическая политика Ярославской области <i>О.Д. Сысоев</i> .....	408
Совершенствование системы управления в сфере культуры на примере департамента культуры Ярославской области <i>А.М. Шабанова</i> .....	411
О вовлечении молодых интеллектуалов в процесс совершенствования деятельности органов местного самоуправления <i>И.В. Тихонов</i> .....	415
Информационные технологии в сфере государственного и муниципального управления <i>А.В. Трушкова</i> .....	419
Организация муниципального управления в сельской местности (на примере администрации левобережного сельского поселения Тутаевского муниципального района Ярославской области) <i>Д.Ю. Грязева</i> .....	422
Система межбюджетных отношений и пути ее совершенствования на региональном уровне <i>Т.В. Павлуткина</i> .....	426
Методический инструментарий для оценки качества жизни населения в деятельности органов власти <i>В.Ю. Бухвалова</i> .....	430

**Приветственное слово**  
**Члена Совета Федерации Федерального Собрания Российской**  
**Федерации от Ярославской области,**  
**Члена Комитета Совета Федерации по науке, образованию и культуре**

**Уважаемые участники конференции! Дорогие друзья!**

Национальная научно-практическая конференция «Молодежь, наука, практика» проводится в сложных социально-экономических и внешнеполитических условиях. Во-первых, сегодня необходима детальная оценка перспектив развития отечественной экономики и финансов на фоне осознания того, что активно реализовывавшаяся в стране сырьевая модель экономического роста себя в значительной мере исчерпала. Во-вторых, в системе отечественного образования и науки, являющихся главными источниками обеспечения молодыми высококвалифицированными кадрами процесса достижения национальных стратегических целей и задач по инновационному развитию отечественной экономики, существует ряд проблем, требующих осмысления, системной и настойчивой работы по их разрешению.

Конференция, проводимая в год 100-летия образования Финансового университета при Правительстве РФ, — это масштабное событие в студенческой науке! На форум поступили материалы, содержащие результаты более 250 научных исследований. Около 150 участников представляют полученные результаты в очном формате. Среди зарубежных участников представители Алжира, Анголы, Армении, Белоруссии, Вьетнама, Кыргызстана, Таджикистана, Финляндии.

Выражаю пожелание и уверенность, что уже на следующий год конференция получит статус международной.

Анализ материалов конференции позволяет сделать вывод, что современные проблемы в области экономики и управления не оставляют равнодушными студентов, магистрантов, аспирантов, молодых ученых и практиков в различных областях знаний. Эти проблемы, с теми или иными особенностями, характерны как для различных регионов России, так и для государств, представители которых приняли участие в работе форума. Они требуют детального обсуждения, всестороннего обоснования назревших решений.

Дорогие друзья! Только внимательнейшим образом изучив, поняв и систематизировав существующие проблемы, исследовав возможные способы их разрешения, можно эффективно и своевременно принимать управленческие решения, направленные на дальнейшее развитие нашего общества.

Желаю Вам результативной работы!

**С наилучшими пожеланиями**

**Наталья Владимировна Косихина**

## СЕКЦИЯ 1 «СОВРЕМЕННАЯ ЭКОНОМИКА: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА»

УДК 338.43

### РАЗВИТИЕ КООПЕРАТИВНО-ИНТЕГРАЦИОННЫХ ФОРМИРОВАНИЙ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

**О.В. Селиберова**

*Научный руководитель: Кондратенко С.А., канд. экон. наук, доцент  
Республиканское научное унитарное предприятие «Институт системных исследований в АПК Национальной академии наук Беларуси»*

Кооперация и интеграция по своему существу являются следствием и условием научно-технического прогресса. Мировой и отечественный опыт показывает, что кооперация и интеграция составляют неотъемлемую часть перехода агропромышленного производства Беларуси на инновационный путь развития. При интеграции сельскохозяйственного и перерабатывающего производства появляются дополнительные преимущества, это касается интеграционных формирований, имеющих в своём составе предприятия, представляющих все звенья технологической цепи – от производства и заготовки сырья до реализации готовой продукции.

В результате проводимых работ по реформированию, совершенствованию организационной структуры и углублению интеграционных процессов за 2001-2016 гг. в АПК Республики Беларусь осуществляют деятельность 46 кооперативно-интеграционных формирования (в рамках которых осуществляется производство сырья, его переработка и сбыт конечной продукции) 41 из которых входит в систему Минсельхозпрода, концерна «Белнефтехим» - два, негосударственные структуры (ОАО «Туровщина» и ОАО «Смолевичский бройлер») – две, и один концерн «Белгоспищепром». Мониторинг действующих моделей интегрированных формирований свидетельствует, что на начало 2017 г. в АПК республики функционируют 14 холдингов, в том числе 12 с участием государства и два частных холдинга: «Агропромышленный холдинг «Славянский Велес» (г. Витебск) и холдинг «Галерея Вкуса» (г. Минск). Холдинг позволяет обеспечить необходимую рационализацию производства, предполагающую углублению специализации на отдельных стадиях технологического процесса. Холдинги реализуют свои преимущества в обеспечении надлежащего финансового и налогового планирования. Участники холдинга освобождаются от налогообложения движения денежных средств, товаров, работ и услуг внутри холдинга при

условии, что они используются в собственном производстве. При оценке результатов их производственно-экономической деятельности за 2014-2016 гг. выявлено, что общий объем выручки от реализации продукции вырос на 13,6 % по сравнению с аналогичным периодом 2015 г. Сформированные модели различаются: способом объединения, формой собственности, составом участников, территориальным охватом, организационно-правовыми формами [2; 3].

Благодаря большому количеству инвестиций, вложенных за последние 10 лет в АПК Республики Беларусь, удалось сохранить и модернизировать эту отрасль экономики, однако в условиях рыночной экономики и ужесточения конкуренции остро встал вопрос о повышении эффективности функционирования АПК. В 2016 году была принята Государственная программа развития аграрного бизнеса в Республике Беларусь на 2016-2020 годы, задачами которой является реформирование убыточных и устойчиво неплатёжеспособных предприятий, а также формирование благоприятных экономических условий и стимулов для развития всех субъектов хозяйствования АПК [1].

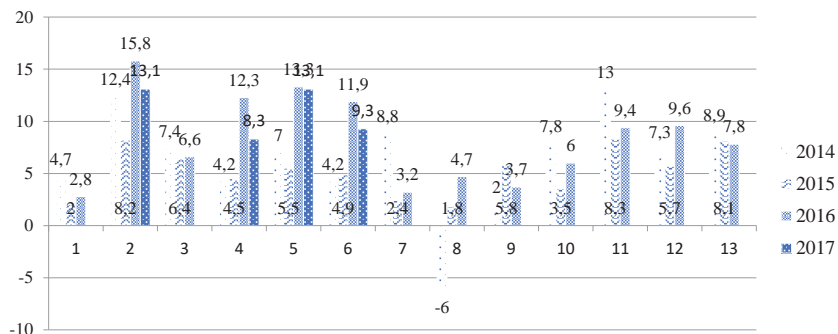
Реализация этой программы нацеливает субъектов хозяйствования на достижение показателей рентабельности продаж не менее 10 процентных пунктов. Как показывает практика, рентабельность продаж, в общей совокупности агропромышленных холдингов в 2016 г. достигли: концерн «Брестмясомолпром» в размерере 15,8%, Гродномьясомолпром – 13,3%, Гомельская мясомолочная компания – 12,3%, Мясомолпром – 11,9%. Динамика изменения рентабельности продаж в агропромышленных холдингах РБ за 2014-2017 гг. представлена на рисунке 1.

Как мы можем наблюдать, рентабельность продаж и рентабельность реализованной продукции, товаров, работ, услуг по этим же холдингам мясопродуктового подкомплекса Республики Беларусь за 2017 год в сравнении с 2016 годом немного снизилась, свои позиции потеряли Гомельская мясо-молочная компания и Мясомолпром, процентные пункты по которым упали ниже 10 (см. табл. 1.)

В процессе проведенных исследований, нами были выявлены основные особенности развития агропромышленной интеграции Республики Беларусь в современных условиях развития:

- привлечение иностранных инвестиций;
- для организации производства, особенно в условиях рыночной конкуренции, возникает необходимость сближения субъектов хозяйствования на каждом этапе технологической цепи;
- влияние конъюнктуры рынка на формирование маркетинговых структур;

- наращивание экспортного потенциала, благодаря усилению роли экономических интересов хозяйствующих субъектов;
- улучшение качества продукции, а также расширение ассортимента продуктов питания возможно при применении современных технологических регламентов.



- |                                     |   |                         |
|-------------------------------------|---|-------------------------|
| 1 Агрокомбинат "Мачулищи"           | 7 Агромашсервис                                     | 12 Минск Кристалл Групп |
| 2 Концерн "Брестмясомолпром"        | 8 Могилевобллен                                     | 13 Гомельоблхлебпродукт |
| 3 Брестоблхлебпродукт               | 9 Могилевхлебпродукт                                |                         |
| 4 Гомельская мясо-молочная компания | 10 Могилевская молочная компания "Бабушкина Крынка" |                         |
| 5 Гроднямясомолпром                 | 11 Славянский Велес                                 |                         |
| 6 Мясомолпром                       |   |                         |

Рисунок 1. Рентабельность продаж в агропромышленных холдингах Республики Беларусь за 2014-2017 гг.

Комплексное использование особенностей, приведенных выше позволяет учесть, влияние условий внешней инвестиционной среды, рыночные требования по снижению затрат производства и формированию конечной цены на продукцию и др. В целях повышения эффективности деятельности кооперативно-интеграционных формирований необходимо системное развитие механизма корпоративного управления, для чего крайне важно найти эффективное решение вопросов, которые связаны с защитой прав собственников, соблюдением баланса интересов отдельных компаний и корпоративной структуры в целом.

Выполненный нами системный анализ современного состояния и развития мясного рынка, а так же эффективность функционирования интегрированных агропромышленных формирований мясопродуктового подкомплекса Республики Беларусь показал, что в Республике Беларусь

рынок мяса и мясопродуктов является одним из основных сегментов в структуре продовольственного рынка как по емкости (объем продаж и покупок, число видов продаваемых товаров), так и по числу участников сельскохозяйственных организаций и крестьянских (фермерских) хозяйств.

Таблица 1. - Рентабельность продаж и рентабельность реализованной продукции, товаров, работ, услуг (в процентах)

Наименование холдинга	Рентабельность продаж		Рентабельность реализованной продукции, товаров, работ, услуг	
	январь-декабрь 2016 г.	январь-декабрь 2017 г.	январь-декабрь 2016 г.	январь-декабрь 2017 г.
Концерн Брестмясомолпром	15,8	13,1	19,8	16,2
Гомельская мясо-молочная компания	12,3	8,3	14,9	9,7
Гродномясомолпром	13,3	13,1	16,9	16,6
Мясомолпром	11,8	9,3	14,3	11,0

Примечание. Таблица составлена автором на основании данных Министерства Сельского Хозяйства и Продовольствия Республики Беларусь.

### **Библиографический список**

1. Государственная программа развития аграрного бизнеса в Республике Беларусь на 2016 – 2020 годы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.mshp.gov.by/programms/a868489390de4373.html>.

2. Ленская Т.И. Совершенствование экономического механизма функционирования агропромышленных интегрированных формирований холдингового типа / Т.И. Ленская // Экономические вопросы развития сельского хозяйства Беларуси: межведомств. темат. сб. / Ин-т систем. исслед. в АПК Нац. акад. наук Беларуси; ред.: В.Г. Гусаков [и др.]. - Минск, 2015. - Вып. 43. - С. 107-116.

3. Могилевский, С.Д. Управляющая организация хозяйственного общества: вопросы теории и практики / С.Д. Могилевский // Гражданин и право. - 2003. - № 4. - С. 94-105.

УДК 336.13

## **АНАЛИЗ ФИНАНСОВОЙ ДОСТУПНОСТИ ДЛЯ ГРАЖДАН РОССИИ**

***Е.О. Соколова, Е.О. Шепелева***

*Научный руководитель: Карасев А.П., канд. экон. наук, доцент  
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,  
Ярославский филиал*

На данный момент в Российской Федерации существует проблема финансовой доступности для граждан отдельных регионов. Прежде чем аргументировать этот тезис, необходимо дать определение понятию «финансовая доступность».

Финансовая доступность - это состояние финансового рынка, при котором все дееспособное население страны, а также субъекты малого и среднего предпринимательства имеют полноценную возможность получения базового набора финансовых услуг, которая характеризуется совокупностью следующих условий [1]:

1) оснащенность средствами для предоставления финансовых услуг (физическая возможность получения услуг в отделениях и филиалах финансовых организаций посредством банкоматов, электронных и платежных терминалов, через платежных агентов, банковских платежных агентов, страховых агентов, страховых брокеров, организации федеральной почтовой связи и/или возможность дистанционного/удаленного доступа к получению финансовых услуг посредством сети Интернет, с использованием мобильного телефона и иных устройств во всех населенных пунктах Российской Федерации);

2) востребованность финансовых услуг (устойчивый спрос со стороны населения и/или субъектов малого и среднего предпринимательства на доступные финансовые услуги);

3) качество финансовых услуг (бесперебойное и безопасное предоставление финансовых услуг, ценовая доступность финансовых услуг для значительного числа потребителей, доверие граждан к финансовым институтам и предоставляемым ими услугам, эффективная система защиты прав потребителей финансовых услуг);

4) полезность финансовых услуг (финансовая грамотность населения, понимание покупателем сущности оказываемых ему услуг, оценка потребителем степени положительного/отрицательного влияния оказываемых ему услуг на качество его жизни) [3].

На данный момент в России есть ряд проблем, связанных с финансовой доступностью. Они являются следствием того, что российский финансовый рынок относительно молод, а также связаны с уникальными особенностями страны, включая ее географические и демографические характеристики. Одной из таких проблем является сложность преодоления "последней мили", то есть вопроса взаимодействия с теми категориями населения, которые проживают в сельской местности, в далеких, малолюдных и труднодоступных районах, где осложнена возможность получать обслуживание на постоянной основе, в том числе при помощи



удаленного доступа к финансовым услугам. Финансовые услуги по-прежнему в большей степени доступны в крупных городах, и уровень их проникновения снижается в отдаленных и сельских районах, которые находятся за пределами городских центров.

На последнем заседании Президиума Госсовета, на котором были озвучены многочисленные проблемы в банковской сфере, был поднят вопрос о необходимом обеспечении финансовыми услугами населения удаленных регионов РФ. Со слов президента В. В. Путина около 50% жителей страны не имеют доступа к банковскому сервису. Успешное создание необходимой финансовой структуры для всех слоев населения невозможно без решения правовых, технологических и организационных вопросов. Именно проблемное правовое регулирование вызывает основные затруднения в сфере финансовой доступности для населения страны. Для решения вышеуказанных проблем необходимо вначале провести анализ финансовой доступности для жителей различных округов РФ, то есть определить наличие инфраструктуры предоставления финансовых услуг. Для этого исследования были использованы данные ЦБ Российской Федерации. Результаты исследования представлены на диаграммах (см. рис. 1 - 3).

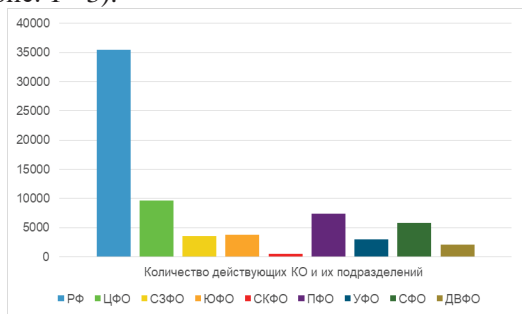


Рисунок 1. Количество действующих кредитных организаций и их подразделений

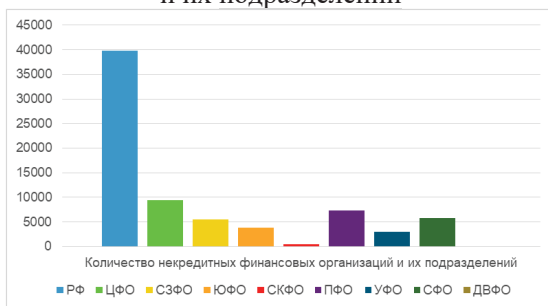


Рисунок 2. Количество некредитных организаций и их подразделений

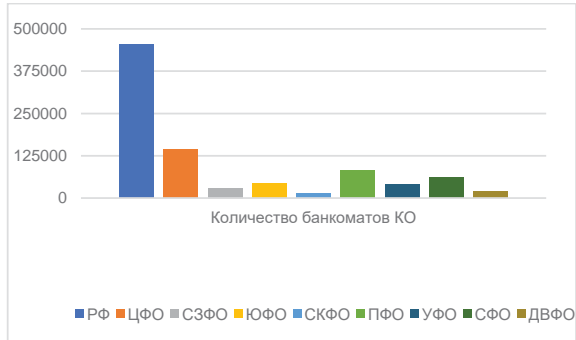


Рисунок 3. Количество банкоматов кредитных организаций

Исходя из диаграмм, можно сделать вывод, что распределение банковских и банкоматных сетей, а также различных кредитных организаций по регионам России крайне неравномерное. Мы можем увидеть сверхпредложение в больших городах, а в удаленных частях страны наблюдается отсутствие необходимого количества банкоматов, кредитных и некредитных организаций. При этом в последние два года финансовые институты активно сокращают свои региональные сети, в первую очередь, в финансово малоперспективных районах [2].

Наибольшая финансовая доступность наблюдается в Центральном федеральном округе. Там зафиксировано 9697 действующих кредитных организаций, 9471 некредитных организаций и 143523 банкомата. Напротив, многие финансовые услуги недоступны жителям Северо-Кавказского (497 действующих кредитных организаций и некредитных организаций, 12711 банкоматов) и Дальневосточного округов (2127 кредитных организаций и 19801 банкоматов). Общее количество кредитных организаций в России – 35494, количество некредитных организаций – 39851, количество банкоматов – 455336. Таким образом, состояние финансовой доступности в России на 2018 год можно охарактеризовать как удовлетворительное, но только для отдельных регионов.

Найти решение данной задачи Центробанк собирается посредством формирования каналов дистанционного экономического обслуживания. В данном случае, разумеется, следует решить иную значительную проблему – эмоциональную неподготовленность населения дальних и подавленных регионов применять инновационные средства в обыденной жизни. Соответственно, одновременно с диджитализацией банковского сервиса

необходимо повышать финансовую и интернет - грамотность населения [4].

### **Библиографический список**

1. Стратегия Банка России по повышению финансовой доступности в России на период 2018-2020 гг.
2. Официальный сайт ЦБ России. Режим доступа - <https://www.cbr.ru>
3. Будь финансово бдителен. Режим доступа - <http://stoppiramida.ru/materials/finans-dostupnost/>.
4. Эксперт. Режим доступа - <https://raexpert.ru/strategy/conception/part>.

УДК 336.77

## **ОСОБЕННОСТИ ИПОТЕЧНОГО КРЕДИТОВАНИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ**

*А.Р. Давлеткиреева*

*Научный руководитель: Рахматуллина Ю.А., канд. экон. наук, доцент  
Финансовый университет при Правительстве РФ, Уфимский филиал*

Ключевым аспектом современности является ипотечное кредитование, которое выражает актуальную проблему долговременных, имущественных займов [1, с. 12]. Потребность человека в имуществе можно сопоставить с результатами исследований американского психолога Абрахам Маслоу. Ученый проанализировал нужды человека, выделил их в виде иерархической лестницы. Данная иерархия строится от физиологических потребностей до духовных. Однако дифференцировать современное общество, опираясь на учение А. Маслоу, сложно. Несколько веков назад перед человеком стояла задача выживания: в первую очередь, найти, что съесть, то сегодня, эти проблемы малоактуальны. Считавшиеся несколько десятков лет назад дефицитными товарами может приобрести каждый трудоспособный и дееспособный гражданин. Более того, у каждого второго гражданина есть личное автотранспортное средство, а отсутствие мобильного телефона вызывает недоумение у окружающих. Сопоставляя потребности человека в имуществе с пирамидой Маслоу, можно сказать, что однозначным сектором рынка, где четко прослеживается дифференциация, является недвижимость. Именно здесь человек, может потреблять только то, на что он заработал. Приобрести жильё не по средствам сложно, даже в ипотеку.

В настоящее время наибольшую потребность в собственном имуществе испытывают молодые семьи [2, с. 23]. Семьи, которые воспользовались услугой банков – ипотекой, создали дополнительный

спрос на имущество, так как большинство не могут решить жилищный вопрос за счет собственных средств.

Исследования специалистов национального агентства (далее - НАФИ) показали, что количество россиян, планирующих улучшить свои жилищные условия с использованием ипотеки и других кредитных продуктов, стабильно растет. Почти треть россиян планируют улучшить свои жилищные условия в ближайшие три года (30%). И традиционно этот вопрос наиболее остро стоит у респондентов молодого возраста (от 18 до 34 лет).

В вопросах улучшения жилья (в случае приобретения, строительства) россияне рассчитывают в равной степени, как на ипотеку, так и на собственные средства [3, с. 99]. При этом количество тех, кто надеется на ипотечный кредит, продолжает стабильно расти. Тех, кто полагается исключительно на свои финансы, наоборот, за прошедший год стало меньше, хотя годом ранее доля таких только увеличивалась. Количество планирующих улучшить условия жилья за счет потребительского кредита сократилось в 2 раза. Востребованность других возможных источников финансирования (социальная ипотека, ссуда от работодателя) не изменилась.

Согласно анализу 8% россиян снимают жилплощадь, и половина из них собираются жить в съемном жилье еще год-два [4, с. 35]. Об этом свидетельствуют результаты опроса, проведенного Аналитическим центром НАФИ. По сравнению с другими странами граждане России предпочитают жить в собственном жилье, чем в арендованном. Например, в Германии лишь 43% населения имеют собственное жильё, оставшиеся, в свою очередь, предпочитают арендовать. Специалисты считают, что их привлекает такая форма лишь из-за низких цен. Государство контролирует ситуацию с помощью арендных ставок. Например, немецкое законодательство не позволяет превышать цены аренды более чем на 15% в течение первых трёх лет. В таких странах как Германия, Ирландия и США отсутствует ипотечный вычет, что является еще одним фактором выбора арендного жилья, так как снимать выходит дешевле, чем покупать. Вдобавок можно добавить, что в вышеперечисленных странах требования к получению ипотеки достаточно жесткие.

По данным опроса НАФИ 2018 года к ключевым причинам нежелания брать ипотеку можно отнести следующее, во-первых, это высокая сумма переплаты, во-вторых, это высокие процентные ставки. Население не хочет жить в долг и неуверенность в будущем, свидетельствуют данные опроса.

Сложно сказать, что потребители финансово грамотно выбирают стратегию того, как и каким образом приобрести жилье, но банкам необходимо предлагать продукты, которые будут соответствовать потребностям и, прежде всего, возможностям клиентов.

В Российской Федерации темпы роста активов населения в целом ниже, чем темпы роста инфляции. Из этого вытекают проблемы у коммерческих банков, у которых уменьшается количество депозитов населения из-за того, что их накопления не покрывают текущий прирост цен.

Инфляция является фактором отбора потребителей для получения ипотечного кредита, а именно ипотека – продукт для населения с уровнем заработной платы выше средней. Соответственно, данный вид услуги можно назвать не массовым, а привилегированной.

Рынок строительства жилья имеет, к сожалению, проблемы с законодательной стороны. На данный момент данный рынок монополизирован, следствием которого является завышение стоимости жилья. Рынку недвижимости не хватает новых компаний, строящих новые проекты по адекватным ценам, что создаст конкуренцию и рынок жилья станет благоприятнее для соискателя недвижимости.

Еще одной немаловажной проблемой ипотечного кредитования является низкий доход населения и серая занятость, что усугубляет получение данного вида кредита. Для того, чтобы получить кредит необходимо предоставить справку 2-НДФЛ, подтверждающий соответствующий уровень дохода.

Средний доход по расчетам Росстата в Московской области в 2018 году составил 80 тыс. руб. В регионах России данные цифры дифференцируются по причине разного уровня жизни и равна 35 тысячам рублей.

Вышеуказанные проблемы ипотечного кредитования усугубляют его развитие и проявляются в виде недоступности для населения. Можно выделить следующие пути решения данных проблем:

- уменьшение ставок по ипотечному кредитованию;
- разработка и внедрение госпрограмм по социальному кредитованию особых слоев населения, которые оказались в не в простой жизненной ситуации;
- прозрачность рынка строящегося недвижимого имущества.

Указ президента РФ Путина В.В. «О национальных целях и стратегических задач развития на период до 2024 года» затрагивает решение жилищного вопроса, а именно: сделать ставку ипотечного

кредитования 8% и ниже; не менее 5 млн. людей РФ должны решить жилищную проблему; уменьшить объем непригодного жилья.

Сегодня приблизительно около 21 млн. человек проживают за чертой бедности, для которых ипотека недостижима. И снижение ставки до 6% не решит их проблему жилья.

В заключении, можно отметить, что Российская Федерация имеет достаточно проблем, которые замедляют развитие ипотеки. Устранение данных проблем – это комплекс мер, сочетающий сферу финансов, политики, строительства и государства, и банковской сферы. Разрешение всех проблем требует время, однако, прогнозируя, можно выделить то, что рынок ипотечного кредитования наберет обороты и станет доступен для широкого круга населения.

#### **Библиографический список**

1. Финансы, денежное обращение и ипотека: Учебное пособие / И.В. Попова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 304 с.

2. Оценка недвижимости / Тепман Л.Н., Швандар В.А. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 463 с.

3. Рахматуллина Ю.А. Анализ состояния ипотечного кредитования в российской Федерации // Сибирская финансовая школа. –2018.–№ 6(131). – С. 99-102.

4. Рынок недвижимости и ипотека: учебно-методическое пособие / Г.А. Лигай, К.М. Лигай.–М.: Евразийский открытый институт, 2008.-279 с.

УДК 338

## **ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ КОНЦЕПЦИИ МАРКЕТИНГА-МИКС НА ПРЕДПРИЯТИЯХ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

***Н.С. Костюшко, С.В. Тагиль***

*Научный руководитель: Костюкевич Е.А.*

*Барановичский государственный университет*

На каждом предприятии маркетинг-микс является набором основных инструментов, за которые отвечает отдел маркетинга. Главное целью его является повышение прибыли компании за счет максимального удовлетворения своих целевых потребителей и устойчивого развития организации.

В базовую модель 4 Р входят: стоимость, продукт, место продажи и продвижение. Необходимо рассмотреть основные элементы более подробно.

Product – Продукт. Продукт – это товар или услуга, которые организация предлагает потребителям (как потенциальным, так и существующим). Это основа концепции 4P, именно с этого этапа следует начинать разработку маркетинговой стратегии организации. В рамках разработки данной стратегии необходимо ответить на ряд вопросов:

Определите, какие функции будет выполнять ваш продукт? В чем его уникальное преимущество? Определите, насколько качественным будет ваш продукт? Для различных категорий потребителей показатель качества будет измеряться по-разному, например, одному потребителю важно, чтобы морковь была ровная и чистая, а другой судит о качестве по региону, где был собран урожай. Определите, насколько широким будет ассортимент, каким будет сервис для конечного пользователя.

К этому же разделу концепции относится и брендинг продукта. Необходимо разработать название, которое можно будет зарегистрировать и защитить, разработать логотип и фирменный стиль. Не менее важна и упаковка продукта, она должна выделяться среди конкурентов, чтобы потребитель сразу смог обратиться на нее внимание [1].

В Республике Беларусь примером предприятия, использующего данную концепцию, является ОАО «Крыница».

Price – Цена. Цена не только влияет на прибыль, которую получит организация, но и на восприятие товара потребителем. Если назначенная цена будет сильно выше или сильно ниже ожидаемой, это может негативно повлиять на решение о покупке и снизить доверие потребителей.

Ценовая политика организации определяет, в каком ценовом сегменте будет размещен продукт. Это напрямую влияет на восприятие потребителя. Установление цены напрямую влияет на стратегию входа на рынок.

При установлении цены необходимо задуматься о разных ценовых тактиках для различных каналов сбыта, например, можно установить особые скидки на объем или предложить особую цену на определенный набор товаров, такое «пакетное» предложение также позволит справиться с пересортицей. Не менее важно учесть цены, которые планируется установить на время различных акций (если компания планирует их проводить) или определить условия промо-мероприятий.

СП «Санта-Бремор» активно использует приемы данной концепции.

Place – Место. В этом компоненте маркетинг-микса рассматривается модель дистрибьюции товара. Продукт должен быть не только в нужном месте, но и в нужное время, чтобы потребитель решил его приобрести.

Необходимо определить географию реализации товара, планируемую экспансию на другие рынки и территории. Не менее важны каналы, по

которым будет распространяться товар, необходимо предусмотреть правила выкладки, ее размеры и штрафы для дилеров в случае нарушения требований. Следует определить, какое количество товара необходимо держать на складе на случай форс-мажора.

В Республике Беларусь примером использования данной концепции является деятельность ОАО «Витязь».

Promotion – Продвижение. К данному элементу относят всевозможные маркетинговые коммуникации. Они могут быть нацелены как на информирование потребителей о продуктах, создание или корректировку его образа, так и на создание потребности в приобретении или повторной покупке.

В этом разделе определяется желаемая стратегия продвижения (push или pull). Стратегия Push (проталкивания) - когда основной сбыт продукта происходит через развитую сеть посредников. Стратегия Pull (притяжения) - когда Вы стараетесь продавать самостоятельно. Ваша задача - обеспечить максимальную лояльность клиентов именно к себе [2].

Определяется бюджет коммуникаций и планируемая доля голоса бренда в общем потоке рекламных сообщений. Определяется результат, который планируется достигнуть в результате продвижения (он должен быть выражен в конкретных цифрах, например, ожидаемая доля рынка или повышение уровня лояльности клиентов на 10%). Выбираются каналы коммуникации, планируются необходимые мероприятия, которые компания планирует организовать или в которых необходимо принять участие. Разрабатывается медиа-стратегия и план проведения акций и других промо-мероприятий.

Среди предприятий Республики Беларусь данную концепцию широко применяет ОАО «Милавица».

По мере усложнения конкуренции на всех рынках модель маркетинг микса 4P также претерпела изменения и превратилась сначала в модель 5P, а затем в модель 7P. Основные составляющие маркетинг-микса 4P: Product(продукт), Price(цена), Place(место), Promotional(продвижение) могут быть использованы любой компанией. Новые 3P's, включенные в модель 7P: Process(процесс), People(люди) и Physical Evidence (физические способности) более соответствуют рынку B2B (business-to-business) и подходят для комплекса маркетинга на рынке услуг.

Таким образом, маркетинг-микс в маркетинговой деятельности организации способствует рациональному расходованию ресурсов за счет разработки конкретных программ, адресованных целевым группам потребителей, что в итоге приводит к достижению нужных экономических результатов работы, т.е. получению прибыли.



## **Библиографический список**

1. Разработка и продвижение бренда [Электронный ресурс] / 4P маркетинга. Основные концепции маркетинг-микса. – Режим доступа: <https://zg-brand.ru>.

2. Бизнес в интернете и этапы его развития. Достигаторство. [Электронный ресурс] / Стратегии продаж Push и Pull. – Режим доступа: <https://dramtezi.ru>.

УДК 379.85

## **ТУРИЗМ КАК ВЕДУЩИЙ СЕКТОР ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ КЫРГЫЗСТАНА**

*И.Н. Абасканов*, Киргизская Республика

*Научный руководитель: Рощина Н.В., канд. экон. наук, доцент*

*Ярославское высшее военное училище противовоздушной обороны*

Учитывая большой потенциал туризма в Кыргызстане, все согласятся с тем, что туризм является важным сектором для будущего развития Кыргызстана. Тем не менее, я бы посоветовал идти дальше в данном направлении, так как думаю, что туризму следует уделять первоочередное внимание, учитывая его огромное влияние, экономическую эффективность и другие положительные внешние эффекты.

Что касается его влияния, я считаю, что вклад сектора туризма в ВВП, который в настоящее время составляет 4,5%, за счет посещения около 1 млн. иностранных туристов должен быть увеличен не менее чем до 10%. Думаю, что этого можно добиться без больших усилий. Если такие страны, как Грузия, Армения смогли добиться вдвое большей доли туризма в ВВП, чем Кыргызстан, наша страна должна иметь возможность делать то же самое, если не лучше. Достижение этого уровня приведет к притоку дополнительных 400 млн. долл. США. ежегодно в сектор туризма. Отмечая, что расходы на туризм приводят к дополнительным расходам в других секторах, таких как IT, транспортный сектор и сектор строительства, так называемый мультипликативный эффект от туризма может составить сумму в 1 млрд. долл. США, которые пойдут на развитие экономики. Развитие туризма также будет способствовать улучшению проблемы хронического дефицита по счету текущих операций. Кроме того, преимущества туризма распространяются среди различных экономических агентов, включая отдельных лиц и малых предприятий, способствуя распределению доходов и развитию сельских районов.

Существуют также очень важные неэкономические положительные внешние эффекты от туризма, способствующие формированию

национальной идентичности, продвижению демократии и даже повышению самооценки людей. Само собой разумеется, что это будет эффективным средством сохранения и улучшения замечательного природного и культурного наследия Кыргызстана.

Учитывая все положительные стороны туризма, естественно возникает вопрос, насколько конкурентоспособным является туризм в Кыргызстане? Мой ответ заключается в том, что, хотя он еще полностью не осознан, его потенциал является огромным. Кыргызстан может стать Швейцарией Азии и это не просто риторика. Значительная часть недостатков в секторе туризма в Кыргызстане сегодня обусловлена отсутствием этого понимания. То есть кыргызский народ в целом, в том числе работающие в области туризма, похоже, знают, что страна несколько привлекательна, но не понимают насколько и соответственно ей уделяется меньше внимания чем она того заслуживает.

Во-первых, Кыргызстан обладает исключительными и уникальными туристическими ресурсами, как природными, так и культурными. Кыргызстан благословлен величественной и красивой природой, которая по иронии из-за слабого развития страны в значительной степени осталась нетронутой и чистой. В стране есть две основные культовые горные цепи – Тянь-Шань и Памир, которые для многих людей в Азии – это не просто возможность подняться, а благоговение перед их величием с древних времен. Для многих китайцев, японцев и корейцев посещение Тянь-Шаня или Небесной горы подобно паломничеству, которое нужно предпринять хотя бы раз в течение жизни. Кроме того, бесчисленное количество безмятежных и магических озер составляют живописную гармонию с горами. Где еще в мире, кроме Кыргызстана, вы увидите людей, купающихся в озере в середине лета, окруженных горами с белоснежными вершинами?

Но, как мы все знаем, красивая земля без истории, которую можно рассказать – это как красивая девушка без души. В случае с Кыргызстаном, помимо физической красоты, есть множество интересных историй. История земли восходит ко временам царя Соломона и, как говорят, он был похоронен где-то около Оша. Как он оказался в Кыргызстане, никто не знает! Царь Александр Македонский, достигший территории современного Кыргызстана во время своего азиатского вторжения, захватил греческие орехи Арсланбоба в Грецию и назвал их греческими орехами. Как умно! Кыргызстан расположен в самом сердце Шелкового пути, на земле, где великие кочевники от гуннов до монголов бродили на своих выносливых лошадях. Именно в битве при Таласе в 751 году было остановлено дальнейшее вторжение династии Тан на запад. Известно, что

бумага была ввезена на запад как один из непреднамеренных побочных продуктов этого боевого действия. Для корейцев битва в Таласе известна тем, что генерал, возглавлявший армию Тан, был корейским беженцем, жившим в Китае.

С точки зрения своего населения, Кыргызстан является этнически одной из самых разнообразных стран в мире. Помимо кыргызов, 80 этнических групп из Европы, Ближнего Востока, Средней Азии и Дальнего Востока представлены в современном Кыргызстане и живут в гармонии. Кочевой образ жизни кыргызских кочевников – это не просто шоу для туристов, а реальный источник средств к существованию, один из последних бастионов кочевой жизни. Даже лошади Кыргызстана славятся своей силой и скоростью, которые были востребованы еще с древних времен зачастую для их приобретения затевались даже войны. Знаете ли вы, что существуют десять разных китайских имен для великих лошадей Ферганской долины?

Еще одним важным аспектом туризма в Кыргызстане является то, что в наши дни он является воплощением устойчивого туризма, которого все сейчас хотят. Устойчивый туризм – это понятие туризма, которое стремится сохранить природу, а не истощать ее и обогатить культурное наследие страны. Какое преимущество для туризма в Кыргызстане! Это добавляет еще больше привлекательности к существующему потенциалу.

Чтобы закончить аргумент о необходимости значительного подъема туристического сектора, нужно также обратить внимание на сторону затрат. Неважно насколько велика польза, если затраты одинаково высоки ведь тогда чистая прибыль равна нулю. К счастью, в случае развития туризма это может быть наоборот. Соотношение затрат вполне приемлемо так как туризм не требует больших ресурсов, тогда как его преимущества значительны. Поскольку туризм не капиталоемкий, он развивается за счет природы и культуры страны – два компонента успешного туризма, которых Кыргызстану повезло иметь в изобилии. Конечно, туристическая инфраструктура, в виде современных дорог и красивых отелей не должна быть проигнорирована, но в век нового туризма люди так же или даже более увлечены прогулкой по извилистой грунтовой дороге и хотят спать в юрте в звездную ночь.

Таким образом, заключение довольно прямолинейно, туризм – это мощный и экономичный способ развития Кыргызстана, и остается только сказать – «просто сделайте это».

### **Библиографический список**

1. Михеев А.В. Проблемы развития системы бизнес-инкубирования в России // Проблемы современной экономики (Новосибирск). – 2015. – № 26. – С. 46–50.

2. Филипп Котлер Основы маркетинга Перевод с английского В.Б. Боброва. – М.: Прогресс, 1991. – 325 с.

3. Рощина Н.В. Структурные параметры региональной экономики и их влияние на степень ее социально-экономической эффективности // Вопросы экономических наук. – 2005. – № 2. – С. 109.

УДК 336.71

## **СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА КАК ДВИГАТЕЛЬ РОСТА КРЕДИТНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ**

*Е.А. Аверьянова, К.А. Смирнова*

*Научный руководитель: Тарасова А.Ю., канд. экон. наук.*

*Финансовый Университет при Правительстве Российской Федерации,  
Ярославский филиал*

Социальные медиа – это интернет-ресурсы, позволяющие обмениваться информацией любого формата и формирующие у потенциального или настоящего пользователя интерес к общей платформе с контентом.

Актуальность данной темы определяется процессом развития современного информационного общества. Новые социальные медиа играют значимую роль в его становлении, они создают современные социальные ценности, иную среду обитания, новый образ жизни и основы управления обществом.

Социальные медиа - это по сути социальные сети. В широком понимании социальные сети представляют собой платформу, позволяющую людям обмениваться информацией и общаться между собой.

На сегодняшний день активные пользователи социальных сетей активно применяют их для общения, продвижения, продаж, кроме того, с целью трансляции различных сведений.

Основная отличительная черта социальных медиа заключается в том, что пользователь внутри этого пространства является с одной стороны аудиторией, которой предназначен весь поток информации, так и источником информации. Следовательно, это означает, что связь с обществом существенно упрощается, а получение обратной связи от читателя или покупателя может занимать менее двух минут.

Вариантов социальных медиа сейчас бесчисленное множество, однако все их можно разделить по группам и классифицировать.

Как правило, выделяют следующие основные виды социальных медиа:

1. Медиа, направленные на общение;
2. Медиа для совместного редактирования информации;
3. Мультимедийные социальные медиа.

Неудивительно, что при таком многообразии и развитии социальных медиа возникают идеи использовать их в целях продаж, продвижения не только частными лицами, но и организациями.

Основными характеристиками социальных медиа являются: цифровые способы обработки информации, информационный обмен элементами информационно-коммуникационной системы, интерактивность коммуникации, которые заключаются в том, что они отличаются по критерию доступности и способам доставки конечному потребителю [1].

Современный технический рост в области интернет-коммуникаций дает возможность применять эту сферу с целью стремительного информирования общества и формирования обширных социальных взглядов.

В данной работе рассмотрим, какой интерес могут представлять социальные медиа для кредитных организаций. Кредитная организация – это юридическое лицо, которое для извлечения прибыли как основной цели своей деятельности на основании лицензии Банка России имеет право осуществлять банковские операции [2].

В России функционируют сотни кредитных организаций, они играют важную роль в экономике страны, но уровень конкуренции в банковском секторе достаточно высок, поэтому в борьбе за клиента банки рассматривают возможности использования и социальных сетей.

Социальные медиа могут быть не только источником информации о настроениях и желаниях потребителей. С помощью этого инструмента банки способны привлечь новых клиентов и укрепить взаимоотношения с уже существующими, а также активизировать кросс-продажи своих продуктов и услуг.

Благодаря использованию социальных медиа, кредитные организации могут повысить эффективность своих розничных подразделений, а также снизить некоторые издержки.

В настоящее время соцсети просто обязаны стать неотъемлемой частью общей маркетинговой стратегии финансовых компаний. А это означает, что банки должны научиться активно адаптироваться к быстрым изменениям, характерным для виртуального пространства.

Работа в социальных сетях требует навыков. Социальные медиа - это всегда диалог, который может носить не только приятный характер, но и конфликтный. Именно поэтому эксперты советуют финансовым организациям очень серьезно относиться к подготовке своей стратегий в продвижения в соцсетях. Следует детально сегментировать целевую аудиторию, а именно в соответствии с задачами компании предварительно тестировать каждую из своих маркетинговых инициатив перед ее выпуском во всеобщее пространство.

Многие финансисты считают, что работа в соцсетях не требует значительных затрат, раз сами по себе социальные медиа являются бесплатными. Однако это глубокое заблуждение. Для полноценного использования этого ресурса требуется немало труда и времени. Кроме того, как правило, здесь требуется дополнительная IT-поддержка, которая в большинстве случаев ложится на плечи штатных IT-специалистов банка.

По мнению директора департамента маркетинга Росгосстрах Банка Владимира Морозова: «Присутствие банков в социальных сетях не только дань моде, но и насущная необходимость. Банки всегда стремятся туда, где могут быть их потенциальные клиенты: в недвижимость с ипотекой, в магазины с POS-кредитованием, в Сеть с виртуальным банкингом» [3].

Подводя итог можно сказать, что привлекательность социальных сетей для кредитных организаций состоит в том, что при верной стратегии продвижения в них создается основа для взаимодействия с постоянными клиентами банка и потенциальными пользователями его продуктов, активно рекомендующих их своим друзьям и просто знакомым. Также с помощью социальных сетей кредитные организации имеют все шансы реализовывать мониторинг потенциальных клиентов, осуществлять тестирование целевой аудитории, увеличивать популярность веб-сайта, получать обратную связь в режиме онлайн и собирать информацию для дополнительной оценки платежеспособности клиента.

### **Библиографический список**

1. Халлиган, Брайан Маркетинг в Интернете. Как привлечь клиентов с помощью Google, социальных сетей и блогов / Брайан Халлиган. - М.: Диалектика / Вильямс, 2015. - 174 с.

2. Федеральный закон от 02.12.1990 № 395-1 (ред. от 27.12.2018) «О банках и банковской деятельности» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2019).

3. Социальные сети в работе банков, дань имиджу или канал продаж? [Электронный ресурс]. - Режим доступа: - <https://www.rgsbank.ru/about/press-center/publications/detail82620/>.

4. Банки и небанковские кредитные организации и их операции. - М.: Инфра-М, Вузовский учебник, 2016. - 528 с.

УДК 002.304

## **НАЛОГ НА ПРИБЫЛЬ ОРГАНИЗАЦИЙ, ЕГО РОЛЬ В НАЛОГОВОЙ СИСТЕМЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ И НОВОВВЕДЕНИЯ В 2018 ГОДУ**

***А.А. Бердов, Е.В. Иванова***

*Научный руководитель: Иванова Е.В., канд. экон. наук, доцент*

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,  
Омский филиал*

Налогообложение занимает важное место в системе финансового обеспечения страны. Налоги как экономическая категория являются действенным рычагом и регулятором экономических процессов [5, с. 4]. Благодаря данным поступлениям, происходит эффективное «регулирование товарно-денежных отношений и общественного производства» [3, с. 371], осуществляется реализация экономических и различного рода социально значимых проектов. В целом же, по мнению экономистов, «налог представляет собой обязательный платеж, поступающий в бюджет государства в установленных законом размерах и в определенные сроки» [5, с. 5].

В Налоговом кодексе РФ представлено общепринятое определение данного понятия, «исходя из этого определения вытекают следующие основные признаки налога: императивность (безусловность, категоричность), индивидуальная безвозмездность, смена формы собственности дохода, легитимность и абстрактность» [4, с. 7].

С целью расчета объема поступлений налоговых платежей и составления прогноза на будущие периоды Министерством финансов РФ ежегодно формируется консолидированный бюджет РФ, значительную долю которого в течение многих лет занимает налог на прибыль организаций [6, с. 72]. Необходимо напомнить, что консолидированный бюджет – это свод бюджетов всех уровней бюджетной систему РФ на соответствующей территории [6, с. 73].

Налог на прибыль организаций – это один из ключевых видов налога, который относится к группе федеральных налогов. В ряде случаев от размера его поступлений в бюджет Российской Федерации зависит развитие экономики и финансовой системы страны в целом, именно по данной причине рассмотрение динамики, а также изучение структуры данного налога является важным элементом для получения полноценного

представления о макроэкономическом состоянии как страны в целом, так и конкретного региона.

Необходимо отметить, что налог на прибыль организаций уплачивают не только российские, но также и иностранные организации, а к ним относят организации, которые осуществляют свою деятельность на территории РФ и тех, кто является получателем дохода от источников РФ.

Данный налог относится к прямым и пропорциональным налогам и среди доходных источников имеет довольно большое значение после косвенных налогов. Налог на прибыль организаций образует собственные налоговые доходы федерального и регионального бюджетов [1, с. 288].

В соответствии со ст. 284 Налогового кодекса РФ основной ставкой налога на прибыль является 20%, из нее:

- сумма налога, исчисленная по ставке налога в объеме 3%, подлежит перечислению в федеральный бюджет;

- сумма налога, исчисленная по ставке налога в объеме 17%, подлежит перечислению в бюджеты субъектов РФ [8].

В то же время сумма налогов для определенных категорий налогоплательщиков может быть снижена, но не менее 12,5%.

Ставка может быть снижена для [8]:

- резидентов (участников) свободных экономических зон и особых экономических зон (п. 1, п. 1.7 ст. 284 НК РФ);

- участников инвестиционных проектов на региональном уровне (п. 3 ст. 284.1 НК РФ; п.3 ст. 284.3 НК РФ);

- организаций, которые получили статус резидента территории опережающего социально-экономического развития или свободного порта Владивостока (п. 1.8 ст. 284 НК РФ, ст. 284.4 НК РФ).

Все виды льгот по рассматриваемому нами налогу на прибыль имеют в большей степени экономический характер, то есть они должны стимулировать налогоплательщика, чтобы с их помощью расширить масштабы производственной или иной деятельности [2, с. 130].

В целом, налоговым законодательством предусмотрено 128 преференций, льгот по налогу на прибыль для отдельных категорий плательщиков, наиболее важными из которых являются: доходы, которые не берутся во внимание при определении налоговой базы; установление пониженных ставок и нулевой ставки налога на прибыль от выплаченных дивидендов: учёт убытков прошлых лет и амортизационная премия [7, с. 161].

Налог на прибыль организаций играет важную роль в образовании доходов бюджета, но по мере развития экономики страны его значение в качестве источника доходной базы бюджета постепенно меняется.



Согласно анализа налоговых поступлений в бюджет РФ, формирование доходной базы консолидированного бюджета РФ в 2017 году на 83% обеспечено за счет поступления налога на добычу полезных ископаемых, налога на прибыль организаций, налога на доходы физических лиц и налога на добавленную стоимость. В сравнении с предыдущими годами, удельный вес указанных налогов, допустим, в 2015 году также составил 83% [9].

В течение нескольких последних лет, к основному налогу, который формирует бюджет страны, относится налог на добычу полезных ископаемых, а к следующему по значимости относится рассматриваемый нами налог на прибыль организаций, уже далее следуют НДС, НДС, их удельный вес составляет около 19%.

За период исследования перечисления рассматриваемого нами налога увеличились на 693,3 млрд рублей и к 2017 году составил 3290,1 млрд. руб., что может быть обусловлено либо увеличением экспортной выручки, либо положительной курсовой разницей, что очень даже вероятно.

Что же касается размера долга по налогу на прибыль организаций в консолидированный бюджет РФ по состоянию на 1 января 2018 года составил 100,2 млрд рублей, а в сравнении с 1 января 2017 года снизился на 88,8 млрд рублей или в процентном соотношении на 47% [9].

Что же касается изменений и нововведений, то в 2018 году стало более выгодно заниматься обучением персонала. К немаловажному плюсу заинтересованности нанимателя в подготовке высококвалифицированных кадров можно отнести то, что налог на прибыль организаций можно платить в меньшем размере (пп. 23 п. 1, п. 3 ст. 264 НК РФ) [8].

Радикальные нововведения налога на прибыль организаций коснулись в большей степени предприятия в части применения нового вычета – инвестиционного. Главное в данной льготе то, что налогоплательщики могут с 2018 года воспользоваться инвестиционным вычетом в отношении основных средств. Правда, только в том случае, если региональные власти примут соответствующий закон субъекта РФ (ст. 286.1 НК РФ) [8].

Если организация безвозмездно предоставила другой «родственной» организации поручительство или гарантию, то у последней налогооблагаемого дохода не возникнет (но только при условии, что обе компании российские и не являются банками). В общем-то, данная норма была в Налоговом кодексе и раньше, но в нее пришлось вносить некоторые изменения, чтобы не возникало вопросов у других организаций, которые предоставляют аналогичные услуги за плату (пп. 55 п. 1 ст. 251, пп.6 п. 4 ст. 105.14 НК РФ) [8].

Нововведения коснулись также и правил расчета по сомнительным долгам. Оно состоит в том, что если имеются дебиторские задолженности, которые возникли в разные сроки, то необходимо снизить их на первую образовавшуюся кредиторскую задолженность.

В отношении резидентов особых экономических зон были также введены некоторые поправки: с 2018 года для них была снижена ставка налога на прибыль до 2%, необходимо напомнить, что прежде она была равна 3% (п. 1.2-1 ст. 284 НК РФ) [8].

Таким образом, подводя итог всему вышесказанному, можно сделать вывод, что значение налога на прибыль организаций в образовании доходной базы консолидированного бюджета РФ достаточно велико.

### **Библиографический список**

1. Альбекхаджиева Р.З. Место и роль налога на прибыль организаций в налоговой системе РФ // Научно-методический электронный журнал Концепт. – 2017. – С. 288-290.

2. Ассума С.М. Роль налога на прибыль в бюджетной системе РФ // Актуальные вопросы экономики и современного менеджмента. – 2017. - С. 127-131.

3. Бондаренко Т.Н., Водопьянова В.А. Налоговые доходы как инструмент формирования устойчивого бюджета субъекта РФ на примере Приморского края // Фундаментальные исследования. - 2016. - № 12-2. - С. 371–376.

4. Налоги и налогообложение: практикум / Е.В. Иванова, Н.Ю. Симонова: АНОО ВО «СИБИТ». – Омск: Изд-во ОмГТУ, 2017. – 92 с.

5. Налоговая система Российской Федерации: учеб. пособие / Н.Ю. Симонова, Е.В. Иванова, М.Г. Родионов: ФГБОУ ВО «Финуниверситет». – Омск: Изд-во ОмГТУ, 2017. – 84 с.

6. Хлянова Ю.А., Иванова Е.В. Анализ поступления налога на прибыль организаций в бюджетную систему РФ // Потенциал российской экономики и инновационные пути его реализации: Материалы международной научно-практической конференции студентов и аспирантов: в 2 частях. Омский филиал Финансового университета при Правительстве РФ. 2015. - С. 72-74.

7. Щепотьев А.В. Налоги и налогообложение: учебное пособие / А.В. Щепотьев, С.А. Яшин. – Тула: НОО ВПО «ТИЭИ». – 2011. – 161 с.

8. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 № 117-ФЗ (ред. от 11.10.2018).

**ФИНАНСОВАЯ ГРАМОТНОСТЬ МОЛОДЕЖИ В  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ*****И.В. Блохина****Научный руководитель: Соловьева Н.В.**ГПОУ ЯО Переславский колледж им. А. Невского*

Низкий уровень финансовой грамотности граждан является актуальной проблемой современного общества, которая напрямую влияет на экономическое и социальное развитие страны. Финансовая грамотность – это достаточный уровень знаний и навыков, который позволяет принимать осознанные и эффективные решения в различных областях управления личными финансами, таких как сбережения, инвестиции, недвижимость, страхование, налоговое и пенсионное планирование [2, с. 27]. Современные исследования показывают, что финансово грамотные люди более успешны в жизни вне зависимости от того, в какой стране, на каких позициях и в какой сфере они работают. Так, по исследованиям НИУ «Высшая школа экономики» в 2016 году 46% россиян, посчитали себя финансово неграмотными, а в 2018 году этот процент сократился до 36% [5].

Обучение финансовой грамотности необходимо начинать в раннем возрасте на начальных ступенях образования. Чем раньше дети узнают о роли денег в жизни, тем раньше могут быть сформированы полезные финансовые привычки. Структура рамок для учащихся школьного возраста разделена на 9 областей финансовой грамотности: доходы и расходы; финансовое планирование и бюджет; личные сбережения; кредитование; инвестирование; страхование; риски и финансовая безопасность; защита прав потребителей; общие знания экономики и азы финансовой арифметики [3, с. 15].

Студентов колледжей можно выделить в целевую группу, что продиктовано рядом факторов: отсутствием знаний и опыта в областях управления личными финансами и оценки финансовых рисков; сложностью социализации отдельных групп молодежи: выпускников детских домов, интернатов и др.; особенностями молодежной культуры, пропагандирующей высокую потребительскую активность, а не сбережение и инвестирование; доверием к финансовой информации рекламного характера, размещенной на популярных у молодежи Интернет-ресурсах, использующих психологические особенности данного возраста; склонностью делать выбор, основываясь только на рекламных сообщениях, не обращаясь к объективным информационным источникам;

желанием заработать побольше и побыстрее, например, играя на бирже с помощью Интернет-технологий.

Организация образовательного процесса по формированию финансовой грамотности молодежи должна осуществляться с использованием разнообразных моделей:

1. Контекстная модель - включение модулей финансовой проблематики в курсы общеобразовательных и профильных дисциплин. Так, в ГПОУ ЯО Переславский колледж им. А. Невского по дисциплине «Финансы, денежное обращение и кредит» по специальности «Банковское дело» предусмотрена курсовая работа, по специальности

«Право и социальное обеспечение» введена дисциплина «Страховое дело», по специальности «Правоохранительная деятельность» - «Финансовое право», по специальности «Туризм» - «Статистика» и «Экономика». По всем специальностям 1 курса читается курс «Основы экономики». В курсе «Обществознания» для практической значимости по блоку «Экономика» активно применяются контекстные задачи.

2. Предметная модель подразумевает элективные и факультативные курсы. В колледже существует факультатив по бизнес-планированию. Планируется ввести курс «Основы финансовой грамотности».

3. Проектная форма занятий по финансовой грамотности направлена на реализацию социальных проектов с финансовой проблематикой. Её можно использовать как во внеурочной деятельности, так и интегрировать в учебные предметы (курсовые, исследовательские и дипломные работы).

4. Внеурочная модель включает финансовую грамотность в систему воспитательной работы в колледже. Преимуществом перед школьными кружками, которые ограничены по численности учащихся, занятия на внеурочной деятельности позволяют привлечь большее число студентов.

В организации процесса формирования финансовой грамотности также имеет место социально-педагогическое партнерство, предполагающее взаимодействие учреждений образования, представителей предпринимательского сообщества, профессиональных участников финансового рынка, общественных и некоммерческих организаций, родительского сообщества, СМИ. Колледж взаимодействует с такими организациями как: Федеральная налоговая служба, Пенсионный фонд, Федеральная служба государственной статистики, компания «Росгосстрах», Федеральное казначейство, коммерческие банки, индивидуальные предприниматели и высшие учебные заведения.

Инструментами повышения финансовой грамотности молодежи могут быть также:

1. Веб-порталы - на них размещаются видеоролики, презентации,

агрегированные таблицы и документы. Они могут быть самостоятельными и встроенными в рамках существующего веб-сайта (например, сайт Центрального банка). Студенты колледжа несколько раз в год просматривают онлайн-уроки по финансовой грамотности на сайте ДНИ-ФГ.Ру по различным темам, проходят тестирование по финансовым знаниям на сайте [fincuit.ru](http://fincuit.ru).

2. Семинары, дни финансовой грамотности и др. мероприятия. В этом направлении колледж проводит: семинары с предпринимателями, в рамках Всероссийской недели сбережений; неделю кафедры Экономических дисциплин и права (мастер-классы, конкурсы финансовых плакатов, игры, олимпиада по экономике, конференция «Введение в специальность», экскурсии по финансовым организациям города Переславля); уроки финансовой грамотности, в рамках Всероссийской недели финансовой грамотности; бизнес-игру «Создай свою фирму», в рамках Всероссийской недели предпринимательства; классные часы по финансовым темам; конкурсы профессионального мастерства по каждой специальности; мероприятия в рамках Всероссийского дня борьбы с коррупцией; учебно - исследовательскую конференцию по безопасности банковской деятельности.

Студенты ежегодно участвуют в: Региональной студенческой учебно-исследовательской конференции «Экономика. Финансы. Инновации»; Всероссийском конкурсе рефератов компании «Росгосстрах»; городском тренинге «Генерация бизнес-идей»; проекте безналичной оплаты школьного питания «Ладошки», как волонтеры совместно со Сбербанком; Всероссийской научно-практической конференции «Устойчивое развитие регионов»; Дне открытых дверей в Налоговой инспекции и других.

3. Полиграфия: баннеры, брошюры и бюллетени - носят информационный характер. Их приносят специалисты финансовых организаций на встречи со студентами колледжа или раздают им на экскурсиях.

В Национальной стратегии повышения финансовой грамотности в Российской Федерации на 2017 - 2023 гг. отмечается, что стимулирование населения к сбережению денежных средств, в том числе посредством развития финансовой грамотности, должно быть одним из основных направлений формирования инвестиционного ресурса [1].

С 2012 года Центральный банк Российской Федерации ведет системную работу по выработке и реализации образовательных моделей повышения уровня финансовой грамотности населения, обобщению лучших частных и общественных инициатив в сфере финансового

образования, доработке учебников для образовательных организаций и созданию учебных пособий по основам финансовой грамотности [4].

Проблемы, в области повышения финансовой грамотности молодежи: фрагментарный характер преподавания основ финансовой грамотности в образовательных организациях, недостаток доступных образовательных программ и материалов; возложение ответственности за личные финансовые решения и принимаемые финансовые риски на государство, а также отсутствие со стороны населения доверия к финансовой системе; несовершенство законодательного и нормативного обеспечения; отсутствие четкого распределения полномочий и ответственности за принятие финансовых решений, как на уровне индивида, так и на уровне участников финансового рынка; низкая информированность о защите прав потребителей и пенсионных прав граждан.

Таким образом, молодым людям можно дать инструменты для планирования бюджета и накопления сбережений, чтобы они держали под контролем свои расходы и долги, которые способствуют укреплению финансовой дисциплины в семьях, стимулируют накопление средств на образование детей. Для решения проблемы финансовой безграмотности молодежи необходимо применение следующих мер: разработка единой системы объективной оценки финансовых знаний населения, методологической базы, информационного ресурса; повышение квалификации преподавателей финансовых дисциплин; проведение семинаров и лекций по финансовой грамотности в образовательных организациях, которые должны быть включены в расписание на постоянной и обязательной основе; внедрение элективного курса «Основы финансовой грамотности» в учебных заведениях по специальностям не финансового профиля.

#### **Библиографический список**

1. Национальная стратегия повышения финансовой грамотности в Российской Федерации на 2017-2023 гг., принятая распоряжением Правительства РФ № 2039-р от 25.09.2017.

2. Горяев А.П., Чумаченко В.В. Основы финансовой грамотности - М.: Юрайт, 2018. – 260 с.

3. Мусаева З.И. Повышение финансовой грамотности: актуальность в условиях экономической нестабильности // Финансы. - 2016. - № 8. - С. 7

4. Официальный сайт Центрального банка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https:// www.cbrf.ru](https://www.cbrf.ru).

5. Финансовый супермаркет [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https:// www.banki.ru](https://www.banki.ru).

**АНАЛИЗ КРЕДИТНОГО ПОРТФЕЛЯ ПАО «СБЕРБАНК  
РОССИИ»*****В.А. Гавриловичева****Научный руководитель: Тимофеева С.А.**Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,  
Орловский филиал*

Кредитный портфель является не просто пассивно сформированным набором кредитов, а результатом активных, целенаправленных действий банка. Его анализ – это путь, с помощью которого можно обнаружить проблемные кредиты [1, с. 68].

Динамика кредитного портфеля (до вычета резерва под обесценение) ПАО «Сбербанк России» представлена на рисунке 1. В конце 2016 года он составил 18664,7 млрд. рублей, за год произошел его рост на 6,6% и на конец 2018 года по-прежнему наблюдается положительная динамика, но в меньших темпах – на 6,0%, в итоге размер кредитного портфеля составил 21082,3 млрд. рублей.

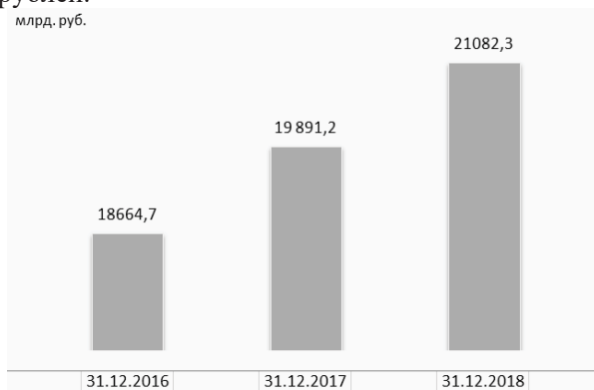


Рисунок 1. Кредитный портфель (до вычета резерва под обесценение) за 2017-2018 гг.

Кредиты корпоративным клиентам представлены на рисунке 2. За анализируемый период данный вид кредитования также увеличился и по состоянию на 31.12.2018 г. составил 13649,6 млрд. рублей. Это вызвано ростом коммерческого кредитования [5].

Кредиты физическим лицам представлены на рисунке 3. На конец 2016 года они составили 5031,7 млрд. рублей и за два года увеличились на 34%, на 31.12.2018 г. достигли размера в 6 46,8 млрд. рублей.



Рисунок 2. Кредиты корпоративным клиентам за 2018 год

Основная доля источников финансирования приходится на жилищные кредиты (более 50%) и потребительские ссуды [4, с. 86].



Рисунок 3. Кредиты физическим лицам за 2017-2018 гг.

Рублевые кредиты составляют основную массу всех выданных кредитов. Так, на конец 2016 года они равнялись 63,8% от общей массы кредитов, на конец 2017 года – 66,2%, на конец 2018 года – 75,5%. Соответственно, уменьшилось число выданных кредитов в иностранной валюте. Что касается структуры кредитов по срокам до погашения, то преимущество остается у долгосрочных кредитов.

Доля просроченной задолженности в портфеле банка по кредитам юридических лиц составила на 31.12.2016 г. 2,0% и снизилась на конец 2018 года до 1,85%. Доля просроченной задолженности в портфеле банка по кредитам физических лиц также сократилась с 3,7% (на 31.12.2016 г.) до 2,6% (на 31.12.2018 г.). Качество кредитного портфеля ПАО «Сбербанк России» остается лучше банковского сектора в целом [2, с. 104]. Доля неработающих кредитов, то есть кредитов с просроченными платежами по основному долгу или процентам более чем на 90 дней, в кредитном



портфеле уменьшилась с 4,4% по состоянию на 31.12.2016 года до 3,8% по состоянию на 31.12.2018 года, что является положительной динамикой деятельности организации.

На конец 2016 года объем реструктурированных ссуд составил 1209,1 млрд. рублей, их доля в совокупном кредитном портфеле составила 6,5%. На конец 2018 года объем реструктурированных ссуд увеличился до 1 255,0 млрд. рублей, а их доля в совокупном кредитном портфеле составила 6,0% [5].

Так, на протяжении 2017-2018 гг. наблюдается рост кредитного риска. Причинами стали: замедление темпов роста экономики Российской Федерации, обесценение рубля, которое повлекло за собой рост суммы резервов в рублевом выражении по кредитам в валюте, создание резервов по кредитам украинских заемщиков вследствие ухудшения состояния экономики Украины. Основным способом управления кредитным риском является резервирование. В соответствии с этим, ПАО «Сбербанк России» в 2017-2018 гг. более консервативно оценивал свои риски и дополнительно формировал резервы на возможные потери по ссудам [3, с. 17].

Таким образом, проведенный анализ позволяет сделать вывод о том, что финансовое состояние ПАО «Сбербанк России» можно охарактеризовать как устойчивое, а позиции, занимаемые им на рынке банковских продуктов и услуг, как лидирующие.

#### **Библиографический список**

1. Бабенко Н.С. Ключевые факторы роста кредитного портфеля // Банковское кредитование. – 2014. – № 4. – С. 68-81.
2. Дубинина Н.А., Агабалаева Э.Ф. Анализ результатов деятельности ПАО «Сбербанк России» // Вестник Астраханского государственного технического университета. – 2017. – № 2 (64). – С. 102-107.
3. Маклакова К.Б., Черногузова Т.Н. Современное состояние кредитного риска в банковском секторе и методы его управления // Вестник молодежной науки. – 2016. – №1 (3). – С. 15-21.
4. Полыноква Е.А. Анализ основных финансово-экономических показателей деятельности ПАО «Сбербанк России» в сфере потребительского кредитования // Молодой ученый. – 2018. – №7 (193). – С. 84-87.
5. ПАО «Сбербанк России» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.sberbank.ru>.

## **ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ЗА ПРАВОНАРУШЕНИЯ БЮДЖЕТНОГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА**

***Е.О. Головчанская***

*Международная академия бизнеса и новых технологий (МУБиНТ)*

*Научный руководитель: Волков А.Ю., д-р экон. наук, доцент*

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,  
Ярославский филиал*

С развитием и становлением России все больше внимания уделяется вопросам правового обеспечения его финансовых планов доходов и расходов (бюджетов), финансовой безопасности [5; 6] и бюджетной ответственности, как меры принуждения. Вопрос самостоятельности бюджетной ответственности, как отдельного вида юридической ответственности на данный момент дискуссионный, так как нарушение бюджетного законодательства, в зависимости от степени общественной опасности, может влечь за собой как административную, так и уголовную ответственность, но вот вопрос важности – не обсуждается.

В настоящее время наиболее распространенными видами правонарушений бюджетного законодательства, выявляемого финансовым контролем [7], являются следующие: несоблюдение установленных процедур и требований бюджетного законодательства при исполнении бюджетов; нарушения законодательства о контрактной системе в сфере закупок, товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд; нарушения законодательства о бухгалтерском учете и (или) требований по составлению бюджетной отчетности; неэффективное и нецелевое использования средств и пр.

Проанализировав определение, данное законодателем, учитывая проблемы нормативных формулировок [2; 4], можно сформулировать более краткую дефиницию – под ответственностью за нарушение бюджетного законодательства в России следует понимать ответную реакцию государства на совершенное правонарушение и применение мер государственного принуждения к виновному лицу.

Если обратиться к истории, и проанализировать взгляды на финансовый контроль [3] и бюджетную ответственность, то можно сказать, что только в постсоветский период ответственность за бюджетное правонарушение вышла из плоскости уголовной ответственности в отдельную плоскость. В начале 1990-х годов в Указе Президента Российской Федерации от 8 декабря 1992 г. «О федеральном казначействе» и в Положении о федеральном казначействе, утвержденном

Постановлением Правительства Российской Федерации от 27 августа 1993 г. № 864, были установлены самостоятельные меры принуждения и финансовые санкции за нецелевое использование бюджетных средств и иные нарушения порядка бюджетного процесса [8, с. 17].

Дальнейшая эволюция ответственности за бюджетное правонарушение связана с принятием Бюджетного Кодекса Российской Федерации (далее – БК), который расширил перечень нарушений бюджетного законодательства и мер принуждения за их совершения. Этот подход получил неоднозначные оценки. Некоторые исследователи признали часть IV БК крайне неудачным разделом Кодекса, в то время как другие авторы поспешили заявить о появлении новой «бюджетной» ответственности в российском праве.

Безусловно, на момент принятия БК его прогрессивный характер, в том числе в области установления мер государственного принуждения за бюджетные правонарушения, сложно было оспорить, потому что только был дан пример этих мер. БК включил в себя те виды нарушений, которые ранее содержались в разрозненных нормативных актах, систематизировал меры принуждения в этой области, а в части мер ответственности за нарушения бюджетного законодательства в текст Кодекса были включены отсылки к действовавшему на тот период Кодексу об административных правонарушениях Российской Федерации (далее – КоАП).

Например, спустя два года после введения в действие БК был принят новый КоАП, предусматривающий ответственность, в том числе и за нарушения в сфере бюджетной деятельности. Однако соответствующие изменения в БК внесены не были. В результате вплоть до принятия Закона № 252-ФЗ БК содержал отсылки к давно не действующему КоАП РСФСР 1984 года, а КоАП РФ содержал только четыре состава административных правонарушений (в то время как БК называл 18 видов нарушений бюджетного законодательства).

В КоАП устанавливаются конкретные санкции: либо наложение административного штрафа на должностных или юридических лиц, либо дисквалификация должностных лиц на определенный срок. В целом, наблюдается тенденция ужесточения ответственности за нарушение бюджетного законодательства, а именно увеличился размер административного штрафа по основным видам нарушения в области бюджета.

Наверное, следует отметить то, что необоснованно исчезла такая санкция за бюджетное правонарушение, как предупреждение. Однако данная мера принуждения могла бы применяться в качестве альтернативы дисквалификации должностных лиц или административному штрафу.

Кроме того, следует иметь в виду, что имеется ряд правонарушений, связанных с обеспечением бюджетного процесса, в т.ч. в сфере межбюджетных отношений, являющихся практически ненаказуемыми [1].

Следует так же учитывать роль Федерального Собрания РФ и Конституционного Суда РФ в защите основных прав и свобод человека и гражданина. Установленная в ст. 45 Конституции РФ гарантия государственной защиты прав и свобод человека и гражданина означает, что государственная защита основных прав и свобод осуществляется государственными органами в том числе, и законодательными. К серьезным нарушениям прав человека приводят также нецелевые расходы государственных бюджетных средств или их хищение. Счетная Плата РФ, формируемая Федеральным Собранием РФ призвана помогать парламенту в осуществлении контроля за исполнением бюджета страны. Законодательством предусмотрены отчеты Счетной Палаты по результатам проведенных проверок в Федеральное Собрание РФ. Материалы с фактами выявленных нарушений Счетной Палатой в сфере исполнения бюджета страны направляются также в Генеральную прокуратуру Российской Федерации для проверки. Аналогичную деятельность осуществляют органы внешнего финансового контроля в регионах [9]. Однако, к сожалению, в рамках парламентского контроля за исполнением бюджета страны парламентарии не наделены полномочиями запроса и заслушивания Генерального прокурора РФ о результатах проверки фактов нарушений по исполнению бюджета страны и принятых мер.

Итак, подводя итог вышеизложенному, необходимо дальнейшее совершенствование бюджетного и административного законодательств в части:

- согласования норм бюджетного и административного законодательства;
- криминализации ряда правонарушений в бюджетной сфере;
- ужесточения санкций за совершенное правонарушение в бюджетной сфере.

Таким образом, следует отметить необходимость анализа и обобщения современных концепций развития института ответственности за правонарушения бюджетного законодательства в целом, а также с учетом появления и развития новых видов финансово-экономической деятельности субъектов хозяйствования и государственного сектора в экономике.

### **Библиографический список**

1. Бурькин А.Д., Волков А.Ю., Зборовская Е.Б. Проблемы межбюджетных отношений в Российской Федерации и направления их решений // В сборнике: Инновационный путь развития АПК Сборник научных трудов по материалам XXXIX Международной научно-практической конференции профессорско-преподавательского состава. ФГБОУ ВО Ярославская ГСХА. - 2016. - С. 166-171.
2. Волков А.Ю. О проблемах законодательных дефиниций (на примере определения государственного финансового контроля) // В сборнике: Высшая школа России перед вызовами современности: перспективы развития. Материалы VII Международной учебно-методической конференции. под ред. А. Ю. Александра, Е. Л. Николаева. - 2015. - С. 164-167.
3. Волков А.Ю., Волков М.А. О подходах к исторической периодизации финансового контроля // Экономика, статистика и информатика. Вестник УМО. - 2014. - № 6-2. - С. 268-272.
4. Волков А.Ю., Зборовская Е.Б. О неопределенности финансового контроля // Научно-методический электронный журнал Концепт. - 2016. - № Т 37. - С. 38-43.
5. Волков А.Ю., Юрченко А.В. Виды угроз финансовой безопасности государства // В сборнике: Экономика и управление: теория и практика. - 2018. - С. 346-353.
6. Волков А.Ю., Юрченко И.А. Финансовая безопасность и ее угрозы в современных условиях // В сборнике: Наука и общество: проблемы и перспективы развития. Материалы V Межрегиональной научно-практической конференции научно-педагогических и практических работников. - 2018. - С. 37-41.
7. Зборовская Е.Б., Волков М.А. О ведомственном финансовом контроле и направлениях его совершенствования // Интернет-журнал Науковедение. - 2015. - Т. 7. № 3 (28). - С. 28.
8. Комягин Д. Л. Защита бюджетного процесса: ответственность за нарушения бюджетного законодательства и бюджетные нарушения // Финансовое право. - 2016. - № 7.
9. Цанунин А.А., Волков М.А. О некоторых особенностях контрольно-счетных органов субъектов Российской Федерации // В сборнике: Современная наука: теоретический и практический взгляд Сборник статей Международной научно-практической конференции. Ответственный редактор Сукиасян А.А. - 2015. - С. 65-67.

## **ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ В БАНКОВСКОЙ СФЕРЕ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

***Ю.О. Григорьева***

*Научный руководитель: Сироткин С.А., канд. экон. наук, доцент  
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,  
Ярославский филиал*

Рост угроз экономической безопасности в России является одной из наиболее важных проблем в сфере экономической безопасности.

В соответствии с Указом Президента РФ от 13 мая 2017 г. № 208 «О Стратегии экономической безопасности Российской Федерации на период до 2030 года» экономическая безопасность – «состояние защищенности национальной экономики от внешних и внутренних угроз, при котором обеспечиваются экономический суверенитет страны, единство ее экономического пространства, условия для реализации стратегических национальных приоритетов Российской Федерации» [4].

Говоря об экономической безопасности, нельзя не упомянуть банковский сектор экономики, который имеет огромную значимость в обеспечении эффективного функционирования всей национальной экономики.

Банковская система играет огромную роль в экономической жизни страны, так как она осуществляет контроль за значительной массой денежных ресурсов, способствует их движению, обеспечивает их распределение и перераспределение. Также именно банковская система является посредником в кредите, расчетах и платежах. Осуществление и возникновение финансово-экономических связей реализуется при значительном участии банковской системы.

В случае сбоев в работе банковской системы нарушается процесс осуществления экономических связей между хозяйствующими субъектами, возникает угроза экономической и национальной безопасности страны. Экономическая, а также политическая ситуация в стране во многом обусловлена состоянием экономической безопасности в банковской сфере. Именно поэтому необходимо обеспечить надлежащее выполнение банковской системы своих функций. Во-первых, необходимо обеспечить стабильность кредитно-банковской системы. Во-вторых, способствовать её развитию.

Чтобы обеспечить эффективное функционирование банковской системы, необходимо знать основные угрозы, которым она подвержена.

Угроза экономической безопасности – «совокупность условий и факторов, создающих прямую или косвенную возможность нанесения ущерба национальным интересам Российской Федерации в экономической сфере» [4].

Для банковской сферы в Российской Федерации в соответствии современным условиям характерны следующие угрозы:

1. Низкое качество капиталов банков;
2. Проведение банками рискованной кредитной политики;
3. Недостаточная эффективность банковского надзора;
4. Недостаточное покрытие депозитов системой страхования вкладов;
5. Низкая ликвидность банковских активов;
6. Низкий уровень кредитоспособности предприятий реального сектора экономики;
7. Нестабильность национальной валюты и экономической политики;
8. Повышение рисков банковской деятельности и появление новых схем легализации доходов;
9. Нестабильности мировых финансовых рынков.

Также угрозы экономической безопасности банковской системы можно классифицировать на внутренние и внешние. К внешним угрозам относятся: изменения в политической, экономической и социальной сфере страны, неблагоприятная рыночная конъюнктура, криминализация банковского сектора, колебаниями на мировых рынках. Среди внутренних выделяют: снижение конкурентоспособности банковских продуктов, низкая квалификация персонала банков, потеря ликвидности, финансовой устойчивости вследствие действия финансовых рисков, проведение рискованной кредитной политики банка, низкое качество менеджмента, нарушение законодательства банковской сферы.

Приведём общие сведения о банковском секторе в экономике Российской Федерации (см. табл. 1). Необходимость выстраивания адекватной системы экономической безопасности банковского сектора подтверждается данными основных макроэкономических показателей за прошедшие 4 года. Практически по всем показателям наблюдается положительный тренд. Повышение активов (пассивов), в общем, и собственного капитала, в частности, говорит о том, что доверие к российской банковской системе растет, не смотря на кризисные явления в экономической и политической жизни России.

Соответственно, существующая на данный момент система экономической безопасности банковского сектора России удовлетворяет общественным потребностям.

Таблица 1. - Макроэкономические показатели деятельности банковского сектора Российской Федерации, млрд. руб.

Показатель	1.01.2015	1.01.2016	1.01.2017	1.01.2018
Совокупные активы (пассивы) банковского сектора	77 653,0	82 999,7	80 063,3	85 191,8
Собственные средства (капитал) банковского сектора	7 928,4	9 008,6	9 387,1	9 397,3
Кредиты и прочие размещенные средства, предоставленные нефинансовым организациям и физическим лицам, включая просроченную задолженность	40 865,5	43 985,2	40 938,6	42 366,2
Ценные бумаги, приобретенные кредитными организациями	9 724,0	11 777,4	11 450,1	12 310,9
Вклады физических лиц	18 552,7	23 219,1	24 200,3	25 987,4
Депозиты и средства на счетах нефинансовых и финансовых организаций (кроме кредитных организаций)	23 418,7	27 064,2	24 321,6	24 843,2

Таким образом, можно сказать, что сохранение и поддержание безопасности в банковской сфере-одна из важнейших функций государства. Действия по её обеспечению в России осуществляются в соответствии с данными стадиями: выявление угроз, разработка мер по выходу из опасной зоны, реализация разработанных мер. В рамках программы социально-экономического развития страны создаются и осуществляются различные механизмы для создания необходимого уровня безопасности в банковской сфере.

Контроль за экономической безопасностью и деятельность по обеспечению защиты национальных интересов в Российской Федерации осуществляет множество государственных структур. Например, Совет Безопасности (структура Администрации Президента РФ), Правительство РФ (Министерство финансов, Министерство экономического развития), Банк России, спецслужбы, правоохранительные органы, контрольно-надзорные органы, соответствующие органы регионального и муниципального уровней, службы экономической безопасности и службы маркетинга предприятий, банков.

Особое место в обеспечении экономической безопасности в банковской сфере занимает Центральный банк РФ. Банк России защищает экономическую безопасность страны посредством следующих



механизмов: защита и обеспечение устойчивости рубля, развитие и укрепление банковской системы страны, обеспечение эффективного и бесперебойного функционирования платежной системы и исполнение установленных для него функций.

Банк России является высшим уровнем банковской системы страны. Для её успешного она функционирования должна обладать надлежащим резервами и ресурсами, чтобы способствовать достижению целей и задач развития страны, создавать стимулы для роста и бороться с внутренними и внешними угрозами.

Банковская система Российской Федерации состоит из двух уровней: верхнего (Центральный банк Российской Федерации) и нижнего уровня (коммерческие банки). Система угроз банковской системы неоднозначна для ее верхнего и нижнего уровня. Так, например, внешние угрозы, возникающие в политической и экономической сфере, являются неизменными для системы коммерческих банков, однако с точки зрения Центрального Банка возможно повлиять на нарастающие угрозы со стороны экономической сферы страны.

Целями деятельности Банка России на основании Федерального закона от 10.07.2002 № 86-ФЗ «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)» являются:

1. Защита и обеспечение устойчивости рубля;
2. Развитие и укрепление банковской системы Российской Федерации;
3. Обеспечение стабильности и развитие национальной платежной системы;
4. Развитие финансового рынка Российской Федерации;
5. Обеспечение стабильности финансового рынка Российской Федерации.

Практически каждая задача Банка России как «мегарегулятора» финансового рынка РФ нацелена на обеспечение экономической безопасности его участников, в целом, и банковского сектора, в частности.

Таким образом, можно сделать вывод, что одним из важнейших направлений в сохранении и поддержании национальной безопасности страны является укрепление финансовой и банковской сферы в Российской Федерации. Конечно, угрозы безопасности банковской системы можно предотвратить с помощью создания в России согласованной и структурированной системы обеспечения экономической безопасности и развития правового регулирования банковской деятельности, с помощью учета состояния мировой экономической ситуации и применения норм и принципов международного права.

### **Библиографический список**

1. Федеральный закон «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)» от 10.07.2002 № 86-ФЗ (ред. от 27.12.2018).

2. Указ Президента РФ от 13 мая 2017 г. № 208 «О Стратегии экономической безопасности Российской Федерации на период до 2030 года».

3. Переверзева Е.С., Погребенко Ю.Н. Банковская безопасность как одна из составляющих экономической безопасности государства // *Фундаментальные исследования*. – 2015. – № 11-4.

4. Гребеник В.В., Бушуева Н.В. Системный взгляд на экономическую безопасность государства // *Вестник Московского университета имени С.Ю. Витте. Серия 1: Экономика и управление*. - 2013. - № 1 (3).

5. Официальный сайт Центральный банк Российской Федерации. - [Электронный ресурс]. - URL: <http://www.cbr.ru/>.

УДК 338.46

## **РЫНОК ПРОЕКТОВ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА В СУБЪЕКТАХ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ: ЭТАПЫ РАЗВИТИЯ**

***В.А. Деркач***

*Научный руководитель: Литвиненко А.Н., д-р экон. наук, профессор Санкт-Петербургский университет МВД России*

Практика реализации проектов, основанных на принципах государственно-частного партнерства (далее - ГЧП), получила достаточно широкое распространение в Российской Федерации за последние 15 лет, а анализ рынка ГЧП позволил выделить 3 этапа развития в субъектах РФ.

1-ый этап – формирование предпосылок возникновения рынка в период 1993-2005 гг.

На данном этапе в России партнерство носило скорее вынужденный характер и было вызвано следующими условиями:

- ускоренной приватизацией государственной и коллективной собственности при слабом нормативно-правовом регулировании, что создало условия для незаконного завладения собственностью, криминального накопления капитала;

- нехваткой финансирования и необходимостью совместных вложений предприятий на уровне субъекта, местных властей для поддержания работоспособности сферы коммунального и социального обслуживания;

- отсутствием законодательно закреплённого понятия ГЧП и доступа бизнеса к тем отраслям, которые традиционно находятся в зоне ответственности государства;

- длительной доработкой концессионного законодательства с 1993 года вплоть до 2005 года, когда был подписан и вступил в силу федеральный закон №115-ФЗ «О концессионных соглашениях», который и сейчас нельзя назвать совершенным [1].

К значимым событиями этапа, помимо принятия основных кодексов, можно отнести установление порядка управления и распоряжения собственностью компетенциями законодательных органов власти субъектов Российской Федерации путем принятия закона [2]; появление совместных предприятий, финансово-промышленных групп; законодательное оформление инвестиционной деятельности, лизинга; заключение первых соглашений о разделе продукции («Сахалин-1» и «Сахалин-2», «Харьягинское нефтяное месторождение»), где предполагалась полная возмещаемость затрат публичной стороной при отсутствии четкой регламентации видов затрат и порога их ограничения, отсутствие взаимовыгодного распределения рисков между публичной и частной стороной, порядка передачи в собственность государства имущества, созданного при выполнении соглашения. Можно сделать вывод, что до момента законодательного закрепления понятия ГЧП появился опыт взаимодействия сторон при осуществлении инвестиционной деятельности.

2-ой этап - возникновение рынка в период 2005-2015 гг.

Попытки систематизировать представления об этапах развития ГЧП в России приводят к моменту закрепления официального статуса ГЧП Правительством РФ [3] и характеризуется следующими условиями:

- декларирована основная цель и задачи ГЧП - реализация общественно значимых проектов в сфере обеспечения общественных услуг путем развития форм ГЧП в социальной сфере, превращение социальной сферы в фактор экономического роста;

- муниципализированы или переданы в собственность субъектов РФ социальные объекты, объекты ЖКХ, функционировавшие «под крылом» крупных хозяйственных структур с критически изношенной инфраструктурой;

- стабилизированы системы региональных и местных финансов после проведения налоговой, бюджетной, федеративной и муниципальной реформ.

Главными событиями этапа явились: юридическое закрепление концессионного соглашения посредством принятия в 2005 году

Федерального закона (115-ФЗ), заложившего фундамент рынка ГЧП в России, а затем появление инициативы на уровне субъекта РФ в виде принятия Закона Санкт-Петербурга «Об участии Санкт-Петербурга в государственно-частных партнерствах», запуска пилотных ГЧП - проектов «Западный Скоростной диаметр и развитие аэропорта «Пулково» без поддержки государственным бюджетом. Практика распространения опыта принятия соответствующей нормативной базы субъектами РФ, на основе опыта Санкт-Петербурга, по мнению автора не повлияла существенно на развитие рынка ввиду отсутствия в субъектах РФ управленческих и юридических кадров соответствующей квалификации и учета территориальной специфики.

Одновременно произошло становление открытой системы управления государственными закупками и заложение базовых принципов пространственного единства, эффективного использования бюджетных и внебюджетных средств, транспарентности, конкурентности, системы преференций для малого предпринимательства, возможности гражданского контроля, создания единой информационной площадки.

На данном этапе учрежден Банк развития и внешнеэкономической деятельности, создан Центр ГЧП, объединивший компетенции специалистов с финансовыми возможностями государственной корпорации, проанализирована мировая практика по структурированию ГЧП проектов и проведению конкурсных процедур; получил развитие институт государственного финансирования проектов - Инвестиционного фонда Российской Федерации и его отделения в субъектах РФ. Реализован федеральный закон № 116-ФЗ «Об особых экономических зонах в РФ» в качестве одной из форм ГЧП и административного института развития. Стоит отметить, что автор разделяет мнение Варнавского В.Г. [4], который выразил критическое отношение к представлению данных форм проектами ГЧП, так как каждый экономический субъект финансирует только свой объект. Например, государство – инфраструктуру, а бизнес – производство, без перекрестных рисков, отсутствуют обязательства между сторонами.

Данный этап характеризуется широкой трактовкой понятия ГЧП и отнесением к инструментам ГЧП большого количества государственных и финансовых институтов, правовых форм и источников финансирования, включая: инвестиционный фонд, долгосрочные инвестиционные соглашения, федеральные целевые программы, совместные предприятия, ГК «Внешэкономбанк», аренда, концессионные соглашения, кластеры, ОЭЗ, ЕБРР/ кредитные организации. А результаты исследования IRT Group [5] выделили следующую отраслевую специфику ГЧП-проектов: по

числу проектов в 2015 году лидировала энергетическая сфера - 505 проектов (39,3%), далее коммунальная— 482 проекта (37,5%), социальная— 203 проекта (15,8%) и транспортная—95 проектов (7,4%), а основной объем привлеченных частных средств сосредоточился на проектах транспортной и коммунальной инфраструктуры. В социальной сфере бизнес и государство предпочитали вкладывать в медицинский профиль.

Произошло смещение интересов внутри консорциумов инвесторов и исполнителей, входящих на рынок ГЧП-проектов в сторону финансовых партнеров, доминирование крупных финансовых институтов в структурировании под своим официальным или неофициальным лидерством консорциумов-заявителей на проекты, что повлекло дополнительные расходы публичной стороны, оцениваемые экспертами в сумму от 4 до 17% стоимости проектов [6], а отсутствие системного анализа реализуемых и завершенных проектов не позволяло получить достоверную информацию о позитивной и негативной практике реализации проектов и избежать последующих повторяющихся ошибок.

3-ий этап - становление рынка с 2015 г. по настоящее время.

Переход на следующий этап условно связан с вступлением в силу профильного федерального закона (224-ФЗ) «О государственно-частном партнерстве, муниципально-частном партнерстве в Российской Федерации и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» и образованием факторов, которые повлияли на образ рынка ГЧП в субъектах РФ:

- гармонизация и устранение противоречий в законодательстве субъектов РФ и федеральных законов, распространение Минэкономразвитием России методических рекомендаций «Лучшие практики»;

- закрепление ориентиров по сферам возможной деятельности ГЧП и постепенное расширение объектов за счет IT-инфраструктуры (движимое имущество признано объектом ГЧП), морских портов, железнодорожной инфраструктуры, объектов инфраструктуры в сфере обороны и безопасности, гостиничного хозяйства;

- отсутствие определенного федерального органа исполнительной власти, уполномоченного на функции по выработке государственной политики и нормативно-правовому регулированию сферы ГЧП;

- отсутствие национальной стратегии по развитию ГЧП в России;

- выделение концессии как основной формы реализации проектов ГЧП, рост числа проектов и судебных споров по ним;

- запуск проектов в рамках коробочных кредитных решений в социальной сфере;

- выступление банков в роли медиаторов между инвестором и властями, чтобы частный партнер не взял на себя лишних обязательств перед госпартнером;

- активная роль практики работы с ФАС в части изменений в запущенных ГЧП-проектах, последствия «башкирского дела» показали, что регулятором рынка ГЧП является не только Минэкономразвития, но и антимонопольная служба;

- отсутствие механизма компенсации затрат лицу, подавшему частную концессионную инициативу, неоднозначности применения положений действующего законодательства в сфере ГЧП.

Что касается интереса зарубежных инвесторов, по мнению экспертов, он сохраняется [7].

Выявленные этапы, позволяют судить о том, что рынок проектов ГЧП находится на этапе становления, а разрешение выявленных противоречий, которые являются широким полем для коррупции, требуют особого государственного регулирования и системного подхода в изучении.

#### **Библиографический список**

1. Демиева А.Г. Несогласованность правового регулирования государственно-частного партнерства // Учен. зап. Казан. ун-та. Сер. Гуманит. науки. – 2017. – Т. 159, кн. 2. – С. 472–478.

2. Федеральный закон от 06.10.1999 №184-ФЗ (ред. от 06.02.2019) «Об общих принципах организации законодательных (представительных) и исполнительных органов государственной власти субъектов Российской Федерации».

3. Постановление Правительства от 28.07.2004 «Основные направления деятельности Правительства Российской Федерации на период до 2008 года».

4. Варнавский В.Г. Государственно-частное партнерство: некоторые вопросы теории и практики // Мировая экономика и международные отношения. - 2011. - № 9. – С. 41–50.

5. ГЧП-проекты идут в рост [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.kommersant.ru/doc/3100868>.

6. Еганян А. Инвестиции в инфраструктуру: деньги, проекты, интересы. ГЧП, концессии, проектное финансирование / А. Еганян. – М.: «Альпина Диджитал», 2015. – 714 с.

7. Информация платформы поддержки инфраструктурных проектов «РОСИНФА». Итоги 2018 ГЧП-года: проекты, события и инициативы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.pppi.ru/news/itogi-2018-gchp-goda-proekty-sobytiya-i-iniciativy>.

## ЭЛАСТИЧНЫЙ СПРОС: ПРИКЛАДНОЙ АСПЕКТ НА ПРИМЕРЕ РЫНКА БЕНЗИНА

**А.Н. Жаринова**

*Научный руководитель: Родина Г.А., доктор экон. наук, профессор  
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,  
Ярославский филиал*

Большинство людей не представляют свою жизнь без личного транспорта. Но каждый водитель сталкивается с проблемой – постоянное увеличение цен на бензин. Изменение цен на бензин представлены в таблице 1 [2].

Таблица 1. - Изменение цен на бензин

Тип топлива	Сейчас:	1 месяц назад	1 год назад
Бензин 92	RUB 42.29	+ RUB 0.19	+ RUB 3.79
Бензин 95	RUB 45.49	- RUB 0.16	+ RUB 3.79
Бензин 98	RUB 52.69	- RUB 0.70	+ RUB 4.70

Данные скачки цен бьют не только по карману рядовых автолюбителей, но и могут способствовать увеличению объемов сбыта контрафактного топлива, считают эксперты.

Может ли микроэкономика ответить на вопрос, до какой черты может дорасти цена? Ответа можно добиться с помощью анализа эластичности спроса по цене на бензин.

Эластичность — это мера чувствительности одной переменной к изменению другой, или число, которое показывает процентное изменение одной переменной в результате изменения другой переменной [4].

Эластичность спроса по цене показывает, на сколько процентов изменится величина спроса при изменении цены на 1%.

На эластичность спроса по цене влияют следующие факторы: наличие товаров-конкурентов и товаров-заменителей; повышение цен; информированность покупателей о рынке интересующих товаров; фактор времени; удельный вес товара в расходах потребителя.

Реакция потребителей на изменение цены на товар может быть сильной, слабой и в точности, соответствующей ценовому скачку. Каждая из них порождает соответствующий спрос: эластичный, неэластичный, единичный. Возможны варианты, когда спрос оказывается совершенно эластичным или совершенно неэластичным [1].

Эластичный спрос - спрос на товары, подверженный быстрому изменению в зависимости от незначительного колебания цен на них.

Товары с эластичным спросом по цене:

- предметы роскоши: драгоценности, деликатесы;
- товары, стоимость которых ощутима для семейного бюджета: мебель, бытовая техника;
- легкозаменяемые товары: мясо, фрукты.

Неэластичный спрос – это ситуация, когда наблюдается слабая реакция на изменение цены.

Товары с неэластичным спросом по цене:

- предметы первой необходимости: медикаменты, одежда, электричество и другие источники энергии;
- товары, стоимость которых незначительна для семейного бюджета: мыло, зубные щётки;
- труднозаменяемые товары: хлеб, электрические лампочки, бензин, наркотики.

Единичная эластичность характеризуется постоянным уровнем реализованной продукции в стоимостном выражении, независимо от установленных цен [3].

В точке единичной эластичности доход продавца максимален, потому что выше точки единичной эластичности спрос эластичен, и снижение цены будет увеличивать доход продавца; а ниже – неэластичен, и снижение цены будет уже уменьшать доход продавца [5]. Поэтому каждый продавец заинтересован в установлении цены, соответствующей этой точке.

Для анализа эластичности спроса по цене на бензин был проведен опрос, в котором участвовали разные возрастные категории, чтобы анализ был более точным.

При покупке автомобиля прилагается инструкция, в которой указано, какой бензин лучше заливать. В большинстве случаев это 95 бензин. В результате опроса было выявлено, что автовладельцы готовы отдать максимум 60 руб./л (см. рис. 1).

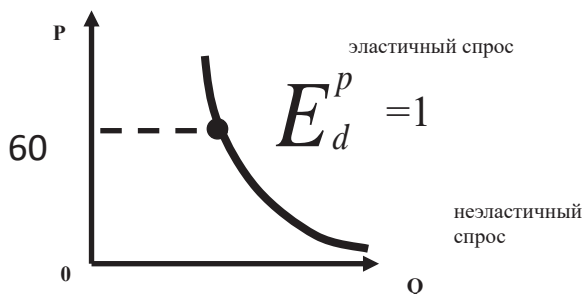


Рисунок 1. Эластичность спроса на 95 бензин



Так же может быть разброс от 92 бензина до 95. В их цене есть небольшие отличия, но все-таки 92 дешевле, что помогает сэкономить на бензине. За него готовы отдать тоже максимум 60 руб./л (см. рис. 2).

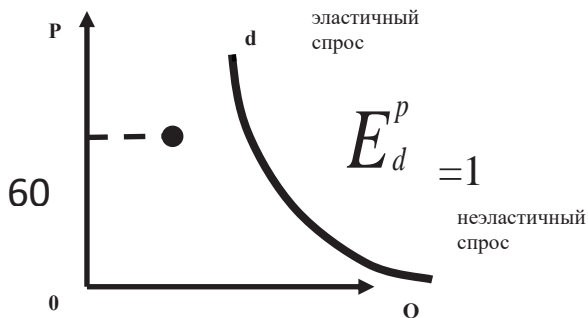


Рисунок 2. Эластичность спроса на 92 бензин

Самым дорогим является 98 бензин. Чаще всего его заливают в более мощные машины. За 98 автовладельцы готовы отдать даже 100 руб. (см. рис. 3).

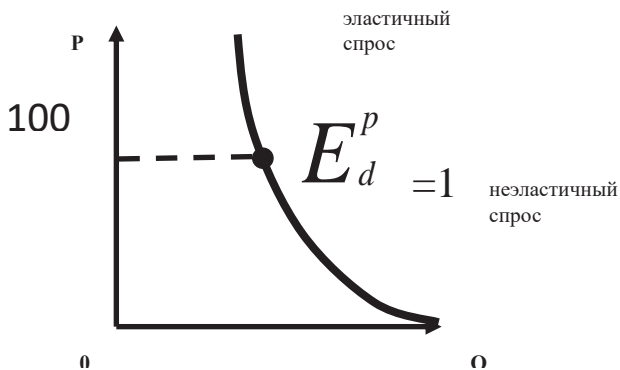


Рисунок 3. Эластичность спроса на 98 бензин

Цены на бензин растут каждый день, и эти скачки цен бьют по карману автолюбителей и ведут к увеличению объемов сбыта контрафактного топлива. Есть критическая точка, до которой цена бензина может дорасти, поэтому был проведен анализ эластичности спроса по цене на бензин. Вот наш прогноз: на № 98 – 100 руб./л, на № 95 и № 92 – 60 руб./л.

### **Библиографический список**

1. Базиков А.А. Микроэкономика: учебно-методическое пособие / А.А. Базиков. - М., 2016. – 141 с.
2. Динамика изменения цен на бензин в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://autotraveler.ru>.
3. Душенькина Е.А., Тактомысова Д.А. Экономическая теория: конспект лекций. – Ростов н/Д: Феникс, 2014. – 240 с.
4. Ефимова Е.Г. Экономика: Учебное пособие. – М.: МГИУ, 2005. – 368 с.
5. Энциклопедия по экономике [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://economy-gu.info/>.

УДК 336.64

### **ЛИЗИНГ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ**

*А.О. Завьялова*

*Научный руководитель: Проскурнова К.Ю., канд. экон. наук  
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,  
Ярославский филиал*

В современном мире лизинг является альтернативой банковского кредита. Данная тема является весьма актуальной в наше время, так как многим субъектам предпринимательской деятельности приходится брать кредит под залог ценных бумаг, продукции организации, вследствие нехватки оборотных средств. Также предприятия могут не иметь доступа к кредитным ресурсам, в первую очередь из-за жесткой банковской политики по отбору клиентов, а также предъявления к ним чрезмерно высоких требований. Помимо этого, высокие банковские проценты и прочие комиссионные платежи вынуждают искать новые источники инвестиций в свой бизнес. Именно поэтому, лизинг – отличное решение для многих организаций.

В мире уже давно фигурируют понятия «лизинговые операции» и «лизинговые сделки», но каждая страна имеет свои особенности. Порой законодательство разных стран регулирует не конкретно лизинг, а лишь отношения контрагентов по данному вопросу. Так, например, в законодательствах Франции, Бельгии и Италии, касающихся лизинга, присутствуют схожие по смыслу термины: «credit-bail», который переводится как кредит-аренда, или же «location financement» - финансирование аренды, «operazione di locazione finanziaria» - операции по финансовой аренде и др. Как мы можем заметить, в разных странах лизинг и правда имеет свои особенности [4, с. 5].

Итак, поговорим о том, что же такое лизинг, а также, откуда произошел данный термин. Термин «лизинг» произошел от английского слова «lease», который переводится как аренда, прокат или брать в аренду. Многие страны используют английский термин «lease» или же его различные производные, например, немецкое слово «leasingvertrag».

В нашей стране сегодня используют, уже закрепившийся термин «лизинг». В Российском законодательстве лизингом признается «совокупность экономических и правовых отношений, возникающих в связи с реализацией договора лизинга, в том числе приобретением предмета лизинга. В свою очередь договор лизинга - договор, в соответствии с которым арендодатель (далее - лизингодатель) обязуется приобрести в собственность указанное арендатором (далее - лизингополучатель) имущество у определенного им продавца и предоставить лизингополучателю это имущество за плату во временное владение и пользование. Лизинговая деятельность - вид инвестиционной деятельности по приобретению имущества и передаче его в лизинг» [2].

Помимо этого, с финансовой арендой связаны понятия «предмет лизинга» и «субъект лизинга». Поговорим о предмете лизинга, различных классификаций которого появляется все больше и больше. Но при этом, все виды предмета лизинга можно разделить на две большие группы – движимое и недвижимое имущество. В нашей стране, в соответствии с Общероссийским классификатором основных фондов ОК 013-2014 (СНС 2008) недвижимым имуществом признаются производственные здания, сооружения, предприятия в целом и др. В свою очередь, движимым имуществом признаются машины, транспортные средства, оборудование и т.д. [3]. Так, например, Государственная Транспортная Лизинговая Компания – одна из крупнейших и самая динамично развивающаяся лизинговая компания России, предоставляет в аренду воздушный, водный, железнодорожный и другие виды транспорта всех цветов и размеров [5].

Согласно Федеральному закону от 29.10.1998 № 164-ФЗ (ред. от 16.10.2017) «О финансовой аренде (лизинге)», в статье 4 «Субъекты лизинга» говорится о том, что субъектами лизинга являются: «лизингодатель - физическое или юридическое лицо, которое за счет привлеченных и (или) собственных средств приобретает в ходе реализации договора лизинга в собственность имущество и предоставляет его в качестве предмета лизинга лизингополучателю за определенную плату, на определенный срок и на определенных условиях во временное владение и в пользование с переходом или без перехода к лизингополучателю права собственности на предмет лизинга; лизингополучатель - физическое или юридическое лицо, которое в соответствии с договором лизинга обязано

принять предмет лизинга за определенную плату, на определенный срок и на определенных условиях во временное владение и в пользование в соответствии с договором лизинга; продавец - физическое или юридическое лицо, которое в соответствии с договором купли-продажи с лизингодателем продает лизингодателю в обусловленный срок имущество, являющееся предметом лизинга. Продавец обязан передать предмет лизинга лизингодателю или лизингополучателю в соответствии с условиями договора купли-продажи. Продавец может одновременно выступать в качестве лизингополучателя в пределах одного лизингового правоотношения» [2].

Итак, разобрав основные понятия, касающиеся термина «финансовая аренда», можно перейти к вопросу о том, какую роль в деятельности организации играет лизинг.

Безусловно, финансовая аренда имеет свои плюсы и минусы. Большим преимуществом, особенно для начинающих организаций, является возможность развиваться, а также финансовое преимущество. Конечно, очень сложно найти инвестора, который готов вложить деньги в вашу организацию. Помимо этого, необходимо оборудование для дальнейшей деятельности, но как я уже заметила ранее, зачастую, многим предприятиям отказывают в кредите. Именно поэтому, наилучшим решением является лизинг.

Кроме того, лизинг подразумевает длительный возврат заемных средств из денежного потока организации, генерируемого новым оборудованием, приобретенным в лизинг.

Еще одним преимуществом лизинга является «документирование» процесса – наличие соглашений, подписанных всеми субъектами, оформление документов, составленных по установленной форме. Это позволяет задекларировать все обязанности сторон.

Постоянно меняющиеся рыночные условия способствуют развитию рынка финансовой аренды, на котором представлены самые различные варианты лизинговых контрактов. Благодаря изобилию вариантов лизинговых контрактов арендодатель может выбрать наиболее приемлемый и выгодный для себя вариант.

Большим плюсом лизинга является государственная поддержка в виде различных преференций, налоговых льгот и др. В первую очередь, это связано с тем, что лизинг (особенно международный) способствует модернизации экономики, развитию предпринимательства и привлечению иностранных инвестиций.

Важно понимать, что необходимо хорошо ориентироваться в нормативных документах, чтобы не столкнуться с минусами финансовой

аренды. Для обеспечения собственной безопасности во время будущей сделки, необходимо заранее разобраться в документации, например, в качестве основного документа выступает договор, регистрирующий сделку купли-продажи, а дополнительными бумагами являются гарантии, поручительства, залоги и прочие документы. Также, важно разбираться в действующем законодательстве: Федеральный закон «О финансовой аренде (лизинге)» от 29.10.1998 № 164-ФЗ; «Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая)» от 26.01.1996 № 14-ФЗ (ред. от 29.07.2018) (с изм. и доп., вступ. в силу с 30.12.2018) - ГК РФ п. 6. «Финансовая аренда (лизинг)» [1].

Подводя итоги, хочу заметить, что лизинг или финансовая аренда действительно имеет массу преимуществ, которые будут интересны не только новым предприятиям с ограниченными возможностями, но и для сильных в финансовом отношении организаций, например, государственная поддержка в виде налоговых льгот. И правда, в постоянно меняющихся рыночных условиях, лизинг является отличным решением для любой организации.

#### **Библиографический список**

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 № 14-ФЗ (ред. от 29.07.2018) (с изм. и доп., вступ. в силу с 30.12.2018).

2. Федеральный закон «О финансовой аренде (лизинге)» от 29.10.1998 № 164-ФЗ (ред. от 16.10.2017).

3. Приказ Росстандарта от 12.12.2014 № 2018-ст (ред. от 10.11.2015) «О принятии и введении в действие Общероссийского классификатора основных фондов (ОКОФ) ОК 013-2014 (СНС 2008)».

4. Шмелева Н.В., Елисеева Е.Н. Основы лизинга: курс лекций. – М.: Изд. Дом МИСиС, 2012.

5. Государственная транспортная лизинговая компания [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://gtlk.ru/>.

УДК 330.16

### **НЕДОБРОСОВЕСТНАЯ РЕКЛАМА: МНОГО ЛИ ЕЕ В НАШЕЙ ЖИЗНИ?**

*А.А. Загоруйко*

*Научный руководитель: Родина Г.А., д-р экон. наук, профессор  
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,  
Ярославский филиал*

Для начала дадим определение понятию реклама. Само слово имеет латинское происхождение и означает «выкрикивать, кричать». То есть в лингвистическом смысле слова уже кроется его основная суть – сообщать и распространять сведения о чем-либо без согласия слушателя.

Реклама – это информация, предоставляемая производителем и адресованная потенциальному потребителю с целью привлечения его внимания к продукции. Реклама имеет экономическую основу и обеспечивает продвижение товаров и услуг на рынке.

Недобросовестная реклама - это реклама, которая дискредитирует лиц, не пользующихся рекламируемыми товарами; содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с товаром других лиц; порочит честь, достоинство, деловую репутацию конкурентов; рекламирует тот или иной товар, реклама которого в данное время или в конкретном месте запрещена; вводит потребителей в заблуждение относительно рекламируемого товара посредством имитации (копирования или подражания) общего проекта, текста, рекламных формул, изображений, музыкальных или звуковых эффектов, используемых в рекламе других товаров; злоупотребляет доверием физических лиц или недостатком у них опыта и знаний.

Желание быстрой прибыли за счет выделения среди конкурентов и привлечения потребителей - причина, по которой компании прибегают к нарушению закона и используют недобросовестную рекламу как метод продвижения своих товаров или услуг.

Актуальность выбранной темы строится на проблеме недобросовестности современной рекламы. Многие люди понимают, что рекламные ролики далеки от истины, и не питают ложных надежд и ожиданий. Тем не менее, реклама делает своё дело, и потребители даже не замечают, как из двух продуктов выбирают профессионально прорекламированный, и зачастую становятся жертвами недобросовестных уловок рекламы.

Согласно Федеральному Закону «О рекламе» (№ 38-ФЗ, ст. 5), реклама должна быть добросовестной и достоверной. Нарушение влечет наложение административного штрафа Федеральной антимонопольной службой.

Недобросовестной признается реклама, которая:

1. Содержит некорректные сравнения товара с товарами других производителей, порочащие честь, достоинство, деловую репутацию конкурентов:

- канал «Муз-ТВ» со слоганом «Муз-ТВ» - главный музыкальный канал»;

- сеть World Class с рекламой «Сеть фитнес-клубов № 1»;
- квас "Никола" со слоганами "Квас не кола, пей "Николау"!", "Всякой химии бойкот, пей "Николау" круглый год!", "Нет "коланизации", квас - здоровье нации!".

2. Рекламирует под видом одного товара другой товар:

- пищевые фотографии используют и клей, и краски, лишь бы придать рекламируемой еде аппетитный вид;
- AliExpress - всем известный интернет-магазин. Далеко не все товары, которые приходят, выглядят так, как это было на картинке.

3. Производит продукт, не обладающий теми качествами, которые ему присваиваются:

- известный бренд молочных продуктов Danone в рекламе йогурта Activia утверждал, якобы «клинически» и «научно» доказано, что он регулирует пищеварение, улучшает иммунную систему и уменьшает вероятность заболевания простудой и гриппом при ежедневном потреблении. Формулировка не соответствовала действительности;

- если в состав входит хотя бы 1% сухого порошка, то такой продукт должен именоваться «молочным напитком». Благодаря исследованию, проведенному в 2017 году, в образце «цельного» молока от производителя "Торговый дом «Сметанин»" было найдено незаявленное сухое молоко, а также признаки фальсификации молочного жира с помощью растительных жиров.

4. Присваивает товару названия и товарные знаки, тождественные с названиями и знаками известных производителей; производит схожие виды плагиата.

- обувь и одежда с названием «Abibas», похожим на известный бренд спортивной одежды «Adidas».

- шаурмичные, использующие перевернутый логотип всемирно известной компании McDonald's.

- азиатский автомобиль Geely GE – подделка Rolls-Royce Phantom.

Личный пример, я пробовала работать в риэлторском агентстве, но узнав, какие методы там применяются, я поняла, что эта работа не для меня, я не способна к такому. Лозунгом было «Находи все полюсы и скрывай минусы объектов». Прибыль агентству шла с продаж объектов, следовательно, оно решило максимизировать их, прибегая к данному методу. Знаю пример, когда риэлтор скрывает факт того, что проводка в квартире способна выдержать только один включенный электрочайник, и рекомендует квартиру, так как рядом есть церковь в шаговой доступности, а ведь, казалось бы, это не подлежит сравнению, вопрос жизни и смерти.

Результаты моего мини-опроса показали ведомость потребителей на уловки рекламодателей и воздействие на них недобросовестной рекламы. 70% опрошенных признали, что попадали под влияние, 30% - нет.

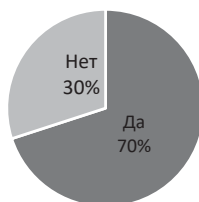


Рисунок 1. Воздействие недобросовестной рекламы на потребителей

Так как компаниям нужно «завоевать» и привести потребителя к нужному им результату - покупке товара, они прибегают к использованию недобросовестной рекламы для продвижения своей продукции на рынке. Этот незаконный метод не только распространенный, но и эффективный, судя по результатам опроса. А можно ли дать «красный свет» недобросовестной рекламе? Нет, к сожалению, недобросовестность рекламы есть и будет всегда, мы окружены ей. Чтобы не попасть под воздействие, стоит самостоятельно «фильтровать» поток рекламной информации, зная про данные методы рекламирования товаров.

#### **Библиографический список**

1. Нарушение законодательства о рекламе [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_34661](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34661).
2. Маркетинг. Реклама. Недобросовестная и недостоверная реклама [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.grandars.ru/student/marketing/nedobrosovestnaya-reklama.html>.
3. Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ (ред. от 30.10.2018) «О рекламе» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2019).

УДК 334.7

### **ФОРМЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ КРУПНОГО И МАЛОГО БИЗНЕСА В РОССИИ: ВОЗМОЖНОСТЬ ИХ ПРИМЕНЕНИЯ ДЛЯ НАЧАЛЬНОГО БИЗНЕСА В ЯРОСЛАВСКОЙ ОБЛАСТИ**

***К.В. Задорожная***

*Научный руководитель: Родина Г.А., д-р экон. наук, профессор  
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,  
Ярославский филиал*



Основой успешного развития экономики страны является тесное взаимодействие крупного и малого бизнеса. Существует ряд объективных причин, ведущих к взаимодействию этих секторов экономики, которые не могут существовать изолированно, поскольку нуждаются друг в друге.

Неоспоримым экономическим превосходством крупного бизнеса является: возможность осуществлять инвестирование научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ, способность обеспечивать экономию на транзакционных издержках и реальные конкурентные приоритеты на отраслевых, национальных и мировых рынках. У малых предприятий в свою очередь есть свои преимущества, такие как быстрота реакции, гибкость, скорость внедрения и освоения новых технологий. Развитие малого бизнеса оказывает огромное влияние на экономический подъем регионов и страны в целом, на создание новых дополнительных рабочих мест и уменьшение уровня безработицы, на формирование доходной части бюджета страны и иные показатели экономического и социального развития.

Суть процесса интеграции крупного и малого предпринимательства заключается во взаимовыгодном сотрудничестве и обеспечении безопасности с целью поддержания стабильности.

Рассмотрим на рисунке 1 распространённые формы взаимодействия крупного и малого бизнеса в России.

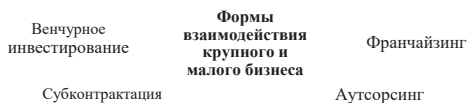


Рисунок 1. Формы взаимодействия крупного и малого бизнеса

Венчурное инвестирование – это долгосрочные инвестиции в капитал молодых, перспективных компаний или организаций, хорошо зарекомендовавших себя на рынке и нуждающихся ныне в расширении и развитии технологий. Основной особенностью всех венчурных компаний является разработка наукоемких, инновационных продуктов, позволяющих инвесторам получить повышенную прибыль.

В настоящее время Администрация Ярославской области ведет активную политику в области создания благоприятного инвестиционного климата в регионе. На территории области реализованы инвестиционные

проекты с участием таких компаний, как "Eastman Kodak", "Bertelsmann Distribution GmbH", Baltic Beverages AB, Metro (Cash&Carry).

Для развития малого инновационного предпринимательства региона в 2009 г. создано некоммерческое партнерство "Ярославский инновационно-технологический центр" (НП "Ярославский ИТЦ").

Активным участником инвестиционной деятельности в Ярославской области является компания ПАО «ОДК-Сатурн», которая является индустриальным партнером акселератора GenerationS с 2015 года. В ПАО «ОДК-Сатурн» состоялось открытие в 2018 году акселерационной программы трека TechNet GenerationS-2017. По результатам этой программы лучшие проекты получают поддержку в рамках НТИ, тестируют и внедряют свою разработку в производство, а также соревнуются за призовой фонд трека в размере 15 млн. рублей.

Субконтракция - одна из форм производственной кооперации между крупными предприятиями и мелкими производителями, с целью достижения высокой эффективности производства благодаря рациональному использованию имеющихся ресурсов. Сущность субконтракции (субконтрактинга) заключается в передаче подрядных заказов на производство или обработку деталей и комплектующих. Субконтрактинг в РФ получил широкое распространение в машиностроении, производстве пластмассовых и резинотехнических изделий, выпуске электронных компонентов и деревообрабатывающем секторе.

Инфраструктурную поддержку развития субконтрактинга в России обеспечивают региональные центры субконтракции, где проводятся межрегиональные «Биржи субконтрактов» - целевые мероприятия по поиску и квалификационному отбору партнеров по производственной кооперации для выполнения конкретных заказов. Ярославский региональный центр субконтракции (ЯЦС) функционирует на базе Ярославской областной торгово-промышленной палаты (ЯрТПП) с 2002 года. Основная деятельность центра направлена на размещение производственных заказов и предоставление услуг, содействующих развитию субконтракции промышленных предприятий.

Аутсорсинг – это передача одной организацией, на договорной возмездной основе, отдельных непрофильных функций другим компаниям, которые специализируются в конкретной области и обладают соответствующим опытом, знаниями, техническими средствами.

Сферы применения аутсорсинга не имеют границ: производство, услуги, информационные технологии и системы, финансы и т.д.

Крупные предприятия Ярославской области, такие, например, как ранее уже рассматриваемое ПАО «ОДК-Сатурн», успешно практикуют данную форму взаимодействия предпринимательства. На предприятии создана программа развития аутсорсинга, по которой, с целью гарантированного обеспечения надлежащего качества продукции, ПАО «ОДК-Сатурн» оказывает всестороннюю поддержку своим партнерам.

Франчайзинг - это форма предпринимательских отношений, при которой организация (франчайзер), имеющая свою торговую марку (Бренд), заключает договор с другими предпринимателями (франчайзи) на право действовать от имени франчайзера. Приобретая данное право, франчайзи должен осуществлять закрепленные за ним обязательства и ограничения, требуемые для обеспечения поддержания высокой репутации бренда. Со своей стороны, франчайзер обязуется предоставить не только право на использование бренда, но и поделиться опытом и знаниями по ведению бизнеса, оказать консультационную поддержку, помощь в запуске точки и ее дальнейшем развитии.

Согласно данным Российской ассоциации франчайзинга, по темпам развития франчайзинга, Россия входит в число мировых лидеров. Франшизы России занимают 62% рынка отечественного франчайзинга, среди них порядка 45% - это молодые предприятия, работающие в этой сфере менее 5 лет, что говорит о растущем интересе к данному способу организации бизнес-отношений. Российские компании предлагают франшизы в различных отраслях – от общественного питания и ритейла до банкинга и риэлтерской деятельности.

На сегодняшний день в Ярославле и области по франшизе успешно работает множество сетей, как из сферы розничной торговли, общественного питания, так и услуг населению. В городе есть несколько крупных торговых центров, таких как Аура, Альтаир, ТРК «Ярославский вернисаж», где представлено множество франшиз, например, Перекресток, Ашан, Адамас, Adidas, Calzedonia, и многие другие.

Все формы взаимодействия, рассмотренные в данной работе, доступны к применению в Ярославской области, как начинающему бизнесу, так и уже работающим малым и средним предприятиям, благодаря поддержке Администрации Ярославской области, ЯрТПП, НП "Ярославский ИТЦ", готовности некоторых крупных предприятий оказывать всестороннюю помощь малому предпринимательству и географическому расположению региона. Близость к Москве дает возможность применения франчайзинга в любых сферах бизнеса. В зависимости от своих финансовых возможностей начинающее предприятие может воспользоваться как предложениями по франшизе от

крупных брендов, так и от небольших, менее известных, где стоимость вложений начинается в среднем от 25000 рублей. Начинающие предприниматели Ярославской области, имеющие инновационные идеи, но не имеющие капитала для реализации своего проекта, могут попробовать принять участие в акселерационной программе, а также обратиться за содействием в НП "Ярославский ИТЦ". Только что открывшемуся производству станет хорошей поддержкой ЯЦС с биржей субконтрактов, так как субконтрактинг является перспективным путем повышения эффективности и экономического роста производства. Но субконтрактацию, как форму взаимодействия бизнеса, нерационально рассматривать как платформу для старта начинающей организации, так как она применима лишь в производственной сфере и является одним из путей развития предприятия. Аутсорсинг в свою очередь не ограничивается одной сферой применения, может являться основным и единственным видом деятельности организации, а в некоторых случаях практически не требует финансовых вложений, например, аутсорсинг бухгалтерских услуг.

#### **Библиографический список**

1. Агейкина М.С. Анализ форм взаимодействия крупного и малого бизнеса // Проблемы теории и практики предпринимательства. – 2012. – №1. – С. 149–151.
2. Национальная технологическая инициатива «Технет» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://technet-nti.ru>.
3. Портал информационной поддержки малого и среднего производственного бизнеса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.subcontract.ru>.
4. Российская ассоциация франчайзинга [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rusfranch.ru>.
5. Торгово-промышленная палата Ярославской области [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.yartpp.ru>.

УДК 338.47

## **АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ РЫНКА ТЕЛЕКОММУНИКАЦИЙ В РОССИИ**

***М.А. Квасникова***

*Научный руководитель: Кальсин А.Е., д-р экон. наук, профессор  
Ярославский государственный педагогический университет  
им. К.Д. Ушинского*

Связь, наряду с транспортом и энергетикой, является одной из основных составляющих инфраструктурного комплекса страны. Уровни развития экономики страны и телекоммуникаций - взаимосвязаны, и, несмотря на различия в развитии отдельных стран, существуют общие закономерности, связывающие эти процессы. Рынок телекоммуникаций имеет большие перспективы развития.

По предварительным данным «ТМТ Консалтинг», объем рынка телекоммуникаций в России в 2018 году достиг 1,70 трлн. руб. Темпы роста доходов составили 3,4%, это самая высокая динамика за последние 5 лет. Рост был, в основном, обеспечен ускоренной динамикой выручки от фиксированной связи, второй год подряд демонстрирующей увеличение доходов. Стабильными остались темпы прироста рынков широкополосного доступа и платного ТВ. Сегменты фиксированной телефонной связи, а также межоператорских услуг продолжили сокращаться, их вклад в совокупную выручку отрасли и влияние на ее темпы развития ежегодно снижается. Устойчивое сокращение рынка фиксированной телефонии обусловлено отказом абонентов от этой услуги в пользу фиксированной связи [3].

Число активных абонентов подвижной радиотелефонной связи, использующих услуги доступа в Интернет за период 2012 – 2018 гг. продолжало неуклонно расти (см. рис. 1).

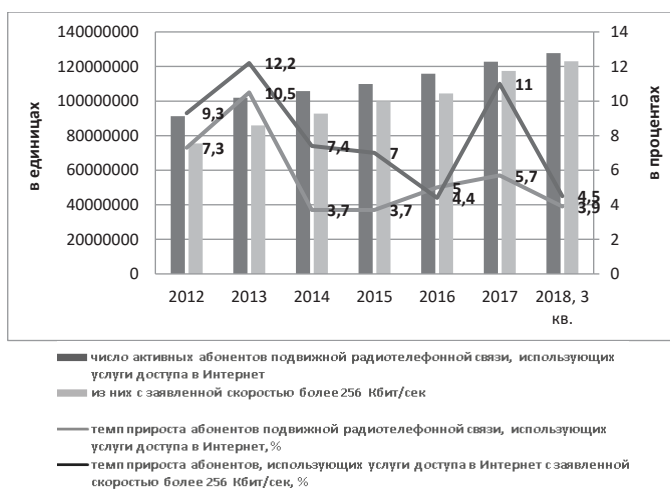


Рисунок 1. Динамика активных абонентов фиксированного доступа в Интернет

Общий прирост составил 28,6%, причем наблюдались взлеты и падения. Наиболее высокий темп роста наблюдался в 2013 г. (10, 5%), в 2018 г. произошло падение темпов до 3,9%. Темп прироста абонентов, использующих услуги доступа в Интернет с заявленной скоростью более 256 Кбит/сек на всем протяжении данного периода также неуклонно повышался и достиг наивысших значений в 2013 г. – 12,2% и 2017 г. – 11%, в 3 кв. 2018 г. произошел спад прироста до 4,5%. Указанные данные свидетельствуют о высокой популярности услуг доступа в Интернет с помощью подвижной радиотелефонной связи и, соответственно, для возможности полноценного использования этого функционала необходимо развитие сетей стандартов 3G/4G, в ближайшей перспективе, – 5G [1].

Число абонентских устройств подвижной радиотелефонной (сотовой) связи на 1000 человек за десятилетний период 2009–2018 гг. было разнонаправленным – до 2014 г. наблюдался рост в пределах 2 – 13,4%, в кризисный 2014 г. падение до 1%, затем рост не превышал 1,6%, в 3 кв. 2018 г. также произошло падение на 1,3% [4] (см. рис. 2).

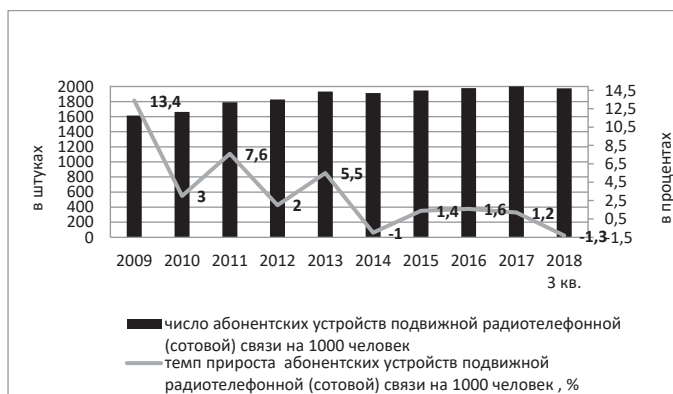


Рисунок 2. Динамика абонентских устройств сотовой связи

В целом, рынок абонентских устройств подвижной радиотелефонной (сотовой) связи выглядит достаточно насыщенным - на 1000 человек приходится около 1977 шт. на 3 кв. 2018 г.

Уровень цифровизации телефонной связи продолжил расти (см. рис. 3). Как видно из диаграммы, уровень цифровизации телефонной сети за период 2008-2017 гг. повысился на 14,9% в городской местности и на 25,2% в сельской. Темпы прироста цифровизации в сельской местности за

данный период несколько выше, чем в городской и разрыв между ними в 2017 г. сократился до 10,4% против 20,7% в 2008 г. [4].



Рисунок 3. Динамика цифровизации телефонной сети России

Развитие цифровизации местной телефонной связи по федеральным округам России представлено в таблице 1.

Таблица 1. - Цифровизация местной телефонной связи России

Федеральный округ РФ	Уровень цифровизации местной телефонной связи РФ город/село, %									
	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	
Центральный	75,8	79,0	88,9	90,2	90,8	91,6	92,8	93,7	94,9	
	43,5	45,1	47,2	47,1	55,8	63,6	70,1	76,0	78,0	
Северо-Западный	72,9	73,4	78,4	78,8	80,3	81,0	81,6	83,6	85,3	
	45	45,7	46,6	51,4	75,2	78,9	81,3	83,8	86,0	
Южный	80,4	81,7	82,8	83,6	86,0	86,8	87,1	83,7	85,6	
	65,1	66,2	67,0	68,2	72,7	74,0	75,4	74,2	75,7	
Северо-Кавказский	78,1	78,4	81,0	82,2	84,4	83,7	86,97	90,1	93,7	
	50,2	52,9	59,3	59,9	66,5	70,0	4,8	74,9	75,0	
Приволжский	88,7	91,8	92,77	93,3	94,0	94,7	95,5	96,8	97,5	
	72,7	74,7	6,3	77,2	78,9	79,3	82,3	86,0	86,9	
Уральский	84,0	84,5	85,8	87,1	88,0	88,3	89,5	90,2	92,8	
	52,0	53,9	55,6	55,1	60,9	62,6	64,3	71,4	77,6	
Сибирский	85,5	87,5	89,7	90,6	92,3	92,9	92,3	94,2	95,8	
	79,9	80,6	82,6	83,3	84,2	85,0	85,9	89,8	91,4	
Дальневосточный	88,3	91,8	93,3	94,0	95,7	96,1	96,5	98,1	98,5	
	67,1	72,2	77,9	81,8	84,9	86,8	87,8	90,8	92,0	

К федеральным округам – лидерам по цифровизации связи относятся Дальневосточный, Приволжский и Сибирский (уровень цифровизации в городе в 2017 г. свыше 95%, на селе – свыше 86%). Отстающими федеральными округами по цифровизации города являются Северо-Западный и Южный – менее 86%, по сельской местности – Северо-Кавказский, Южный, Уральский и Центральный федеральные округа – ниже 80%.

По темпам роста цифровизации в городе за период 2009–2017 гг. лидерами являются Северо-Кавказский и Центральный округа – уровень цифровизации увеличился, соответственно, на 15-20%, в сельской местности – Дальневосточный и Северо-Западный округа – рост составил 35–40%.

Таким образом, рынок телекоммуникационных услуг в России является одним из наиболее интенсивно развивающихся секторов экономики. Среди драйверов роста рынка телекоммуникаций можно обозначить: активное действие инновационных процессов, снижение эксплуатационных расходов компаний связи, углубление международного сотрудничества между операторами рынка связи, изменение предпочтений потребителей, расширение инструментов государственной поддержки, к негативным факторам можно отнести высокие капитальные затраты для расширения покрытия сетей и увеличения скорости передачи данных [2].

#### **Библиографический список**

1. Сологубова Г.С. Составляющие цифровой трансформации: монография. - М.: Издательство Юрайт, 2018. - 141 с.
2. Сеница С.А. Анализ тенденций развития глобального рынка телекоммуникационных услуг// Вестник Евразийской науки. – 2019. - Т. 11, №1 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://esj.today/PDF/27ECVN119>.
3. Структура телеком-рынка РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://tmt-consulting.ru>.
4. Федеральная служба государственной статистики официальный сайт [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.gks.ru>.

УДК 336.7

### **ПОНЯТИЕ ДОСТУПНОСТИ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ**

*А.А. Козик, М.А. Шубнякова*

*Научный руководитель: Тарасова А.Ю., канд. экон. наук*

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,  
Ярославский филиал*



В данной работе мы рассмотрим понятия доступности финансовых услуг. Чем же вызвана необходимость изучения данного понятия?

Об актуальности поставленного вопроса говорит тот факт, что финансовый сектор России на сегодняшний день, к сожалению, не обеспечивает полную доступность финансовых услуг гражданам и юридическим лицам, так как население страны имеет низкий уровень не только финансовой грамотности, но даже осведомлённости. Помимо этого, присутствует неравномерность распределения финансовых услуг внутри областей Российской Федерации. Важно повышать их доступность, так как это окажет положительный эффект для страны и экономики в целом. Проведенный анализ ярко выраженных проблем свидетельствует о важности изучения данного понятия.

Поэтому необходимо понять, что такое финансовая услуга. Понятие финансовая услуга формируется исходя из предмета и цели назначения. Так, предметом является финансовое посредничество. Целью – мобилизация и применение денежных средств юридических и физических лиц. Таким образом, можно определить понятие финансовой услуги с указанием его внутренней сущности и социально-экономического значения. «Финансовая услуга – это экономические отношения между участниками финансового рынка, возникающие по поводу трансформации денежных средств в денежный капитал юридических и физических лиц на банковском, страховом и инвестиционном рынках» [4].

Следовательно, в повседневной хозяйственной практике население все чаще имеет дело с разными формами проявления финансовых отношений посредством финансовых услуг.

Благодаря росту спроса на оказание разнообразных финансовых услуг растёт уровень доступности финансовых услуг для разных слоёв населения, о которой в Российской Федерации имеется маленькая осведомлённость.

Так, доступность финансовых услуг – это ситуация финансового рынка, при которой все физические лица, имеющие дееспособность, и юридические лица, включающие субъекты малого и среднего предпринимательства, обладают полноценными правами для получения базового набора финансовых услуг.

Права (возможности) получения базового набора услуг обрисовываются комплексом условий.

Первым таким условием является наличие инфраструктуры предоставления финансовых услуг. К инфраструктуре финансовых услуг можно отнести такие услуги, как возможность получения услуг в отделениях и филиалах денежно-кредитных организациях с помощью

компетентных сотрудников, банкоматов, терминалов, агентов и возможность получать услуги дистанционно (удалённо) через Интернет, осуществляемые различными персональными техническими устройствами.

Второе условие – это востребованность финансовых услуг, под которой понимается стабильный спрос со стороны населения на финансовые услуги.

Третье условие – это качество финансовых услуг. Качественные финансовые услуги подразумевают постоянное и достигаемое оказание финансовых услуг, имеющих оптимальную ценовую политику, вызывающих доверие у населения страны и предоставляющих оперативную систему защиты прав потребителей финансовых услуг.

Четвёртое условие – это полезность финансовых услуг. Критерий полезности обобщает в себе такие понятия, как финансовая грамотность, понимание важности и результативности оказываемых финансовых услуг населением страны.

Учитывая все выше сказанное можно сделать вывод о том, что «базовый набор финансовых услуг – это услуги, предоставляемые различными финансовыми организациями в соответствии с законодательством РФ, включающие услуги страхования, кредитования, по формированию вкладов/сбережений, а также платёжные услуги [2]».

К организациям, которые оказывают финансовые услуги, относятся банки (кредитные организации), страховые организации, негосударственные пенсионные фонды, кредитные кооперативы, профессиональные участники рынка ценных бумаг и вспомогательные инфраструктурные организации-посредники, которые своей деятельностью призваны облегчить или обеспечить доступ к базовым финансовым услугам.

Самый большой спрос население нашей страны предъявляет на платёжно-расчётные услуги: денежные переводы и проведение платежей и расчётов за приобретение товаров или услуг. Далее велик спрос на сберегательные и кредитные операции. Факторами, которые снижают их доступность являются территориальная удалённость поставщика услуги (банка), уровень дохода возможного клиента, его сберегательная и кредитная способность. Нельзя не согласиться с тем, что, «неравенство в доступе к финансовым услугам увеличивает социальное неравенство [1]». Приблизить финансовые услуги к их потенциальным потребителям поможет повышение финансовой грамотности населения с целью распространения информации о возможностях, которые откроются перед

людьми, если они станут клиентами тех или иных финансовых организаций.

Именно поэтому считается, что улучшение финансовой грамотности населения – одно из «главных направлений повышения доступности финансовых услуг» [1]. Низкий уровень финансовой грамотности ведет к таким последствиям и угрозам, как рост числа жертв финансовых преступлений, неэффективное распределение личных сбережений и накопление населением кредитной задолженности. Государственная программа повышения финансовой грамотности должна быть принята в Российской Федерации на федеральном и региональном уровнях. Только силами государства данная программа реализоваться не может, поэтому в ней также должны принимать участия банки, инвестиционные и консультационные компании, образовательные учреждения.

Повышение доступности финансовых услуг должно оказать положительный эффект на экономику России, а именно:

- 1) стимулирование начала предпринимательской деятельности для всех слоев населения, развитие способов финансирования малого бизнеса;
- 2) рост сберегательной активности населения и создание возможностей для накопления;
- 3) снижение изолированности малоимущих слоев населения, которые не имеют материальных возможностей и общественных связей для повышения своего благосостояния.

Таким образом, проанализировав проблемы, вызванные недостатком знаний о понятии доступности финансовых услуг, можно сделать вывод о том, что доступность финансовых услуг – это чрезвычайно важное условие инновационного роста и сбалансированного развития всех регионов страны. При этом все финансовые рынки должны развиваться одновременно, так быстрое развитие одного финансового рынка невозможно без подобного роста остальных финансовых рынков. Недостаточность в объемах активов и финансовой мощности банковского сектора и всех остальных рынков (особенно страховщиков, инвестиционных и пенсионных фондов) образует сдерживания развития всей экономики страны.

#### **Библиографический список**

1. Макина С.А. Доступность финансовых услуг в России как необходимое условие инновационного роста // Экономика. Налоги. Право. - 2012. - № 6.

2. Коханова В.С., Лосева И.Н. Анализ доступности финансовых услуг в Ростовской области. Финансовые исследования. - 2018. - № 2 (59). - С. 58-65.

3. Обзор состояния финансовой доступности в Российской Федерации в 2015 году. Центральный банк России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://cbr.ru/finmarkets/files/affordability/rev\\_fin\\_20161110.pdf](http://cbr.ru/finmarkets/files/affordability/rev_fin_20161110.pdf).

4. Караваева Е.В. Рынок финансовых услуг и его место в структуре финансового рынка // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/rynok-finansovyh-uslug-i-ego-mesto-v-strukture-finansovogo-rynka>.

УДК 338.48

## **РЕЛИГИОЗНЫЙ ТУРИЗМ И ПАЛОМНИЧЕСТВО: ВЛИЯНИЕ НА ЭКОНОМИКУ ЯРОСЛАВСКОЙ ОБЛАСТИ**

***Е.О. Колмакова***

*Научный руководитель: Михеева К.А.*

*ГПОУ ЯО Переславский колледж им. А. Невского*

Ярославль - это признанный центр самого знаменитого отечественного туристического маршрута «Золотое кольцо». В каждом районе Ярославской области есть много известных и малоизвестных туристических маршрутов, и заслуживающих внимания достопримечательностей.

Религиозный туризм, являясь разновидностью познавательного туризма, приносит экономическую выгоду местному населению, государственным структурам и частным предприятиям (не только туристским), оказывает поддержку религиозным общинам и организациям. Экономические показатели и критерии оценки эффективности религиозного туризма оцениваются по той же методике, как и при организации обычных массовых туристских поездок [2, с. 67].

С экономической точки зрения, религиозный туризм – это производство и реализация на рынке туристских услуг и товаров специфического характера. Непосредственно в этом процессе участвуют объекты размещения (гостиницы, кемпинги, общежития, монастырские кельи), предприятия общественного питания, транспортные компании.

За 2018 год Ярославскую область посетили 4 миллиона 100 тысяч человек. Это на 13,8% больше, чем годом ранее. Также на 9,3% выросло число гостей, размещённых в гостиницах [4].

Налоговые поступления в бюджет региона от деятельности туристических агентств и прочих организаций, предоставляющих услуги в сфере туризма, в 2018 году превысили 41 миллион рублей, это на 14,5% выше уровня 2017года. Налоговые поступления от деятельности гостиниц

составили около 194 миллионов рублей – на 16,86% больше, чем в прошлом году [5].

По оценкам ПАО Сбербанк, Ярославская область за 10 месяцев 2018 года получила от внутреннего туризма 4 миллиарда 42 миллиона рублей, заняв по этому показателю седьмое место в Российской Федерации [6].

Для актуализации религиозного туризма в Ярославской области нами был разработан совершенно новый религиозный туристский маршрут «Священный путь Владимирского тракта».

Маршрут придется по нраву, как взрослым, так и детям. Религиозный тур рассчитан на 4 дня и 3 ночи.

«Владимира» – это исторический памятник, носящий общегосударственный характер. Но в наше время, фактически никто не знает ее историю. Сохранившиеся участки старой «Владимирки» имеют огромное социально-историческое и духовно-патриотическое значение как неизгладимая память о лучших людях России, посвятивших свою жизнь борьбе за свободу и счастье народа – в этом и есть актуальность выбранной темы.

Программа тура

1 день

11.00 Выезд из г.Москва

12.20 Прибытие в деревню Авдотьино Ногинского района Московской области в Николо-Берлюковский монастырь.

14.00 Обед в трапезной монастыря

15.00 Выезд в г. Переславль-Залесский

17.20 Прибытие в г. Переславль-Залесский

17.40 Размещение в хостеле «Сельдь Царский посол»

18.00 Свободное время

19.00 Ужин в хостеле

21.00 Ночь в хостеле

2 день

09.00 Завтрак в хостеле

10.00 Посещение Горицкого монастыря в г. Переславль-Залесский

12.15 Обед в хостеле

13.00 Посещение храма Смоленской иконы божьей матери в селе Ям

14.00 Выселение из хостела, выезд в г. Суздаль

16.15 Прибытие в г. Суздаль

16.30 Размещение в отеле «Сокол»

17.00 Посещение богослужения в Богородице Рождественском соборе

19.00 Ужин в отеле

20.00 Свободное время

21.00 Ночь в отеле  
 3 день  
 08.00 Завтрак в отеле  
 09.00 Посещение богослужения в Воскресенской церкви  
 11.30 Обед в отеле  
 12.30 Выселение из отеля, выезд в г. Владимир  
 14.00 Прибытие в г. Владимир  
 14.15 Заселение в гостиницу «Клязьма»  
 15.00 Свободное время  
 16.20 Посещение богослужения в храме Михаила Архангела  
 18.00 Ужин в гостинице  
 21.00 Ночь в гостинице  
 4 день  
 08.00 Завтрак в гостинице  
 09.00 Посещение богослужения в Троицкой церкви  
 12.00 Обед в гостинице  
 13.00 Выселение из гостиницы, выезд в г. Москва  
 16.00 Прибытие в г. Москва

Таблица 1. - Калькуляция религиозного тура «Священный путь Владимирского тракта»

№	Наименование	Стоимость на чел. (руб.)
1	Страховка	417
2	Виза	-
3	Транспортные расходы	884
4	Расходы на проживание	6080
5	Расходы на питание	входит в стоимость проживания
6	Расходы на экскурсионную программу	800
7	Прямые затраты	8181
8	Косвенные затраты	818
9	НДС – 18%	1619
10	Прибыль – 20%	1799
11	Общая стоимость тура	11599

Таким образом, стоимость тура на одного человека составит 11599 рублей. Также за дополнительную плату туристы могут приобрести дополнительные и сопутствующие услуги: сходить на экскурсии, не входящие в стоимость тура, приобрести различные сувенирные подарки, сопутствующее обслуживание (дополнительное питание, прокат, почта,

информационные, валютно-кредитные услуги, хранение вещей, развлечения, не входящие в стоимость путевки).

Итак, развитие религиозного туризма в данном направлении более чем актуально. Все объекты маршрута объединены одной целью – это удовлетворение духовных, культурно-патриотических и социально-исторических потребностей туристов. Предложенный маршрут будет успешно продаваться, и пользоваться спросом у туристов.

#### **Библиографический список**

1. Квартальнов В. А. Туризм: учебник. - М.: Просвещение, 2014.
2. Информационный сайт о путешествиях, туризме и активном отдыхе [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.geospot.ru>.
3. Портал органов государственной власти Ярославской области [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.yarregion.ru>.
4. Федеральное агентство по туризму [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.russiatourism.ru>.
5. Официальный сайт ПАО «Сбербанк России» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.sberbank.ru>.

УДК 338.484.2

### **РОЛЬ ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В ЭКОНОМИКЕ ЯРОСЛАВСКОЙ ОБЛАСТИ**

***А.В. Копылова***

*Научный руководитель: Мельникова И.Г. кан. ист. наук, доцент  
Ярославский государственный университет имени П.Г. Демидова*

На сегодняшний день туризм является мощной мировой индустрией. За быстрые темпы роста он признан экономическим феноменом столетия. Во многих странах туризм играет значительную роль в формировании ВВП, создании дополнительных рабочих мест, обеспечении занятости. Туризм оказывает огромное влияние на такие ключевые отрасли экономики как транспорт, связь, строительство, сельское хозяйство.

Существует прямая связь между тенденциями развития индустрии туризма и общими экономическими, техническими и социальными достижениями [1].

По данным департамента туризма Ярославской области объем туристского потока в область за 2018 г. составил 4,1 млн. человек. Турпоток вырос на 13,8% по сравнению с 2017 годом.

Рост турпотока связан с ростом количества экскурсантов, приезжающих в Ярославскую область, проведением событийных

мероприятий в низкий сезон на территории региона, активной маркетинговой политики, реализуемой на целевых рынках [3].

В регионе до сих пор основным сектором остается организованный культурно-познавательный туризм и туры по Золотому Кольцу. Несмотря на это остро ощущается выделение такого сектора туризма как событийный. Это обусловлено тем, что культурно-познавательный туризм является зрелым и в последние годы испытывает проблемы, связанные с увеличением количества самостоятельных туристов, предъявляющих новые требования к качеству и разнообразию турпродуктов [5].

Так же в регионе начал выделяться гастрономический туризм. Гастрономический туризм как отдельный сектор туристского рынка обладает высоким потенциалом развития и способен, в том числе, снизить сезонность спроса на туристские продукты и услуги Ярославской области.

Гастрономический туризм существует в комплексе с другими видами туризма, например, с событийным или промышленным.

В Ярославле третий год подряд проходит фестиваль «Пир на Волге», который соединил в себе два вида туризма: событийный и гастрономический. Организатор фестиваля «Волга-тур» приводит такие цифры: за 2017 год мероприятие посетило более 40 000 человек, 25% из которых гости Москвы и других регионов. За 2018 год примерное количество гостей уже около 60000, из них 15000 – туристы [4].

Еще одним гастрономическим событием является Масленица. В Ярославле проходит «Главная Масленица страны», которая как раз привлекает туристов в «несезон».

Так же для туристов была создана «Гастрономическая карта Ярославской области», которая позволила сразу в одном месте ознакомиться с продуктами, производимые в области. На отдельной вкладке на сайте есть список туров, которые предлагают агентства. Что позволит упростить потенциальным туристам задачу с поиском туров и экскурсий на гастрономическую тематику [4].

Таким образом, гастрономический туризм экономически выгодное направление. Развитие этого вида туризма и создание гастрономических брендов, позволит привлечь в регион новый поток туристов, заинтересованных в изучении местной кухни. И, как следствие, создание туристкой инфраструктуры, новых рабочих мест, улучшение благосостояние региона.

#### **Библиографический список**

1. Артёмова Е.Н., Козлова В.А. Основы гостеприимства и туризма. – Орёл: ОрёлГТУ, 2005. - 104 с.



2. Гастрономическая карта Ярославской области [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://yareda.ru/>.

3. Итоги мониторинга сферы туризма – Документ предоставлен департаментом туризма Ярославской области.

4. Официальный сайт фестиваля «Пир на Волге» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.volgafoodfest.ru/index.html>.

5. Предварительные итоги 2018 года (оперативная информация) – Документ предоставлен департаментом туризма Ярославской области.

УДК 338.5

## **ПРОЦЕСС КАРТЕЛИРОВАНИЯ В МИРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ НА ПРИМЕРЕ ОПЕК**

***В.М. Корнеева***

*Научный руководитель: Родина Г.А., д-р экон. наук, профессор  
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,  
Ярославский филиал*

Данная тема определяется тем, что картель в современной экономике играет немаловажную роль, так как картельные соглашения помогают развитию малых и средних предприятий. Картельные соглашения разрешают данным организациям удержаться в конкурентной борьбе с более крупными организациями. Именно с помощью картелей можно регулировать развитие различных отраслей экономики. Существует картель структурных кризисов, который помогает преодолеть производственный кризис, восстановить спрос и предложение в определенной отрасли. Кроме этого, картели могут заключаться как между организациями, так и между странами.

Картель способен диктовать свои условия на рынке, это подтверждает множество примеров коопераций, когда производители объединяются в один союз. Картель – это ассоциация фирм, заключившие явное или тайное соглашение о регулировании своей деятельности. При картельном сговоре каждая фирма получает свою квоту выпуска продукции, которую она, согласно условиям договора, не должна превышать, чтобы не подорвать монопольную цену. Таким образом, основной причиной появления картелей является максимизация прибыли.

При совместном выпуске участники соглашения объединяют свою прибыль в общий «мешок», при этом каждый участник выигрывает от совместных действий больше, чем при проведении политики индивидуального определения цены.

Основной проблемой картелей является согласование решений между его организациями и установление системы ограничений (квот) для этих фирм, поскольку у каждой фирмы существует мотив для превышения квоты и получения дополнительной прибыли.

Картели устанавливают штрафы для тех, кто не выполняет соглашение, тайно превышая свои квоты. Чтобы предотвратить стремление к нарушению установленных квот, что грозит развалом картеля, те организации, которые заинтересованы в его стабильной работе, должны сосредоточить все управление картелированными организациями на ограничении их статуса самостоятельных юридических лиц. Картельные соглашения зачастую являются незаконными и преследуются антимонопольными органами.

Рассмотрим функционирование картеля на примере ОПЕК (от англ. OPEC, The Organization of the Petroleum Exporting Countries) — организация стран-экспортёров нефти. В список объединения включены страны, контролирующие 2/3 всех месторождений нефти, что позволяет диктовать условия остальным участникам рынка. По добыче на них выпадает до 35% объема, а это почти половина мирового экспорта нефтепродуктов [2]. Получение прибыли от вложений в нефтяную промышленность является ключевым моментом. По линии энергетики стран-участников два раза в год руководящие лица встречаются для анализа всех произошедших на мировом рынке событий и проводится прогноз на будущее.

В состав ОПЕК входят не просто страны-экспортеры нефти, а те, чья экономика зависит от добычи нефти. У множества государств сырьевая база сильно израсходована, поэтому вынуждает искусственно регулировать объемы экспорта, для того чтобы в будущем не остаться без источника пополнения государственного бюджета. ОПЕК является межправительственной организацией, которая была создана 10-14 сентября 1960 года на Багдадской конференции Ираном, Ираком, Кувейтом, Венесуэлой и Саудовской Аравией. Позднее присоединились: Катар (прекратил свое членство в январе 2019 года), Индонезия (окончательно прекратило свое членство в ноябре 2016 года), Ливия, Объединенные Арабские Эмираты, Алжир, Нигерия, Эквадор, Ангола, Габон, Экваториальная Гвинея, Конго [3, с. 26]. Главной целью ОПЕК продекларирована взаимосвязь и стандартизация нефтяной политики среди стран-членов, для того чтобы обеспечить справедливые и стабильные цены для производителей нефти [4].

Разумеется, на нефтяные цены влияет отнюдь не только политика ОПЕК. Нефть – слишком значимый товар, чтобы и ТНК, и банки, и

Правительства, и отдельные лидеры сильных стран не оказывали давление. Зачастую даже ради не экономических, а политических целей. Спектр весьма широк – от распускания слухов до военного вмешательства.

Отношения между Россией и ОПЕК никогда не были однозначными, так как Россия представляет противовес ОПЕК тем, что она не входит в состав стран-участников картеля и является крупнейшим производителем и экспортером нефти. С другой стороны, и Россия, и ОПЕК в силу накопившихся бюджетных проблем одинаково заинтересованы в поддержании высоких цен на нефть. Однако насколько реально вступление России в ОПЕК? Россия, вступив в ОПЕК, приобретет дополнительные обязательства, которые необходимо будет выполнять. В первую очередь это коснется сдерживания экспорта как инструмента поддержания высоких цен. Приняв во внимание объемы нефтеэкспорта, Россия станет в ОПЕК "младшим" партнером с постепенно деградирующей без достаточных инвестиций нефтяной промышленностью [1]. Россия имеет интерес не только в поддержании высоких цен на нефть, но и в снижении издержек, налогового бремени и рисков для компаний, добывающих нефть и производящих товары и услуги для ее добычи и переработки.

Из выше сказанного следует, что ОПЕК вынужден постоянно сталкиваться с разными проблемами, приходящими как извне, так и изнутри самой организации. Насколько удачно картель будет справляться с вызовами нового столетия, покажет время. Что касается членства России в ОПЕК, то вряд ли это произойдет в обозримом будущем.

#### **Библиографический список**

1. Акимов А.Д. Картельные соглашения в условиях российского рынка // Инвестиции в России. – 2008. – № 8. – С. 16–18.
2. Брагинский О.Б., Шлихтер Э.Б. Мировая нефтепереработка: экологическое измерение. – М.: Academia, 2003.
3. Сергеев В. П. Мировая экономика. – М.: Инфра-М, 2004. – 133 с.
4. Organization of the Petroleum Exporting Countries [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.opec.org/>.

УДК 330.15

### **ПРОБЛЕМА НЕВОЗОБНОВЛЯЕМОСТИ ЗЕМЕЛЬНЫХ РЕСУРСОВ В ЭКОНОМИКЕ ЯРОСЛАВСКОЙ ОБЛАСТИ**

***В.С. Ладонина***

*Научный руководитель: Родина Г.А., д-р экон. наук, профессор  
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,  
Ярославский филиал*

Природные ресурсы - совокупность объектов и систем живой и неживой природы, компоненты природной среды, окружающие человека и используемые им в процессе общественного производства для удовлетворения материальных и культурных потребностей человека и общества [2]. Природные ресурсы классифицируются по критериям (например, по виду истощаемости):

1. Истощаемые – это такие ресурсы, объем которых с определенной степенью точности может быть установлен и ограничен, запасы которых по мере эксплуатации уменьшились до такой степени, что дальнейшая их эксплуатация грозит полным их исчезновением:

– невозобновляемые – относятся к большинству полезных ископаемых, видовой состав растений и животных, т.е. та часть природных ресурсов, которая не может возрождаться или восстановиться в обозримом будущем (минеральные, земельные);

– возобновляемые – могут быть восстановлены либо естественным путем, либо с помощью человеческой деятельности, но только тогда, когда сохраняются условия и скорость восстановления. Обычно это: земельные ресурсы, водные и биологические;

– не полностью возобновляемые - скорость восстановления ниже уровня хозяйственного потребления;

2. Неистощаемые ресурсы – не истощающиеся при любых объемах хозяйственного использования, поскольку в результате природных процессов происходит их постоянное самовозобновление (водные, климатические) [9].

Нас интересуют непосредственно невозобновляемые ресурсы, а точнее земельные, так как проблема в Ярославской области (далее ЯО) касается их напрямую. Эти материалы нашли огромное применение в современной промышленности. К таким ресурсам относятся различные металлические руды, нефть, природный газ, горючие сланцы, торф, известняк и т.д. Все это – предшественники строительных материалов и топлива. Истощаемые ресурсы требуют грамотного обращения. Скорость добычи полезных ископаемых несоизмерима со временем их образования, поэтому уже сейчас чувствуется их убыль. К невозобновляемым ресурсам относятся те богатства природы, которые никак не восстанавливаются. Это практически все виды минеральных ресурсов и полезных ископаемых, а также земельных ресурсов [5]. Они в общем виде состоят из всех почв, которые представлены на нашей планете, являются частью литосферы и необходимы для жизни человека. Проблема использования почвенных ресурсов заключается в том, что их расходование происходит быстро, а восстановление неслучайно. Каждый год образовывается только 2 мм

грунта. Чтобы избежать полного расходования земельных ресурсов, необходимо их рационально использовать и проводить меры для восстановления [4].

Когда смотришь на карту мира, суша, кажется, необъятной. Тем не менее, только 1/3 ее плодородна. Остальная часть – горные массивы, болота, пустыни или даже вечная мерзлота. Почву расходовать на сельхоз сферу нужно с учетом быстрого истощения плодородного слоя земли. Ситуацию ухудшают природные факторы: эрозия почв, иссушение. Кроме того, человек сам негативно влияет на процесс восстановления гумуса (избыточное удобрение почв химикатами, загрязнение сточных вод, попадание в почву растворенных веществ) [6]. Распределение земель по различному назначению в Ярославской области представлено на рисунке 1 [7].

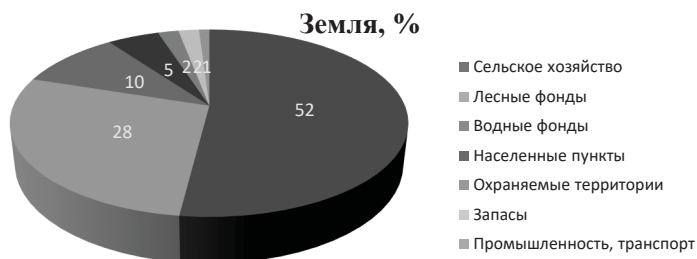


Рисунок 1. Земельные ресурсы по назначению в Ярославской области

Интенсивный вынос питательных веществ при резком сокращении внесения удобрений, снижение мелиоративных мероприятий значительно снизили уровень плодородия почв. Наблюдается ежегодное устойчивое уменьшение площади земель предприятий, занимающихся сельхоз производством. Очень много не используется годами: сенокосы и пастбища зарастают. В Ярославской области широко практикуется перевод лесных земель и сельскохозяйственного назначения в иные (для коттеджного строительства). Оно идет с нарушениями земельного, лесного и водного законодательства в пригородных зонах, по берегам водоемов (в т.ч., на побережье Рыбинского водохранилища) [5]. В почвах Ярославля повышено содержание ртути и свинца. Доля проб почв жилых зон, не соответствующих гигиеническим нормативам, превышает в области среднероссийские по тяжелым металлам. По микробиологическим и паразитологическим показателям область входит в 10-ку худших в РФ [8].

В 1941–1947 гг. в результате перекрытия русел Волги и Шексны было создано Рыбинское водохранилище (РВ далее) и введена в строй Рыбинская ГЭС. При этом было переселено 130 тыс. чел. Под воду ушло 12,5% территории области; были частично подтоплены некоторые города. С появлением РВ изменился климат прилегающих районов: лето стало более влажным и прохладным. Создание РВ — один из ярких примеров решения краткосрочных проблем без учета долгосрочных интересов развития. В интересах региона — постепенно спустить водохранилище и рекультивировать затопленные земли [1].

Проблема обращения с отходами производства и потребления — еще одна из острых экологических проблем ЯО. На территории ежегодно образуется более 800 тыс. т отходов. До 2010 года было использовано и утилизировано 63,2%. В области насчитывается 23 полигона и свалки для длительного хранения отходов. Большинство из них уже исчерпали свои возможности или близки к этому. На многих полигонах нарушаются санитарно-эпидемиологические нормы. Даже на ближайшем к Ярославлю полигоне «Скоково» (возник на месте многолетней городской свалки) отсутствуют очистные сооружения [5].

К слову, о нем. Вся область (да и не только) в курсе событий, которые длились почти весь 2018 год – с апреля активно начался ввоз московского мусора на нашу территорию. Данная проблема обсуждалась всеми ярославцами. Ввоз московского мусора в Ярославль завершился 31 декабря. Сейчас в "Скоково" приезжают только ярославские грузовики с мусором из контейнеров [3]. «Скоково» открыт с 1977 года в 4 км от границы Ярославля. По данным Правительства региона, его общая остаточная вместимость – около 5 млн тонн. На территории области было выявлено более 900 несанкционированных свалок (в т.ч. в водоохраных зонах). Только в городе найдено и ликвидировано 127 нелегальных свалок. Еще одним объектом повышенной экологической опасности остается старая площадка сажевого завода, расположенная на берегу Волги в Дзержинском районе. Грунт на площадке на глубину до 60 м пропитан нефтепродуктами (примерно 16,5 тыс. т), которые мигрируют в сторону Волги [10].

Таким образом, невозобновляемые земельные ресурсы являются ценнейшим богатством планеты, но люди не умеют ими правильно распоряжаться. Из-за этого после себя мы оставим совсем мало природных ресурсов, а некоторые полезные ископаемые вообще на грани полного расходования, особенно нефть и природный газ, а также некоторые ценные металлы. Быть может, пора стать разумнее?

#### **Библиографический список**

1. Аралбаева Г.Г. Методическое обеспечение управления земельными ресурсами и контроля за их использованием и охраной. – 2013. – 211 с.

2. Воропаев С.Б. Словарь терминов и понятий по почвоведению / С.Б. Воропаев, Ю.П. Верхошенцева. – Оренбург: Оренбургский государственный университет, 2013. – 18 с.

3. Земельные ресурсы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://studwood.ru/1176976/ekologiya/zemelnye\\_resursy](https://studwood.ru/1176976/ekologiya/zemelnye_resursy).

4. Земельные ресурсы Российской Федерации: Учебное пособие [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://ronl.org/uchebnyye\\_posobiya/botanika-i-selskoe-hoz-vo/64250/](https://ronl.org/uchebnyye_posobiya/botanika-i-selskoe-hoz-vo/64250/).

5. Лялин Ю.С. Региональная экологическая политика // Брошюра из серии Региональная экологическая политика, РОДП «ЯБЛОКО», Ярославская область. – М., 2011. – 28 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.yabloko.ru/books/eco\\_reg/book\\_Yarosl\\_1.pdf](https://www.yabloko.ru/books/eco_reg/book_Yarosl_1.pdf).

6. Минеральные и земельные ресурсы Ярославской области [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://м.рустрана.рф/12690/Минеральные-и-земельные-ресурсы-Ярославской-области>.

7. Мусор из Москвы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://news.rambler.ru/ecology/41492529-musor-iz-moskvy-s-2019-goda-perestanut-vvozit-na-poligon-v-yaroslavle/?updated>.

8. Невозобновимые природные ресурсы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ecportal.info/nevozobnovimye-prirodnye-resursy/>.

9. Невозобновляемые ресурсы: проблема рационального использования [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.syl.ru/article/332308/nevozobnovlyaemyie-resursyi-problema-ratsionalnogo-ispolzovaniya>.

10. Характеристика земельного фонда Ярославского района [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://studwood.ru/1944877/agropromyshlennost/harakteristika\\_zemelno\\_fonda\\_yaroslavskogo\\_rayona\\_yaroslavskoy\\_oblasti](https://studwood.ru/1944877/agropromyshlennost/harakteristika_zemelno_fonda_yaroslavskogo_rayona_yaroslavskoy_oblasti).

УДК 336.02

## **ПРОБЛЕМЫ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ НАЛОГОВОЙ СИСТЕМЫ В РОССИИ**

***К.О. Макарова***

*Международная академия бизнеса и новых технологий (МУБиНТ)*

*Научный руководитель: Волков А.Ю., д-р экон. наук, доцент*

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Ярославский филиал*

В экономике страны и налоговых отношениях множество противоречий и проблем, при этом в регулирующей данную сферу деятельности налоговом праве Российской Федерации выделяют проблему несовершенства налоговой системы, так как российские налоги не совершенны, постоянно меняется их вид, ставка, порядок уплаты, налоговые льготы и т.д., что объективно порождает значительные трудности в финансовой ситуации и не лучшим образом сказывается на финансовой безопасности страны [4; 5].

Система налогов, которая введена в 1990-1991 годах, была слаба, рынок развивался, а она (система) не учитывала новых тенденций, можно сказать, устарела уже к моменту начала своей работы. Это из-за того, что в условиях перехода к рынку применялись старые понятия о налогах.

Экономика постепенно меняется и появляется необходимость корректировать некоторые элементы системы налогообложения. На это влияет инфляция в стране, перераспределение межбюджетных трансфертов [1] и другие факторы. Начинают меняться ставки налогов, объекты налогообложения, отменяются одни льготы и вводятся новые.

В России стало появляться большое количество «несущественных» налогов. В качестве примера, приведу предложенный, но на данное время не введенный, налог на бездетность. Данный налог предложил Дмитрий Смирнов. Владимир Жириновский поддержал эту инициативу, но предложил взимать налог только с мужчин. Владимир Путин данное предложение не поддержал, так как это не стимулирует рождаемость. В нашей стране очень много бесполезных налогов.

Много налогов вводится, появляется все больше обязательных платежей, и люди платят их, но не все поступившие средства идут в нужное русло. Например, плата на ремонт дома. Дело в том, что люди вкладывают деньги, а благоустройства никакого. Мусор постоянно не вывозится, кругом свалки, обшарпанные дома. Общество данные факты воспринимает негативно и задается вопросом об использовании собранных денег.

Многие пытаются скрыться от налогов. С высоких трибун звучали цифры – 20 миллионов человек, 30 миллионов человек. Исследование статистики иностранных экспертов показывает, что западным предпринимателям удаётся скрыть от 10 до 30% своих доходов. Однако, у России этот показатель выше и никакой финансовый (или налоговый) контроль не позволяет решить проблему, тем более что финансовый контроль и сам имеет проблемы уходящие в плоскость его реализации [3; 6]. Это огромный минус для бюджета.

Действующая в стране налоговая система со слабо проработанными ставками налогов вынуждает вводить новые виды изъятий, способные, по



мнению властей, нивелировать негативные последствия. Чиновники пытаются взять что-то из прошлого и воплотить это в жизнь, но это никому, по сути, не нужно. Казалось бы, сейчас из-за более низкой ставки целесообразнее направлять средства на оплату труда, чем платить налог с прибыли. В один момент — это может привести к тому, что все доходы уйдут в личное потребление. Поэтому важно, чтобы доходы, например, облагались по одинаковым средним ставкам, чтобы при прочих равных условиях у предпринимателя не было мотива перераспределять доходы в целях «легального» снижения размера уплачиваемого налога, либо необходимо принимать меры к минимизации рисков налоговой системы [7]. В конечном итоге нужны, так сложно внедряемые в России, но чрезвычайно необходимые для экономики инновации [2] в финансовой сфере.

Как видим несовершенство наших налогов, постоянный пересмотр ставок, количества введённых «несущественных» налогов, льгот и т.д. играет отрицательную роль. В первую очередь нужно бороться именно с «несущественными» налогами и позаботиться о более нужных для страны налоговых ставках.

#### **Библиографический список**

1. Бурыкин А.Д., Волков А.Ю., Зборовская Е.Б. Проблемы межбюджетных отношений в Российской Федерации и направления их решений // В сборнике: Инновационный путь развития АПК Сборник научных трудов по материалам XXXIX Международной научно-практической конференции профессорско-преподавательского состава. ФГБОУ ВО Ярославская ГСХА. - 2016. - С. 166-171.

2. Волков А.Ю. Инновации и Россия // Научные труды Вольного экономического общества России. - 2010. - Т. 136. - С. 102-113.

3. Волков А.Ю. О проблемах законодательных дефиниций (на примере определения государственного финансового контроля) // В сборнике: Высшая школа России перед вызовами современности: перспективы развития. Материалы VII Международной учебно-методической конференции. под ред. А. Ю. Александрова, Е. Л. Николаева. - 2015. - С. 164-167.

4. Волков А.Ю., Юрченко А.В. Виды угроз финансовой безопасности государства // В сборнике: Экономика и управление: теория и практика. - 2018. - С. 346-353.

5. Волков А.Ю., Юрченко И.А. Финансовая безопасность и ее угрозы в современных условиях // В сборнике: Наука и общество: проблемы и перспективы развития. Материалы V Межрегиональной научно-

практической конференции научно-педагогических и практических работников. - 2018. - С. 37-41.

6. Волков М.А., Зборовская Е.Б. О методических проблемах регулирования и преподавания финансового контроля // В сборнике: Высшая школа России перед вызовами современности: перспективы развития Материалы VII Международной учебно-методической конференции. под ред. А.Ю. Александрова, Е.Л. Николаева. - 2015. - С. 167-171.

7. Pugachev A.A., Parfenova L.B., Vakhrushev D.S., Volkov A.Y., Kalsin A.E. Minimization of the competitive risk of the tax system for improving public administration at national and regional levels // European Research Studies Journal. - 2017. - Т. 20. - № 4А. - С. 515-530.

УДК 338.23

## **ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОЙ ДЕНЕЖНО-КРЕДИТНОЙ ПОЛИТИКИ РОССИИ**

***П.С. Маркова***

*Научный руководитель: Родина Г.А., д-р эк. наук, профессор  
Финансовый университет при правительстве Российской Федерации,  
Ярославский филиал*

Денежно-кредитная, или монетарная, политика государства - это политика, которая направлена на регулирование денежного обращения в стране, обеспечение устойчивости экономики в целом.

Главная задача денежно-кредитной политики – достижение макроэкономических целей государства, а именно: стабильность цен, экономический рост, эффективная занятость населения.

За монетарную политику в стране отвечает Центральный банк, который воздействует на макроэкономические процессы посредством денежно-кредитного регулирования.

Денежно-кредитное регулирование - это совокупность конкретных мероприятий Центрального банка, направленных на изменение денежной массы в обращении, объема кредитов, уровня процентных ставок и других показателей денежного обращения и рынка ссудных капиталов.

Одной из ведущих целей денежно-кредитной политики России является сохранение ценовой и финансовой стабильности. Это регулируется за счет сохранения целевого показателя по инфляции на уровне 4%.

Рассмотрим уровень инфляции с помощью рисунка 1. В начале 2018 года инфляция находилась на низком уровне. При этом сохранение

инфляции на уровне 2,2–2,4% в первой половине 2018 года было связано с низкими темпами прироста продовольственных цен. Однако ослабление рубля в апреле и августе из-за усиления санкций, а также сообщение о повышении налога на добавленную стоимость в 2019 году привели к пересмотру Банком России прогноза инфляции. В конце 2018 и начале 2019 происходит увеличение инфляции, но Центральный Банк России прогнозирует снижение темпов инфляции и намерен продолжить линию на снижение уровня процентных ставок по операциям предоставления кредитов.

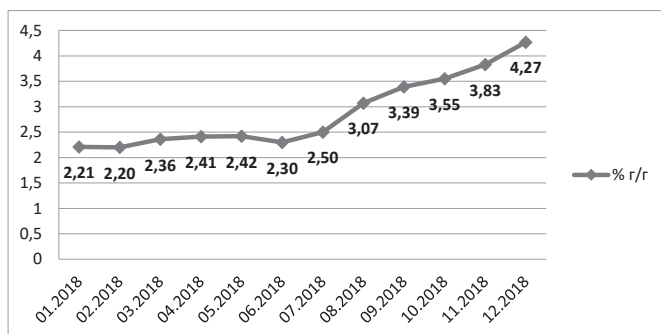


Рисунок 1. Инфляция в России за последний год

В этих условиях Банк России, согласно таблице 1, изменил ключевую ставку с 8,25% (конец 2017 года) до 7,75% (конец 2018 года) [4].

Таблица 1. - Изменение ключевой ставки ЦБ РФ за последний год

Дата начала действия ставки	Величина ключевой ставки
2017 год (с 30 октября)	8,25
2018 год (с 17 декабря)	7,75

Мы видим, что за год ключевая ставка снизилась на 0,5 %, что говорит о смягчении денежно-кредитных условий, которые обеспечивают кредитную активность населения и увеличение объёмов производства. Кредитование увеличилось, так как коммерческие банки изменили свои условия по кредитам благодаря уменьшению ключевой ставки, поэтому у заемщиков появилась возможность обслуживать свои обязательства в условия снижения долговой нагрузки по мере снижения процентных ставок. Согласно данным таблицы 2 ставки за год уменьшились по краткосрочным кредитам на 0,98%, а по долгосрочным на 0,66 [4]. Такая денежно-кредитная политика позволяет домашним хозяйствам и

компаниям более уверенно строить планы на будущее, оценивая свои доходы и расходы, сбережения и инвестиции.

Посредством воздействия на кредит в сторону его удешевления можно добиться развития национального хозяйства в целом. Но, с другой стороны, избыточная денежная масса имеет свои негативные последствия, например, обесценение денег, и, как правило, снижение качества жизни общества, ухудшение валютного положения в стране. Поэтому в первом случае кредитно-денежная политика направлена на расширение кредитной деятельности банков, а во втором – на ее сокращение, переходу к политике "дорогих денег".

Таблица 2. - Ставки по кредитам за последний год

Период	Краткосрочные кредиты нефинансовым организациям (в %)	Долгосрочные кредиты нефинансовым организациям (в %)
Октябрь 2017 г.	9,82	9,82
Октябрь 2018 г.	8,84	9,16

При выборе политики «дешёвых» или «дорогих» денег Центробанк должен руководствоваться параметрами макроэкономической ситуации в стране и целями её развития.

Рост валового внутреннего продукта в 2018 году составил 2%, что выше, чем в 2017 году (1,6%) [3], однако значительно ниже темпа роста мировой экономики, который, по прогнозам Всемирного банка, составит 3,1% [7]. Учитывая стратегическую задачу, сформулированную Председателем Правительства Российской Федерации Д.А. Медведевым, – «войти к 2024 году в число пяти крупнейших экономик мира» [2, с. 27], наиболее насущной в настоящее время является политика, способствующая активизации экономического роста, что возможно только в условиях умеренной инфляции.

Таким образом в ходе проведенного исследования была выявлена особенность современной денежно-кредитной политики России, заключающаяся в ее двойственности: с одной стороны, сдерживание инфляции требует сохранения ключевой ставки на достаточно высоком уровне; а с другой стороны, развитие национального хозяйства страны требует прямо противоположного.

По итогам собрания в феврале 2019 года Банк России принял решение оставить ключевую ставку на уровне 7,75%, потому что рисков резкого увеличения инфляции нет, но сохраняется неопределенность в отношении

изменения внешних экономических условий, прежде всего, в сторону усиления экономических санкций.

Мы считаем, что этот курс правильный, так как он ведёт к стабильному улучшению экономики страны. Постепенное укрепление макроэкономических показателей ведёт к безопасному и уверенному выходу России в топ крупнейших мировых экономик.

### **Библиографический список**

1. Вологдин С.С. Влияние современной денежно-кредитной политики на процесс развития глобальной экономики // Устойчивое развитие науки и образования. – 2017. – №5. – С. 44-59.

2. Медведев Д.А. Россия-2024: Стратегия социально-экономического развития // Вопросы экономики. – 2018. – № 10. – С. 5-28.

3. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru/>.

4. Официальный сайт Центрального банка Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.cbr.ru/>.

5. Сухарев О.С. Монетарная теория и макроэкономика. Влияние и границы денежно-кредитной политики // Финансы: Теория и Практика. – 2016. – № 2. – С. 3-9.

6. Гарханова Е.А. Денежно-кредитные отношения и монетарная политика. – Тюмень: Изд-во Тюменского гос. ун-та, 2018. – 180 с.

7. Темпы роста мировой экономики в 2018 году повысятся до 3,1%, прогнозирует Всемирный банк [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://aqparat.info/news/tempy\\_rosta\\_mirovoi\\_ekonomiki\\_v\\_2018\\_god.html](https://aqparat.info/news/tempy_rosta_mirovoi_ekonomiki_v_2018_god.html).

УДК 336.71

## **СУЩНОСТЬ И НАПРАВЛЕНИЯ СТИМУЛИРУЮЩЕГО БАНКОВСКОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ**

*А.И. Михайлова, О.А. Галахова*

*Научный руководитель: Тарасова А.Ю., канд. экон. наук*

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,  
Ярославский филиал*

Стабильная и развивающаяся экономика - это то, к чему стремится любое уважающее себя государство. В мировой практике существуют различные способы того, как стимулировать инвесторов вкладывать капитал в различные отрасли хозяйствования и за счет этого достигать этой цели – стабильного роста экономики. Один из способов – это заинтересовать банковский сектор вкладывать капиталы не только в операции на финансовом рынке, но и в реальный сектор экономики.

Учитывая, что для стимулирования экономического роста в России было решено развивать реальный сектор вообще и малое и среднее предпринимательство (МСП), работающее в нем, в данной работе будут затронуты вопросы стимулирующего банковского регулирования, касающиеся мер развития поддержки МСП.

Под стимулирующим банковским регулированием понимается выделение факторов, посредством которых банковское регулирование может способствовать экономическому росту (то есть определение тех сфер деятельности кредитных организаций, которые должны поддерживаться и, соответственно, сопровождаться положительными стимулами со стороны регулятора (ЦБ РФ), и тех, в отношении которых должно применяться отрицательное стимулирование, сдерживающее объемы нежелательных операций или даже приводящее к прекращению их проведения) [4].

Исходя из концепции стимулирующего банковского регулирования, предложенной Банком России [4], необходимы меры, стимулирующие развитие кредитования МСП, эти меры регулятор рассматривает в рамках двух направлений:

- пропорционального регулирования банковской деятельности;
- общего регулирования банковской сферы.

Пропорциональное регулирование подразумевает классификацию банков по размеру капитала. В частности, все кредитные организации с 1 января 2018 г. делятся на банки с универсальной лицензией (размер собственного капитала от 1 млрд. руб.) и с базовой лицензией (размер собственного капитала от 300 млн. руб. до 1 млрд. руб.). Для банков с базовой лицензией оговорены более легкие условия функционирования, им проще выполнять требования по соблюдению обязательных экономических нормативов. Банки с универсальной лицензией подчиняются действующим требованиям в полном объеме. По замыслу регулятора, данная классификация должна будет способствовать более эффективной конкуренции среди банков. В свете рассматриваемой проблемы, задача пропорционального регулирования – выравнивание доступа к кредитным ресурсам для МСП. В докладе Банка России [4] отмечается, что небольшие банки регионального масштаба имеют, как правило, более тесные взаимоотношения с клиентами – субъектами МСП, лучше осведомлены о специфике их деятельности и поэтому получают конкурентные преимущества в обслуживании субъектов МСП.

Однако, как известно, кредитование субъектов МСП имеет некоторые особенности: непрозрачность малого бизнеса; недостаточная экономическая и юридическая грамотность большинства российских

предпринимателей; отсутствие ликвидных залогов; отсутствие кредитной истории.

Исходя из этого концепция стимулирующего регулирования должна предусматривать механизм предоставления банкам со стороны ЦБ ресурсов на льготных (нерыночных) условиях под обязательство последующего направления банками данных средств на кредитование МСП [4].

Учитывая опыт стран Евросоюза, упрощение доступа субъектам МСП к кредитным ресурсам достигается за счет развития механизма гарантий по кредитам. В России подобный инструмент финансирования субъектов МСП действует через АО «Российский Банк поддержки малого и среднего предпринимательства», а также АО «Федеральная корпорация по развитию малого и среднего предпринимательства».

Запланированные меры, относящиеся к общему банковскому регулированию, в целях поддержки субъектов МСП включают:

- возможность применения пониженного коэффициента риска по кредитным требованиям к субъектам МСП в целях расчета обязательных нормативов [1];

- в целях определения резервов на возможные потери по ссудам увеличение размера ссуд для включения в портфель однородных ссуд со средним финансовым положением заемщика с 5 млн. руб. до 10 млн. руб.;

- рассмотрение вопроса о возможности отнесения гарантий АО «Корпорация МСП» к обеспечению I категории качества [4];

- дополнение перечня информации, используемой для анализа финансового положения заемщика – субъекта МСП, подтвержденной информацией о движении денежных средств, об открытых расчетных (текущих) счетах, выписки об остатках денежных средств на счетах как в банке-кредиторе, так и в иных кредитных организациях.

Помимо мер, направленных на поддержку МСП, стимулирующее регулирование банковской деятельности включает меры, направленные на создание так называемых «длинных денег» в экономике. «Длинные деньги» - это долгосрочные (более года) инвестиции или кредиты. В этом направлении предусмотрены такие меры как: проектное финансирование, ипотека, развитие механизма секьюритизации.

В целях поддержки развития проектного финансирования Правительством РФ в рамках целевой государственной программы поддержки инвестиций была запущена Фабрика проектного финансирования [2]. На данный момент она имеет юридический статус – ООО «Специализированное общество проектного финансирования «Фабрика проектного финансирования». Цели программы –

минимизировать риски инвесторов, в том числе за счет госгарантий и создать прочную системную основу для этого механизма. В рамках программы предоставляются субсидии из федерального бюджета в виде имущественных взносов и госгарантии РФ по облигационным займам. Важная составляющая проектного финансирования – оценка кредитного риска по требованиям компании, которая осуществляет реализацию данного проекта.

На рынке ипотечного кредитования можно выделить некоторые тенденции. Наблюдается рост кредитной активности, что происходит за счет пересмотра банками ценовых условий. Снижение стоимости ипотеки – результат мер государственного стимулирования, которое происходит путем выделения средств, распределяемых между банками институтом развития АО «Дом.РФ», ранее – АИЖК [4]. Объёмы ипотечного кредитования увеличиваются в связи с тем, что у банков появляется возможность смягчить требования к заемщикам. Для сдерживания наращивания ипотечного кредитования с большой частью заемных средств, Банк России применяет отрицательные стимулы. Центральным банком введены нормы, которые отражают соответствие резервных ставок реальному уровню риска ссуд по ипотеке.

Одной из форм привлечения финансирования, именно за счет выпуска ценных бумаг, является секьюритизация. Под секьюритизацией понимается привлечение финансирования путём выпуска ценных бумаг, обеспеченных активами, генерирующими стабильные денежные потоки [3]. Банком России был разработан новый порядок оценки кредитного риска в целях расчетов различных нормативов по капиталу, основанному на международном подходе. Дополнительно Банк России дает возможность использовать льготную оценку риска, которая применяется к секьюритизации.

Таким образом, были рассмотрены основные элементы стимулирующего банковского регулирования, направленные на развитие экономики страны. Однако, остается ряд вопросов, которые требуют более углубленного изучения, например, не приведет ли развитие ипотечного кредитования и секьюритизация ипотечных кредитов к так называемому ипотечному «пузырю» в экономике, и не последует ли за этим новый финансовый кризис.

#### **Библиографический список**

1. Инструкция Банка России от 28.06.2017 № 180-И «Об обязательных нормативах банков».
2. Постановление Правительства Российской Федерации от 15.02.2018 №158 «О программе «Фабрика проектного финансирования».



3. Википедия. Свободная энциклопедия // [Электронный ресурс]. - Режим доступа: - <https://ru.wikipedia.org/wiki/Секьюритизация>.

4. Доклад для общественных консультаций Департамента банковского регулирования Банка России «Стимулирующее банковское регулирование» // [Электронный ресурс]. - Режим доступа: - [https://www.cbr.ru/content/document/file/50671/consultation\\_paper\\_180628.pdf](https://www.cbr.ru/content/document/file/50671/consultation_paper_180628.pdf).

УДК 336.02

## **НАЛОГОВАЯ ПОЛИТИКА ГОСУДАРСТВА КАК ИНСТРУМЕНТ МОДЕРНИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ**

*Л.С. Муратова, П.В. Новожилова*

*Научный руководитель: Тарасова А.Ю., канд. экон. наук.*

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,  
Ярославский филиал*

В настоящее время налоговая политика каждого государства выступает инструментом модернизации страны, то есть является частью стратегии развития.

Эффективная налоговая система страны – это гарантия экономически развитого и конкурентоспособного государства, а модернизация – это успешный путь к интеграции в мировую экономику. Так, модернизация налоговой системы является началом модернизации экономики в целом.

Зарубежные страны проводят различные мероприятия на совершенствование налоговой политики. Во многих странах она в основном направлена на ограничение налоговых притязаний, путем снижения налогов, сокращения их числа и упрощения налоговых процедур.

Некоторые страны, наоборот, ужесточают налоговую политику, повышают ставки налогов, вводят новые и даже сокращают число налоговых льгот, однако, такая политика не является типичной.

Прежде всего, на снижении налогообложения влияет установление пониженных ставок по обязательным платежам, поступающих в бюджет, например, подоходный налог.

Так, в Германии одним из нововведений было снижение ставки налога на корпорации с 40% до 25%. Такое реформирование позволило уменьшить нагрузку компаний.

В Киргизии ранее существовало прогрессивное налогообложение по подоходному налогу с физических лиц, и в зависимости от размера дохода составляло от 5% до 33%. Этот налог был снижен до 10% [1, с. 637].

Очень редко можно встретить такое мероприятие налоговой политики, как отмена налога. В Аргентине в 2015 году был отменен налог на импортные машины, который поднимал стоимость машины почти до 100%, но правда только для жителей одной провинции – Санта Круз, так как Президент Кристина Кирчнер, считала ее своим родным домом. Поэтому, приобретать жителям и так дорогие машины было совсем невыгодно. Отрицательно налог сказывался и на автосалонах, они терпели убытки [3].

Можно отметить, что Россия не является исключением. Нередко в информационных источниках можно увидеть нововведения, связанные с повышением или даже введением новых налоговых сборов для граждан Российской Федерации, физических или юридических лиц.

Увеличение налоговой нагрузки в России происходит постепенно. Государство хочет все больше собирать налоги для развития и модернизации экономического положения страны.

Так, по поручению Президента РФ руководитель Федеральной Налоговой Службы М. Мишустин разработал пилотный проект по налогу на самозанятых граждан. С 1 января 2019 года будет отработываться тестовая система в крупных регионах, первоначально в Москве и 3 регионах, а именно, Московской области, Калужской области, Татарстане. В планах этого проекта стоит разработка онлайн-приложения, которое позволит самозанятым гражданам выплачивать налоговые взносы, не посетив Федеральную налоговую службу.

Изменения налогового законодательства затронули и сферу туризма. Туристический налог введут во всех 85 регионах РФ. На сегодняшний день налоговый сбор есть на полуострове Крым, а также в Краснодарском, Ставропольском и Алтайском краях. Все остальные регионы Российской Федерации получают право взимания до 2% от цены, предоставляемого проживания с 2020 года.

Стоит напомнить, что в европейских странах такой вид налога уже много лет существует и приносит хороший доход в бюджет государства. Данный вид налога предполагает улучшение инфраструктуры, зданий исторической направленности и наследия, а также для увеличения туристической направленности того или иного субъекта РФ.

Денежные поступления будут исходить из гостей, которые хотят посмотреть на достопримечательности, для чего прибывают из разных регионов и стран.

В 2018 году Правительство РФ предложило ввести экологический налог, который заменит сбор за негативное воздействие на окружающую среду. Предполагается, что он будет введен для всех видов организаций и

без каких-либо льгот для малых и средних компаний. Разработанный проект будет отражаться в Налоговом Кодексе Российской Федерации в новой главе «Экологический налог».

Объектом налогообложения будет являться негативное воздействие на окружающую среду, а именно выброс в атмосферу веществ, загрязняющих воздух, сброс сточных вод в реки и тому подобное.

Необходимость введения экологического налога объясняется слабым администрированием платы за загрязнение. Так, взыскание неуплаты с этого сбора в России происходит в судебном порядке, а способы обеспечить обязательность платежа «фактически отсутствуют». Что касается налогов в России, их взыскание является бесспорным [4].

Одним из важных направлений модернизация налоговой системы должно являться повышение прозрачности и рациональности использования налоговых поступлений, а также упрощение налоговых мероприятий.

Так, для России можно предложить следующие приоритетные направления модернизации налоговой системы: введение целевого характера налогов, снижение налога на прибыль организаций и взносов в государственные внебюджетные фонды, введение дополнительных налоговых льгот для малого и среднего бизнеса, повышение налога на добычу полезных ископаемых, установление налоговых льгот в сфере науки и образования.

Главным в процессе модернизации налоговой системы, нужно считать последовательность самого процесса. Так как быстрое внедрение противоречивых и непонятных гражданам нововведений могут вызвать развитие теневой экономики, а также способствовать уклонению от уплаты налогов. Поэтому, модернизация должна быть постепенным процессом и не носить как бы революционный характер [2].

В заключении хочется отметить, что налоговая политика является важной частью экономической политики государства и отражает цели и приоритеты государства. С помощью эффективной налоговой политики можно решить некоторые политические, социальные и экономические проблемы, а также обеспечить развитие общества. Модернизация налоговой политики государства является главным инструментом модернизации экономики в целом, и должна учитывать главные особенности и историю страны, проводиться осторожно и постепенно, а также отвечать международным требованиям.

#### **Библиографический список**

1. Налоговое право России: учебник для вузов / Отв. ред. Ю.А. Крохина. – М.: Норма, 2004. – 720 с.

2. Модернизация налоговой системы как фактор и условие роста предпринимательской деятельности. Международный экономический форум [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://be5.biz/ekonomika1/r2012/3131.htm>.

3. Россия в Аргентине. Информационный сайт о Республике Аргентина форум [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.argerusa.com/news/prezident\\_otmenila\\_nalogi\\_na\\_importnye\\_mas\\_hiny\\_no\\_tolko\\_v\\_odnoj\\_provincii/2015-04-29-836](http://www.argerusa.com/news/prezident_otmenila_nalogi_na_importnye_mas_hiny_no_tolko_v_odnoj_provincii/2015-04-29-836).

4. С 1 января 2019 года будут введены три новых налога для граждан. Рамблер / Финансы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://finance.rambler.ru/other/40875941-s-1-yanvary-a-2019-goda-v-rossii-budut-vvedeny-tri-novyh-naloga-dlya-grazhdan/?updated>.

УДК 338.5

## **ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ РЫНКА ТРУДА В ВОЛОГОДСКОЙ ОБЛАСТИ**

*М.Д. Наджафов*

*Научный руководитель: Родина Г.А., д-р экон. наук, профессор  
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,  
Ярославский филиал*

Рынок труда всегда стремится к равновесию. Равновесие - это особенность рынка труда, при которой спрос на каждую категорию рабочей силы будет совпадать с существующим по ней предложением.

В Вологодской области в последнее время наблюдается неравновесие на рынке труда, проявляющееся, во-первых, в превышении предложения труда над спросом на него; во-вторых, в положительной динамике этого неравновесия [3].

Ситуация на регистрируемом рынке труда области в 2017 году стабильная, что характеризуется следующими показателями:

По состоянию на 31 декабря 2017 года:

- численность безработных граждан, зарегистрированных в органах службы занятости области, составила 7604 человека, что ниже показателя на начало года на 1160 человек или на 13,2%;

- уровень регистрируемой безработицы снизился на 0,2 п.п. по сравнению с началом года и составил 1,2%;

- напряженность на рынке труда области составила 0,6 человека, не занятого трудовой деятельностью, в расчете на 1 заявленную вакансию, что на уровне показателя на 1 января 2017 года.

Уровень трудоустройства граждан, обратившихся в органы службы занятости населения за содействием в поиске подходящей работы, составил 64,3%, что выше уровня 2016 года (63,7%).

Создан и функционирует в постоянном режиме реестр инвалидов, в котором содержится информация о 26,5 тыс. инвалидов трудоспособного возраста. В 2017 году установлен контакт с более чем 16,5 тыс. человек, из которых 3,5 тысячи человек изъявили желание трудоустроиться.

Впервые в 2017 году начали реализовываться мероприятия по организации сопровождения инвалидов молодого возраста, включая выпускников профессиональных образовательных организаций и организаций высшего образования, имеющих инвалидность, а именно оказание содействия в трудоустройстве незанятым инвалидам молодого возраста на оборудованные (оснащенные) для них рабочие места с возмещением работодателям расходов на приобретение, монтаж и установку оборудования для оснащения рабочих мест, и организация наставничества при трудоустройстве инвалидов молодого возраста, обратившихся в службу занятости с возмещением работодателю затрат на оплату труда наставников, закрепленных за инвалидами молодого возраста.

В 2017 году запущен региональный проект «Стажировки для молодежи», который позволит трудоустроиться молодым талантливым специалистам на предприятиях и в организациях региона.

Впервые в рамках социального партнерства были подписаны трехсторонние соглашения между учреждениями, местными ассоциациями работодателей и муниципалитетами, что привело к увеличению рабочих мест для несовершеннолетних, в том числе за счет привлечения средств от 102 спонсоров на общую сумму более 1,3 млн. руб.

В то же время, однако, есть еще проблемы, которые не удалось решить в 2017 году, поскольку по своей природе они носят системный характер, требуют поиска новых решений. К таким проблемам относятся устойчивое сокращение рабочей силы, нехватка высококвалифицированных специалистов, неформальная занятость и задолженность [4].

Департамент труда и занятости Вологодской области продолжил составление прогноза потребностей в трудовых ресурсах. Рамки планирования структуры труда и экономической деятельности были продлены до 2026 года [1].

В структуре трудовых ресурсов происходят следующие изменения:

– снижение численности трудоспособного населения в трудоспособном возрасте в численности трудовых ресурсов на 80,9 тыс.

чел., или на 12,0%. В общей численности трудовых ресурсов доля данной категории снизится с 92,8% до 92%;

- рост доли лиц старше трудоспособного возраста, занятых в экономике в общей численности трудовых ресурсов, с 6,2% до 7,0%;

- незначительное влияние на трудовые ресурсы численности лиц младше трудоспособного возраста и иностранных трудовых мигрантов.

В течение 2017 года за содействием в поиске подходящей работы в органы государственной службы занятости населения обратилось 36 809 человек. По сравнению с двумя предшествующими годами обращаемость граждан за содействием в трудоустройстве увеличилась на 2 тысячи человек [2].

Для повышения уровня занятости населения Вологодской области Департамент труда и занятости населения региона предлагает следующие мероприятия:

1. Поощрение развития малых предприятий в сфере услуг и производства – в целях обеспечения самозанятости населения. Малый бизнес способствует созданию новых высокооплачиваемых рабочих мест, увеличению доходов и повышению уровня жизни населения, увеличению налоговых поступлений. Малые предприятия можно стимулировать льготными условиями (например, при трудоустройстве выпускников вузов по специальности, снижение налоговой нагрузки на 0,5%).

2. Организация общественных работ и нестандартные формы занятости (например, частично занятые работники, временно занятые работники, самостоятельно занятые). Эти меры направлены на смягчение ситуации на региональном рынке труда, установленные для отдельных групп населения и периодов спада деловой активности.

3. Расширение сферы подготовки и переподготовки кадров. Система профессиональной подготовки и переподготовки кадров, нацеленная на освоение новых специальностей и впоследствии позволяющая занять новые рабочие места, продолжает готовить специалистов юриспруденции, управленцев, бухгалтеров, в то время как область продолжает испытывать дефицит инженерных специальностей, рабочие специальности (сварщики, слесаря, автомеханики). Поэтому возникает необходимость со стороны региона целенаправленно подходить к заполнению рынка труда именно теми кадрами, потребность в которых актуальна на данный момент.

Необходимым условием для этого является развитие информационно-коммуникационных сетей по всему региону и создание рабочих мест в регионе, оборудованных в соответствии с требованиями современных IT-технологий [5].

Итак, проведенное исследование по выявлению особенностей функционирования рынка труда в Вологодской области позволило сформировать пакет мероприятий по:

- повышению эффективности использования человеческих ресурсов и развитию человеческих ресурсов с учетом актуальных потребностей производства;
- совершенствованию регулирования сферы и структуры подготовки кадров в учреждениях профессионального образования, развитию системы подготовки и переподготовки кадров;
- оптимизации численности занятых организаций; повышению степени вовлеченности безработных в хозяйственную деятельность путем реализации мер по стимулированию труда граждан и поддержки предпринимательства.

Указанные мероприятия будут способствовать движению в сторону эффективного равновесия на региональном рынке труда.

#### **Библиографический список**

1. Официальный сайт Департамента труда и занятости населения Вологодской области [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://depzan.gov35.ru/>.

2. Официальный Портал Правительства Вологодской области [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.vologda-oblast.ru>.

3. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru>.

4. Официальный сайт Федеральной службы по труду и занятости [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rostrud.ru>.

5. Шитяков Р.А. Территориальная организация рынка труда Вологодской области // Молодой ученый. – 2014. – № 6. – С. 528-531.

УДК 336.02

### **МОДЕРНИЗАЦИЯ ЭКОНОМИКИ И ВЫСОКИЙ УРОВЕНЬ ИЗНОСА ОСНОВНЫХ ФОНДОВ РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ** *Д.В. Пикалова*

*Научный руководитель: Тарасова А.Ю., канд. экон. наук  
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,  
Ярославский филиал*

Стратегия экономической безопасности определила основные задачи, направленные на устойчивый рост сферы материального производства, такие как: комплексная модернизация производственно-технологической базы отраслей реального сектора экономики, обеспечение достаточного

(безопасного) уровня технологической независимости национальной экономики, и др. [1]. Можно сказать, что высокий уровень износа основных фондов и как следствие - низкий уровень инновационного развития признается как внутренняя угроза экономической безопасности. Это определяет актуальность данной темы.

Исследуем данный вопрос, насколько реально велика данная угроза. За основу возьмем данные Федеральной службы государственной статистики, согласно которым степень износа основных фондов в Российской Федерации продолжает оставаться примерно на одном уровне: в 2014 г. – 49,4%, в 2015 – 47,7%, в 2016 – 48,1%, в 2017 году - 47,3% [2].

Рассмотрим понятие физического и морального износа. Физический износ возникает в следствии воздействия внешних и внутренних факторов на объекты основных средств, в результате чего они теряют свою первоначальную потребительскую стоимость. Моральный износ характеризуется тем, что в независимости от интенсивности эксплуатации объекты основных средств теряют свою стоимость и первоначальную потребительскую стоимость по причине появления новых, более совершенных основных фондов.

В соответствии с данными ФСГС [2] (см. табл. 1) соотношение основных фондов в государственной и негосударственной собственности сложилось в пользу негосударственной, что оценивается как положительный фактор.

Данные таблицы 2, в которой представлены характеристики состояния основных фондов в отраслевом разрезе за 2017 год в полной мере подтверждают слова Главы Счетной палаты о том, что степень износа, превышает в некоторых отраслях 55% [3], что наблюдается сразу у таких видов экономической деятельности, как деятельность в области информации и связи, транспортировка и хранение и добыча полезных ископаемых. В нескольких отраслях степень износа основных фондов приближается к 50% - обрабатывающие производства, строительство, образование.

Таблица 1. – Структура основных фондов по формам собственности [2]

Годы	В процентах по формам собственности	
	государственная	негосударственная
2015	22	78
2016	23	77
2017	22	78

Все это говорит о том, что высокая степень износа действительно является реальной угрозой экономической безопасности, она не позволяет



кардинальным образом решать вопросы модернизации экономики и обеспечивать импортозамещение. При этом в Концепции долгосрочного социально-экономического развития РФ до 2020 года, утвержденной распоряжением Правительства РФ от 17.11.2008 № 1662-р нет конкретных целевых ориентиров, с помощью которых можно было бы измерять достижение целей модернизации. На это так же обращала внимание и Глава Счетной палаты РФ, выступая в Совете Федерации: «В прогнозе не отражены меры по обновлению основных фондов в целом по экономике, а в сфере образования и здравоохранения Минэкономразвития ограничилось указанием доли этих отраслей в общем объеме инвестиций» [3].

Таблица 2. - Состояние основных фондов в разрезе видов экономической деятельности в 2017 г. [2]

Показатели	Степень износа на конец года, %
<b>Всего</b>	<b>47,3</b>
в том числе по видам экономической деятельности:	
сельское, лесное хозяйство, охота, рыболовство и рыбоводство	38,2
добыча полезных ископаемых	57,7
обрабатывающие производства	49,6
обеспечение электрической энергией, газом и паром; кондиционирование воздуха	45,2
водоснабжение; водоотведение, организация сбора и утилизации отходов, деятельность по ликвидации загрязнений	41,3
Строительство	48,4
торговля оптовая и розничная; ремонт автотранспортных средств и мотоциклов	37,8
транспортировка и хранение	56,8
деятельность гостиниц и предприятий общественного питания	33,1
предоставление прочих видов услуг	41,4

Какие же существуют способы остановить износ (моральный или физический) основных фондов? Можно выделить три основных способа:

- своевременная замена объектов основных средств или их расширенное воспроизводство, т.е. покупка и частичная или полная замена устаревшего оборудования на новое, более совершенное;

- частичная модернизация действующих основных фондов, происходит замена отдельных блоков или частей объекта основных средств на новые, которые будут работать более эффективно;

- мониторинг состояния основных фондов, т.е. проведение своевременной качественной диагностики оборудования, соблюдение правил эксплуатации и ремонт.

Возникает вопрос, за счет каких источников предприятия могут осуществлять финансирование этих мероприятий. Как известно, источники финансирования капитальных вложений включают: собственные финансовые ресурсы и внутрихозяйственные резервы; долгосрочные заемные источники [4].

Учитывая, что большая часть предприятий как правило испытывает дефицит финансирования, который возникает по разным причинам: от недоступности кредитов на финансирование инновационных технологий для субъектов малого бизнеса, до нежелания собственников вкладывать большую часть прибыли в обновление основных фондов, и учитывая масштабы проблемы, необходимы инструменты общегосударственного масштаба для стимулирования бизнеса увеличить вложения капитала в обновление и модернизацию основных фондов.

Таковыми инструментами могут стать налоговая политика, с помощью которой можно скорректировать применение норм амортизации, а также предусмотреть льготы по налогу на прибыль за счет включения затрат, связанных с амортизацией, в расходы по налогу на прибыль.

Можно предложить: снижение сроков полезной эксплуатации объектов основных средств, расширение механизма применения ускоренной амортизации, введение льготы по налогу на прибыль, например, если компания направляет на модернизацию 50% прибыли, если не освободить эту долю прибыли от налога, то облагать ее по льготной ставке.

Таким образом, высокая степень износа основных фондов российских предприятий однозначно мешает развитию экономики. Для решения обозначенной проблемы необходимо в качестве ориентира на уровне государства определить целевое значение степени износа основных фондов, использовать возможности налоговой политики для стимулирования субъектов хозяйствования осуществлять обновление и модернизацию объектов основных средств.

#### **Библиографический список**

1. Указ Президента РФ от 13 мая 2017 г. № 208 «О Стратегии экономической безопасности Российской Федерации на период до 2030 года».

2. Федеральная служба государственной статистики – URL: <http://www.gks.ru>.

3. Голикова: износ основных фондов в РФ превысил 55% – URL: <https://www.vestifinance.ru/articles/91840>.

4. Тарасова А.Ю. Финансы предприятий: учебное пособие. – Ярославль: Канцлер, 2018. – 109 с.

УДК 331.526

## **ДИНАМИКА ЧИСЛЕННОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКИ АКТИВНОГО НАСЕЛЕНИЯ ЯРОСЛАВСКОЙ ОБЛАСТИ**

*А.А. Попович*

*Научный руководитель: Краснова Г.Н.*

*Ярославский государственный педагогический университет*

*им. К.Д. Ушинского*

В современных условиях развития рыночной экономики, переходя к цифровой экономике, возникают проблемы с занятостью населения, увеличение уровня безработицы. Главной проблемой макроэкономической политики государства является обеспечение высокого уровня занятости населения, следовательно, снижение уровня безработицы.

В стратегии социально-экономического развития Ярославской области до 2025 года одной из главных задач является устранение дисбаланса между имеющимися трудовыми ресурсами и спросом на ресурсы со стороны экономики региона [4].

Экономически активное население, как социально-экономическая категория, характеризует часть населения страны, которое имеет или желает и потенциально может иметь самостоятельный источник средств существования. Экономически активное население включает в себя 2 категории: занятых и безработных [2].

В 2018 году численность населения Ярославской области составила 1265,7 тысяч человек, из них занятых трудовой деятельностью составило 322,9 тысяч человек, безработных – 9,5 тысяч человек [1; 3]. В таблице 1 отражена численность экономически активного населения по России в целом и Ярославской области.

Анализ таблицы 1 показывает, что за последние 8 лет по России в целом численность экономически активного населения увеличилась на 631 человека, из них занятое население в экономике увеличилось на 2208 тыс. человек, а безработное население снизилось на 1577.

За период с 2010 по 2013 в Ярославской области численность экономически активного населения уменьшилась на 2,3 тыс. чел., в период 2013-2015 г. увеличилась на 13,1 тыс. чел., а с 2015 по 2017 уменьшилась

на 20,1 тыс. чел. Население, занятое в экономике, уменьшилось на 2,5 тыс. чел., а безработное население увеличилось на 6,8 тыс. чел.

Таблица 1. - Численность экономически активного населения в России и Ярославской области за период 2010-2017 гг., тыс. чел. [1; 3; 5]

Год	2010	2012	2013	2015	2017
Российская Федерация					
численность экономически активного населения	75478	75676	75529	76588	76109
занятые в экономике	69934	1545	71391	72324	72142
Безработные	5544	4131	4137	4264	3967
Ярославская область					
численность экономически активного населения	677,7	672,8	675,4	688,5	668,4
занятые в экономике	626,8	650,2	645,2	651,7	624,3
Безработные	50,9	34,5	22,7	36,8	44,1

Таким образом, за период 2010-2017 гг. численность экономически активного населения увеличилась, уровень безработицы снизился по России, а по Ярославской области численность экономически активного населения снизился, а уровень безработицы увеличился. Необходимо государственную политику в сфере занятости населения проводить планомерно в создании условий для снижения уровня безработицы, увеличения занятости населения.

#### **Библиографический список**

1. Демография. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Ярославской области [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://yar.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_ts/yar/resources/](http://yar.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/yar/resources/).

2. Демографический энциклопедический словарь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://demography.academic.ru/2753/>.

3. Рынок труда и занятость населения. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Ярославской области [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://yar.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_ts/yar/ru/statistics/employment/](http://yar.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/yar/ru/statistics/employment/).

4. Постановление Правительства Ярославской области от 06.03.2014 № 188-п (ред. от 09.07.2018) "Об утверждении Стратегии социально-экономического развития Ярославской области до 2025 года" [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

<http://www.consultant.ru/regbase/cgi/online.cgi?req=doc&base=RLAW086&n=69829&dst=106608#035342697732045925>.

5. Труд и занятость в России - 2013 г. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc\\_1139916801766](http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1139916801766).

УДК 331.1

## **ВЗГЛЯД НА ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ С ПОЗИЦИИ ТРАДИЦИОННОЙ И ПОВЕДЕНЧЕСКОЙ ЭКОНОМИКИ**

*Д.Н. Прищена*

*Научный руководитель: Брасс А.А., канд. экон. наук, доцент  
Академия управления при Президенте Республики Беларусь*

Развитие мировой экономики в настоящее время определяется переходом развитых стран от индустриальной стадии, с развитым механизированным машинным производством, к постиндустриальной стадии, где будут преобладать сфера услуг, наука и образование. Материальное производство, несомненно, сохранит свою важность и значимость, но эффективность его работы будет определять уже не машина или станок, а человек, обладающий новыми знаниями и новыми подходами, и методами управления. Исходя из этого, мы можем сказать, что на первое место в экономике выходит человек, с его интеллектуальным и мыслительным потенциалом. Человеческий капитал является одним из основополагающих ресурсов любой страны, который способен гарантировать не только стабильное и устойчивое развитие экономики государства, но и возможность конкурентирования этого государства на мировом рынке.

Яркими представителями классической экономической теории, заложившими в своих работах основы формирования концепции человеческого капитала, или так называемого классического подхода к пониманию человеческого капитала являются такие ученые как: В. Петти, А. Смит, Д. Рикардо. Ими первыми были введены в науку идеи важности рабочей силы, способностей человека, его образования в увеличении богатства страны и её населения.

Становление теории человеческого капитала можно отнести к середине двадцатого века. В этот исторический период развития экономики стали резко различаться темпы экономического роста между отдельными промышленно развитыми и отсталыми государствами.

Основоположниками современной теории человеческого капитала являются американские ученые-экономисты лауреаты Нобелевской премии 1979 года Теодор Шульц и 1992 года Гэри Беккер.

Множество учёных помимо Беккера и Шульца также сделали свой вклад в развитие теории человеческого капитала. Выходец из СССР, автор многих инновационных работ, посвящённых исследованию экономического роста, Саймон Кузнец, также одним из первых раскрыл роль «человеческого капитала» в качестве фактора экономического роста, заявив, что самым большим капиталом страны являются ее люди с их мастерством, опытом и побуждениями к полезной экономической деятельности. В частности, он отмечал, что вклад капитала в рост национального производства относительно мал по сравнению с человеческим капиталом, поэтому для научно-технического рывка в стране должен быть накоплен необходимый стартовый человеческий капитал. Иначе переход в следующий технологический уклад экономики невозможен.

Классический подход к пониманию человеческого капитала, разработанный и применяемый вышеперечисленными экономистами-классиками, помогает понять, как поведение отдельного конкретного человека, так и поведение людей в целом, отношение их ко времени, информации, изучить мотивы их действий, и факторы, которые порой скрыты от стороннего наблюдателя. А также что очень важно классический подход к человеческому капиталу позволяет сделать вывод, что человек существо рациональное, решения принимает обдуманно и последовательно.

И необходимо отметить, что долгое время экономисты игнорировали тот факт, что люди по своей природе могут быть иррациональны. Но сегодня есть современные ученые-исследователи психологи и экономисты, основатели поведенческой экономики, такие как Даниел Канеман лауреат Нобелевской премии по экономике 2002 года, Амос Тверски и Ричард Таллер лауреат Нобелевской премии по экономике 2017 года, которые утверждают, что человек вообще не рационален при принятии очень многих решений, что на самом деле люди не умеют хорошо считать, обладают ограниченной силой воли и их рациональность очень ограничена [1].

Следует отметить, что присуждение этих Нобелевских премий дает дополнительное развитие новому разделу в экономической теории, который носит название поведенческая экономика. И теоретическую основу этого раздела, несомненно, заложили психологи, которые пришли в экономику и экономисты, которые начали в своих исследованиях

использовать понятия и методы психологии. Таким образом, мы можем отметить, что поведенческая экономика родилась из симбиоза экономики и психологии. Если традиционная экономическая теория исходила из модели рационального выбора, то есть имеется в виду, что человек является рациональным существом и всегда принимает рациональные решения (о чем свидетельствует экономический подход к человеческому поведению Г. Беккера), что у него имеется своя упорядоченная согласованная шкала предпочтений и что человек максимально использует имеющуюся у него информацию, то поведенческая экономика ставит под сомнение представления о человеке как о рациональном существе. Здесь необходимо сказать, что поведенческая экономика расходится с традиционной экономической теорией именно в представлении о природе принятия решений человеком. И если при принятии решений в традиционной экономической теории нет разницы, как преподносится проблема, так как предполагается, что человек в любом случае, обладая всей полнотой информации, примет единственно правильное, последовательное, продуманное и рациональное решение, то в поведенческой экономике многое зависит от подачи информации, как, в какой очередности были предложены варианты решения проблемы. И поведенческая экономика утверждает и экспериментально доказывает это на практике, что человек, обладая всей полнотой информации, не всегда принимает рациональные решения, и на это влияет именно способ подачи информации человеку.

Здесь следует сделать еще одно важное замечание, что традиционная экономическая теория по большому счету считалась не экспериментальной наукой, а с появлением поведенческой экономики экономическая наука стала экспериментальной наукой, то есть стали активно проводиться эксперименты, в том числе и в реальной жизни [2]. Но основная часть экспериментов, которые проводятся в поведенческой экономике, проводится в лабораторных условиях. И главный вывод этих экспериментов заключается в том, что люди ведут себя не всегда в соответствии с положениями традиционной экономической теории, то есть не всегда рационально. Отклонения от этих положений называются поведенческими аномалиями или искажениями [2]. В целом мы можем сказать, что поведенческая экономика сильно повлияла на экономическую науку в целом, то есть теперь в зависимости от поставленной проблемы, от задач, поставленных перед исследователем, он может использовать либо положения традиционной экономики, либо положения и подходы поведенческой экономики. Поведенческие экономисты считают, что они могут подталкивать людей к принятию рациональных решений, при этом,

не ограничивая их свободу, так как сами люди не всегда в состоянии принять такие решения.

Американский учёный, занимающийся поведенческой экономикой, К. Санстейн в своей книге «Иллюзия выбора. Кто принимает решения за нас и почему это не всегда плохо» [3] пишет о свободе выбора каждого отдельного человека и о том, что этот выбор требует от человека времени, которого всегда недостаточно. И в результате он утверждает, что человек очень часто выбирает не делать выбор в своей жизни, а просто соглашается с тем вариантом, который ему предлагают в данный момент времени. К. Санстейн заявляет, что в действительности это не так страшно, когда у человека, по сути, отнимают право свободного выбора и заменяют это право одним каким-то предложенным ему вариантом, выбранным за него самого и более того отказ от права свободного выбора, как считает К. Санстейн, сможет сделать более комфортной жизнь человека. При этом автор предлагает разобраться человеку самому, когда ему стоит бороться за свободу выбора, а когда свобода выбора будет только мешать человеку.

И если в традиционной экономической теории считалось, что на поведение людей воздействуют посредством изменения выгод и издержек, то поведенческая экономика действует на человека помимо сознания, на бессознательном уровне, не меняя при этом соотношение между издержками и выгодами. Таким образом, можно сделать вывод, что поведенческая экономика меняет поведение человека, действуя на бессознательном уровне (в некоторой степени здесь можно говорить о тонкой манипуляции).

Поэтому вопрос как совместить теорию человеческого капитала в традиционном понимании и поведенческую экономику сегодня является очень актуальным для экономистов и не менее актуальным является практическое применение утверждений поведенческой экономики в современной жизни людей.

### **Библиографический список**

1. Канеман, Даниэль. Думай медленно...решай быстро: перевод с английского/Даниэль Канеман. – М.: Издательство АСТ, 2018. – 653 с.

2. Талер, Ричард. Nudge. Архитектура выбора. Как улучшить наши решения о здоровье, благосостоянии и счастье / Ричард Талер, Касс Санстейн; пер. с англ. Е. Петровой; [науч. ред С. Щербаков]. 2-е изд. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2018. – 240 с.

3. Касс, Санстейн. Иллюзия выбора. Кто принимает решения за нас и почему это не всегда плохо / Касс Санстейн; перевод, оформление. ООО «Альпина Паблишер», 2016 год; [редактор А. Черникова]. – М.: ООО «Альпина Паблишер», 2016. – 252 с.



## **НАЛОГОВОЕ СТИМУЛИРОВАНИЕ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

***Е.М. Ражева, Ю.О. Семенова, Е.О. Епишина***

*Научный руководитель: Тарасова А.Ю., канд. экон. наук*

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,  
Ярославский филиал*

Обеспечение развития инноваций и модернизации экономики требуют наличия продуманной и обоснованной государственной инвестиционной политики. Только в этом случае, когда инвестиционная политика, стимулирующая внедрение новых технологий, более производительного и экологичного оборудования, будет действовать в масштабах всей страны, бизнес почувствует поддержку, будет вкладывать больше средств в инновации, и все это в итоге повысит конкурентоспособность продукции отечественных производителей, вызовет рост экономики. Это определяет актуальность данной темы исследования.

Одним из направлений инвестиционной политики государства является формирование благоприятного налогового климата путем понижения налоговой нагрузки с помощью уменьшения налоговых ставок или частичного избавления от уплаты налога, что и стимулирует инвесторов направлять свои капиталы в различные сектора экономики.

Вопросам развития теории инвестиционного поведения компаний было посвящено много работ известных ученых-экономистов. Как отмечает Семенова Н.Н. в своей работе «Налоговые льготы по налогу на прибыль организаций как инструмент стимулирования инвестиционной активности Дж.М. Кейнс одним из первых обосновал модель инвестиционного поведения и установил взаимосвязь между инвестиционным поведением компании и внутренней макроэкономической политикой государства, предложил методы воздействия государства на инвестиционную активность фирм. Среди основных факторов, влияющих на размер инвестиций, Дж.М. Кейнс выделял уровень процентных ставок, бюджетную и налоговую политики, ожидаемую рентабельность капитальных вложений [5].

Таким образом, можно сказать, что функция налоговой системы в целях развития и поддержки инвестиционной и инновационной активности содержится в создании определенных стимулов и рычагов, которые будут способствовать росту инвестиций в новые технологии. Таким образом, создание стимулов инвестиционной активности с

помощью применения налоговых методов – должно стать одним из важнейших направлений финансовой политики России.

В настоящее время нельзя с полной уверенностью сказать, что в практике налогового стимулирования инвестиционной деятельности в России существует четкая определенная система.

Основным инструментом налогового стимулирования инвестиционной активности считаются льготы и преференции, грамотное применение которых будет способствовать как расширению деятельности предприятий реального сектора экономики, так и позволит приумножить вложенный капитал. послужит как финансовое расширение деятельности компании, так и сохранность полученных финансовых накоплений.

Основным нормативным документом, регламентирующим налогообложение в России, является Налоговый кодекс [1] (далее НК РФ). Статья 56 (первая часть НК РФ) определяет понятие льготы.

Российские организации могут использовать весь стандартный набор налоговых льгот, который предусмотрен для всех субъектов инвестиционной деятельности вне зависимости от организационно-правовой формы.

По мнению Алиева Б.Х. налоговые инструменты стимулирования инвестиционной деятельности носят косвенный характер и представляют собой разновидность косвенного бюджетного финансирования субъектов экономики. Также он отмечает, что методы стимулирования инвестиций, основанные на использовании налога на прибыль, применяются во многих странах мира. К числу подобных методов относятся: использование режима ускоренной амортизации, инвестиционная премия, инвестиционный налоговый кредит, налоговые каникулы, скидки в размере расходов на НИОКР и капиталовложения в новое оборудование и строительство [3].

Стоит отметить, что ускоренная амортизация применяется в нашей практике налогообложения, порядок ее применения установлен ст. 259.3. «Применение повышающих (понижающих) коэффициентов к норме амортизации» [2]. В соответствии с этой статьей предприятия могут коэффициент ускоренной амортизации не более 3 при начислении амортизации по основным средствам, используемым только для осуществления научно-технической деятельности. Однако из статьи 259.3 следует, что коэффициенту ускоренной амортизации не могут применяться при применении нелинейного метода начисления амортизации к основным средствам, относящимся к первой - третьей амортизационным группам [2], а в эти группы в соответствии с Постановлением Правительства РФ от

01.01.2002 № 1 (ред. от 28.04.2018) «О Классификации основных средств, включаемых в амортизационные группы» входит:

1 группа - машины и оборудование со сроком полезного использования от 1 года до 2 лет включительно;

2 группа - имущество со сроком полезного использования свыше 2 лет до 3 лет включительно в том числе машины и оборудование, транспортные средства;

3 группа - имущество со сроком полезного использования свыше 3 лет до 5 лет включительно, в том числе сооружения и передаточные устройства, машины и оборудование, транспортные средства.

Механизм налоговых каникул в нашем налоговом законодательстве предусмотрен в форме обнуления ставки налога на прибыль, эти положения содержатся в статье 284 НК РФ. В частности, с 1 января 2017 года для налогоплательщиков, которые осуществили определенный объем капитальных вложений в создание или модернизацию основных фондов, предоставляется право уменьшить налог на прибыль за счет снижения ставки налога в течение периода, пока сумма, на которую были уменьшены налоговые платежи не сравняется с суммой инвестиций в обновление основных фондов.

Такой инструмент как инвестиционный налоговый кредит предусмотрен статьей 66 НК РФ: «Инвестиционный налоговый кредит представляет собой такое изменение срока уплаты налога, при котором организации при наличии оснований, указанных в статье 67 НК РФ, предоставляется возможность в течение определенного срока и в определенных пределах уменьшать свои платежи по налогу с последующей поэтапной уплатой суммы кредита и начисленных процентов» [2]. Статья 67 НК РФ содержит целый ряд оснований, которые позволяют предприятию воспользоваться инвестиционным налоговым кредитом, в их числе и осуществление внедренческой или инновационной деятельности, создание новых технологий, создание новых видов сырья или материалов и некоторые др.

Таким образом, можно сказать, что со стороны государства в части совершенствования налоговой политики в целях стимулирования инновационного развития за последние годы сделано немало. Остается надеяться, что организации будут активно использовать имеющиеся налоговые стимулы в результате чего, произойдет рывок в развитии инноваций.

#### **Библиографический список**

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) от 31.07.1998 № 46-ФЗ (ред. от 27.12.2018).

2. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 № 117-ФЗ (ред. от 25.12.2018).

2. Алиев Б.Х., Исаев М.Г. Налоговое стимулирование инвестиционной деятельности компаний в развитых странах // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/nalogovoe-stimulirovanie-investitsionnoy-deyatelnosti-kompaniy-v-razvityh-stranah.pdf>.

3. Гончаренко А.Е. Налоговое стимулирование инвестиционной деятельности // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.e-rej.ru/Articles/2017/Goncharenko.pdf>

4. Семенова Н.Н. Налоговые льготы по налогу на прибыль организаций как инструмент стимулирования инвестиционной активности // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://1-fin.ru/?ht=150&id=973&w=инвестиции>.

УДК 336.02

## **НАЛОГОВОЕ СТИМУЛИРОВАНИЕ ЗЕЛЕННОЙ ЭКОНОМИКИ: РОССИЙСКИЙ И ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ**

*Л.А. Скуридина, А.А. Костерин, А.В. Астраханцева*

*Научный руководитель: Тарасова А.Ю., канд. экон. наук*

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,  
Ярославский филиал*

Программа Организации объединенных наций по охране окружающей среды (ЮНЕП) определяет «зеленую» экономику как инструмент, приводящий к повышению благосостояния людей и социального равенства, и значительно снижающий неблагоприятное воздействие на окружающую среду и риски экологической деградации [4].

Все чаще поднимается вопрос экономического роста «зеленой экономики». Рассмотрим, что эксперты ПРООН предпринимают для осуществления концепции данной экономики в России.

В энергетическом секторе необходимо сокращение вредного влияния и переход к использованию альтернативных способов получения энергии. Также государство стремится уменьшить потребление воды в 2 раза и увеличить уровень утилизации до 70% к 2020 году. В секторе сельского хозяйства стоит задача увеличение производства без вреда плодородию почвы и экологии в целом. А также в секторе транспорта развитие альтернативных видов топлива [5; 6].

В начале 2000-х годов произошла трансформация государственного регулирования с целью установления экологической безопасности, и все большее количество развитых стран переходит к практике использования

рыночных инструментов, таких как налоги и торговля разрешениями на выбросы.

При этом экологические налоги сами по себе тоже могут быть направлены на достижение разных целей: с целью удаления отходов, снижения загрязнения воды и воздуха, снижения уровня выбросов. Однако экологический налог, сам по себе может исказить налоговую базу и негативно воздействовать на экономическую активность.

Например, экологический налог увеличивает затраты на производство. Это может означать, что другие факторы производства снизятся (например, упадет заработная плата) или издержки передадутся дальше потребителям.

Основной экологической проблемой XXI века признается глобальное потепление вследствие концентрации парниковых газов, существуют финансовые механизмы, которые непосредственно направлены на сокращение выбросов CO<sub>2</sub>.

Ранее в России налог на углерод отсутствовал. Дискуссии о его введении были начаты еще в 2011 году при написании Стратегии 2020, при условии одновременной отмены экспортной пошлины на нефть и нефтепродукты. Существующее Постановление Правительства РФ «О правилах определения ставок платы за негативное воздействие на окружающую среду и коэффициентов к ним» [2] в соответствии с п. 13 ст. 16.3 и п. 3 ст. 16.5 Федерального закона «Об охране окружающей среды» [1] было принято в 2016 году.

Россия – член Парижского соглашения, следовательно, сокращение выбросов CO<sub>2</sub> является международным обязательством. Внедрение налога на углерод – один из распространенных и признанных мировым сообществом шагов по сокращения выбросов. К 2020 году Россия будет обязана представить не только детальный план по исполнению норм Парижского соглашения, но и иметь механизмы для его реализации.

В зарубежных странах принцип «загрязнитель платит» является одним из наиболее распространённых методов решения проблем загрязнения окружающей среды. Он предполагает введение экологических (зелёных) налогов, которые включаются в цену товара. То есть загрязнитель должен уплачивать эти самые налоги, которые способны снизить уровень загрязнения окружающей среды и обеспечить необходимое её качество. Такие налоги устанавливаются на продукты, наносящие вред природе. Цель «зелёных» налогов - стимулирование сокращения производства и потребления этих вредных продуктов.

Так, например, Ирландское правительство, ввело налог на пластиковые пакеты, который составляет 15% от стоимости самого пакета

[7]. Население зачастую просто выбрасывает пластиковые пакеты на улицу, загрязняя окружающую среду, нежели утилизирует. Поэтому они представляют серьёзную угрозу для окружающей среды, в частности для морских обитателей [7]. Производителей и розничных торговцев интересует только собственная прибыль, в то время как государству приходится тратить значительные средства на уборку отходов.

Еще один вариант взимания платы с загрязнителя - проведение аукционов с целью продажи «квот на выбросы». Квота на выбросы - это право, предоставленное компании на выброс вредных веществ в окружающую среду (углерода, парниковых газов и др.). Эти денежные средства, полученные с продажи квот, затем направляются на финансирование проектов по устранению влияния вредных веществ, соизмеримо их объёму.

Европейская система торговли выбросами (EUETS) является частью «зеленой» схемы налогообложения. Этот механизм борьбы с изменением климата на Земле начал реализовываться в 2005 г. EUETS включает 11000 электростанций и промышленных объектов в 30 странах (27 стран Европейского союза, а также Исландия, Лихтенштейн и Норвегия) [8].

Каждая страна-член Европейского союза разрабатывает свой план распределения квот на выбросы, который утверждается Европейской комиссией. Общая квота включает ограничение по выбросам углекислого газа, распространяемое на все предприятия, входящие в систему. Внутри страны общая квота распределяется между предприятиями

Положительный опыт реализации налоговой политики можно наблюдать в Дании. Налоговая политика в этой стране в основном направлена на финансирование разработки новых экологически чистых технологий и их применение [7]. В Дании в настоящее время значительная часть энергии производится с использованием ветряных турбин, что повлекло за собой увеличение налогов на использование топлива и электроэнергии. Датские экономисты пришли к выводу, что «зелёные» налоги не оказывают негативный эффект на экономику страны и конкурентоспособность предприятий.

Таким образом, учитывая роль углеводородов в экономике нашей страны, необходимы огромные усилия для внедрения концепции «зеленой» экономики, тем более, что в «Стратегия экономической безопасности Российской Федерации на период до 2030 года» основными задачами по реализации направления, касающегося обеспечения устойчивого роста реального сектора экономики, является комплексная модернизация производственно-технологической базы отраслей реального сектора экономики с учетом требований промышленной и экологической

безопасности [3]. В связи с этим считаем, что надо продолжить реформирование налоговой системы с целью усиления роли «экологических» налогов.

#### **Библиографический список**

1. Федеральный закон от 10.01.2002 № 7-ФЗ «Об охране окружающей среды».
2. Постановление Правительства РФ от 13.09.2016 № 913 (ред. от 29.06.2018) «О ставках платы за негативное воздействие на окружающую среду и дополнительных коэффициентах».
3. Указ Президента РФ от 13 мая 2017 г. № 208 «О Стратегии экономической безопасности Российской Федерации на период до 2030 года».
4. Зеленая экономика: справ. док. / ЮНЕП. - [Электронный ресурс] - Режим доступа: [http://web.unep.org/greenecomony/sites/unep.org.greenecomony/files/ru\\_ge\\_employment.pdf](http://web.unep.org/greenecomony/sites/unep.org.greenecomony/files/ru_ge_employment.pdf).
5. Fridley D. Девять проблем альтернативной энергетики / D. Fridley // Нефтегазовые технологии. – 2011. - № 11. – С. 80-89.
6. Зубачева В.Я. «Умное» природопользование - основа развития «зеленой» экономики / В.Я. Зубачева, Ю.А. Ларина // Экономический бюллетень Научно-исследовательского экономического института Министерства экономики Республики Беларусь. – 2012. - № 4. – С. 14-22.
7. Пономарёва Н.В., Голубцова Е.В. Зарубежный опыт экологического налогообложения на пути к «зеленой» экономике // [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/zarubezhnyy-opyt-ekologicheskogo-nalogooblozheniya-na-puti-k-zelenoy-ekonomike>;
8. Червяков А.В. «Зеленая» экономика - новая концепция устойчивого развития / А.В. Червяков, И.А. Грибоедова // Экономический бюллетень Научно-исследовательского экономического института Министерства экономики Республики Беларусь. – 2012. - № 4. – С. 6-13.

УДК 336.02

### **ПОДОХОДНЫЙ НАЛОГ: СОЦИАЛЬНАЯ СПРАВЕДЛИВОСТЬ И ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ (РОССИЙСКИЙ И ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ)**

*Н.А. Слестников, А.В. Троицкий*

*Научный руководитель: Тарасова А.Ю., канд. экон. наук*

*Финансовый университет при Правительстве РФ, Ярославский филиал*

Налоги – это обязательные безвозмездные платежи, взимаемые с физических и юридических лиц в форме отчуждения, принадлежащих им

на праве собственности, хозяйственного ведения или оперативного управления денежных средств, в целях финансового обеспечения деятельности государства [2]. Налоговый метод является одним из основных способов формирования доходов бюджета Российской Федерации.

Стоит отметить, что всю совокупность установленных на законодательном уровне налогов, платежей и сборов можно разделить на некоторые группы по определенным критериям, признакам и свойствам.

Пожалуй, самая распространенная классификация налогов была сформулирована на базе признака перелагаемости налогов, который еще в XVII в. был непосредственно связан с доходами землевладельца [6]. В дальнейшем экономист А. Смит, основываясь на факторах производства (земля, труд, капитал), дополнил доход землевладельца еще двумя видами дохода: с капитала и труда соответственно [6]. В связи с этим появились и новые виды прямых налогов: налог на предпринимательскую прибыль владельца капитала и на заработную плату работника, работающего по найму [6]. Косвенные налоги затрагивают интересы потребителей, т.к. включаются в цену товаров и уплачиваются потребителями.

На современном этапе также сохраняется деление налогов на прямые и косвенные.

Одним из основных видов прямых налогов на сегодняшний день является подоходный налог. Почти во всех странах мира взимание подоходного налога является экономическим рычагом, с помощью которого государство воздействует на уровень дохода населения, а также формирует доходную часть бюджета.

В международной практике налогообложения под подоходным налогом иногда понимают не только налог на доходы физических лиц, но и налог на доходы юридических лиц, который, собственно, имеет самостоятельное название – налог на прибыль.

Рассматривая налог на доходы физических лиц, отметим, что базой налогообложения будет являться весь совокупный доход за минусом расходов, которые должны быть документально подтверждены согласно законодательству. В разных странах по-разному подходят к определению вычитаемых расходов.

При выборе вида налогообложения, государство должно опираться не только на экономическую эффективность выбранного вида, но и на социальную справедливость, которая должна быть соблюдена.

Как правило, для соблюдения социальной справедливости и экономической эффективности, в большинстве стран мира, для расчёта



налоговой ставки используется сложная прогрессия (вертикальное налогообложение).

Прогрессивное налогообложение - система налогообложения, при которой происходит увеличение эффективной ставки налога с ростом налогооблагаемой базы. Другими словами, если брать в рассмотрение налогообложение доходов, чем больше доход, тем больше процентная ставка по налогу.

Существуют два вида прогрессии: простая и сложная [8]. При простой прогрессии налоговая ставка увеличивается по мере увеличения суммы всех доходов. При сложной прогрессии доход делится на две части, и повышенной ставкой налогообложения облагается большая часть дохода. [8].

Помимо прогрессивного налогообложения, так же существует простой вид налогообложения (горизонтальное налогообложение). Другими словами, существует одна ставка по налогу на доход, вне зависимости от его размера.

На территории Российской Федерации действует простой метод налогообложения. То есть существует одна процентная ставка в размере 13% - для резидентов, и 30% - для нерезидентов на суммарный доход, вне зависимости от размера этого дохода [2].

Если говорить про социальную справедливость и экономическую эффективность данного метода налогообложения, эти показатели гораздо ниже, чем при прогрессивном методе налогообложения.

Например, в США используется многоступенчатый прогрессивный метод налогообложения [9]. В этом случае доход разделяется на ступени (части) налогообложения. У каждой ступени своя фиксированная налоговая ставка. Налоговая ставка каждой следующей ступени растёт по мере роста облагаемого дохода [8]. Особенность многоступенчатой прогрессии (налогообложения) заключается в том, что при делении на ступени, повышенная ставка налога накладывается не на весь доход в целом, а только на ту часть, которая превысила нижнюю границу данной ступени [8]. Окончательный налог определяется как сумма налогов каждой отдельной ступени. Так же в зависимости от социального положения, устанавливается своя процентная ставка по налогу. Экономическая эффективность данного метода гораздо выше, чем в предыдущем примере, так как за счет повышенной ставки налогообложения на большие доходы принесёт больше денег в бюджет страны, что положительно скажется на её экономическом положении. Так же, нельзя не отметить то, что социальная справедливость выражена ярче, так как человек, имеющий меньший доход,

будет иметь меньшую процентную ставку, что позволит ему иметь в распоряжении больше средств.

Так же существуют страны с одноступенчатым видом прогрессии, Данный вид прогрессии имеет всего одну налоговую ставку. Кроме того, введена граница, то есть существует минимальная сумма дохода, которая не облагается налогом (0 %), а выше которой облагается, независимо от дальнейшего роста. Например, в Литве одна процентная ставка по НДС – 15%, в то время как доход ниже 1600 евро не облагается налогом [10]. Такой метод имеет высокую социальную справедливость, так как люди, имеющие небольшую сумму доходов, освобождаются от налоговых выплат. Но если рассматривать экономическую эффективность данного подхода, то она находится на уровне простого налогообложения.

Так же, существует линейный метод. В данном случае налоговая ставка возрастает линейно, без скачков. Благодаря равномерному росту налоговой ставки эффективная налоговая ставка растёт тоже равномерно.

Как правило, в многоступенчатой и линейной прогрессиях максимальная налоговая ставка в несколько раз превышает начальную налоговую ставку. Из-за этого рост эффективной налоговой ставки в области низких доходов значительно медленней, чем при одноступенчатой прогрессии. Единственным минусом данного способа является его относительная сложность, что препятствует широкому внедрению во многих странах. Такой метод наиболее соблюдает социальную справедливость, так как налоговая ставка рассчитывается каждому отдельно, в зависимости от его доходов, что лишней раз не вызовет споров и недовольств в обществе. Также линейный способ является наиболее экономически эффективным, так как не существует предельной налоговой ставки, ведь пока будет расти доход, будет расти налоговая ставка.

#### **Библиографический список**

1. Бюджетный кодекс Российской Федерации от 31.07.1998 № 145-ФЗ (ред. от 27.12.2018).
2. Налоговый кодекс Российской Федерации. Часть первая от 31 июля 2009 г. № 146-ФЗ и часть вторая от 5 августа 2010 г. № 117-ФЗ (ред. от 23 июня 2013 г.).
3. Ашмарина Е.М. Налоговое право / Е.М. Ашмарина, Е.С. Иванова, Е. В. Кудряшова, Т.Д. Мыктыбаев. - М.: КноРус, 2011. - 240 с.
4. Гущина И.Э. Исчисление и учет налога на доходы физических лиц // Новое в бухгалтерском учете и отчетности. - 2012. - № 1.
5. Ковалев В.В. Финансы: Учебник. - М.: Проспект, 2011. - 512 с.

6. Полякова Т.И. Совершенствование системы налогообложения как фактор развития туристской отрасли: Дис. канд. экон. наук: 08.00.05: Москва, 2004. - 149 с.

7. Научная электронная библиотека [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/defaultx.asp?>.

8. Прогрессивное налогообложение [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org/wiki/>.

9. Электронная библиотека [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://dic.academic.ru>.

10. State Tax Inspectorate Under the Ministry of Finance of the Republic of Lithuania [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.vmi.lt/index.jsp?lang=en>.

УДК 338.054.23

## **ОСОБЕННОСТИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО РИСКА В РОССИИ**

*А.А. Смирнова*

*Научный руководитель: Родина Г.А., д-р экон. наук, профессор  
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,  
Ярославский филиал*

Предпринимательский риск возникает при любых видах предпринимательской деятельности. Риск – это существующая опасность потери ресурсов или недополучения доходов по сравнению с запланированными.

Нередко предпринимательство называют движущей силой экономики, и это верно, ведь бизнес всегда связан с созданием новых рабочих мест, стимулированием спроса и предложения, технологическим прогрессом, а, значит, и с экономическим ростом в целом.

Целью данной работы является рассмотрение особенностей предпринимательских рисков в России, в сравнении с США, и способы их снижения в нашей стране.

В России переход от плановой экономической модели к рыночной сопровождался кризисными и структурными изменениями. Это способствовало возникновению специфических предпринимательских рисков, характерных для нашей страны.

Особенности предпринимательского риска в США. В современном мире США является одним из самых лучших мест для ведения предпринимательской деятельности (бизнеса).

Главной из причин развития предпринимательства является поддержка со стороны государства. США как одна из экономически развитых стран уделяет большое внимание поддержке в ведении бизнеса для развития экономики и инноваций в стране.

По статистике в США почти 50-52% ВВП составляет прибыль от малого и среднего бизнеса [2], который имеет следующие преимущества:

- с появлением огромного числа компаний на рынке растет конкуренция, за счет чего стимулируется производство, а также активное внедрение и реализация идей. К примеру, в бизнесе США почти половина всех новых разработок возникла благодаря малому предпринимательству.

- развитие малого и среднего бизнеса способствует улучшению реакции на изменение конъюнктуры рынка, особенно когда наблюдается стремительный рост потребительского спроса.

- развитие бизнеса позволяет решать вопрос с занятостью населения достаточно эффективно. В трудные времена именно малый бизнес позволяет удерживать занятость на высоком уровне [6].

В стране вопросами поддержки начинающих предпринимателей занимается администрация по делам малого бизнеса (АМБ). Цель данной организации заключается в том, чтобы «превратить Америку в самую благоприятную страну для ведения собственного бизнеса» [6].

В США распространена универсальная форма бизнеса – это корпорации, которые строят свою деятельность в соответствии со статьями ассоциации (уставом) и внутренним регламентом. Регламент лишь дополняет и детализирует статьи об ассоциации, которые обычно сформулированы в сжатой форме. Эти документы отличают американскую корпорацию от российских акционерных обществ, где достаточно одного устава.

Немаловажным критерием является то, что в США достаточно низкие налоги, делая ведение бизнеса экономически привлекательным. Например, некоторые штаты и вовсе не облагают предпринимателей местным налогом [3].

Опыт американского предпринимательства свидетельствует о том, что, если правильно строить свой бизнес, учитывая, как можно больше самых неблагоприятных событий, можно самостоятельно управлять риском, хотя и не со 100-процентной гарантией.

Особенности предпринимательского риска в России. Российский опыт предпринимательства отличается от американского в связи с тем, что для нас эта форма организации и ведения бизнеса является довольно новой.

К числу специфических рисков, присущих российской экономике, относят нестабильность и несовершенство правовой базы, высокий

уровень монополизации отдельных сегментов экономики, неустойчивость финансово-кредитной системы [5].

В российских фирмах управление рисками не приобретает значительной важности в связи с отсутствием высококвалифицированных кадров. И яркой особенностью управления рисками в нашей стране является сведение рисков лишь к страхованию. Мы расцениваем это как попытку принять зарубежные технологии управления рисками без учета российской специфики [1].

И всё же прогресс есть. Процесс управления предпринимательскими рисками развивается в России, компании не только заимствуют опыт западных фирм по управлению рисками, но и разрабатывают системы управления, адаптированные для российских компаний.

Сейчас есть необходимость прохождения этапа перехода и освоения в текущей деятельности зарубежных методик управления рисками, в связи с тем, что необходимо не просто перенять этот опыт, но и внедрить его, опираясь на специфику наших компаний.

Компании сталкиваются со всеми видами рисков. Некоторые из них могут вызвать серьезную потерю прибыли или даже привести компанию к банкротству. Для того, чтобы этого избежать, необходима поддержка и регулирование предпринимательства со стороны государства.

Государственное регулирование предпринимательства необходимо в целях обеспечения реализации публичных интересов общества и государства, а также создания наилучших условий для развития предпринимательства.

Одна из основных задач Правительства – поддержка и развитие предпринимательской деятельности. Правительство прилагает усилия для устранения структурных барьеров с целью обеспечения дальнейшего развития малых и средних предприятий. Особое внимание уделяется росту конкуренции и созданию благоприятных экономических условий, способствующих привлечению долгосрочных инвестиций.

Способы снижения предпринимательских рисков в России. В России, на современном этапе развития практика управления предпринимательскими рисками еще не имеет широкого распространения, но имеет тенденцию к развитию.

По статистике бизнеса, Россия показывает, что за 5 лет количество предприятий увеличилось в среднем на 4%. Число закрывшихся хозяйствующих субъектов увеличилось на 11%. Это говорит о том, что Россия за последние годы демонстрирует закрытие большего количества бизнеса, чем открытия. В 2017 г. для России главной помехой для ведения бизнеса признана коррупция; она признавалась таковой и раньше [4].

В современных условиях снижение коррупции и административных барьеров со стороны государства почти невозможно без усовершенствования системы государственного управления, для чего необходимы значительные усилия всего общества. Устранить возникновение рисков полностью невозможно, но при правильно составленной системе управления рисками, грамотно подобранном персонале можно эффективно ими управлять.

Практику управления предпринимательскими рисками в нашей стране на данном этапе эксперты объясняют тем, что зарубежные технологии управления рисками были применены к российской экономике без учета ее особенностей, вследствие чего приживаются довольно сложно. Также в российских фирмах система управления рисками еще не приобрела значительной важности.

### **Библиографический список**

1. Васильева Е.Е. Актуальные проблемы риск-менеджмента в России // Инновационная наука. – 2015. – № 6. – С. 54-56.

2. Захарова Н.В., Лабудин А.В. Малое и среднее предпринимательство в европейских странах: основные тенденции развития // Сборник научных статей «Управленческое консультирование». — М.: Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, 2017. – С. 64-77.

3. Кожура Н.А., Кузнецова Е.Л. Основные проблемы развития малого предпринимательства в Российской Федерации // Концепт. – 2017. – № S13. – С. 38–43 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://e-koncept.ru/2017/470163.htm>.

4. Кузнецов А., Миронов В., Самсонова Н. Как собрать «пазл» роста российской экономики? Некоторые выводы из новых международных рейтингов // Сборник статей «Комментарии о государстве и бизнесе». – М.: Институт «Центр развития» НИУ «ВШЭ», 2017.–143 с.

5. Маякова Е.С. Особенности предпринимательских рисков в России // Сборник научных статей II Международной научно-практической конференции «Новое слово в науке: стратегии развития». – Чебоксары: Интерактив плюс, 2017. – С. 116-118.

6. Смекалина О.А. Нормативно-правовые основы предпринимательства в США // Сборник научных статей III Международной научной конференции «Актуальные вопросы экономики и управления». - Магнитогорск: Буки-Веди, 2015. – С. 34-36.

## **БЫТЬ ЛИ БИОМЕТРИИ В БАНКАХ ИЛИ ПРОЩЕ ПО СТАРИНКЕ?**

***Е.Н. Сорокина***

*Научный руководитель: Кириченко Е.Е.*

*ГПОУ ЯО Переславский колледж им. А. Невского*

Снять Денег в банкомате по отпечатку пальца, воспользоваться мобильным банком с помощью камеры на телефоне, ещё недавно такие сцены мы видели, разве что в фильмах, но будущее оказалось ближе, чем мы думали.

Российские банки вот-вот приступили к тестированию биометрических систем, идентификации клиентов. И будут использовать отпечатки пальцев, голос и сетчатку глаза.

Прежние методы слишком часто стали давать сбой: люди теряют карточки, мошенники узнают пароль от кредиток, телефон заражают вредоносными вирусами. В общем, одна надежда на биометрию. Один из крупнейших российских банков уже тестируют биометрическую систему счетов клиентов.

В проекте участвует 1000 клиентов. Если хотите зайти в мобильный банк, нужно только включить камеру, система распознаёт по лицу и голосу одновременно. Если хотите поэкспериментировать с голосом, начнете менять тембр использовать не характерные для Вас интонации, конечно, она не идентифицирует человека. Взломать защиту практически невозможно, с помощью программы сравнивается голос пользователя, с записанным ранее эталоном.

Российская разработка против борьбы с мошенниками - это поиск более надёжного способа защиты. Если рассматривать привычные нам решения по защите наших банковских сбережений: пароль, логин, разовый пароль получаемые по смс, с точки зрения безопасности можно с уверенностью сказать, что злоумышленники научились мошенническим путем взламывать эти данные и завладеть личными банковскими средствами как физических лиц, так и предприятий.

Биометрия это не что-то суперсовременное. Технология существует уже несколько лет. Ещё лет 10 назад, когда карточки только-только внедрялись, у банкиров была возможность использовать отпечатки, но тогда это было безумно дорого.

Методы совершенствуется и вот наступил тот момент, когда соотношение цена-качество для необходимого оборудования стала приемлемым.

Кстати, биометрия - это не только дактилоскопия, хотя конечно без отпечатков никуда, здесь и геометрии лица, считается, что черты лица уникальны. Но обычно этот элемент применяют только вместе с другими, например, с голосом система просит воспроизвести какую-то фразу или комбинацию цифр, но этим биометрия не исчерпывается.

Так идентифицировать человека можно по венам, дело в том, что гемоглобин, который находится в крови, интенсивно поглощает инфракрасные излучения.

С помощью специальной камеры фотографируется ладонь, в результате этого на мониторе проявится сетка вен, очень точный результат даёт распознавание по форме ушей, оказывается они формируются еще в детстве и потом не меняются, только растут. Но самым точным и самым дорогим, считается сканирование глаза, а точнее его сетчатки, её структура не меняется.

Минус заключается в том, что при сканировании человек не должен двигаться. Это сложная по своему применению технология и в настоящее время для ее применения необходимо длительное время обработки результатов.

В виду высокой стоимости, биометрическая система не имеет достаточного распространения, однако дает самые точные результаты из всех предложенных на рынке методов сканирования человеческих особенностей. Все эти технологии не дешевы, но тем не менее банки вынуждены идти на их внедрение.

Вынуждают это делать мошенники, которые крадут с карт средства клиентов. Только в этом году за 2 с небольшим месяца с кредиток злоумышленники украли 1,5 млрд. рублей. Чаще всего деньги уходят из-за опрометчивости самих граждан.

Когда те же самые пароли и пин-коды потеряли или сообщили злоумышленникам. В правилах пользования операций с пин кодом, либо с подтверждением персональной информации - они не подлежат возврату, такие мошеннические операции.

Казалось бы, что все знают, что нельзя вместе с картой хранить Пин код, но хранят. Некоторые на самом пластике до сих пор пишут заветные цифры, чтобы не забыть, а потом удивляемся, при расчётах в интернете владельцы карт тоже проявляют беспечность. Для покупок в Интернете пользуйтесь только надёжными, проверенными сайтами. рекомендуется для расчётов в сети завести отдельную карту, лимит которой будет небольшим.

Надежным способом защиты ваших средств на кредитной карте является технология 3D Secure. В этом случае, для совершения любой



расходной операции требуется вводить одноразовый код, который присылается на мобильный номер владельца кредитки.

Когда биометрия станет повсеместной, пока непонятно ведь эта система тоже дает сбои, ведь злоумышленники уже научились обманывать компьютер с лицом и отпечатками пальцев. Однако за такими технологиями будущее, осталось лишь немного подождать.

#### **Библиографический список**

1. ГОСТ Р ИСО/МЭК 19794-9-2009. Автоматическая биометрическая идентификация.
2. ГОСТ Р ISO/IEC 24713-1-2013. Биометрические профили для взаимодействия и обмена данными.
3. ГОСТ Р 52633-2006 – Требования к средствам высоконадежной биометрической аутентификации
4. ГОСТ Р ИСО/МЭК 19784-1-2007 – Автоматическая идентификация (ИПУ) в качестве стандартных интерфейсов биометрических систем.
5. Лакин Г.Ф. Биометрия: учеб. пособие для биол. спец. вузов, 2013 г.
6. Cheap Biometrics in Security, find Biometrics in Security...What is BIOMETRICS?, 2012.
7. Biometrics: Advanced Identity Verification: The Complete Biometrics: Advanced Identity Verification: The Complete Guide, 2007.

УДК 330.101

### **СТАНОВЛЕНИЕ КОНЦЕПЦИИ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

***Е.А. Терещенко***

*Научный руководитель: Тарасевич О.А., магистр экономических наук  
Академия управления при Президенте Республики Беларусь*

Концепция цифровой экономики впервые была предложена американским информатиком Николасом Негропonte в 1995 году. Он отметил недостатки классических товаров, имеющих “физическое” воплощение, и преимущества новой экономики, таких как отсутствие веса товара, виртуальность и мгновенное глобальное перемещение [1].

Сегодня идеей цифровой экономики охвачен весь мир. В первую очередь это связано с тем, что цифровая экономика заметно снижает стоимость платежей и транзакций, открывая при этом новые источники дохода, ведь товары и услуги в цифровом мире могут выйти на глобальный рынок в кратчайшие сроки и стать доступными для потребителя в любой точке земного шара. Также электронный продукт может быть изменён и доработан в соответствии с потребностями и ожиданиями потребителей

намного быстрее, нежели обычный продукт. Таким образом, цифровизация предоставляет гораздо более разнообразный контент товаров и услуг [2].

Для уверенного построения цифровой экономики необходимо активно развивать национальный сектор информационных технологий, стимулировать создание бизнес-инкубаторов, которые позволят привлечь инвестиции и сотрудничество на международном уровне. Также важной составляющей является обеспечение информационной безопасности, которая непосредственно влияет на результат построения данного общества.

В качестве примера наиболее развитых цифровых экономик можно привести такую страну, как Норвегия. Согласно отчёту, содержащему международный рейтинг Digital Evolution Index 2017, данная страна уверенно заняла 1 место с результатом 3,79 [3, с. 21]. Эксперты отмечают, что прежде всего это связано со значительной вовлеченностью правительства, политика которого направлена на цифровизацию всех отраслей страны. Особенно эффективным является оказание административных услуг в электронном формате, что обеспечило прозрачность функционирования государственных органов и повысило уровень цифрового доверия среди населения.

Рассмотрим основные аспекты цифровизации экономики в Республике Беларусь. Ключевым документом, призванным создать беспрецедентные условия для развития сферы информационных технологий, является Декрет Президента Республики Беларусь № 8 “О развитии цифровой экономики” от 21 декабря 2017 года.

Согласно данному Декрету был продлён срок действия специального правового режима, установленный для Парка высоких технологий, до 1 января 2049 года, предоставив его резидентам широкие полномочия на осуществление образовательной деятельности в сфере киберспорта, искусственного интеллекта и иных перспективных направлениях в ИТ-сфере. Декрет № 8 также предлагает предусмотреть апробацию новых правовых институтов на предмет возможности их имплементации в законодательство Республики Беларусь в рамках Парка высоких технологий.

Одним из ключевых решений Правительства является внедрение в экономику Республики Беларусь технологии блокчейн, ведь до этого обращение цифровых знаков не было урегулировано законодательством. Это безусловно позволит вывести финансовые операции на новый уровень обращения [4].

Необходимо отметить, что гендерный аспект также является важным аспектом построения инновационной экономики, так как он лежит в основе построения информационного общества, без которого нет смысла говорить о полноценной цифровизации. В 2017 году доля женщин, работающих в ИТ-компаниях, составила 19,2%. Этот показатель составлял менее 10% в 2010 году [5]. Принимая во внимание данные показатели, говорить о достижении гендерного равенства в этой сфере пока рано, несмотря на положительное изменение гендерной ситуации на рынке информационных технологий. Поэтому совершенствование гендерной политики обеспечит устойчивое развитие как сектора ИКТ, так и национальной экономики в целом.

Таким образом, цифровизация экономики является одним из национальных приоритетов в переходе на новую ступень развития. Развитие сферы информационных технологий рассматривается в качестве самой значительной точки роста нашего государства. Совершенствование законодательства и создание условий для оптимального функционирования цифровой экономики позволит обеспечить устойчивое развитие Республики Беларусь и придаст нашему государству новый статус на международной арене.

#### **Библиографический список**

1. Негропонте, Н. Тридцатилетняя история будущего // TED Talks \_ Ideas Worth Spreading [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [https://www.ted.com/talks/nicholas\\_negroponte\\_a\\_30\\_year\\_history\\_of\\_the\\_future?language=ru#t-502826](https://www.ted.com/talks/nicholas_negroponte_a_30_year_history_of_the_future?language=ru#t-502826).

2. Официальный сайт журнала “БИТ: бизнес и информационные технологии” [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://bit.samag.ru/uart/more/67>.

3. Chakravorti, B., Shankar, Ch. Digital Planet 2017: How Competitiveness and Trust in Digital Economies Vary across the World / B. Chakravorti, Ch. Shankar. - The Fletcher School: Tufts University, 2017. - 70 p.

4. О развитии цифровой экономики: Декрет № 8 Президента Республики Беларусь, 21 декабря 2017 г. //Эталон-Беларусь [Электронный ресурс] / Национальный центр правовой информации Республики Беларусь. - Режим доступа: <http://www.pravo.by/>.

5. Новостной интернет-портал о сфере информационных технологий [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.dev.by/>.

## МЕХАНИЗМЫ ПОДДЕРЖКИ ЭКСПОРТА ТУРИСТИЧЕСКИХ И СТРОИТЕЛЬНЫХ УСЛУГ В ТУРЕЦКОЙ РЕСПУБЛИКЕ

*А.А. Трушкевич*

*Научный руководитель: Ожигина В.В., канд. экон. наук, доцент*

*Академия управления при Президенте Республики Беларусь*

С начала 1960-х годов правительство Турции начало разрабатывать пятилетние планы развития туристического бизнеса и увеличения экспорта туристических услуг, в бюджете страны с каждым годом увеличивались ассигнования на подъем данной индустрии.

По мере роста спроса на туристические услуги в мире Министерство культуры и туризма Турции приступило к реализации проектов по развитию курортов. Наиболее успешный проект развития туристической инфраструктуры в Южной Анталье был поддержан Международным банком реконструкции и развития. Характерной чертой развития туристического бизнеса в Турции стало широкое использование иностранных инвестиций.

В начале 1980-х гг. правительство Турции сделало акцент на приоритетности развития индустрии туризма. В 1982 г. был принят Закон о поощрении туризма, который заменил устаревший действующий. В новом законе содержалось больше стимулов для развития отрасли туристического бизнеса, больше полномочий получало Министерство культуры и туризма Турции.

Для районов приоритетного развития туризма устанавливались льготные тарифы на электричество, воду и газ. Кроме того, практиковалось освобождение от некоторых налогов и пошлин, а также льготное кредитование для тех, кто работал в туристическом бизнесе. Важной составляющей нового закона стала большая свобода для Министерства туризма при выборе районов для развития туризма.

Характерной чертой развития туристического бизнеса в Турции стала также продуманная кадровая политика. За короткий срок были подготовлены высококвалифицированные гиды со знанием основных европейских языков. Иностранцы обязаны были изучать все, кто был задействован в сфере туристического бизнеса. Согласно планам развития туризма больше внимания стали уделять различным достопримечательностям и туристическим центрам.

В 2007 году в Турции была принята «Стратегия Турции в сфере туризма – 2023», которая является основным документом по

планированию развития туристического сектора страны, включая меры по созданию имиджа страны пребывания, на 2007 – 2023 годы.

Среди наиболее эффективных мер стимулирования можно отметить сниженные ставки тарифов на оплату коммунальных услуг и преференциальные налоговые ставки, в т.ч. снижение подоходного налога с физлиц [1].

Устраняются любые бюрократические барьеры, которые могут препятствовать росту туристического сектора. В Турции действует «Turkish Healthcare Development Council» (ТНТС), который, наряду с подобными объединениями из Азербайджана, Ботсваны, Китая, Хорватии, Кипра, Греции, Индии, Венгрии, Иордании, Кыргызстана, Румынии, Польши, России, ОАЭ, Украины и Великобритании, входит в «The Global Healthcare Travel Council» (ГНТС) [7].

ГНТС объединяет национальные ассоциации медицинского туризма, продвигает медицинские услуги через международную сеть. Стимулирует развитие партнерских связей в данной области между странами.

Совет играет заметную роль при выработке общих стандартов обслуживания иностранных туристов, желающих получить медицинскую помощь за пределами своей страны проживания. Информационные каналы Совета являются удобной платформой для размещения информации о потенциале медицинского туризма.

Значение туризма для стран с развитой и развивающейся экономикой трудно переоценить. Туризм создает новые рабочие места, обеспечивает приток валюты и вносит вклад в развитие экономики [4].

Турция является вторым в мире (после КНР) экспортером строительных услуг. К концу 2017 года, за 45 лет турецкие подрядные предприятия реализовали за рубежом более 9,3 тыс. проектов на сумму 355,5 млрд долларов США. Из них 46,8% в Евразии, 26,2% в регионе Ближнего Востока, 18,1% в странах Африки [6].

В списке 250 крупнейших подрядных строительных фирм мира, опубликованном международным специализированным строительным журналом «ENR – Engineering News Record» во втором полугодии 2017 г., присутствуют 46 турецких компаний.

Данный сектор, обладающий значительным опытом на национальном и международном уровнях, включающий свыше 200 подсекторов, часто называют «локомотивом» турецкой экономики. Практически вся продукция строительного сектора является «инвестиционным товаром». Доля сектора в ВВП составляет примерно 30%: строительные услуги вносят большой вклад в развитие экономики страны и способствуют созданию новых рабочих мест. Именно поэтому, с целью эффективной

поддержки турецких строителей на международном уровне и продвижения экспорта подрядных услуг в Турции создана Ассоциация подрядчиков Турции (ТМВ) [5].

ТМВ является неправительственной, некоммерческой, независимой, профессиональной организацией, созданной в г. Анкара в 1952 году.

Основными задачами ТМВ являются:

- повышение конкурентоспособности турецких строительных организаций на национальном и международном рынках;
- защита и продвижение их интересов;
- поощрение сотрудничества и взаимной поддержки среди своих членов;
- создание и расширение стратегических альянсов с государственными и частными органами, как внутри Турции, так и за ее пределами;
- продвижение профессиональных стандартов и деловой этики;
- консультирование государственных органов по юридическим, экономическим и техническим вопросам, связанным со строительной отраслью;
- повышение осведомленности общественности по вопросам, связанным со строительным сектором;
- систематическое устранение любых барьеров и препятствий развития отрасли.

Руководители ТМВ являются постоянными членами официальных и рабочих президентских и правительственных визитов Турции за рубежом. В ходе международных мероприятий они неизменно представляют интересы членов Ассоциации и осуществляют поиск новых проектов для турецкого бизнеса. Важным элементом стратегии продвижения интересов на внешних рынках является членство ТМВ в крупнейших международных строительных союзах: Международная конфедерация подрядных организаций СІСА, Европейская федерация строительной отрасли FІЕС, Федерация международных подрядчиков Европы EІС, Федерация подрядчиков Исламских государств FOCIC, Всемирный водный форум WWC. ТМВ является постоянным организатором строительных конференций в Турции и за рубежом. Ассоциация плотно работает с Министерством экономики Турции, а также является учредителем Союза внешнеэкономических связей Турецкой Республики «DEİK» и Союза экспортеров «TİM».

Важным механизмом поддержки экспорта услуг и сопутствующих строительных и туристических товаров также являются региональные и межрегиональные соглашения о свободной торговле (интеграционные соглашения), позволяющие устранять тарифные и нетарифные барьеры,

упрощать процедуры торговли [2]. Турция имеет соглашение о свободной торговле товарами и услугами с Сингапуром, а также зоны свободной торговли товарами с ЕС, Сербией, ЕАСТ, Чили, Грузией, Малайзией, Молдовой, Иорданией, Сирией, Тунисом и др.

Таким образом, основными механизмами поддержки экспорта строительных и туристических услуг в Турции являются:

- принятие и внедрение правительственных программ стимулирования экспорта и поддержки инвестиционных проектов;
- введение льготных тарифов на коммунальные услуги;
- проведение дальновидной кадровой политики;
- снижение налоговой нагрузки, преференции налоговой системы;
- создание национальных ассоциаций с их вступлением в международные союзы и де бюрократизация.

### **Библиографический список**

1. Инвестиционный портал Invest in Turkey [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.invest.gov.tr/tu-RU/investmentguide /investors guide/Pages/Incentives.aspx>.

2. Ожигина В.В. Межрегиональные интеграционные соглашения: особенности, причины появления и тенденции развития // Экономический вестник университета. Сборник научных трудов ученых и аспирантов. – 2016. – № 29-2. – С. 273-181.

3. Сулейманов А.В. Внешняя торговля Турецкой Республики: современное состояние и перспективы // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Экономика. – 2014 – № 2. – С. 91-100.

4. Телерадиокомпания Турции TRT [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.trt.net.tr/russian/turtsiia-ekonomika-i-proghriess/2016/11/30/vliianiie-turizma-na-ekonomichieskuiu-situatsiiu-strany-620173>.

5. Телерадиокомпания Турции TRT [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.trt.net.tr/russian/proghrammy/2015/05/11/stroitiel-nyi-siektor-turtsii-lokomotiv-ekonomiki-269464>.

6. Турецкий институт статистики [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [http://www.turkstat.gov.tr/PreTablo.do?alt\\_id=1046](http://www.turkstat.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1046).

7. Turkish Healthcare Development Council [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://thtfdc.org/page/about-us>.

УДК 336.71

## **РАЗВИТИЕ ОМНИКАНАЛЬНОСТИ В БАНКОВСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

***П.А. Черенкова, Е.Н. Ульянова***

*Научный руководитель: Тарасова А.Ю., канд. экон. наук  
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,  
Ярославский филиал*

В условиях конкуренции и в связи с особенностями поведенческой модели молодого поколения банкам все сложнее привлекать новых клиентов. Традиционные способы обслуживания не подходят для представителей поколений Y и Z, которые живут цифровыми технологиями. Поэтому сегодня банки ищут новые возможности для улучшения клиентского сервиса, создания высокотехнологичных продуктов и одновременного снижения себестоимости: открывают свои «точки присутствия» в различных социальных сетях, мессенджерах, чатах в мобильных приложениях и на сайтах. Но такая технология взаимодействия с клиентом будет эффективна только в том случае, если каналы коммуникации будут связаны между собой.

В связи с этим на данном этапе приобретает актуальность тенденция формирования омниканальности [1].

Омниканальность представляет собой единую коммуникационную среду для банка и его клиентов, которая позволяет свободно переключаться между каналами взаимодействия (голос, смс, электронная почта, онлайн-чаты, мессенджеры) и формировать единую историю запросов клиентов с последующими покупками банковских услуг [2]. То есть концепция омниканальности предусматривает не только множество способов взаимодействия с клиентом, но и независимость уровня предоставления услуг от выбранного канала. Это означает, что, например, банк может предоставить клиенту услугу через сайт, при этом клиент получает возможность проконсультироваться по телефону, а завершить оформление заявки через мобильное приложение. Кроме того, клиенту нет необходимости повторно вводить свои данные или регистрироваться.

Для внедрения концепции омниканальности в банковскую деятельность, необходимо решить несколько организационно-технологических задач.

Во-первых, банку необходимо сформировать стратегию взаимодействия с клиентами, при помощи их сегментации на основе моделей поведения клиентов. В соответствии с выявленными моделями поведения составить продуктовый портфель и затем уже схему взаимодействия с клиентами.

Во-вторых, банку необходимо отслеживать действия клиентов при помощи различных инструментов (например, скоринговые инструменты внешних поставщиков, различные платежные сервисы), что, в свою



очередь, поможет проанализировать поведение потребителя и предложить услугу на другом коммуникационном канале.

В-третьих, банк должен выстроить единую историю взаимодействия с клиентами по всем каналам связи. Например, часто операционисты колл-центра банка не осведомлены о том, что клиент получил SMS с предложением банковской услуги, по поводу которой он обратился в колл-центр. Создание единой истории коммуникаций позволит хранить и анализировать все данные, связанные с клиентом, вовремя предлагать ему новые продукт и услугу, предугадывать дальнейшие действия клиента.

Решающим этапом является анализ эффективности каналов взаимодействия с клиентом. Так, при помощи взаимодействия банков с сайтами-лидогенераторами, появляется возможность оценивать, как общее количество поступивших заявок, так и результативных. При этом все заявки направляются в систему, анализирующую URL-адрес, она разбивает адрес на составные части и записывает вместе с поступившей заявкой. Преимуществом данного анализа является развитие каналов коммуникации в зависимости от предпочтений клиентов банка (личное обслуживание в офисе (колл-центр) или использование дистанционного банковского обслуживания (мобильное приложение)) [2].

В настоящее время одним из примеров развития концепции омниканальности служит Тинькофф Банк, который является одним из самых крупных онлайн-банков, обслуживающим более 7 миллионов клиентов [3]. Этому банку необходимо было создать качественную и эффективную систему онлайн-консультирования, поэтому в 2014 году Тинькофф Банк для подключения текстовых каналов выбрал компанию Webim [3], которая позволяет повысить уровень удовлетворенности клиентов, ведь благодаря данной функции потребители могут обратиться по интересующим их вопросам в любое время, используя при этом любой канал связи (социальные сети, сайт, мессенджеры).

Также в 2017 году Тинькофф Банк внедрил чат-бота в чат на сайте. Его разработкой занимались специалисты Тинькофф Банка, а Webim на основе Webim API интегрировал его в чат. В результате данного внедрения были достигнуты две цели, положительно влияющие как на саму компанию, так и на клиентскую базу.

Во-первых, банку удалось повысить лояльность клиентов, поскольку они могут задать интересующий их вопрос по необходимой услуге и получить ответ мгновенно.

Во-вторых, внедрение чат-бота позволило удешевить обслуживание клиентов. Бот отвечает на типовые вопросы, тем самым упрощая работу операторов. Но при этом на другой стороне оператор банка при ответе в

чате также получает подсказку от системы, которую он может принять как полный ответ, редактировать или отказаться и написать ответ полностью сам. Данный подход ускоряет алгоритм взаимодействия с клиентом и позволяет проанализировать его поведение и действие.

Согласно статистики за 2017 год объем обращений через цифровые каналы в Тинькофф Банке распределился таким образом:

- чат в мобильном приложении - 75 %;
- чат на сайте – 15%;
- мессенджеры – 10 % [3].

Для Тинькофф Банка, дистанционные каналы являются единственным способом коммуникации с клиентом, поэтому банк инвестирует множество средств в то, чтобы они были максимально удобными, и стремиться сделать их лучшими на рынке [3].

Таким образом, концепция омниканальности Тинькофф Банка проявляется в следующих факторах:

- клиент банка может общаться с банком через те каналы связи, которые ему удобны и доступны;
- вся история обращений клиентов по интересующим вопросам сохраняется в базе, что позволяет операторам не задавать одни и те же вопросы по несколько раз;
- благодаря внедрению чат-бота на сайте, клиент получает ответ на вопрос мгновенно, не ожидая ответа оператора;
- решение многих вопросов клиента ускоряется, поскольку они присылают скриншоты необходимых документов прямо в чат.

За рубежом концепция омниканальности получила еще более глубокое развитие, что очень хорошо видно на примере таких гигантов, как Bank of America, Chase Bank, польском Alior Bank и др.

Так, например, в мобильном приложении клиенты Bank of America могут управлять встречами, проверять депозиты, запросы на карты, платежи по счетам с использованием как компьютеров, так и смартфонов. Но при этом пользователи еще не могут запрашивать кредиты или осуществлять более сложные банковские операции с помощью различных каналов связи.

Chase Bank позволил клиентам снимать наличные денежные средства в банкоматах без использования карты. Для этого они используют мобильное приложение банка. И чтобы снять наличные деньги, клиенты вводят PIN-код банковской карты для доступа к обычному меню банкомата. Эта функция позволила банку улучшить качество обслуживания клиентов [4].

Польский Alior Bank делает акцент на развитие дистанционного банковского обслуживания, поэтому платежный сервис был заменен виртуальным отделением банка с видеосвязью и видеочатом. При этом мобильное приложение банка предлагает ряд таких функций:

- просмотр сберегательного статуса встряхиванием смартфона;
- перевод денежных средств с использованием социальной сети Facebook [5].

Таким образом, новые технологии как совокупность способов преобразования ресурсов в заданный продукт изменяют порядок осуществления банковских операций. Омниканальность в банковской деятельности на данном этапе развития является глобальным трендом, к которому стремятся все банки, инвестируя в данную систему значительные финансовые средства. Использование данной стратегии позволит банкам укрепить и расширить свои возможности на рынке банковских услуг и быть более востребованными среди поколения клиентов, активно применяющих цифровые технологии.

#### **Библиографический список**

1. Шевченко Е.И., Рудская Е.Н. Омниканальная стратегия: интеграция каналов продвижения банковских продуктов и услуг / Е.И. Шевченко, Е.Н. Рудская // Молодой ученый. - 2015. - № 10. - С. 850-861.

2. Народицкий И. Омниканальность или что на самом деле стоит за сокращением отделений [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://bankir.ru/publikacii/20151027/omnikanalnost-ili-chto-na-samom-dele-stoit-za-sokrashcheniem-otdelenii-10006859>.

3. Омниканальность для онлайн-банка [Электронный ресурс]. - Режим доступа: - [https://webim.ru/wp-content/uploads/Tinkoff\\_Bank.pdf](https://webim.ru/wp-content/uploads/Tinkoff_Bank.pdf).

4. How is omnichannel banking taking shape? [Электронный ресурс]. - Режим доступа: - <https://www.sqli-digital-experience.com/en/blog-en/how-omnichannel-banking-taking-shape>.

5. Омниканальный банкинг [Электронный ресурс]. - Режим доступа: - [https://www.terrasoft.ru/sites/default/files/pdf/Omnichannel\\_banking\\_LR\\_ru.pdf](https://www.terrasoft.ru/sites/default/files/pdf/Omnichannel_banking_LR_ru.pdf).

УДК 379.85

## **ЭКОНОМИКА РЕСПУБЛИКИ АРМЕНИИ ПОСЛЕ БАРХАТНОЙ РЕВОЛЮЦИИ**

*Г.Т. Хачатрян*, Республика Армения

*Научный руководитель: Роцина Н.В., канд. экон. наук, доцент*

*Ярославское высшее военное училище противовоздушной обороны*

Бархатная революция в Армении началась с протестов 13 апреля 2018 года под лозунгом «Сделай шаг, отвергни Сержа» основными событиями которой стали мирные протесты в Армении, поводом которым послужило выдвижение экс-президента Армении Сержа Саргсяна на пост премьер-министра, после того, как он, будучи на посту президента, в 2015 году провёл в стране Конституционный референдум, на тот момент утверждая, что не будет выдвигаться ни в президенты, ни в премьер-министры, чтобы никто не сомневался форме правления, он пообещал, что не будет пытаться сохранить власть, заняв пост премьер-министра или председателя парламента, однако не сдержал обещания.

В результате бархатной революции в Армении Серж Саргсян и правительство ушло в отставку, премьер-министром стал оппозиционный лидер Никол Пашинян. Представляя в парламенте Армении программу правительства на ближайшие пять лет, премьер-министр Никол Пашинян заявил о начале в стране экономической революции. По словам Пашиняна, в ближайшие годы правительство намерено достичь преодоления крайней степени бедности в Армении, существенного сокращения бедности и безработицы, постоянного роста заработной платы и пенсий, а также увеличения темпов экспорта. Он подчеркнул, что армянский народ одержал победу в борьбе против произвола коррупции, кланового правления и победит также в борьбе с бедностью, безработицей, жалким существованием и бездействием.

По словам премьера, экономика Армении больше не должна основываться на добыче сырья и не должна зависеть от нескольких монополий.

Тезис о экономической революции премьер-министр Армении повторяет уже не первый раз. Некоторым реформам, которые направлены на осуществление этого тезиса, мешали роспуск парламента и внеочередные парламентские выборы. Сейчас новый парламент уже сформирован, и правительство намерено путем законодательных изменений создать благоприятные условия для ведения бизнеса. Лейтмотивом нового правительства становится тезис Никола Пашиняна об «экономической революции», которая строится на созвучии как общей революционной обстановки, так и поддержания народного настроения на быстрые изменения. В реальности ситуация более сложна, так как новая власть решает дилемму принятия непопулярных решений в области налогообложения (сфера услуг, информационные технологии, бизнес) и введения льготных механизмов для малого и среднего бизнеса. Политические преобразования 2018 г. в этом смысле дорого обходятся экономике Армении.

Проблема заключается в повышении налогового бремени для крупного бизнеса, которое влечет за собой последствия и для малого. Дело в том, что модель экономики Армении на протяжении нескольких десятков лет строилась по «монопольному» принципу, а большая часть малого и среднего бизнеса скрывалась в «тени».

Сегодня же отсутствие стратегии экономического развития ведет к непрозрачным политическим решениям, которые продолжают политику старых властей в новых условиях. Издержки «бархатной революции» проявились именно в сфере экономики, снизив инвестиции и общие экономические показатели.

До полититических изменений золоторудное месторождение Амулсара обеспечило высокий уровень инвестирования в экономику, но после приостановления работы предприятия кривая экономического развития изменилась на 37,1%. Этот пример показал уязвимость экономики Армении даже в этом единственном случае. С другой стороны, акцент на развитии информационных технологий ведет к «объективизации» этого сектора экономики, в том смысле, что сфера работает на внешнего потребителя. Проблема может решиться только посредством формирования условий для роста внутренних инвестиций, связанных с развитием классического дуализма сельского хозяйства и промышленности.

Надо сказать, что аналитики предрекают стабилизацию экономической ситуации к началу второго квартала 2019 г., но реформы в этой сфере должны быть поистине «революционными», чтобы обеспечить стране стремительный рост. Пашинян осознает все эти сложности, что привело к привлечению технократов в состав нового правительства, которое определит «революционную» модель экономического развития.

#### **Библиографический список**

1. Тарханян М.А. Конституционный кризис в контексте «бархатной революции» в Армении // Конституционное и муниципальное право. – М.: Издательская группа «Юрист», 2018. – № 8. – С. 76–78.
2. Тарханян М.А. Конституционный кризис в Армении и возможные пути выхода из него // Евразийский юридический журнал. – 2018. – № 7. – С. 138–140.
3. Григорян С.Г. Армянская бархатная революция. – Ереван: Эдит Принт, 2018. – 176 с.

## ТЕНЕВАЯ ЭКОНОМИКА И СОСТОЯНИЕ ПРЕСТУПНОСТИ В РОССИИ: ИТОГИ 2018 ГОДА

*И.А. Юрченко*

*Научный руководитель: Чирков П.А.*

*УВО «Университет управления «ГИСБИ»*

Понятие теневой экономики иногда смешивается с понятием ненаблюдаемой экономики. Последняя – шире и включает в себя:

- скрытую экономику (законное производство, скрываемое от налогообложения и административных процедур, например, неофициальное использование труда рабочих при строительстве дома);

- криминальное производство (например, наркотики, нелегальная торговля оружием, проституция);

- неформальное производство (например, «гаражная экономика», продажа собственно выращенных овощей на рынке без какой-либо регистрации деятельности);

- производство для собственного потребления.

Но Росфинмониторинг (финансовая разведка), помимо прочего, включает в теневую экономику: серый импорт (ввоз товаров с занижением импортных пошлин за счет недостоверного декларирования), сокрытие доходов от уплаты налоговых и таможенных платежей, выплата серых зарплат.

Кроме того, Росфинмониторинг отмечает, что нелегальные экономические агенты активно используют фиктивную внешнеэкономическую деятельность для вывода преступных доходов за рубеж.

Из ежегодной оценки Росфинмониторинга, которую ведомство направляет в МВД, следует, что объем теневой экономики в России снижается: в 2018 году он равняется около 20% ВВП страны по сравнению с 28% в 2015–2016 годах.

Оценка приводится в проекте документа Росфинмониторинга с анализом уровня соответствия России рекомендациям ФАТФ (международной Группы разработки финансовых мер по борьбе с отмыванием денег). В 2016 году объем теневой экономики составил 28,3% ВВП, или 24,3 трлн. руб. В 2017 году объем теневой экономики, по оценке Росфинмониторинга, сократился почти на 8 пунктов, до 20,5% ВВП (18,9 трлн. руб.). По предварительной оценке, в 2018 году теневая экономика составила порядка 20% ВВП (более 20 трлн. руб.) [1].

Это больше, чем расходы всего федерального бюджета на 2019 год (18 трлн. руб.), в три раза больше годовой выручки «Газпрома» (6,5 трлн. руб. за 2017 год), более трети всех денежных доходов россиян за 2018 год (57,5 трлн. руб.).

Возможно, резкое сокращение теневой экономики в 2017 году связано не только с реальным сокращением скрытой и нелегальной активности, но и с изменением методики Росфинмониторинга (какая-то часть теневой экономики перестала таковой считаться). В то же время сам Росфинмониторинг отмечает, что в последние годы объемы выводимых за рубеж подозрительных денежных средств «существенно снизились», «значительно сократилось» и поступление теневых финансовых потоков из-за рубежа.

Росфинмониторинг также ссылается на данные Росстата по теневой экономике: по оценке Росстата, в 2017 году размер теневой экономики составлял порядка 16%. Сам Росстат в открытом доступе не публикует эти данные. Росфинмониторинг указывает, что Росстат для расчета доли теневой экономики обычно использует оценку доходов от скрытых и неофициальных видов экономической деятельности, разрешенных законом. То есть Росстат считает все (скрытую экономику, неформальную экономику), кроме нелегального бизнеса.

МВФ в январе 2018 года опубликовал межстрановое исследование, в котором оценил объемы теневой экономики в разных странах с 1991 по 2015 год. При этом МВФ тоже не включал в свою оценку нелегальную или криминальную деятельность. Уровень теневой экономики в России оказался намного выше официальных оценок - 33,7% ВВП за 2015 год - и выше среднего по 158 странам (27,8%). В развитых странах показатель оказался в пределах 10% ВВП (в Канаде - 9,4%, в Германии - 7,8%, в Японии - 8,2%, в США - 7%). При этом российский показатель оказался сопоставим с Венесуэлой (33,6%), Пакистаном (31,6%), Египтом (33,3%).

По оценке Росстата на конец сентября 2018 года, в российской экономике неформально заняты 14,9 млн. человек (20,4% в общей численности занятых). А так называемый скрытый фонд оплаты труда (зарплаты в конвертах и в неофициальном секторе) составил в 2017 году 11,8% ВВП (около 10,9 трлн. руб.).

В настоящее время Росфинмониторинг завершает подготовку к четвертому раунду оценки со стороны ФАТФ. Эксперты организации оценивают техническое соответствие страны рекомендациям ФАТФ и эффективность работы государства по противодействию отмыванию доходов, полученных преступным путем, и противодействию финансированию терроризма. По результатам оценки международные

эксперты определяют степень достижения Россией целей ФАТФ. По результатам предыдущей оценки 2008 года эксперты ФАТФ выявили ряд недостатков (в том числе ненадлежащая прозрачность информации о бенефициарных собственниках), что повлекло постановку России на регулярный мониторинг.

Основным фактором, определяющим масштаб теневой экономики в России, является коррупция, а также избыточное государственное регулирование и высокие налоги, от которых бизнес стремится «уйти в тень» и выплачивать зарплаты в конвертах.

А каковы реалии в сфере преступности в Российской Федерации за 2018 год? Для ответа на этот вопрос приведем краткую характеристику состояния преступности в Российской Федерации за январь – декабрь 2018 года [2].

По официальным статистическим данным, публикуемым ежегодно ФКУ «Главный информационно-аналитический центр» Министерства внутренних дел Российской Федерации, в 2018 г. зарегистрировано около 1992 тыс. преступлений, или на 3,3% меньше, чем за аналогичный период прошлого года. Рост регистрируемых преступлений отмечен в 8 субъектах РФ, снижение – в 60. При этом около 93% преступлений выявляется органами внутренних дел (ОВД), причем 5% из них - на стадии приготовления и покушения. Всего на этих стадиях выявлено 83,9 тыс. преступлений (-22,3%).

Значительная часть (78%) преступлений регистрируется в республиканских, краевых и областных центрах – всего 890,4 тыс., пятая часть (22%) – в сельской местности, где зарегистрировано 470 тыс. преступлений, что на 6,3% меньше, чем за 2017 г.

В результате преступных посягательств погибло 26 тыс. человек (-11,2%), здоровью 41 тыс. человек причинен тяжкий вред (-19,4%). На сельскую местность приходится 41% погибших (11,6 тыс. чел.), на города и поселки, не являющиеся центрами субъектов Федерации, - 67,2% лиц, здоровью которых причинен тяжкий вред (27,6 тыс. чел.).

Ущерб от преступлений составил 563,1 млрд. руб., что на 37% больше аналогичного показателя прошлого года. Наибольшая доля ущерба (88,5%) приходится на преступления, зарегистрированные в городах и поселках городского типа.

Удельный вес тяжких и особо тяжких преступлений, в числе зарегистрированных, вырос с 21,2% в 2017 г. до 22,5% в 2018 г. Больше половины всех преступлений (51,7%) составляют хищения чужого имущества, совершенные путем: кражи – 756,4 тыс. (-4,1%), грабежа – 50,1 тыс. (-11,9%), разбоя – 7,5 тыс. (-17,9%). Каждая четвертая кража (24,7%),



каждый двадцать третий грабеж (4,3%), и каждое девятое разбойное нападение (11%) были сопряжены с незаконным проникновением в жилище, помещение или иное хранилище. Каждое тридцать восьмое (2,6%) зарегистрированное преступление – квартирная кража. В 2018 г. их число уменьшилось на 16% по сравнению с 2017 г.

Количество выявленных преступлений, связанных с незаконным оборотом оружия, по сравнению с 2017 г. уменьшилось на 5,1% и составило 27,5 тыс., а количество выявленных фактов хищения и вымогательства оружия, боеприпасов, взрывчатых веществ и взрывных устройств сократилось на 9,9% (1100 тыс. фактов). В 2018 г. с использованием оружия совершено 6 тыс. преступлений (+10,5%). Наибольшее количество этих преступлений отмечается в Республике Дагестан (294), Московской области (259), г. Москве (224), Свердловской области (222), Краснодарском крае (181).

Экологических преступлений в 2018 г. зарегистрировано 23,9 тыс., что на 2% меньше, чем за аналогичный период прошлого года.

По сравнению с 2017 г. на 4,2% увеличилось число преступлений экономической направленности. Всего выявлено 109,5 тыс. преступлений данной категории, удельный их вес составил 5,5%. Материальный ущерб составил 403,8 млрд. руб. Тяжкие и особо тяжкие преступления в этой категории преступлений составили 59,1%. Подразделениями ОВД выявлено 93,2 тыс. преступлений (85,2%).

В 2018 г. выявлено 200,3 тыс. преступлений, связанных с незаконным оборотом наркотиков, что на 4,1% меньше, чем за предыдущий год. При этом сотрудниками ОВД выявлено 192,1 тыс. преступлений (-3,6%). По сравнению с 2017 г. на 5% выросло число преступлений, совершенных с целью сбыта наркотических средств, психотропных веществ или их аналогов, также увеличился их удельный вес с 51,5% в 2017 г. до 56,3% в 2018 г.

В 2018 г. зарегистрировано 1679 преступлений террористического характера (-10,3%) и 1265 - экстремистской направленности (-16,5).

В общественных местах зарегистрировано 702,3 тыс. преступлений (-4,8%). На улицах, площадях, в парках - 429,1 тыс. (-8,0%) преступлений, в т.ч.: 22,1 тыс. (-18,7%) грабежей, 161,8 тыс. (-8,4%) краж, 2,6 тыс. (-18,7%) разбойных нападений. На дорогах и трассах вне населенных пунктов совершено 73 разбойных нападений (-21,5%), 147 грабежей (-25,4%), выявлено 110 фактов незаконного приобретения, передачи, сбыта, хранения, перевозки или ношения оружия, его основных частей, боеприпасов (+0,9%).

В 2018 г. раскрыто 1088 тыс. преступлений (-2,7%), в том числе 471,5 тыс. – следствие по которым обязательно (-3,2%) и 616,4 тыс. – следствие по которым необязательно (-2,2%). всего массива предварительно расследованных преступлений, сотрудниками следственных органов Следственного комитета Российской Федерации – 147,6 тыс. преступлений (-1,1%), что составляет 13,6% всего массива, сотрудниками службы судебных приставов – 52,7 тыс. (-3,4%).

Не раскрыто 860,4 тыс. преступлений, что на 3% меньше аналогичного показателя за 2017 г. Из этого количества на тяжкие и особо тяжкие преступления приходится 23,1% (в 2017 г. – 21,7%). Остались нераскрытыми 639 убийства и покушений на убийство (-18,4%), 1217 тыс. фактов умышленного причинения тяжкого вреда здоровью (-20,4%), 456,8 тыс. краж (-3,1%), 15,4 тыс. грабежей (-18%), 1,5 тыс. разбойных нападений (-27,4%). 839,9 тыс. преступлений (-3,1%) остались нераскрытыми в связи с неустановлением лица, подлежащего привлечению в качестве обвиняемого.

Преступлений прошлых лет в 2018 г. раскрыто 48,6 тыс., что на 5,1% меньше, чем за 2017 г. Четвёртую часть - 25,4% из них составляют тяжкие и особо тяжкие преступления (всего - 12,3 тыс.).

Выявлено 931,1 тыс. лиц, совершивших преступления (-3,7%), удельный вес ранее судимых лиц увеличился с 28,3% до 29,1%. Удельный вес лиц без постоянного источника дохода составил 65,7%.

Каждое второе (58,3%) расследованное преступление совершено лицами, ранее совершавшими преступления, каждое третье (32,3%) – в состоянии алкогольного опьянения, каждое двадцать второе (4%) – несовершеннолетними или при их соучастии. Организованными группами или преступными сообществами совершено 15,1 тыс. тяжких и особо тяжких преступлений (+17,6%), их удельный вес в общем числе расследованных преступлений этих категорий увеличился с 5,8% в 2017 г. до 7,1% в 2018 г.

Иностранцами гражданами и лицами без гражданства на территории РФ совершено 38,6 тыс. преступлений, что на 6% меньше, чем за 2017 г., в том числе гражданами государств-участников СНГ – 34,3 тыс. преступлений (-5,3%), их удельный вес составил 88,9%. Количество преступлений в отношении иностранных граждан и лиц без гражданства увеличилось на 7,7% и составило 15,8 тыс. преступлений.

Таковы основные итоги состояния преступности в РФ по итогам работы правоохранительных органов в январе-декабре 2018 года. Эти результаты не могут быть поводом для удовлетворения ее состоянием и требуют дальнейшего развития мер по совершенствованию деятельности

правоохранительной системы государства и повышению ее эффективности, законодательства, системы профилактики и повышения правовой грамотности и культуры в обществе.

#### **Библиографический список**

1. Солопов М., Старостина Ю., Ткачёв И. Финансовая разведка оценила объем теневой экономики в России в 20 трлн. рублей [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [https://www.rbc.ru/economics/22/02/2019/5c6d70799a7947e2a217bbcf?from=from\\_main](https://www.rbc.ru/economics/22/02/2019/5c6d70799a7947e2a217bbcf?from=from_main).

2. Состояние преступности в России за январь-декабрь 2018 года. – М.: ФКУ «Главный информационно-аналитический центр» МВД РФ, 2019. – 52 с. - Режим доступа: <https://мвд.рф/reports/item/16053092/>.

УДК 336.7

### **ОСОБЕННОСТИ ДИСТАНЦИОННОГО БАНКОВСКОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ КЛИЕНТОВ**

*Д.Г. Веревкина, А.А. Сухарева*

*Научный руководитель: Сироткин С.А., канд. экон. наук, доцент  
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,  
Ярославский филиал*

Получение максимальной прибыли является одной из важнейших целей любого банка. Для того чтобы достичь данной цели и получить соответствующий положительный результат необходимо привлекать как можно большее количество клиентов и сотрудников.

Тем самым, клиент среди огромного количества банков и предлагаемых ему предложений, выбирает наиболее комфортный и приемлемый вариант.

Одним из главных критериев выбора определенного типа банка является современный метод. К такому современному подходу относится дистанционное обслуживание, которое включается в список сервисных услуг уже порядка 80 процентов российских банков.

Банковское дистанционное обслуживание является определенной разработанной технологией в целях удаленной работы с банком, то есть обслуживание клиентов происходит без личного их присутствия, что достаточно эффективно и популярно в современном мире.

Технология ДБО на территории стран Европы и США используется уже очень давно, нежели в России – совсем недавно, но с каждым годом данная система активно развивается в сфере банковских услуг.

Ежегодно все большее количество клиентов активно применяет виртуальный банкинг, суть которого заключается в том, что большое количество банковских операций, включая оплату счетов, получение справок и выписок, оформление заявок, регистрацию платежных документов, можно осуществлять без личного присутствия в форме заочного режима.

Банковское дистанционное обслуживание включает в себя следующие системы – «Банк-клиент», система «Интернет-клиент» и «Телефон-клиент» [1].

Рассмотрим систему «Банк-клиент», которое имеет второе название «Толстый клиент». Оно пришло в Россию из зарубежья (remote banking, home banking).

Принцип работы данной системы состоит в удаленном доступе клиента через компьютерную программу.

Данная программа позволяет хранить персональные данные клиента и историю банковских операций. По индивидуальному каналу связи банковская программа соединяется с клиентской программой, которые требуют обязательного и постоянного поддержания связи через интернет определенными видами, например, через модем.

Наибольшее количество пользователей системы «Банк-клиент» наблюдается среди юридических лиц. Практичность работы заключается в том, что вся информация и ее получение о состоянии счета осуществляется в дистанционном режиме.

Системой «Клиент-банк» пользуются многие крупные предприятия и участники внешнеэкономической деятельности. Банковская программа позволяет не только отслеживать все движения денежных средств, но и создавать платежные документы [2].

Рассмотрим систему «Интернет-клиент» или «Тонкий клиент», которой пользуются порядка 50 процентов населения страны. Основная масса банков в России используют данную технологию.

Почти все банки имеют собственный интернет-сайт, где можно получить всю необходимую информацию и сделать определенные заявки на банковские услуги.

Чтобы активно пользоваться данной системой, необходимо подключение к интернету. Через личный кабинет все клиенты таких банков могут просматривать всю информацию о своих счетах, кредитах, производить оплату необходимых услуг.

В настоящее время многие банки усовершенствовали использование личных кабинетов для мобильной версии, когда все клиенты могут

производить нужные им операции через смартфон, что является очень востребованным и удобным [3].

Система «Телефон-клиент» является самым простым видом дистанционного банковского обслуживания, которое заключается в предоставлении и обработки информации по телефону.

«Телефон-клиент» состоит из SMS-banking и phone-banking. Банковский сервис через колл-центр позволяет связаться с представителем банка. Ход обслуживания выглядит следующим образом: клиент связывается с колл-центром и получает всю нужную информацию при помощи голосового меню или смс.

Количество функций, которые можно получить у Телефон-Банка значительно ограничено по сравнению с другими системами, а именно:

- 1) данные о суммах поступлений
- 2) сведения об остатках на счетах
- 3) ввод заявок о проведении платежей, заказ наличности
- 4) введение заявки на предоставление факсимильной копии выписки по счету
- 5) ввод заявки на осуществление изготовленного по шаблону по шаблону поручения на перевод средств
- 6) ввод заявки на передачу факсимильной копии платежного поручения
- 7) оплата услуг определенных компаний
- 8) получение информации о банке (компании) и его услугах (адреса филиалов, курсы валют, ставки депозитов и т. д.);

Все эти операции можно осуществить только после того, как клиент прошел персональную идентификацию банком [4].

Наиболее популярная и развитая сеть ДБО в России является «АТМ-банкинг» и применение устройств банковского обслуживания. Сбербанк представляет самый высокий уровень по числу отделений и банкоматов.

По типу применения устройств ДБО делится на:

- ДБО с использованием платежных терминалов, через них обеспечивается в режиме самообслуживания прием платежей от физических лиц

- ДБО с использованием банкоматов

- ДБО с использованием информационных киосков. Он состоит из аппаратно-программного комплекса, который состоит из сенсорного терминала. Благодаря ему обслуживание клиентов происходит быстрее, уменьшается нагрузка на банковских работников.

Соответственно, внедрение информационных терминалов является экономически выгодным для банков [1].

В странах ближнего зарубежья ДБО находится на несколько ступеней выше, нежели в России. На данный момент развитие дистанционного банковского обслуживания находится в несколько замороженном состоянии. Проблема заключается в том, что ни банковская система, ни население не готовы к настолько существенным изменениям. Для несколько неустойчивой финансовой ситуации излишние денежные вложения будут неразумными. Большое количество населенных пунктов не имеют нормального доступа в интернет, не говоря уже об уровне пользования компьютером старшим поколением. Такие инновации, как видеосвязь с сотрудником банка или полный переход на интернет-банкинг, мы сможем увидеть в ближайшее время разве что в Москве или крупных региональных центрах. На данный момент использование систем дистанционного банковского обслуживания в России направлено на совершенствование системы безопасности и достижение более высокого уровня сервиса.

#### **Библиографический список**

1. Банковское дистанционное обслуживание – использование и развитие [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://fb.ru/article/204844/bankovskoe-distantsionnoe-obsluzhivanie---ispolzovanie-i-razvitie>.
2. Система Клиент-Банк [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.banki.ru/wikibank/sistema\\_klient-bank/](https://www.banki.ru/wikibank/sistema_klient-bank/).
3. Интернет-клиент [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.vtb.ru/krupnyjbiznes/raschet/distantsionnoe-bankovskoe-obsluzhivanie/internet-klient/>.
4. Подсистема телефон-клиент [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://vuzlit.ru/91399/podsistema\\_telefon\\_klient](https://vuzlit.ru/91399/podsistema_telefon_klient).

УДК 338.23

### **ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОЙ ДЕНЕЖНО-КРЕДИТНОЙ ПОЛИТИКИ РОССИИ**

***П.С. Маркова***

*Научный руководитель: Родина Г. А., д-р экон. наук, профессор  
Финансовый университет при правительстве Российской Федерации,  
Ярославский филиал*

Денежно-кредитная, или монетарная, политика государства - это политика, которая направлена на регулирование денежного обращения в стране, обеспечение устойчивости экономики в целом.

Главная задача денежно-кредитной политики – достижение макроэкономических целей государства, а именно: стабильность цен, экономический рост, эффективная занятость населения.

За монетарную политику в стране отвечает Центральный банк, который воздействует на макроэкономические процессы посредством денежно-кредитного регулирования.

Денежно-кредитное регулирование - это совокупность конкретных мероприятий Центрального банка, направленных на изменение денежной массы в обращении, объема кредитов, уровня процентных ставок и других показателей денежного обращения и рынка ссудных капиталов.

Одной из ведущих целей денежно-кредитной политики России является сохранение ценовой и финансовой стабильности. Это регулируется за счет сохранения целевого показателя по инфляции на уровне 4%. Рассмотрим уровень инфляции с помощью рисунка 1.

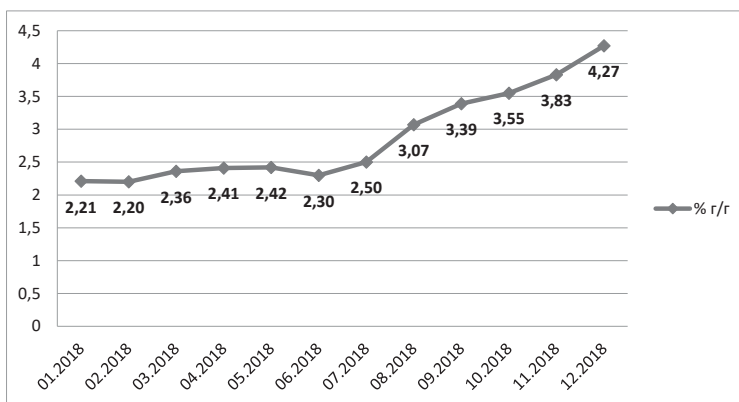


Рисунок 1. Инфляция в России за 2018 год

В начале 2018 года инфляция находилась на низком уровне. При этом сохранение инфляции на уровне 2,2–2,4% в первой половине 2018 года было связано с низкими темпами прироста продовольственных цен. Однако ослабление рубля в апреле и августе из-за усиления санкций, а также сообщение о повышении налога на добавленную стоимость в 2019 году привели к пересмотру Банком России прогноза инфляции. В конце 2018 и начале 2019 происходит увеличение инфляции, но Центральный Банк России прогнозирует снижение темпов инфляции и намерен продолжить линию на снижение уровня процентных ставок по операциям предоставления кредитов.

В этих условиях Банк России, согласно таблице 1, изменил ключевую ставку с 8,25% (конец 2017 года) до 7,75% (конец 2018 года) [4].

Таблица 1. - Изменение ключевой ставки ЦБ РФ за 2018 год

Дата начала действия ставки	Величина ключевой ставки
2017 год (с 30 октября)	8,25
2018 год (с 17 декабря)	7,75

Мы видим, что за год ключевая ставка снизилась на 0,5 %, что говорит о смягчении денежно-кредитных условий, которые обеспечивают кредитную активность населения и увеличение объёмов производства. Кредитование увеличилось, так как коммерческие банки изменили свои условия по кредитам благодаря уменьшению ключевой ставки, поэтому у заемщиков появилась возможность обслуживать свои обязательства в условия снижения долговой нагрузки по мере снижения процентных ставок. Согласно данным таблицы 2 ставки за год уменьшились по краткосрочным кредитам на 0,98%, а по долгосрочным на 0,66 [4]. Такая денежно-кредитная политика позволяет домашним хозяйствам и компаниям более уверенно строить планы на будущее, оценивая свои доходы и расходы, сбережения и инвестиции.

Таблица 2. - Ставки по кредитам за последний год

Период	Краткосрочные кредиты нефинансовым организациям (в %)	Долгосрочные кредиты нефинансовым организациям (в %)
Октябрь 2017 г.	9,82	9,82
Октябрь 2018 г.	8,84	9,16

Посредством воздействия на кредит в сторону его удешевления можно добиться развития национального хозяйства в целом. Но с другой стороны, избыточная денежная масса имеет свои негативные последствия, например, обесценение денег, и, как правило, снижение качества жизни общества, ухудшение валютного положения в стране. Поэтому в первом случае кредитно-денежная политика направлена на расширение кредитной деятельности банков, а во втором – на ее сокращение, переходу к политике "дорогих денег".



При выборе политики «дешёвых» или «дорогих» денег Центробанк должен руководствоваться параметрами макроэкономической ситуации в стране и целями её развития.

Рост валового внутреннего продукта в 2018 году составил 2%, что выше, чем в 2017 году (1,6%) [3], однако значительно ниже темпа роста мировой экономики, который, по прогнозам Всемирного банка, составит 3,1% [7]. Учитывая стратегическую задачу, сформулированную Председателем Правительства Российской Федерации Д.А. Медведевым, – «войти к 2024 году в число пяти крупнейших экономик мира» [2, с. 27], наиболее насущной в настоящее время является политика, способствующая активизации экономического роста, что возможно только в условиях умеренной инфляции.

В ходе проведенного исследования была выявлена особенность современной денежно-кредитной политики России, заключающаяся в ее двойственности: с одной стороны, сдерживание инфляции требует сохранения ключевой ставки на достаточно высоком уровне; а с другой стороны, развитие национального хозяйства страны требует прямо противоположного.

По итогам собрания в феврале 2019 года Банк России принял решение оставить ключевую ставку на уровне 7,75%, потому что рисков резкого увеличения инфляции нет, но сохраняется неопределенность в отношении изменения внешних экономических условий, прежде всего, в сторону усиления экономических санкций.

Мы считаем, что этот курс правильный, так как он ведёт к стабильному улучшению экономики страны. Постепенное укрепление макроэкономических показателей ведёт к безопасному и уверенному выходу России в топ крупнейших мировых экономик.

#### **Библиографический список**

1. Вологдин С.С. Влияние современной денежно-кредитной политики на процесс развития глобальной экономики // Устойчивое развитие науки и образования. – 2017. – № 5. – С. 44-59.

2. Медведев Д.А. Россия-2024: Стратегия социально-экономического развития // Вопросы экономики. – 2018. – № 10. – С. 5-28.

3. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru/>.

4. Официальный сайт Центрального банка Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.cbr.ru/>.

5. Сухарев О.С. Монетарная теория и макроэкономика. Влияние и границы денежно-кредитной политики // Финансы: Теория и Практика. – 2016. – № 2. – С. 3-9.

6. Тарханова Е.А. Денежно-кредитные отношения и монетарная политика. – Тюмень: Изд-во Тюменского гос. ун-та, 2018. – 180 с.

7. Темпы роста мировой экономики в 2018 году повысятся до 3,1%, прогнозирует Всемирный банк [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://aqrparat.info/news/-tempy\\_rosta\\_mirovoi\\_ekonomiki\\_v\\_2018\\_god.html](https://aqrparat.info/news/-tempy_rosta_mirovoi_ekonomiki_v_2018_god.html).

УДК 336.761

## **ФОНДОВЫЕ БИРЖИ**

*Д.С. Бочерова*

*Научный руководитель: Кораблёва А.А., канд. экон. наук*

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Омский филиал*

Фондовая биржа – это функционирующая и организованная особым образом часть рынка ценных бумаг (векселей, акций и т.д.), с которыми при посредничестве членов биржи совершаются сделки по их купле-продаже. Сам по себе этот механизм является крайне значимым при нынешних условиях рыночной экономики, а также для организации бизнеса (предпринимательской деятельности) [3, с. 30]. Как экономический институт, фондовая биржа возникла в процессе перераспределения собственности, движения капитала и увеличения товарно-денежных отношений.

Современная фондовая биржа представляется в форме некоммерческого партнерства, главной целью которого является деятельность по созданию оптимальных условий для успешной и масштабной торговли ценными бумагами.

Торговля на фондовой бирже осуществляется исключительно между членами биржи. Участники, не являющиеся членами биржи, имеют право совершать определенные операции с ценными бумагами только через посредников – членов биржи, т.е. профессиональных участников рынка ценных бумаг, осуществляющих свою деятельность на основании главы второй Федерального закона РФ «О рынке ценных бумаг». В свою очередь, они имеют право на бесплатное посещение торгов, пользование техническими средствами и услугами биржи и, соответственно, совершать сделки с ценными бумагами. К операторам фондовой биржи относятся банки, фонды и финансовые компании, брокерские конторы. Кроме членов биржи, в торговле принимают участие их представители, штатные работники биржи [1, с. 489].

Для эффективного выполнения задач, поставленных перед фондовой биржей, в ее организационной структуре должны быть избирающиеся

органы управления на демократической основе. Правом участия в управлении биржи также владеют ее члены. Помимо этого, члены от первого лица, либо посредством их представителей, выступают на фондовой бирже в качестве брокера или дилера.

Результативность данного экономического института подтверждается следующими показателями статистики.

Только за 1995–1998 годы общая сумма привлечения средств в России с помощью всех видов государственных бумаг составила 1156225,4 млн. рублей. При этом объем погашения общей суммы основного долга с дисконтом составил 935570,7 млн. рублей. Сумма выплаченного купонного дохода равнялась 64.450,1 млн. рублей. В результате, государство выплатило инвесторам примерно 1000020,8 млн. рублей.

Несмотря на то, что данная статистика имеет десятилетнюю давность, важно отметить то, что с каждым годом данные показатели имеют исключительно рост. По данным World Bank, капитализация большей части публичных компаний на июнь 2018 года составила около \$84 трлн.

На сегодняшний день в мире существуют порядка 81 достаточно успешных фондовых бирж. При этом если задать вопрос: «Какие биржи входят в этот список?», то многие ответят про Нью-Йоркскую, но она не единственная среди крупнейших бирж. Рассмотрим 5 наиболее известных из них:

1) на сегодняшний день Нью-Йоркская фондовая биржа (New York Stock Exchange (NYSE), США) – это одна из самых крупнейших в мире бирж, принадлежащая самому крупному биржевому холдингу – Intercontinental Exchange. Капитализация рынка New York Stock Exchange на июнь 2018 г. составляет более \$23 трлн., что больше совокупной капитализации бирж Европейского рынка. В котировальном листе находятся 2 292 компании, ежедневный оборот рынка акций составляет примерно \$1,5 трлн.

2) NASDAQ (National Association of Securities Dealers Automated Quotation, США) на текущий момент является второй по размерам биржей в мире. Капитализация торгуемых компаний составляет более \$11 трлн., 3004 эмитентов находятся в листинге. Средний ежедневный оборот на июнь 2018 г. достигал отметки в \$1,3 трлн.

3) Japan Exchange Group (JPX, Япония). Капитализация рынка на июнь 2018 г. составляет чуть больше \$6 трлн. Листинг насчитывает 3628 компаний. Объемы торгов держатся около \$0,5 трлн.

4) Euronext (Европейский союз). Капитализация рынка составляет \$4,3 трлн., а ежедневный оборот – \$200 млрд.

5) London Stock Exchange (LSE, Великобритания). В наши дни LSE одна из самых интернациональных площадок за счет большого объема депозитарных расписок в обращении. По количеству компаний в котировальном листе биржа обгоняет Euronext в 2 раза при практически одинаковой капитализации.

Московская Биржа находится вне списка «топовых» бирж, однако занимает почетное 22 место из 81 существующих крупных бирж мира. Капитализация рынка составляет порядка \$620 млрд., средний оборот \$12 млрд. История Московской биржи (ранее ММВБ) началась с валютных аукционов, которые Внешэкономбанк СССР начал проводить в 1989 г. Тогда впервые был установлен рыночный курс рубля к доллару. Официально учредили Московскую межбанковскую валютную биржу Банк России и крупнейшие коммерческие банки в 1992 г. В 90-х годах кроме валюты на торги вышли ГКО, акции и фьючерсы, начался расчет индекса РТС и ММВБ (сейчас индекс МосБиржи). Объединившись со второй крупнейшей российской торговой площадкой РТС в 2011 г., единая биржа получила название Объединенная биржа ММВБ-РТС, позднее сменившись на Московскую биржу.

В совокупности 10 крупнейших бирж мира (см. рис. 1) формируют около 77% от капитализации мирового фондового рынка или \$65,6 трлн. [4].

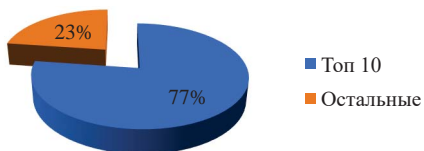


Рисунок 1. Соотношение долей фондовых бирж

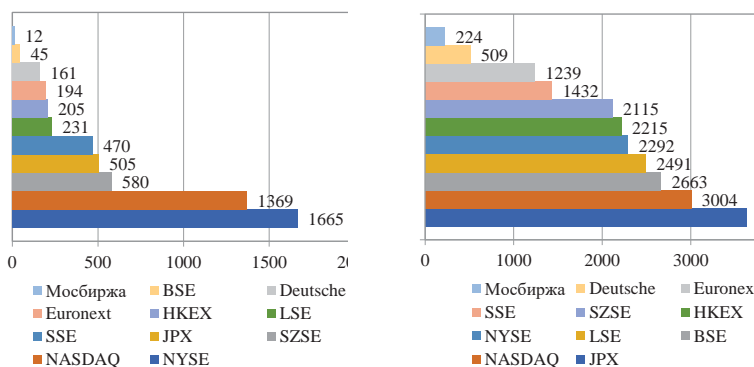
Ежедневный объем торгов акциями на них более \$5 трлн, что составляет 40% от мирового оборота, причем 22% приходится исключительно на NYSE и NASDAQ.

На рисунке 2 представлен средневзвешенный оборот на рынке акций среди топ-10 фондовых бирж в мире. При сравнении с объемами торгов на Мосбирже видна разница между ними.

По состоянию на середину 2018 года, акции 24 тыс. эмитентов доступны на торгах. Здесь лидирует JPX, где можно найти около 7% всех мировых эмитентов – вот где можно действительно диверсифицировать портфель.

Игнорируя имеющиеся геополитические конфликты, накладывающие негатив на состояние мировых финансовых рынков, заинтересованность инвесторов в фондовых биржах никуда не пропала [2, с. 79].

Каждая компания, ставящая перед собой цель развития, стремится к привлечению капиталовложений. При этом большая часть из них нацелена на развивающиеся рынки, а не на уже развитую базу. Это объясняется тем, что именно от первых находятся в зависимости показатели общемирового экономического спроса и будущее глобальных финансовых рынков. При этом главной целью большей часть компаний является выход на фондовые биржи финансовых центров Великобритании, США и т.д. Но конкуренция за капитал с рынками развивающихся стран в долгосрочной перспективе будет абсолютно равной, поскольку фондовые биржи развивающихся стран станут конкурентоспособны на мировом уровне из-за проведения первичных размещений акций своих компаний исключительно на рынках своей страны, не выходя на более развитые биржи.



а) Среднедневной оборот на рынке акций, \$ млрд.

б) Число компаний в листинге, шт.

Рисунок 2. Основные параметры рынка акций, \$ млрд (топ-10 бирж и Мосбиржа)

В то же время существует мнение о том, что так называемый «Gold age» (золотой век) инвестиций подходит к своему завершению. Это видно из предоставленного глобальным институтом McKinsey и экспертной группой McKinsey по вопросам стратегического развития и корпоративным финансам отчета, по которому можно сделать вывод о том, что за 20–25 лет общий доход от инвестиций, включая дивиденды и рост стоимости бумаг, упадет в сравнении с его уровнем за последние три десятка лет, что причинит болезненный удар большей части инвесторов

«золотого века» [2, с. 81]. При этом столь печальная картина может стать не плохим стимулом для развивающихся стран, в число которых входит и Россия. И при наличии рисков начала разного вида реформаторских действий в сфере обеспечения безопасности капиталовложений в рынки, для инвесторов благоприятными последствиями этой деятельности станут развитие информационных технологий и повышение стабильности отечественного фондового рынка.

#### **Библиографический список**

1. Дикарева И.А. Комплексный дуаспективный анализ механизма функционирования российских фондовых бирж [Текст] / И.А. Дикарева, А.А. Баранников // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. – № 96. – 2014. – С. 484–510.

2. Перепелица Д.Г. Перспективы развития российского фондового рынка [Текст] / Д.Г. Перепелица, И.Ю. Дубровина, А.С. Соловьев // Economics – №. 6 (15). – 2016. – С. 79–81.

3. Попова И.М. Особенности деятельности на фондовой бирже [Текст] / И.М. Попова, А.В. Шефер, А.А. Кораблева // Актуальные вопросы развития экономики: Материалы международной научно-практической конференции к 100-летию Финансового университета при Правительстве Российской Федерации (20 ноября 2018 г., г. Омск). / Под ред. д.э.н., доцента В.А. Ковалева и д.э.н., проф. А.И. Ковалева. – Омск, 2018. – С. 29–32.

4. БКС Экспресс. Топ 10 мировых бирж [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://bcs-express.ru/novosti-i-analitika/top-10-mirovykh-birzh>., свободный.

УДК 338

## **ЭФФЕКТИВНОСТЬ НАЛОГОВОГО КОНТРОЛЯ КАК ОСНОВНОЙ ПОКАЗАТЕЛЬ ПРОДУКТИВНОСТИ РАБОТЫ НАЛОГОВЫХ ОРГАНОВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

*А.А. Брылёв*

*Научный руководитель: Мамонова И.В., к.э.н., доцент*

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,  
Краснодарский филиал*

Постоянный рост потребностей государства в финансовых средствах требует бесперебойного функционирования механизма сбора налогов.

Часто на практике налоговыми органами выявляется несвоевременная уплата налогов и других обязательных платежей физическими и юридическими лицами, что в настоящее время является проблемой для таких сторон финансовых отношений как государство и налогоплательщики. По этой причине становится острой проблема эффективности и совершенствования контроля над правильностью, своевременностью и полнотой взимания налогов.

Налоговый контроль – это деятельность должностных лиц налоговых органов по контролю над своевременностью и правильностью уплаты законно установленных в Российской Федерации (далее РФ) налогов, взносов и сборов, осуществляемая в пределах их компетенции с помощью нормативно регламентируемых методов. Формы налогового контроля предусмотрены п. 1 ст. 82 Налогового Кодекса РФ (НК), к ним относятся:

- получение объяснений налогоплательщиков, налоговых агентов и плательщиков сбора;
- налоговые проверки;
- проверка данных отчетности и учета;
- иные формы, предусмотренные НК РФ [1].

В налоговом законодательстве виды налогового контроля не формализованы. На практике их группируют в зависимости от различных факторов, таких как:

- по источникам: документальная (на основании документарных сведений), фактическая (на основании свидетельских показаний, осмотра, и т.п.);
- по очередности: первичная и повторная;
- по обязательности для налогоплательщика: обязательная (при ликвидации юридического лица и в других случаях), инициативная;
- по степени планирования: внезапная (проводится внепланово), плановая (согласно графику);
- по территории, на которой ведется проверка: выездная (на территории налогоплательщика), камеральная (на территории ИФНС) [2].

Методы налогового контроля представляют собой приемы и способы, применяемые для проверки законности хозяйственных операций, правильности их отражения в налоговых регистрах и документах, полноты начисления и уплаты в бюджет налоговых поступлений и наличия признаков правонарушений налогоплательщиков. Основными из них являются ревизия и проверка.

Эффективный налоговый контроль должен создавать прозрачные условия администрирования и комфортные условия для добросовестных налогоплательщиков и в этом направлении в нашей стране уже многое

сделано и подтверждением этому являются результаты работы налоговых органов.

Так, по результатам работы налоговых органов за 10 месяцев 2018 года в консолидированный бюджет РФ поступило 17,6 трлн. рублей - это на 23%, или на 3,3 трлн. рублей больше соответствующего периода 2017 года. В федеральный бюджет за 10 месяцев поступило 9,8 трлн. рублей, что на 2,3 трлн. рублей, или на 30% больше. Поступления страховых взносов в государственные внебюджетные фонды составили 5,1 трлн. рублей, что на 11,6%, или на 530 млрд. рублей больше, чем в январе-октябре 2017 года.

Тем не менее и сейчас одной из главных задач, стоящих перед налоговыми органами, является повышение эффективности работы по основным направлениям их деятельности и консолидация усилий на выполнение бюджетных назначений [3]. Для принятия обоснованных управленческих решений на различных уровнях управления необходима комплексная сравнительная оценка эффективности контрольной работы налоговых органов.

Необходимо создать аутсорсинговые фирмы, которые будут заниматься расчетом налоговых обязательств, но часть из этих фирм должна быть государственными или находиться под государственным контролем. Налогоплательщики, которые заключат с такими фирмами договор, должны получить налоговые льготы, поскольку деятельность таких фирм не будет ориентирована на налоговое планирование. Налогоплательщик по телекоммуникационным каналам связи будет передавать необходимые данные в ФНС (штатное расписание, данные табельного учета и прочую необходимую информацию), а налоговые органы, вернее компьютерные программы, будут рассчитывать платежи и снимать суммы с расчетного счета, то есть выступать в роли налоговых агентов. Соответственно, такие налогоплательщики автоматически освобождаются от сдачи отчетности: формы 6-НДФЛ и ЕРСВ (отчетность по взносам), что снизит административные издержки для хозяйствующих субъектов. Кроме того, можно отдать функции по расчету фискальных платежей, связанных с заработной платой (НДФЛ и страховые взносы) налоговым органам. Следующим шагом станет расчет налога на имущество организаций, а затем и налога на прибыль. Еще легче этот процесс автоматизируется в специальных налоговых режимах, особенно тех, где для расчета налоговой базы нет необходимости учитывать расходы. Этот процесс, естественно, будет развиваться на фоне расширения компьютерных технологий.

Налоговый контроль - это такая сфера налоговых правоотношений, где не допускаются неточности. Так как налогоплательщик и налоговый орган



два «противостоящих» субъекта, налогоплательщик хочет заплатить как можно меньше, в то время как налоговый орган хочет начислить и взыскать как можно больше средств, то возникновение неточностей, пробелов в законодательстве каждый воспринимает в свою пользу. В связи с этим целесообразно законодательно установить:

- документ, фиксирующий срок окончания камеральной налоговой проверки;
- список документов, которые налоговый орган может истребовать у налогоплательщика при проведении камеральной налоговой проверки;
- перечень ситуаций, когда должностное лицо может произвести выемку документов или предметов при проведении выездной проверки;
- право на использование материалов оперативно-розыскной работы органов внутренних дел при принятии решения о привлечении налогоплательщика к налоговой ответственности без дополнительных формальностей, чтобы упростить и ускорить процедуру;
- в случае возникновения такой ситуации, предоставить должностному лицу налогового органа, право произвести выемку без постановления, для большей уверенности в сохранности документов [4].

Предлагаемые меры помогут преодолеть лишь часть проблем, возникающих в ходе налогового контроля. Но в целом можно сделать вывод, что налоговый контроль будет наиболее эффективен при детальном изложении этапов, форм, методов и действий налогоплательщиков и налоговых органов в законодательстве и контроле над его соблюдением всеми субъектами.

Во многом эффективность налогового контроля зависит от правильного выбора форм, методов, способов (приемов) и видов налогового контроля. Оптимальные их сочетания, которые позволяют с наименьшими усилиями достигать наилучших результатов при осуществлении налогового контроля, как правило, находят свое закрепление в соответствующих методиках. Некоторые из них облекаются в форму ведомственных нормативных правовых актов, методических рекомендаций (указаний). В своей совокупности они и составляют методическую основу налогового контроля. В этой связи следует отметить, что успех контрольной деятельности в сфере налогообложения во многом зависит от качества методик, рекомендуемых для использования должностными лицами налоговых органов.

Особое место в налоговом контроле занимает выбор методики оценки эффективности контрольной работы налоговых органов. На сегодняшний день совершенной методики не существует. В каждой имеются свои минусы и недостатки. Построение единой системы оценки деятельности

налоговых органов проблематично. Типовая методика должна представлять собой модель, учитывающую вариабельность признаков, возможность исключения или добавления необходимых элементов в зависимости от уровня оценки.

Задачи по созданию конкурентоспособной, инновационной экономики, переходу на более высокие социальные стандарты для граждан требуют концентрации значительных финансовых ресурсов государства. Одновременно необходимо улучшение делового климата в стране. Решение этих задач во многом зависит от результативности деятельности Федеральной налоговой службы. Для выполнения задач ФНС должна постоянно повышать качество налогового администрирования.

В итоге хотелось бы отметить, что необходимо искать дальнейшие направления улучшения контрольной работы налоговых органов, при этом мобилизуя усилия на вышеупомянутых направлениях.

#### **Библиографический список**

1. Бушмин Е.В. Совершенствование методов налогового контроля с использованием информационных технологий // Налоговый вестник – 2014. - № 8. - С.3-6.

2. Горленко И.И. «Формы проведения налогового контроля» // Налоговый вестник - 2017. - № 3. - С.155-159.

3. Мамонова И.В. Особенности налогообложения процентов по долговым обязательствам // Налоговая политика и практика. 2010. № 10.С.44-54

4. Михайлова О.Р. Выездная налоговая проверка как форма налогового контроля // «Ваш налоговый адвокат», № 3, III квартал 2015.

УДК 330

## **ВЛИЯНИЕ ГЛОБАЛИЗАЦИИ НА ВОСПРОИЗВОДСТВО ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА**

*Д.Ю. Герасимов*

*Научный руководитель: Кальсин А.Е., д-р экон. наук, профессор  
Ярославский государственный педагогический университет  
им. К.Д. Ушинского*

В современном обществе все более размываются национальные, культурные и образовательные особенности государств, что характеризуется фундаментальными изменениями в политике, экономике, социальной сфере, международных отношениях. Научно-технический прогресс, создание мирового информационного пространства привели к формированию новой цивилизационной модели – глобальной.

Под глобализацией можно понимать совокупность процессов становления единых общемировых систем в экономике, технологии, политической, правовой, информационных и других сферах жизнедеятельности человека, что представляет собой ключевое направление современного мирового развития.

Глобализации посвящено множество научных исследований, так У. Бек считает, что «глобализация является... наименее проясненным, вероятно, самым непонятным, запутанным, политически эффективным словом (лозунгом, оружием в спорте) последних лет и останется таковым в ближайшее время [1]. Это объясняется, прежде всего, тем, что системообразующие форматы вырабатываются в самом процессе развития глобального мира, охватывающего все сферы общественной жизни, а наличие плюрализма в определениях связано с тем, что научные труды отражают различные положения понимания глобализации, которые присущи для специалистов в разных областях научного знания.

Экономика начинает строиться на принципах многомерного коммуникативного пространства, с образованием наднациональных полюсов технологического и экономического развития (ЕС, АСЕАН, АТЭС).

Совокупность национальных хозяйств, взаимосвязанных системой международного разделения труда, экономических и политических отношений – это и есть мировое хозяйство. Субъектами мирового хозяйства являются национальное государство, транснациональные корпорации, международные экономические организации, региональные интеграционные и наднациональные хозяйственные объединения [8].

Глобализация мировой экономики выражается через следующие основные формы: 1) углубление интернационализации обмена товарами и услугами; 2) углубление интернационализации капитала; 3) рост воздействия производства и потребления на окружающую среду; 4) углубление интернационализации производственно-технологических процессов; 5) глобализация использования факторов производства; 6) рост масштабов международной миграции рабочей силы; 7) формирование глобальной инфраструктуры [9].

Процесс глобализации обусловлен процессами, происходящими на мировом рынке, в том числе и на рынке труда, в котором миграционные потоки могут выбирать рабочие места в различных регионах, что обуславливает влияние, как на уровне государства, так и в мировом пространстве [2].

Таким образом, на современном этапе развития в России является актуальной проблема формирования и воспроизводства человеческого

капитала, т.к. национальная экономика не может обходиться без высококвалифицированных работников. Это обусловлено, прежде всего, прогрессом в различных сферах научного знания, главной особенностью которого является проникновение во все сферы жизнедеятельности человека цифровых технологий, что требует от образования высокого уровня подготовки специалиста. Качественное образование позволит осваивать новейшие виды высоких технологий, получать новые знания, что позволит развиваться экономике РФ.

Основной составляющей человеческого капитала являются знания, которые позволяют получать определенный доход. Так, в своей работе Т. Шульц писал: «Если образование влияет на производство, что важно для экономики, то, следовательно, это и есть форма капитала» [10], а П. Дукер отмечает: «Единственным конкурентным преимуществом развитых стран остаются ресурсы квалифицированной рабочей силы. Квалифицированные работники, в отличие от неквалифицированных рабочих, занятых в производстве, владеют средствами производства: они являются носителями знаний...» [4], Р.И. Капелюшников утверждает, что человеческий капитал – «совокупность образовательных, профессиональных и квалификационных характеристик действующих работников» [6]. Итак, высокий уровень развития человеческого капитала может предопределить развитие инновационной национальной экономики.

В условиях глобализации человеческий капитал приобретает новые конкурентные качества: мобильность, адаптивность, инновационность, ускорение получения информации [7].

Так, Россия входит в группу стран с высоким уровнем развития человеческого потенциала согласно результатам исследования, проведенного в 2016 году в рамках развития ООН. К общему уровню развития человеческого потенциала (ИРЧП) все страны СНГ относятся к категории высокого развития национального человеческого капитала. В целом глобализация и интернационализация благоприятно влияют на развитие стран СНГ [3]. Однако глобализация открывает не только новые возможности, но и приводит к ряду проблем при воспроизводстве человеческого капитала, которые актуальны для РФ [5]:

1. Продуктивное использование индивидуального человеческого капитала, т.е. высококвалифицированный работник, стремится найти работу с лучшими условиями труда, карьерного роста и высокой заработной платы;

2. «Утечка мозгов», как фактор перераспределения трудовых ресурсов между государствами;

3. Социально-экономические институты, в том числе и образование подвержены более тесному международному сотрудничеству и унификации (WORLD SKILLS, Abilympics, болонская система);

4. Международная торговля технологиями, как фактор конкурентоспособности на мировом рынке;

5. Информатизация как одно из проявлений глобализации, позволяющая более эффективно воспроизводить и применять человеческий капитал.

Таким образом, глобализация противоречиво влияет на воспроизводство человеческого капитала в мире в целом и в России в частности. При этом в докладе на всемирном экономическом форуме «О человеческом капитале» отмечено, что глобализация привела к росту производительности труда, развитию сфер образования и здравоохранению и в целом благоприятно сказалась на развитии национального человеческого капитала и ИРЧП.

#### **Библиографический список**

1. Бек У. Что такое глобализация? Ошибки глобализма – ответы на глобализацию. – М.: Прогресс-Традиция, 2001. – 304 с.

2. Датаяшева К.К. Омарова З.К. Влияние глобализации на рынок интеллектуальной иммиграции населения // Региональные проблемы преобразования экономики. – 2014. – № 5. – С. 29-32.

3. Джемпарова З.Р. Финансовая глобализация: специфика современного периода мирохозяйственных отношений // Ученые записки Крымского инженерно-педагогического университета. – 2012. – № 33. – С. 94–99.

4. Друкер П. О профессии менеджера / пер. с англ. – М., 2008. – 292 с.

5. Иванов Н.П. Человеческий капитал и глобализация // МЭиМО. – 2004. – № 9. – С.19–31.

6. Российский работник: образование, профессия, квалификация: моногр. / под ред. В.Е. Гимпельсона, Р.И. Капелюшникова; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2011. – 574 с.

7. Чарокина Е.Ю. Формирование человеческого капитала в условиях глобализации мировой экономики // Инновации и инвестиции. – 2014. – №4. – С. 67-70

8. Шаш Н.Н. Краткий курс по мировой экономике. – М.: Окей-книга, 2010. – 142 с.

9. Шишкин А.Ф. Мировая экономика: учебник для вузов. – М.: Академический проект, 2012. – 600 с.

10.Schultz T. Capital Formation by Education // Journal of Political Economy. – 1980. – Vol. 68.

УДК 339.92

## **К ВОПРОСУ О ДЕЗИНТЕГРАЦИИ В ЕС**

***Е.Г. Капаева, Ю.А. Быкова***

*Научный руководитель: Титова Л.А., канд. экон. наук, доцент  
Ярославский государственный педагогический университет  
им. К.Д. Ушинского*

Европейская интеграция насчитывает не один десяток лет, в течение которых осуществлялся поиск оптимального пути развития и становления единой Европы, который так и не был установлен. Рассматривая Европу в контексте интеграционных процессов, необходимо отметить ее неоднородность, разнообразие противоречивых тенденций вплоть до возможности минимизации коммунитарных преобразований.

В условиях формирования современной системы международных отношений политический ландшафт современной Европы претерпевает колоссальные изменения. Происходящие события и текущие тенденции свидетельствуют об очевидном кризисе европейского интеграционного проекта.

Экономический и финансовый кризис нанес серьезный удар по европейской интеграции, не только породив новые проблемы, но и сделал очевидными просчеты, которые были допущены в европейском строительстве в последние десятилетия. Полностью последствия кризиса не преодолены до сих пор, а его негативное влияние будет ощущаться еще многие годы.

Многие аналитики выделяют в качестве главных причин сегодняшнего кризиса ЕС ипотечный кризис в США, кризис банковской системы, суверенный долговой кризис и проблему конкурентоспособности в еврозоне. Вместе с тем, ряд ученых считает, что одна из основных причин кризиса — поспешный рост ЕС и еврозоны. И начался он не с принятием в Союз бывших стран Варшавского договора, а значительно раньше. Старт этому росту был дан принятием в Евросоюз Испании, Португалии (1986 г.) и Греции (1981 г.), чьи экономики не соответствовали обозначенному стандарту, но были приняты в единую систему сугубо из политических соображений. Дальнейшее расширение ЕС игнорировало угрозу углублению европейской интеграции, исходящую от ряда старых членов ЕС, прежде всего, южноевропейских стран. Проблемы этих стран были обусловлены особенностями их экономической и политической культуры

– наличием значительного теневого сектора, удушающим воздействием бюрократии на развитие экономики. Начиная с 2008 г., мы можем говорить о разрастании и углублении серьезного кризиса ЕС. Этот кризис связан с несколькими сферами жизни.

Во-первых, некоторые государства-члены ЕС в результате кризиса 2008 г. оказались неспособны покрывать свои суверенные долговые обязательства. Экономика таких стран, как Греция, Испания, Ирландия не могут обеспечить достойный уровень жизни граждан без внешнего кредита. Во-вторых, ЕС уже не может обеспечить своим членам высокие темпы экономического роста. В-третьих, поворотным событием станет выход Великобритании из ЕС. Ожидается, что государство покинет ЕС 29 марта 2019 г. Во время референдума 2016 г. За выход Великобритании из ЕС высказалось 51,9% проголосовавших, соответственно за продолжение членства в ЕС выступило 48,1% избирателей.

Разговоры о целесообразности членства Британии в ЕС шли давно. Последний раз референдум на тему сотрудничества Британии и Евросоюза проводился в 1975 году, тогда 67 % жителей Соединённого Королевства проголосовали за единый европейский рынок. На протяжении последних десятилетий социологи фиксируют примерно равное количество сторонников европейского курса и евроскептиков. Последние хотят выхода из ЕС, упирая на европейскую бюрократию, низкие темпы роста экономики Евросоюза и необходимость согласовывать национальную политику с Брюсселем. Проще говоря, считают, что членство в ЕС забирает часть суверенитета, а взамен ничего не даёт — лишь тормозит развитие.

Вопрос обострился во время кризиса 2008 года, когда правительства стран Европы вынуждены были сокращать бюджетные расходы. Чтобы иметь доступ к единому рынку ЕС, все его члены совершают отчисления в общий бюджет. В последнее время британцам стало казаться, что они отдают непропорционально много. С лёгкой руки Бориса Джонсона население подхватило внушительную цифру — 55 миллионов фунтов ежедневно. Однако значительная часть этих средств возвращается в Королевство в виде субсидий и грантов: так, за год из 17 млрд отчислений возвращается около 6 млрд. То есть за доступ к единому рынку британцы платят порядка 35 миллионов фунтов ежедневно.

В случае наиболее неблагоприятного хода событий (выход из ЕС без заключения соответствующего соглашения) экономические последствия для Великобритании будут отрицательными, но не очень значительными. Потери составят 0,17% роста ВВП с 2018 до 2030 года. Всего до 2030 года ВВП Британии может потерять 2,2% своего объема. При этом по мнению аналитического центра OpenEurope, эти потери можно восполнить за счёт

упрощения регулирования, принятого в ЕС, что позволит привлекать в страну больше прямых иностранных инвестиций.

25 ноября 2018 г. Европейский союз и Великобритания заключили сделку по Brexit на внеочередном саммите в Брюсселе. Стороны одобрили 585-страничное соглашение, разработанное британским кабинетом министров, и политическую декларацию, которую согласовали в четверг премьер-министр Великобритании Тереза Мэй и председатель Еврокомиссии Жан-Клод Юнкер. Теперь оба документа отправятся на рассмотрение британского парламента, где процедура их ратификации должна завершиться до конца марта следующего года.

По условиям соглашения Лондон должен заплатить в казну Евросоюза 39 млрд фунтов в счет ранее принятых обязательств перед европейским бюджетом. Кроме того, в документе разъясняются права граждан ЕС, проживающих в Великобритании, и британских граждан, живущих в странах ЕС. В политической декларации описаны общие принципы сотрудничества сторон после «развода» в сфере торговли, таможенного регулирования и безопасности.

К чему же может привести выход Великобритании из Евросоюза на практике? Этот вопрос рассматривается с двух точек зрения (см. табл. 1).

Таблица 1. - «За» и «против» выхода Великобритании из ЕС

Сторонники выхода Великобритании из ЕС	Противники выхода Великобритании из ЕС
При отсутствии бюрократии ЕС и его бесчисленных правил малые и средние предприятия начнут процветать, что приведет к росту занятости, так как они меньше остальных компаний торгуют с другими странами ЕС.	Миллионы рабочих мест будут потеряны, так как транснациональные компании переведут производства в другие страны Евросоюза.
Британское правительство вновь обретет полный контроль над границами страны. Партия Независимости Соединенного Королевства (UKIP) хочет ввести систему разрешений на работу, при которой на выходцев из стран Европейского союза будут распространяться те же ограничения, что и на граждан других стран. Это сократит рост населения с 298 тысяч в год до примерно 50 тысяч, что, в свою очередь, позволит британцам получить рабочие места, приведет к повышению	В обмен на доступ британских товаров и услуг к европейскому рынку Великобритания может быть вынуждена согласиться на свободу передвижения граждан ЕС. Прогнозы роста британской экономики частично основаны на продолжающемся высоком уровне иммиграции. Британское Бюро бюджетной ответственности заявляет, что британская экономика зависит от труда иммигрантов, а налоги, которые платят



зарплата, а также облегчит работу школ, больниц и других подобных институтов.	мигранты, поддерживают государственный бюджет.
В 2013 году Великобритания платила в бюджет ЕС 14,5 миллиардов евро. Примерно столько же британское правительство тратит в год на нужды транспорта. Лондон сможет сэкономить все эти деньги.	Эта сумма – лишь капля в море, по сравнению с доходами, которые получает бизнес, имея доступ ко всему европейскому рынку.
Европейский Союз как рынок не так важен для Британии, как это было раньше, и что продолжающийся кризис еврозоны лишь укрепит эту тенденцию.	ЕС – основной торговый партнер Великобритании, на который приходится 52% британского экспорта товаров и услуг. Полный выход из Евросоюза приведет к возникновению торговых барьеров.
Британия останется ключевым членом НАТО и Совета Безопасности ООН, а также и ядерной державой. Ей стоит перестать играть роль моста между США и Европой, и начать преследовать свои собственные интересы.	Лондон потеряет свое влияние в Брюсселе, Париже и Берлине, Вашингтон все чаще будет его игнорировать, в особенности в вопросах защиты окружающей среды, безопасности и торговли.
Налог на добавленную стоимость устанавливается в определенных рамках по согласованию с ЕС. Выйдя из ЕС, Лондон сможет более свободно варьировать этот налог.	Уклонение от налогов международными компаниями стало одной из основ их модели бизнеса.
Выход из Евросоюза лишь укрепит демократию, так как парламент станет полностью суверенным. На Британию также не будут распространяться европейские законы и правила.	На жителей Великобритании больше не будет распространяться европейское законодательство в социальных сферах и по охране труда. Кроме того, Лондон уже заручился рядом исключений из европейского законодательства.

Выход Великобритании дестабилизирует Евросоюз. По мнению Пола Кругмана, нобелевского лауреата по экономике, «Brexit» может послужить сигналом о том, что экономика ЕС нуждается в перестройке. Но куда скорее он обострит противоречия в Европе и даст толчок и без того сильным националистическим течениям по всему континенту.

Также, на наш взгляд, «Brexit» может оказаться заразительным для других стран – участниц Европейского Союза. Поэтому теперь весь проект единой Европы находится под вопросом.

Если Великобритания решит выйти из состава ЕС, то ей придется заключить новый торговый договор с оставшимися в Евросоюзе 27 странами, иначе британские компании столкнутся с повышенными тарифами и другими ограничениями.

Мы считаем, не зависимо от того, какой путь решения выберет Великобритания, ей придется столкнуться с последствиями, которые повлияют как на неё, так и на остальные страны ЕС. Подводя итог, хочется сказать, что кризис – время жесткой рациональности и прагматизма, где у национальных элит нет времени рассуждать о безоблачной Европе стабильности и процветания.

#### **Библиографический список**

1. Кризис ЕС и перспективы европейской интеграции (политические аспекты) /Отв. ред. – Н.К. Арбатова, А.М. Кокеев. – М.: ИМЭМО РАН, 2013. – 204 с.

2. Борко Ю., Буторина О. История развития Европейского союза [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [https://mgimo.ru/uploads/files/Borko\\_Butorina\\_Istoriya\\_ES.pdf](https://mgimo.ru/uploads/files/Borko_Butorina_Istoriya_ES.pdf).

3. Фролова Т.А. Мировая экономика: конспект лекций. - Таганрог: Изд-во ТТИ ЮФУ, 2010.

4. Европейские страны одобрили соглашение о выходе Великобритании из ЕС // Ведомости: Интернет – журнал. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.vedomosti.ru/politics/articles/-evropeiskie-velikobritanii-iz>.

5. Солодова Д. Brexit: Почему Британия хочет покинуть ЕС. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://birdinflight.com/ru/mir/-brexit-2016.html>.

УДК 338.48

### **МЕТОДИКА ВЫБОРА КУРОРТА ЧЕРНОГО МОРЯ НА ЛЕТНИЙ ПЕРИОД 2019 ГОДА**

***Д.В. Копылова***

*Научный руководитель: Берлин С.И., д-р экон. наук, профессор  
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,  
Краснодарский филиал*

Поиск ответа на вопрос «Куда отправиться отдыхать этим летом?» для многих россиян начался уже задолго до начала курортного сезона. В последнее время популярность отдыха на Черноморском побережья в летний период неуклонно растет: только за курортный сезон 2018 года спрос вырос в среднем на 8-10% [1]. Несмотря на это, важнейшей проблемой выбора остается поиск комфортного и в то же время экономичного для отдыха курорта. В данной статье мы рассмотрим ценовую политику на летний период 2019 года в Краснодарском крае, Крыму и Абхазии. Цель данной работы заключается в определении

наиболее выгодных вариантов курортов на самой комфортной и безопасной территории Черноморского побережья.

Первым направлением, которое мы рассмотрим, будет Республика Крым. С 2017 до 2018 года: поток туристов в данном регионе возрос с 5 млн до 6,7 млн. туристов [1]. Произведя анализ цен рынка жилья эконом-класса в гостинице и частном секторе, можно сказать, что в среднем за цена номер на 1 койко-место в гостевых домах составит на 1 взрослого 774 руб./сутки, а в гостинице - 2932 руб./сутки. Анализ средних цен (в рублях) отдельно по месяцам можно представить в таблице 1 [2].

Затраты на питание в столовых или самостоятельное приготовление в расчете на 1 человека в сутки (сред. знач.) составят 480 рублей.

Вторым направлением является Абхазия, которая на протяжении уже пользуется популярностью у туристов. Так же, как и на курорты Крыма, спрос туристов на отдых в Абхазии вырос. Согласно мнению специалистов, поток 2018 года по сравнению с 2017 годом увеличился на 20% [3]. Произведя анализ рынка, мы выяснили, что средняя цена на жилье эконом-класса в частном секторе Абхазии на 1 койко-место составит 543 руб./сутки, а проживание в гостинице в среднем обойдется в 2413 руб./сутки. Анализ цен (в рублях) отдельно по месяцам можно представить в таблице 2.

Таблица 1. – Цены на проживание месяцам в республике Крым (руб.).

Жилье	Июнь		Июль		Август	
	1 половина	2 половина	1 половина	2 половина	1 половина	2 половина
Частный сектор	623	753	778	810	835	847
Гостиница	2368	2865	2960	3054	3102	3244

Таблица 2. – Цены на жилье в расчете на 1 человека по месяцам в Республике Абхазия (руб.)

Жилье	Июнь		Июль		Август	
	1 половина	2 половина	1 половина	2 половина	1 половина	2 половина
Частный сектор	487	511	540	560	584	580
Гостиница	1997	2296	2496	2556	2596	2536

Питание в столовых или самостоятельное приготовление в расчете на 1 человека в сутки (сред. знач.) 360 руб.

Последним направлением, которое мы рассмотрим, будет - Краснодарский край. На протяжении нескольких лет поток туристов на Кубань стабильно увеличивается, а в 2018 году количество отдыхающих превысило 16 млн. Произведя анализ, мы выяснили, что рынок цен жилья в гостинице и частном секторе за номер в 2018 году в среднем на 1 взрослого будет равен следующим значениям: в гостевых домах - 731 руб./сутки, а в гостинице - 2562 руб./сутки. Анализ цен (в рублях) отдельно по месяцам можно представить в таблице 3 [2].

Таблица 3. – Цены на жилье по месяцам в Краснодарском крае (руб.).

Жилье	Июнь		Июль		Август	
	1 половина	2 половина	1 половина	2 половина	1 половина	2 половина
Частный сектор	560	666	700	784	829	851
Гостиница	2067	2377	2645	2687	2790	2811

Затраты на питание в столовых или самостоятельное приготовление в расчете на 1 человека в сутки (сред. знач.) 438 руб.

Таким образом, исходя из данных таблиц 1,2,3 можем сделать вывод, что самый высокий средний ценовой диапазон в республике Крым, самый низкий в Абхазии, а в Краснодарском крае – средний. Однако помимо экономичности и привлекательности рассматриваемых территорий стоит обратить внимание и безопасности регионов. В силу мировой политической ситуации Республика Абхазия подвержена экономической нестабильности, что, безусловно, и отражено на достаточно низком уровне цен. В связи с этим, в качестве самой экономичной, комфортной и безопасной территории в данной работе будет рассмотрена территория Краснодарского края. Произведем анализ цен (в рублях) отдельно по наиболее популярным городам курортам можно представить в таблице 4.

Затраты на питание в столовых или самостоятельное приготовление в расчете на 1 человека в сутки (сред. знач.) представлены в таблице 5.

Теперь определим средний ценовой диапазон проживания на семь дней отдыха, (СЦДП) в рублях, по самым дешевым городам-курортам всех трех направлений на лето по разработанной интервальной формуле: от (самое дешевое проживание + питание) \*7 до (самое дорогое проживание +питание) \*7. Исходя из разработанной формулы, мы получаем:

СЦДП в Сочи (руб.) – от 11585 руб. до 38570 руб.;

СЦДП в Анапе (руб.) – от 9576 руб. до 33607 руб.;

СЦДП в Геленджике (руб.) – от 9338 руб. до 31591 руб.;

СЦДП в Джубге (руб.) – от 5859 руб. до 18739 руб.;  
 СЦДП в Архипо-Осиповке (руб.) – от 6461 руб. до 20328 руб.

Таблица 4. – Цены на жилье по месяцам в городах-курортах Краснодарского края (руб.).

Жилье	Июнь		Июль		Август	
	1 половина	2 половина	1 половина	2 половина	1 половина	2 половина
<b>Сочи</b>						
Частный сектор	924	1100	1155	1294	1367	1404
Гостиница	3514	4041	4498	4568	4744	4779
<b>Анапа</b>						
Частный сектор	812	966	1015	1137	1202	1234
Гостиница	3121	3589	3995	4057	4213	4245
<b>Геленджик</b>						
Частный сектор	756	900	945	1058	1119	1149
Гостиница	2894	3328	3704	3762	3906	3935
<b>Джубга</b>						
Частный сектор	465	553	581	651	688	706
Гостиница	1695	1949	2169	2203	2288	2305
<b>Архипо-Осиповка</b>						
Частный сектор	520	620	651	729	770	791
Гостиница	1839	2115	2354	2391	2483	2501

Таблица 5. – Затраты на питание в Краснодарском крае [2]

Сочи	Анапа	Геленджик	Джубга	Архипо-Осиповка
731 рублей	556 рублей	578 рублей	372 рублей	403 рублей

Учитывая затраты на проезд и развлечения, рассчитанные значения СЦДП могут удовлетворить запросы россиян. Об этом позволяет говорить социологический опрос сервиса бронирования жилья Tvil.ru, который в ходе опроса россиян подсчитал сколько средств жители страны намерены потратить на летний отдых внутри страны 2019 года. В результате было определено: треть опрошенных планируют отдохнуть на 60 тысяч рублей, 23% респондентов из семейного бюджета готовы выделить от 30 до 60 тысяч рублей, а 26% могут позволить потратить меньше 30 тысяч рублей

и лишь 17% готовы отдохнуть с размахом, потратив на отдых более 60 тысяч рублей.

Исходя из вышеизложенного, можно сделать вывод: отдых на Черноморском побережье в 2019 году будет доступным для любой среднестатистической российской семьи, особое внимание стоит уделить отдыху в Краснодарском крае, как самому выгодному и безопасному региону, а для наиболее экономичного отдыха самыми подходящими популярными городами-курортами были определены: Архипо-Осиповка и Джубга.

#### **Библиографический список**

1. Ассоциация туроператоров [Электронный ресурс]. - URL: [www.atorus.ru/news/press-centre/new/45556.html](http://www.atorus.ru/news/press-centre/new/45556.html).
2. Отдых на черном море [Электронный ресурс]. - URL: <https://seacool.ru/>
3. Торгово-промышленная палата Республики Абхазия [Электронный ресурс]. - URL: [www.tppra.org/ru/publikacii/analiz-turisticheskoy-otrasli-respubliki-abhaziya-za-2018-god](http://www.tppra.org/ru/publikacii/analiz-turisticheskoy-otrasli-respubliki-abhaziya-za-2018-god)

УДК 334

### **НЕДОБРОСОВЕСТНЫЕ ПРАКТИКИ НА РЫНКЕ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ: ПОНЯТИЕ И ИНСТРУМЕНТЫ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ**

***Т.Н. Некрасова***

*Научный руководитель: Литвиненко А.Н., д-р экон. наук, профессор  
Санкт-Петербургский университет МВД России*

Рынок финансовых услуг представляет собой сложный механизм взаимодействия поставщиков и потребителей финансовых услуг. Объектом отношений на рынке выступают финансовые услуги. Указанное понятие является собирательным и содержит в себе различные виды услуг. Законодательно категория «финансовая услуга» закреплена в Федеральном законе от 26 июля 2006 г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции» и включает в себя банковские услуги, страховые услуги, услуги на рынке ценных бумаг, услуги по договору лизинга, а также услуги, оказываемые финансовой организацией и связанные с привлечением и (или) размещением денежных средств юридических и физических лиц [1]. Однако, разъяснение понятий, перечисленных в определении видов финансовых услуг, в отраслевых нормативных документах не содержится.

Для квалификации противоправного деяния главной задачей в уточнении толкования категории «финансовая услуга» является

определение значимых аспектов различия услуги от товара. В связи с этим данная проблема остается актуальной, так как в понятие перечислен не весь спектр услуг, оказываемых на рынке финансовых услуг.

Для профилактики и противодействия недобросовестным практикам на рынке финансовых услуг необходима эффективная система регулирования. В процессе длительной институциональной реструктуризации системы регулирования финансового рынка в 2013 г. на основе Банка России был создан единый интегрированный орган - Служба Банка России по финансовым рынкам. Таким образом, Центральный Банк России стал мегарегулятором финансового рынка с обширным спектром полномочий, но, на тот момент, не охватывающим деятельность всех сегментов финансового рынка.

Для расширения полномочий в 2014 г. Служба Банка России по финансовым рынкам была упразднена, а организационная структура Банка России стала включать девять новых структурных подразделений, каждый из которых был наделен определенными полномочиями, координирующими деятельность на отдельных секторах рынка [3].

Государством ведется активная работа в этом направлении и по настоящий момент. В 2017 г. в центральном аппарате Банка России начало свою деятельность новое структурное подразделение – Департамент противодействия недобросовестным практикам, задачами которого является противодействие инсайду, манипулированию рынком, финансовым пирамидам, появлению фиктивных активов. Однако это лишь часть недобросовестных практик, встречающаяся на рынке. Противоправные действия на иных сегментах рынка финансовых услуг координируются другими структурными подразделениями Банка России.

Мегарегулятором в 2018 г. разработана Концепция противодействия недобросовестным действиям на финансовом рынке. В соответствии с ней под «недобросовестными практиками» понимают любые умышленные действия на страховом рынке, рынке ценных бумаг, рынке коллективных инвестиций и доверительного управления, рынке микрофинансирования, связанные с обманом, злоупотреблением доверием или бездействием с целью получения выгоды. Таким образом, к данному понятию отнесены любого рода противоправные или преступные действия, за совершение которых предусмотрена соответствующая ответственность (уголовная, административная, гражданско-правовая), а также злоупотребление правом и недобросовестные практики, нарушающие принципы делового общения, ответственность за совершение которых не установлена [4].

Мошеннические действия в сфере рынка финансовых услуг характеризуются различными формами и совершаются как лицами,

взаимодействующими на рынке финансовых услуг: руководителями финансовых организаций, сотрудниками, их клиентами, посредниками, так и третьими лицами, напрямую не взаимодействующими с участниками рынка финансовых услуг.

Динамичное развитие рынка финансовых услуг постоянно создает новые негативные практики, что требует быстрого изменения системы регулирования, но это не всегда бывает возможным. В результате возникают недобросовестные практики, основанные на злоупотреблении правом или на ущемлении прав одной из сторон договора между клиентом и финансовой организацией, в том числе за счет неоднозначного толкования законодательства или перевода отношений в промежуточную зону, не регулируемую нормами права [2].

Кроме того, динамичное преобразование бизнес-среды, обусловленное внедрением новых цифровых решений, вызывает увеличение роста количества споров между поставщиками и потребителями финансовых услуг.

По мнению регулятора, обозначенные проблемы можно решить посредством обязательного соблюдения требований базовых стандартов саморегулирующих организаций и издания разъяснительных материалов (информационные письма, методические), направленных на обеспечение единства подходов к организации и осуществлению отдельных видов деятельности, а также содействия эффективному исполнению требований законодательства Российской Федерации.

Трансформация финансовых технологий стимулирует финансовые организации перестраивать свои бизнес-модели и внедрять прогрессивные продукты и сервисы. На фоне глобальной цифровизации рынка основной задачей финансовых организаций является обеспечение конкурентного преимущества посредством быстрого и удобного предоставления клиентам финансовых услуг, что в свою очередь должно сопровождаться требуемым уровнем информационной безопасности и эффективным управлением рисками, связанными с возникающими недобросовестными действиями. Однако при реализации услуг финансовые организации не всегда имеют возможность оперативно и в полном объеме получить необходимую информацию о клиенте, а также иные значимые сведения. Данная ситуация иллюстрирует несовершенство финансового инструментария в области обмена информацией между участниками рынка, что вызывает недовольство у потребителей финансовых услуг, тем самым сказывается на финансовой деятельности организации.

В качестве инструментов противодействия указанным негативным явлениям Банк России намерен поддержать инициативу по созданию



единой информационной системы проверки сведений об абоненте, а также нацелен продолжить развивать деятельность по подключению финансовых организаций к информационному обмену с Центром мониторинга и реагирования на компьютерные атаки и использовать реестры информационных ресурсов в сети Интернет.

Еще одной причиной распространения недобросовестных практик является недостаточно высокий уровень финансовой грамотности потребителей финансовых услуг. Получение финансовой услуги представляет собой сложный процесс, который не всегда является понятным для обычных потребителей. Это касается и процесса оформления документов, и толкования условий договоров, и понимания процесса оказания финансовой услуги.

Для повышения финансовой грамотности и осведомленности населения необходимо создание системы освещения деятельности по противодействию неблагоприятным действиям в СМИ и через сеть Интернет, которая будет способствовать снижению уровня толерантности к нарушениям, совершаемым на рынке финансовых услуг, укреплять позитивный имидж и узнаваемость добросовестных участников рынка.

Банку России необходимо учитывать риски совершения недобросовестных действий на каждом этапе надзорного процесса, где это применимо. В первую очередь это относится к контролю над соблюдением финансовыми организациями законодательных норм, определяющих требования к освещению состояния ее активов. Недобросовестные финансовые организации в целях обхода установленных законодательных требований к активам используют практики, связанные с фальсификацией активов.

Инструментами по преодолению фальсификации активом является: повышение оперативности и своевременности надзорного реагирования; обеспечение превентивного характера надзора; формирование в финансовых организациях системы корпоративного управления; повышение эффективности функционирования систем внутреннего контроля.

Выявление, раскрытие и расследование мошеннических действий в сфере рынка финансовых услуг осложнены их рассредоточением в пространстве и времени, использованием транснациональных денежных переводов, большим количеством участников и сплоченностью преступных групп. В связи с этим возникает необходимость совершенствования межведомственного взаимодействия с правоохранительными органами путем совместного создания методических рекомендаций по выявлению, расследованию и

предупреждению отдельных видов преступлений, совершаемых на финансовом рынке, путем проведения и участия в соответствующих межведомственных рабочих группах, консультационных семинарах и тематических круглых столах, учебных мероприятиях, в целях обсуждения тенденций в области мошенничества, обмена опытом и лучшими практиками, а также оказания содействия в выработке мер по пресечению и расследованию подобного рода преступлений.

Принимая во внимание разнообразие видов деятельности и широту спектра предоставляемых услуг в сегментах рынка финансовых услуг, инструменты противодействия недобросовестным практикам должны быть адаптированы к особенностям рынка и учитывать специфику ведения бизнеса его профессиональных участников с учетом рисков, влияющих на деятельность конкретных финансовых организаций.

#### **Библиографический список**

1. Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ (ред. от 27.12.2018) «О защите конкуренции» // «Собрание законодательства РФ», 31.07.2006, № 31 (1 ч.), ст. 3434.

2. Амирханян Н., Бродецкая Н., Алексеева Е.Ю. Недобросовестная рыночная практика на финансовых рынках // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. 2012. Т. 2. № 8. С. 8-10.

3. Аппалонова Н.А. Система регулирования финансового рынка России: на пути к мегарегулятору // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. 2015. № 2 (54). С. 336-341.

4. Концепция противодействия недобросовестным действиям на финансовом рынке [Электронный ресурс]. – URL: [http://cbr.ru/Content/Document/File/48603/concept\\_countersing\\_unfair\\_actions.pdf](http://cbr.ru/Content/Document/File/48603/concept_countersing_unfair_actions.pdf).

УДК 331.108.4

### **ТРЕБОВАНИЯ К ЧЕЛОВЕЧЕСКОМУ РЕСУРСУ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИКИ**

***И.Е. Чернышева***

*УО «Академия Управления при Президенте Республики Беларусь»*

Изначально, человеческий капитал понимается как совокупность инвестиций в человека, в его образование и профессиональные навыки. Позже эта концепция расширилась. Сейчас человеческий капитал формируется как накопленные знания, выраженные в комплексе профессиональной компетентности, культуры, здоровья, семейных и социальных ценностей, мотивации.

«Человеческий капитал» – как его определяет большинство западных экономистов, состоит из полученных знаний, навыков, мотиваций и энергии, даруемых человеку и которые могут быть использованы в течение конкретного периода времени для производства товаров и услуг [1, с. 6].

Качество человеческих ресурсов обуславливается величиной человеческого капитала, который становится основным фактором инновационного развития экономики. В то же время мы не согласны с утверждениями авторов «...разделение труда на неквалифицированный труд и труд, который требует образования, особенных навыков и знаний, мало-помалу теряет свой первоначальный смысл и экономическое содержание при определении человеческого капитала, который основатели теории человеческого капитала был определен с образованными людьми и их накопленными знаниями и опытом» [2, с. 152]. Очевидно, что разделение будет сохраняться всегда, однако уровень планки будет с развитием общества подниматься.

Проблемам эффективного управления человеческим капиталом привлекают пристальное внимание ученых и практиков. Это связано с тем, что имеется устойчивая зависимость между ростом экономики страны, выраженного через ВВП, и состоянием человеческих ресурсов. Организациям для оптимизации затрат и роста эффективности функционирования нужно четко сформулировать требования к каждому участнику бизнес-процессов. С другой стороны, эта проблема важна для работников с точки зрения повышения их конкурентных преимуществ на рынке труда, где конкуренция быстро растет за счет масштабного сокращения персонала во многих компаниях.

Итак, прежде всего, рассмотрим неквалифицированную рабочую силу. Данная категория работников является особой группой риска для компании по следующим причинам: даже один неквалифицированный работник может сорвать производственный процесс или нанести ущерб деловой репутации компании (например, хамить посетителю); данная категория характеризуется высокой текучестью кадров и низким качеством работы; они чаще используют ресурсы организации в личных целях, поскольку менее квалифицированы, дорожат своим местом работы. Это связано с низким уровнем заработной платы и отсутствием престижа работы, отсутствием карьерных перспектив.

Таким образом, можно сконструировать следующие требования, которые рынок предъявляет к неквалифицированным работникам:

1) хорошее здоровье и физическая сила. Неквалифицированные работники занимаются физическим трудом, и основным требованием к ним является умение выполнять свою работу. При этом даже сторожа и

кассиры, которые, на первый взгляд, не занимаются тяжелым физическим трудом, должны иметь крепкое здоровье. Это сопряжено с тем, что для работодателя крайне важно, чтобы его сотрудник отработал отведенное ему время без больничного листа, что приносит дополнительные затраты. В то же время, если работодатель может мириться с плохим здоровьем высококвалифицированного специалиста из-за его оригинальных компетенций и сложности замены, то для неквалифицированного работника таких льгот нет;

2) отсутствие вредных привычек, особенно таких как алкоголь и наркомания, которые могут негативно повлиять на производственный процесс;

3) умение выполнять различные задания и лояльность. Данные, которые не связаны, на первый взгляд, требованиями, мы объединили в одно целое, потому что они напрямую связаны с таким понятием, как «анти-лидер». Неквалифицированные работники часто работают в группе (например, бригаде строителей), поэтому крайне важно сохранить в ней хороший психологический климат и лояльность к компании. Ведь даже один работник с лидерскими качествами и агрессивным отношением способен возглавить остальную группу и подорвать весь производственный процесс;

4) умение быстро учиться и любить свою работу (мотивация к работе). Компания нуждается в сотрудниках, которые могут быть обучены с минимальными затратами и которые будут добросовестно выполнять свои обязанности без дополнительных стимулов [3].

Все вышеуказанные требования являются общими для всех видов неквалифицированного труда. В то же время, каждая работа индивидуально имеет дополнительные специфические требования, специфичные для каждого конкретного вида работы. Так, для официантов работодатели выставляют следующие требования: грамотная речь, вежливость, привлекательная внешность, обаяние, самоконтроль и стрессоустойчивость.

Таким образом, запросы к человеческому капиталу варьируются от преимущества физической компонентой человеческого капитала к интеллектуальной по мере роста квалификации работника. Все-таки для развития конкурентоспособной экономики нужно инвестировать в навыки работников, востребованные рынком труда. Надо осознавать, что, невзирая на экономический кризис и надобность сокращения затрат, сокращения инвестиций в человеческий капитал приведет лишь к экономии в краткосрочной перспективе, в долгосрочной перспективе игнорирование человеческого капитала может привести к снижению

конкурентоспособности организации. Поэтому инвестиции в человеческий капитал должны продолжаться, но они должны распределяться точно в соответствии с преимуществами, которые основаны на четкой и компетентной системе условий к человеческому капиталу для любой квалификации.

#### **Библиографический список**

1. Бондарь А.В. Человеческий капитал – ключевой ресурс постиндустриального общества / А.В. Бондарь, И.В. Корнеев // Вестник БГЭУ, 2016. – № 1. – С. 5-11.

2. Герман М.В. Человеческий капитал как основной фактор инновационного развития / М.В. Герман, Н.С. Помулева // Вестник Томского государственного университета. – 2012. – № 1. – С. 149-153.

3. Гильдингерш М.Г. Механизм разработки и реализации эффективных кадровых решений/ М.Г. Гильдингерш, М.Е. Добрусина // Вестник Томского государственного университета. – 2015. – № 400. – С. 198-203.

## СЕКЦИЯ 2 «СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА»

УДК 796.075

### МЕТОДЫ ОЦЕНКИ СТРЕССОУСТОЙЧИВОСТИ ПЕДАГОГОВ В ОРГАНИЗАЦИЯХ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

**Р.М. Исаев**

*Научный руководитель: Батракова Л.Г., д-р экон. наук, профессор  
Ярославский государственный педагогический университет  
им. К.Д. Ушинского*

В современном англо-русском словаре слово «stress» переводится как «напряжение». Многие воспринимают стресс как что-то отрицательное и негативное, но так или иначе стресс помогает человеку адаптироваться. В энциклопедии Кирилла и Мефодия стресс определяется как особое состояние организма у человека и млекопитающих, возникающее в ответ на сильный внешний раздражитель [1].

Врач и ученый из Университета Макгилла Ганс Гуго Бруно Селье (1907 – 1982) говорил о полезности стресса и утверждал, что стресс – это неспецифический ответ организма на любое предъявленное ему требование [1]. Он писал, что стрессы могут быть как положительные (эустресс) (например, повышение работника по должности), так и отрицательные (дистресс) (например, увольнение работника). Эустресс приносит ощущение удовлетворения, а дистресс приводит к отчаянию, а также к хроническим заболеваниям.

Великий отечественный ученый-физиолог Иван Петрович Павлов (1849–1936) считал, что при возникновении эмоционального напряжения человек впадает в одну из двух стадий: заторможенность или гиперреактивность. По его мнению, обе стадии вредны для человека. [3]

В настоящее время под стрессом понимают защитную реакцию организма человека на события, которые возникают неожиданно и оказывают на него эмоциональное давление.

Профессия педагога по частоте нарушений здоровья относится к группе профессий повышенного риска. По степени напряженности нагрузка учителя больше, чем у других профессий, работающих с людьми. «Синдром учителя» на курсе психиатрии рассматривается, как типичный пример влияния профессии на психику [4, с. 171].

Исследуя зависимость стрессов от профессии, английские психологи по 10-балльной шкале получили такие результаты: профессия шахтера 8,3, полицейского – 7,7, педагога – 6,2 балла (8 место из 22) [5].

Специфика деятельности педагога дополнительного образования заключается в формировании отношений не только с обучающимися, но и с их родителями. Эти отношения создаются ради достижения определенных образовательных целей и результатов. Возникновение стресса у педагогов дополнительного образования связано с социальным напряжением, высоким эмоциональным напряжением, а также информационными перегрузками. На наш взгляд, в своей профессиональной деятельности им нужна индивидуальная модель общения с обучаемыми и коллегами.

В результате воздействия стресса на личность педагога формируется синдром эмоционального выгорания. Этот термин впервые в 1974 г. ввел американский психолог Х. Фреденберг.

Эмоциональное выгорание содержит три фазы стресса:

- 1) дестабилизирующая обстановка, трудности с контингентом создают нервное напряжение;
- 2) педагог пытается оградить себя от неприятных впечатлений – это резистенция;
- 3) снижение эмоционального тонуса приводит к истощению.

К методам диагностики стрессового состояния относят:

- а) объективную оценку, которая помогает изучить физиологические признаки;
- б) субъективную оценку, которая включает анкетирование и интервьюирование.

Но если стресс нельзя предотвратить, то это не означает, что с ним нельзя бороться. Для борьбы со стрессом важно желание самих педагогов научиться справляться со стрессовыми ситуациями.

Стрессоустойчивость это – сочетание личностных качеств, которые позволяют переносить стрессовые ситуации без неприятных последствий для себя и окружающих [4]. Стрессоустойчивость - это способность в любых ситуациях быть эффективным, не смотря на тяжесть нагрузок [2].

Индивидуальный стресс-менеджмент педагога включает в себя два основных направления: релаксацию, которая объединяет подходы медитации и аутотренинга, и модификацию поведения, которая заключается в замене негативной реакции, связанной со стрессовой ситуацией, на позитивную. Она особенно необходима педагогам дополнительного образования, т.к. они отличаются повышенной активностью.

Стресс-менеджмент (с англ. управление стрессом) включает в себя и управление своим поведением в момент стресса, и преодоление негативных последствий после него. Управление стрессом является необходимым условием нормальной профессиональной деятельности.

Индивидуальный стресс-менеджмент зависит от личных качеств педагогов.

В заключение отметим, что проблема стрессоустойчивости педагогов дополнительного образования выступает как проблема сохранения продуктивности деятельности в условиях резкого возрастания нагрузок и преодоления стрессовых ситуаций.

При стрессовой ситуации необходимо рекомендовать педагогам следовать простым правилам:

- настраивайтесь на позитив и отличные результаты;
- научитесь воспринимать каждый вызов как возможность освоить что-то новое;
- отслеживайте свои переживания в каждый конкретный момент.

### **Библиографический список**

1. Каминский Ю.Г., Косенко Е.А. «СТРЕСС (вся и другая правда о стрессе)» // Пушино, 2003 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://window.edu.ru/resource/906/37906/files/kaminsky.pdf>.

2. Карташова Е.В. Стрессоустойчивость и способы ее тренировки [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://stanzdorovei.ru/zdoroviie-obraz/stressoustojchivost-i-sposoby-ee-trenirovki.html>.

3. Работа со стрессом: биологическая обратная связь — технология будущего [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://udietologa.ru/stress/stress-eto-v-pihologii/>.

4. Руденский Е.В. Социально-психологические деформации личности учителя // Мир психологии. – 2008. – № 2. – С. 171-173.

5. Стрессы в работе педагога. Стрессменеджмент [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://vyadinkin.ru/2014/03/31/stressy-v-rabote-pedagoga-stressmenedzhment/>.

УДК 338.2

## **СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ ДЕНЕЖНЫМИ ПОТОКАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

***Н.И. Васютина***

*Научный руководитель: Кайгородцев А.А., д-р экон. наук, доцент,  
Московский финансово-юридический университет, Ярославский филиал*

Термин «управление денежными потоками», также, как и «денежные потоки» имеет разные определения. В общем смысле, процесс управление потоками денежных средств на предприятии представляет собой некий набор действий – учет поступления и расходование денежных средств, расчет финансового цикла, анализ, оптимизация денежных потоков.



Под управлением денежными потоками следует понимать комплекс управленческих решений, связанных с регулированием величин притока и оттока денежных средств, направленный на обеспечение финансового равновесия, устойчивого роста предприятия, а также обеспечением его платежеспособности.

Управление денежными потоками предприятий – это сложный непрерывный циклический процесс. При этом под циклом управления денежными потоками понимают систему последовательных этапов многократно повторяющегося процесса принятия и реализации стратегических и оперативно-тактических решений по управлению денежными потоками.

Разумное распределение потоков денежных средств приводит к созданию бесперебойных производственных циклов на предприятии и способствует росту объемов готовой продукции. В то время как несоблюдение графика платежей негативно отражается на создании запасов сырья и материалов, уровне производительности труда, качестве выпускаемой продукции и ее сбыта, положении предприятия на рынке и т.д.

Цели и задачи управления денежными потоками являются схожими для всех предприятий и могут немного различаться в зависимости от формы организации и вида деятельности предприятия [1, с. 174].

Целью управления денежными потоками является создание и поддержание финансового равновесия предприятия в процессе его деятельности с помощью оптимизации объемов поступления и расходования денежных средств.

Задачами управления потоками денежных средств являются:

- создание необходимого объема денежных средств в соответствии с потребностями предприятия,
- оптимизация распределения объема сформированных денежных ресурсов предприятия по направлениям его хозяйственной деятельности,
- формирование и обеспечение высокого уровня финансовой устойчивости и платежеспособности,
- максимизация чистого денежного потока,
- уменьшение потерь стоимости денежных средств в процессе их хозяйственного использования [2, с. 198].

Можно сказать, что управление денежными потоками любой компании – это важная составная часть общей системы управления её финансовой деятельностью. Процесс управления денежными потоками предприятия является последовательным процессом постановки и выполнения задач и включает в себя выполнение следующих этапов:

– планирование денежных потоков с составлением в итоге соответствующих внутренних финансовых документов таких как бюджет денежных средств, плановый отчет о движении средств, платежный календарь;

– исполнение бюджета денежных потоков;

– контроль выполнения бюджета денежных потоков и плановых показателей отчета о движении денежных средств;

– корректировка плановых величин в соответствии с изменениями внешних и внутренних условий реализации бюджета денежных потоков.

Эффективное управление денежными потоками на предприятии возможно только при рассмотрении данного процесса как системы связанных между собой элементов.

Система управления потоками денежных средств на предприятии является совокупностью методов, инструментов и приемов воздействия финансовых служб и руководства предприятия на движение денежных средств для достижения необходимой цели.

Как и любая другая система, система управления потоками денежных средств имеет свою структуру.

Объектом управления в данной системе являются различные виды денежных потоков предприятия.

Субъектом управления является финансовая служба, состав которой зависит от структуры конкретного предприятия.

К элементам системы управления денежными потоками предприятия относятся разнообразные финансовые методы и инструменты, программное и информационное обеспечение, нормативно-правовые акты, регулирующие деятельность предприятия.

Для построения наиболее эффективной системы управления денежными потоками, необходимо объективно ответить на следующие вопросы:

1. Из каких источников, и в каком объеме получены денежные средства, каковы основные направления их расходования?

2. Возможно ли обеспечение превышения поступлений денежных средств над платежами в результате текущей деятельности и насколько может быть стабильно такое превышение?

3. Есть ли возможности у предприятия расплатиться по своим текущим обязательствам?

4. Достаточно ли полученной прибыли для удовлетворения текущей потребности предприятия в финансах?

5. Достаточно ли собственных средств для осуществления инвестиционной деятельности?

6. Какими факторами объясняется разница между величиной полученной прибыли и объемом денежных средств?

Учитывая принципы построения системы управления денежными потоками, специфику работы предприятия, его финансовое состояние на момент создания данной системы, должна быть определена методика управления денежными потоками. Методика управления денежными потоками описывает этапы деятельности по управлению денежными потоками на предприятии. Последовательная реализация этапов методики позволяет создать систему управления денежными потоками. Наиболее часто встречающаяся методика содержит в себе пять этапов ее реализации [3, с. 184]:

1. Планирование разработки системы управления денежными потоками.

2. Анализ денежных потоков предприятия в предшествующем периоде.

3. Оптимизация денежных потоков на основе полученных результатов.

4. Планирование потоков денежных средств предприятия в разрезе отдельных их видов.

5. Создание системы эффективного контроля за денежными потоками.

Оптимизация денежных потоков определяется как процесс выбора наиболее подходящих форм организации денежных потоков, с учетом специфики и условий деятельности конкретного предприятия. Основными целями оптимизации являются – сбалансированность объемов денежных потоков всех видов, синхронность их формирования во времени, максимизация чистого денежного потока.

Объектами оптимизации являются денежные потоки (положительный и отрицательный, чистый денежный поток).

Специалисты выделяют три основных направления оптимизации денежных потоков предприятия: сбалансирование, синхронизация денежных потоков и максимизация чистого денежного потока [4, с.107].

Результаты проведенной оптимизации потоков денежных средств получают свое отражение в системе планов формирования и использования денежных средств в предстоящем периоде.

Выгоднее для предприятия будет работа системы управления денежными потоками в режиме предупреждения нежелательных ситуаций, нежели в режиме их исправления. Для этого следует больше внимания уделять процессу формирования денежных потоков и своевременно выявлять возможные отклонения. Этим определяется большое значение планирования денежных потоков.

Наличие у компании эффективной политики управления денежными потоками позволяет ей достигать стратегических целей деятельности, обеспечивать высокий уровень показателей оборота капитала, ритмичности деятельности, повышать степень финансового равновесия и, в итоге, приводит к получению дополнительной прибыли. В тоже время достижение главной цели происходит именно при помощи эффективного управления денежными потоками посредством формирования оптимальных значений параметров, как качественных, так и количественных таких денежных потоков [2, с.198].

Таким образом, управление движением денежных потоков на предприятии осуществляется для достижения общеэкономической цели его деятельности – получения максимальной прибыли при минимальных затратах. Методика управления потоками денежных средств на предприятии является последовательными действиями по организации эффективной системы управления денежными потоками. Эффективность управления денежными потоками определяется синхронизацией поступлений и выплат, поддержкой постоянной платежеспособности предприятия и рациональным и оптимизационным использованием частных финансовых ресурсов, формируемых из внутренних источников.

#### **Библиографический список**

1. Морозко Н.И. Финансовый менеджмент: учебное пособие. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 224 с.
2. Незамайкин В.Н., Юрзинова И.Л. Финансовый менеджмент: учебник для бакалавров. – М.: Юрайт, 2014. – 467 с.
3. Сорокина Е.М. Анализ денежных потоков предприятия: теория и практика в условиях реформирования российской экономики. – М.: Финансы и статистика, 2014. – 176 с.
4. Шохин Е.И. Финансовый менеджмент: учебник. – М.: КноРус, 2013. – 480 с.

УДК 331.101.3

### **МОТИВАЦИОННЫЙ КОМПОНЕНТ, ЕГО РОЛЬ И ЗНАЧЕНИЕ В ПРОЦЕССЕ РАБОТЫ ПРЕДПРИЯТИЯ**

***В.А. Левченко, Г.А. Батори***

*Научный руководитель: Зинченко Н.В., канд. экон. наук, доцент  
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,  
Краснодарский филиал*

Заявленная цель компании состоит в достижении максимальной прибыли с минимальными затратами, что невозможно без четкой работы

команды, которая следует установленному плану и выполняет свои прямые обязанности. Поэтому руководство ставит перед собой задачу по разработке планов, стратегий построения оптимальных организационных структур, создание эффективных каналов связи и внедрение новых технологий в производственный процесс. Компания представляет собой структуру, состоящую из множества сотрудников, выполняющих определенные задачи, и ее деятельность будет иметь успех только тогда, когда члены организации мотивированы на достижение результатов, поставленных руководством.

Таким образом, основным двигателем успеха предприятия является стремление и готовность человека выполнять возложенные на него производственные задачи. Поощрение персонала заключается в определении основных принципов мотивации каждого работника.

В современной литературе мотивация рассматривается как совокупность взаимосвязанных условий, вызывающих активность менеджеров, направленных на улучшение и поощрение их к осуществлению профессиональной деятельности [2]. На рисунке 1 представлены основные мотивационные методы.



Рисунок 1. Мотивационные методы

Первоначальный выбор концепции управления персоналом определяет специфику выбора методик мотивации. Эксперты отмечают, что наиболее успешной стратегией является сочетание нескольких методов одновременно. Это объясняется спектром потребностей персонала, а тактика применения различных методов, как показывает практика, дает наилучший результат. Стоит отметить, что мотивированный работник достигнет поставленной цели гораздо быстрее, чем тот, у которого мотивационная составляющая слабая или практически отсутствует.

Процесс мотивации работника подразумевает определенные этапы. Их главная особенность – хронологический порядок, т. е. каждый этап следует строго за другим, не меняя порядка. Им также свойственна цикличность,

т.к. удовлетворяемые потребности имеют свойство постоянного обновления [2]:

1. Возникновение потребности в чем-либо;
2. Желание удовлетворить потребности;
3. Осознание того, какие средства помогут удовлетворить необходимость;
4. Применение усилий для удовлетворения потребностей;
5. Получение решения для удовлетворения возникающих потребностей;
6. Ликвидация потребности, что приводит к ослаблению или усилению мотивации для последующих действий.

Стоит отметить, что мотивация каждого сотрудника не может быть унифицирована, так как каждый человек имеет разные мотивы для выполнения работы. В этом случае руководство компании может только предположить, какой фактор в большей степени влияет на производительность.



Рисунок 2. Мотивационные факторы

Исходя из перечисленных на рисунке 2 факторов мотивации, выделяются две важные задачи для менеджеров компании:

1. Повышение эффективности корпоративного персонала;
2. Быстрая и четкая реализация стратегических инициатив.

Однако неправильно определенный мотив работника может привести к негативным последствиям: снижение производительности, увольнение и т.п.

Мотивационная система является важной частью работы каждой организации, подход к ее созданию должен быть профессиональным, потому как любая ошибка в построении такой системы может привести к ухудшению качества работы персонала и снижению развития организации. Исходя из этого, наиболее эффективной считается та система, которая учитывает особенности работы предприятия, персонала, разрабатывается

в соответствии с реальными потребностями и возможностями компании, включая различные формы и виды мотивации [1].



Рисунок 3. Формы мотивации

Перечисленные формы мотивации могут быть использованы в реализации почти всех процессов управления. Каждая форма имеет свои специфические свойства, области применения и степень эффективности.

Рассмотрим наиболее важные формы и дадим краткую характеристику.

1. Материальная или экономическая мотивация – это заработная плата, премии, доплаты и так далее.

2. Нематериальная мотивация сосредоточена на удовлетворении психологических, внешнеэкономических потребностей.

3. Самомотивация основана на выделении значимых для работников стимулов. Это может быть интерес к работе, удовольствие использовать творчество в решении определенных задач и др.

Нематериальная мотивация является наиболее эффективной из представленных. Этот вид мотивации характерен для начальных этапов работы компании, а также ее кризисных моментов, когда у компании не хватает средств для выполнения материальных видов мотивации. Авторы различают наиболее эффективные методы нематериальной мотивации:

1. Признание успехов отдельного работника или группы работников публично;

2. Систематическая работа по контролю и анализу деятельности, осуществляемой работниками;

3. Создание условий для здоровой конкуренции;

4. Право работников принимать решения самостоятельно в определенных ситуациях, что подчеркивает их важность и повышает ответственность;

5. Участие руководства предприятия в работе персонала посредством его анализа, консультаций и принятия идей персонала относительно дальнейшего развития предприятия.

В заключение следует отметить, что указанные методы мотивации активно внедряются в производственный процесс руководителями и ведущими специалистами. Важность методов нематериальной мотивации состоит в том, что, в отличие от материальных, они имеют долгосрочный эффект. Такой комплекс стимулирования персонала направлен на удовлетворение высших уровней потребностей человека: уважение, саморазвитие и реализация собственного потенциала, т.е. тех потребностей, которые не имеют границ. Для того чтобы выбранные инструменты работали в полной мере, важно ориентироваться на менталитет, психотипы и эмоциональное состояние сотрудников. Тем не менее, оценка эффективности предложенных методов мотивации требует времени и глубокого анализа, чтобы позже определить степень достижения поставленных целей.

#### **Библиографический список**

1. Современный менеджмент: учебник / под ред. М.М. Максимцова, В.Я. Горфинкеля. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 299 с.

2. Угрюмова Н.В., Блинов А.О. Теория организации и организационное поведение. - СПб.: Питер, 2015. - 288 с.

УДК 65.015

### **САМОМЕНЕДЖМЕНТ КАК НЕОБХОДИМОЕ УСЛОВИЕ ДЛЯ УСПЕХА СОВРЕМЕННОГО СПЕЦИАЛИСТА В СФЕРЕ УПРАВЛЕНИЯ**

*А.С. Арзамцева*

*Научный руководитель: Карасев А.П., канд. экон. наук, доцент  
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,  
Ярославский филиал*

XXI век - это время постоянного развития и конкуренции, время, когда людям необходимо с большой скоростью обрабатывать огромные потоки информации. Современному специалисту в любой сфере крайне важно поддерживать высокий уровень знаний и постоянно его актуализировать, уметь координировать свои действия и максимально полно использовать все доступные возможности для своего развития.

Особенно это актуально для людей, задействованных в сферах, связанных с различными видами коммуникаций, в частности, наибольшее значение это приобретает для менеджмента всех уровней. Представители



данной профессии в связи со своей высокой необходимостью собирать, обрабатывать и координировать информацию и действия людей, чаще других сталкиваются с проблемой нехватки времени и возможностей для собственных нужд.

Самым ограниченным ресурсом, имеющимся в распоряжении человека, является время. Закономерным для людей осознавших эту проблему является вопрос: где взять время на все необходимые аспекты жизни, ведь в сутках всего 24 часа. По данным опроса в 2017 году озаботились данным вопросом и проходили корпоративное обучение по тайм-менеджменту 13% опрошенных сотрудников компаний [1].

Решением данной проблемы является самоменеджмент. Исходя из множества определений, можно охарактеризовать его как технологию управления жизнью, позволяющую максимально рационально управлять собственными возможностями и временем в различных сферах.

При ежедневном решении разного рода задач менеджер выполняет различные функции. Этот процесс можно представить, как круг самоменеджмента, наглядно демонстрирующий связи между отдельными функциями. Во внешнем круге выделяются пять функций: постановка целей, планирование, определение приоритетов по предстоящим делам, составление распорядка дня и организация трудового процесса, самоконтроль и корректировка целей. Во внутреннем круге самоменеджмента расположена объединяющая функция - работа с информацией. Вокруг нее в известной мере «вращаются» остальные функции, так как обмен информацией необходим во всех фазах процесса самоменеджмента [2].

Раскрывая данные функции можно сказать, что поставленные цели должны быть конкретными и реалистичными, краткосрочные цели должны согласовываться с долгосрочными и не противоречить им, а также необходимо распределять их по важности и многое другое.

На практике могут применяться различные методики самоменеджмента. Искусство управления жизнью затрагивали в своих работах Л. Зайверт, Д. Эйзенхауэр, Д.Лифт, С.Ковин, А. Бишоф и К. Бишоф, Х. Инхамом, А. Лакейна, В. Парето и другие.

Так, немецкие авторы Анита и Клаус Бишоф предлагают практические методы самопроверки, необходимые для формирования сбалансированной компетентности в профессиональной жизни, осознанной ответственности за карьеру [3].

Для начала необходимо определить то, чего человек уже достиг и найти новые возможности для развития. Для этого необходимо определить

баланс удовлетворения-разочарования, баланс производительности, сильные и слабые стороны, произвести оценку компетентности.

На основе анализа полученных данных появляется возможность сформулировать новые цели, определить, чего вы хотите добиться за счет изменений, а это создаст ясность и позволит увидеть пути их достижения. В последующем появится необходимость реализации целей, расстановки их по приоритетности и составления списка активных действий.

Помочь при планировании и составлении списка действий может принцип, разработанный 34-м президентом США Дуайтом Эйзенхауэром. Согласно этому принципу, приоритеты устанавливаются по таким критериям, как срочность и важность дела. В зависимости от этих критериев выделяются четыре группы дел.

1. Срочные и важные. К ним относятся те дела, за которые следует приниматься незамедлительно.

2. Срочные, но не очень важные (менее важные) дела. По отношению к ним руководителю не стоит проявлять поспешность. Если задача, несмотря на срочность, является не столь важной, то она должна быть в любом случае делегирована, поскольку для ее выполнения не требуется каких-то особых качеств.

3. Важные, но не срочные. Дела, не требующие безотлагательного выполнения, но требующие внимания. С ними важно постоянно работать, поскольку проблемы с такими делами начинаются тогда, когда они превращаются в срочные.

4. Несрочные (менее срочные) и неважные (менее важные), эти дела можно вообще не делать, поскольку существует вероятность, что они могут решиться без вашего участия или же необходимо выполнять их без ущерба более важным задачам [4].

Учитывая тот факт, что не все задачи руководитель может и должен выполнять самостоятельно, при планировании важно, грамотное распределение и делегирование части обязанностей на сотрудников, что в свою очередь позволит избежать стрессов и переутомлений. В этих условиях большую значимость приобретает эффективная целевая работа в команде.

Умение донести информацию, построить ее обсуждение, быть понятным и при этом достигнуть поставленных целей, также важно для руководителя. Ведь рационализация рабочего времени, например, при помощи оптимизации совещаний и продуктивно построенных переговоров, экономит не только время руководителя, но и людей, связанных с ним.

Грамотное применение самоменеджмента как способа организации рабочего и личного времени откроет новые возможности для карьерного роста. Ведь во многом функции самоменеджмента схожи с функциями менеджмента.

Отработанные на личном опыте методики организации времени и пространства, мотивации, планирования действий, самоконтроля позволят в последующем спроецировать их на работу коллектива, что положительно скажется на результативности труда, общей квалификации сотрудников, уровне напряжённости в коллективе и позволит проявить себя как успешного специалиста в любой сфере управления.

#### **Библиографический список**

1. На рынке корпоративного обучения востребованы программы по финансам и бухучету [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://nafi.ru/analytics/na-gynke-korporativnogo-obucheniya-bolee-vsego-vostrebovany-programmy-po-finansam-i-bukhuchetu/>.

2. Теория управления: учебное пособие для бакалавров / Н.И. Астахова и др. под общ.ред. Н.И. Астаховой, Г.И. Москоитина. – М.: Юрайт, 2013 – 375 с.

3. Урмина И.А. Самоменеджмент: учебник для академического бакалавриата. - М.: Издательство Юрайт, 2019. - 201 с.

4. Психология управления: учеб. пособие / О.В. Евтихов; Сиб. гос. аэрокосмич. ун-т. – Красноярск, 2011. – 156 с.

УДК 339.138

### **КОГНИТИВНЫЙ ДИССОНАНС В ПОВЕДЕНИИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В ИНФОРМАЦИОННУЮ ЭПОХУ**

*Д.В. Пикалова*

*Научный руководитель: Карасев А.П., канд. экон. наук, доцент  
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,  
Ярославский филиал*

Если представить, что жизнь - это игра, то человек в ней - актер, который выполняет множество самых разных социальных ролей, будь это ребенок или родитель, учащийся или служащий, руководитель или спортсмен и т.д. Но независимо ни от чего, каждый человек является потребителем. Потребление самых разнообразных товаров настолько сильно укоренилось в жизни каждого человека, что порою люди даже не замечают, насколько важное влияние оно оказывает на формирование образа жизни. На образ жизни большое влияние оказывают инновации, которые в современном мире активно внедряются во все сферы жизни. Не

обошли они стороной и маркетинг. Реклама, которая переполняет улицы городов, телевидение, различные печатные издания и, разумеется, Интернет во многом определяют потребительское поведение человека.

После совершения покупки каждый человек нередко задумывается над тем, не зря ли он приобрел эту вещь? действительно ли она ему нужна и т.д. Множество факторов заставляют потребителя задуматься, не совершил ли он ошибку. В основном, они все основываются на том, что в результате совершения сделки появляется психологический дискомфорт, так называемый послепокупочный или когнитивный диссонанс, возникающий на стыке двух несовместимых мыслей или убеждений.

Понятие «когнитивный диссонанс» было введено американским психологом Леоном Фестингером (1957). Говоря о когнитивном диссонансе, он выделяет следующие факторы, способствующие его появлению:

- нарушение соответствия логики какого-либо события с личным опытом человека;
- разница во мнениях между одним субъектом и общепринятым или устоявшимся мнением, несоответствие которому кажется алогичным;
- отрицание необходимости следовать культуре и правилам общества, являющимся устоявшимися традициями, которым нередко следуют чаще, чем установленным нормам законодательства;
- столкновение в сознании между уже пережитым опытом и новой сходной с ним ситуации, которая развивается не по «привычному сценарию».

Специфика когнитивного послепокупочного диссонанса характеризуется аналитической частью, т.е. в условиях информационной эпохи развития мира более важными становятся интеллектуальные работы, а не физические, и как раз это отражается в процессе рефлексии проведенной потребительской сделки, при выделении и анализе плюсов и минусов.

Разумеется, в современном информационном мире психологи, социологи и маркетологи уделяют большое внимание данной проблеме, ведь она влияет на маркетинг и на развитие экономики в целом, а также на их взаимосвязь. Можно выделить несколько способов решения и нейтрализации диссонанса.

Первый способ – аннулировать, или изменить поведение таким образом, чтобы оно соответствовало убеждениям. Этот способ часто бывает невозможно осуществить, поскольку поступок уже совершен.

Второй способ – игнорирование диссонанса или конструирование правдоподобных оправданий, позволяющих объяснить поступок влиянием внешних сил.

Третий способ достижения консонанса – такое изменение убеждений, чтобы новые установки оправдывали поведение.

Психологическое напряжение и наличие диссонанса оказывают отрицательное влияние на спрос, что негативно отражается на самих компаниях, а значит, нужно использовать методы, которыми они пытаются успокоить и сохранить потребителей. Компании обычно оперируют такими способами как возможность оплаты спустя какое-то время, рассказывают о необходимости приобретения данного товара и что он точно сможет облегчить современную рутину, преподносят товар только с самых лучших и привлекательных сторон и многими другими приемами.

Когнитивный диссонанс свойственен всем людям. Но далеко не все люди работают над тем, чтобы избавиться от него. Ведь превращение диссонанса в консонанс требует серьёзной работы над собой в психологическом настрое.

Для демонстрации широкой распространенности когнитивного диссонанса в нашей жизни, автором статьи было проведено два исследования, суть которых заключалась в сопоставлении и наличии когнитивного диссонанса у людей двух возрастных категорий. Первая – это от 18 до 20 лет, а вторая от 35 до 45 лет. Данные категории возраста были выбраны не случайно, т.к. людей, относящихся к первой категории, отличает от второй большое количество факторов. Во-первых, к первой группе относятся студенты 1 и 2 курсов, которые в основном не имеют собственного заработка, а живут за счет средств родителей, ко второй – наоборот, взрослые люди, имеющие постоянный доход. Во-вторых, ценности у этих двух групп совершенно разные. В-третьих, различается мышление и способы анализа ситуации.

В данном исследовании было опрошено 27 человек в первой группе, и 20 человек во второй группе, т.е. в общей совокупности 47 человек. Им задавались одни и те же пять вопросов:

1. Испытывали ли вы сомнения после покупки товаров?
2. Насколько сильные были переживания?
3. Что влияло на эти переживания?
4. Для каких товарных групп это наиболее характерно?
5. Что могло бы снизить ваши переживания?

Проведем анализ полученных результатов анкетирования. Так, на первый вопрос все участники опроса ответили положительно. На второй вопрос первая группа, отвечая по 10-бальной шкале, выбрала варианты

ответов от 4-5 баллов, вторая же была более впечатлительной и выбрала от 7-8 баллов. При ответе на третий вопрос представители первой группы выбирали, в основном наличие большого ассортимента товаров, а второй категории – соотношение цены и качества. Отвечая на четвертый вопрос, первая группа в 18 случаях выбрала одежду, а в 11 – технику. Вторая группа ответила, отдав предпочтения в равном количестве: технике, ювелирным изделиям, мебели и услугам различных компаний (мед. услуги, страхование и т.д.). И при ответах на последний вопрос, большинство людей из двух групп сошлись во мнении, что снизить переживания помогло бы знание всех плюсов и минусов товара и советы близких людей.

По данным опроса можно сделать выводы, что когнитивный диссонанс, свойственен всем людям вне зависимости от возраста. Принимая решения при покупке товара, люди в первую очередь основываются на отзывах и советах других людей. В зависимости от возраста у людей увеличивается уровень страха совершить ошибку при совершении покупки, а также меняются приоритетные категории товаров.

В заключение хотелось бы сказать, что когнитивный диссонанс свойственен всем людям без всякого исключения. Для того, чтобы избавиться от данного явления, можно пользоваться следующими правилами:

1. Смена собственного поведения в соответствии с новой сформировавшейся ситуацией.

2. Полностью преобразить одну из когниций. Говоря иначе – полностью убедить себя в обратном.

3. «Отбирать» поступающую информацию касательно определенной проблемы таким образом, чтобы она соответствовала личным суждениям и логике.

4. Полностью признать правдивость поступающих суждений, откорректировать свое видение ситуации согласно с ними и принимать решение исходя из новой позиции.

Когнитивный диссонанс свойственен всем людям. Но далеко не все люди работают над тем, чтобы избавиться от него. Ведь превращение диссонанса в консонанс требует серьезной работы над собой в психологическом настрое. Исходя из вышеперечисленного списка правил, можно минимизировать когнитивный диссонанс или даже полностью избавиться от данного недуга.

#### **Библиографический список**

1. Тайны сознания и бессознательного: хрестоматия // Сост. К.В. Сельченко. - Мн., 1998.

2. Росс Ли, Нисбетт Л. Человек и ситуация. – М., 2000.
3. Когнитивная психология //Под ред. В.Н. Дружинина, Д.В. Ушакова. - М.: ПЕР СЭ, 2002. - 480 с.
4. Психические процессы. Теория когнитивного диссонанса Л. Фестингера. – Режим доступа: <http://www.medvrach.com>.

УДК 331.1

## **КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА И ЕЕ РОЛЬ В УПРАВЛЕНИИ ОРГАНИЗАЦИЕЙ**

***В.А. Фёдоров***

*Научный руководитель: Карасев А.П., канд. экон. наук, доцент  
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,  
Ярославский филиал*

Для успешного функционирования на каждом предприятии должен быть сформирован устойчивый коллектив, который будет служить базисом и опорой руководства при выполнении производственного плана. В настоящее время на предприятиях корпоративная культура является важным условием процветающей работы компании, фундаментом ее экстенсивного и интенсивного роста производства и стремления к повышению эффективности рекламы, а также увеличения поставок на рынок своей продукции, получения большей части потребителей на рынке и повышения своей конкурентоспособности.

Корпоративная (организационная) культура представляет собой систему ценностей и поведенческие стандарты, которые принято считать на данном предприятии ключевыми и которые следует включать во все сферы ее деятельности. Сформированная на фирме корпоративная культура является ее визитной карточкой и отражается на самых разных уровнях в коллективе, системе и правилах взаимоотношений, стиле руководства, тем самым создаются корпоративные традиции, которые индивидуальны в организации.

Существует множество трактовок понятия «корпоративная культура». Различные авторы в различное время обращались к нему, и каждый давал свое определение, включая в него свои определенные особенности.

Например, по мнению Р.С. Голова, «корпоративная культура, или как еще ее называют организационная культура - это совокупность моделей поведения, приобретенных организацией в процессе адаптации к внешним и внутренним условиям, которые на опыте доказали свою эффективность». Данное мнение является одним из самых популярных, на нем основываются многие исследования в данном вопросе и оно считается

наиболее полным и точным. Но существуют и другие трактовки, которые также заслуживают внимания. Например, В.Г. Алиев пишет, что Х. Шварц и С. Девис обозначали корпоративную (или организационную) культуру предприятия как систему сложившихся убеждений, формирующих нормы и правила, влияющих как на поведение отдельных работников фирмы, так и на сложившиеся группы.

Й. Кундэ, Дж. Коттер, С. Хескет, Т. Дил, А. Кеннеди определяли корпоративную культуру как устоявшийся инструмент руководства над людьми, который также помогает работникам предприятия выполнять поручения и заявленный план организации. Например, она формирует ориентиры действий и поведения персонала, т.е. у работников происходит сопоставление себя и компании, т.е. определения для себя значимости занимаемого в ней места, что влечет за собой признание традиций компании, осознание ее идеалов и положительно влияет на поведение сотрудников и руководителей.

Существующая в какой-либо организации корпоративная культура, может определенным образом влиять на поведение сотрудников, например:

1) корпоративная культура помогает знакомству компании и сотрудников, а значит, помогает понять работникам свою важность их работы, что благотворно сказывается на качестве их работы;

2) корпоративная культура помогает работникам организации сформировать такие понятия как «рабочий коллектив», «взаимопомощь», «взаимопонимание», что предотвращает различного рода нежелательные поступки от других сотрудников, т.е. коллег по работе;

3) корпоративная культура формирует у сотрудников преданные отношения между ними и руководителями, ведь эта верность и лояльность помогают в процессе работы, т.к. увеличивают производительность их труда.

Нужно также рассмотреть влияние корпоративной культуры в процессе жизнедеятельности на становление и развитие процесса производства. Корпоративная культура в каждой стране развивается разным образом, с самого момента ее появления в каждой стране в зависимости от традиций, менталитета людей, развитости страны и ее экономического благополучия люди по-разному относятся к попыткам создать рабочий коллектив или же определенную индивидуальную организационную форму, которая была бы визитной карточкой компании.

Так, в России корпоративная культура появилась задолго до введения этого термина в 19 веке, так под влиянием природно-географического фактора сформировались такие стороны жизни и мировоззрения русского



народа, как коллективизм, уважение к власти, свободолюбие и т.д. Значит, корпоративная культура сформировалась уже на уровне всего народа, а в организациях существуют разные ее формы в более сплоченном варианте.

Рассмотрим в качестве примера российскую компанию ПАО «Газпром нефть». На официальном сайте компании говорится о том, что корпоративная культура является одним из важных факторов, который помогает в достижении главных стратегических целей. В своей практике становления и улучшения корпоративной культуры компания «Газпром нефть» использует такие методы как создание соревновательного момента в работе, «управление через присутствие», правильное использование каскадного метода в распределении обязанностей, развитие системы обратной связи и другие. Все методы используются в рамках осуществления одной из программ «Матрица». Значит, такая успешная и внушительная, по объемам выполняемой работы, компания признает важность наличия корпоративного духа, т.к. именно он может помочь в решение значимых вопросов.

Корпоративная культура развита и в ПАО «Сбербанк», у которого есть свои корпоративные особенности. На сайте данной компании прописано, что «Сбербанк считает персонал своим важнейшим активом и основой конкурентоспособности. Сбербанк управляет человеческим капиталом таким образом, чтобы обеспечить реализацию Стратегии и создать условия для развития личностного потенциала сотрудников независимо от вероисповедания, политических предпочтений, пола и возраста». Значит, еще одна российская компания, которая имеет значимую роль в формировании экономической политики государства активно использует корпоративную культуру.

В заключение, можно привести пример, как влияет корпоративная культура на производительность труда. В статье американского журнала описывается проведенное в 90-х годах исследование по анализу производительности на двух дочерних организациях в Японии и США: «На сборочной линии одной американской компании в Атланте, штат Джорджия, 35 американок собирали транзисторные панели, производя ряд стандартных операций. В Токио на другом предприятии той же компании на таком же конвейере работало 35 японок, выполнявших те же операции. Единственным отличием этих линий была их различная производительность: японские работницы производили на 15% больше панелей, чем американки, находившиеся в 7000 миль от них». Данный факт показывает, что сплоченный коллектив, а значит и устоявшаяся корпоративная культура имеет большую роль в становление, развитии и успешном процветании компаний самого разного вида деятельности.

### **Библиографический список**

1. Абрамова С.Г., Костенчук И.А. О понятии «корпоративная культура». - М., 2007. - 184 с.
2. Актуальные проблемы управления персоналом. Под ред. Платонова Ю.П. - СПб: Делком, 2008. - 346 с.
3. Алиев В.Г. Теория организации, 2003.
4. Бурков В.Н., Новиков Д.А. Как управлять проектами. - М.: РОЭЛ, 2007.
5. Рефрейминг организации: Компания как фабрика, семья, джунгли и храм. - М.: ООО «Альпина Паблишер», 2012.
6. Управление персоналом организации: учебник / Под ред. А.Я. Кибанова. - М.: ИНФРА-М, 2010.

УДК 360.02

## **СТРАТЕГИЯ ПОВЫШЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ ДОСТУПНОСТИ В РОССИИ**

***В.С. Язева, А.Д. Трухачева***

*Научный руководитель: Карасев А.П., канд. экон. наук, доцент  
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,  
Ярославский филиал*

Возможности развития финансового рынка РФ весьма разнообразны. Одним из приоритетных современных направлений является повышение доступности финансовых услуг. Однако существует ряд нерешенных проблем финансовой доступности в России, связанных с особенностями её экономики, географическим положением и демографией.

Одной из таких проблем является сложность взаимодействия с жителями сельской местности, где трудно предоставить финансовые услуги. Прежде всего, в этих районах расположено меньшее количество банковских подразделений, а функциональность платежных терминалов и банкоматов ограничена.

Кроме того, уровень распространенности финансовых услуг среди малообеспеченных и пожилых людей ниже общего уровня. По сравнению с общим уровнем владения счетами в России, который составляет 79,5%, уровень владения счетами среди пенсионеров и безработных составляет всего 67,3 и 63% соответственно [2].

Другой не менее значимой проблемой является взаимодействие малого и среднего предпринимательства (МСП) и финансовой сферы: низкий уровень использования финансовых услуг, отсутствие достоверной информации о субъектах МСП, малое количество программ

государственной поддержки субъектов МСП и слабая осведомленность субъектов предпринимательства о таких программах.

Для решения данных проблем Центральным Банком России была разработана стратегия повышения финансовой доступности.

Для повышения финансовой доступности в труднодоступных областях были предусмотрены следующие меры:

1. Повышение физической доступности финансовых услуг:

- установление требований по распространению финансовых организаций на отдаленных территориях;
- создание стимулов для банков к улучшению доступа к своим услугам;
- создание карты расположения финансовых организаций для того, чтобы оценить имеющийся дефицит и функциональность;
- создание условий для взаимодействия финансовых организаций.

2. Совершенствование регулирования:

- расширение финансовых организаций, не относящихся к банкам, но имеющих полномочия поручать проведение идентификации клиента кредитным организациям;
- расширение банковских операций, для выполнения которых нужно привлечь платежных агентов;
- адаптация функционала страховых посредников к новым рыночным условиям;
- усиление контроля, которое необходимо для увеличения функционала агентов;
- введение и адаптация удаленной идентификации через ЕСИА;
- расширение списка данных, которые предоставляются через электронно-информационный обмен;
- изучение использования источников финансовых услуг на основе телевидения, интернета и других каналов информации;
- создание и поддержание «диалога» между государственным и частным секторами.

Для расширения возможностей по финансированию субъектов малого и среднего предпринимательства были предложены следующие меры:

1. Улучшение информационной инфраструктуры для субъектов МСП:

- изучение потребностей субъектов малого и среднего предпринимательства в финансовых услугах;
- создание государственной объединённой базы данных субъектов МСП.

2. Улучшение эффективности программ поддержки субъектов МСП и заинтересованность финансовых организаций:

- предоставлять услуги субъектам малого и среднего предпринимательства;

- стандартизация подходов и документов для финансирования;

- запуск программ перерасчёта совокупности кредитных задолженностей;

- развитие микрофинансовых организаций (МФО) благодаря повышению уровня подготовленности персонала, разработки документов, поддерживающих их развитие, и вхождение субъектов МСП в систему поддержки малого и среднего предпринимательства;

- развитие рынка компаний малой капитализации на бирже с целью привлечения финансирования в проекты субъектов МСП;

- развитие краудфандинга, т.е. объединения людей и их финансов, как формы финансирования.

3. Упрощение регулирования для обеспечения доступности финансовых услуг:

- разработка нормативно-правовой базы для развития дополнительных продуктов финансирования субъектов МСП;

- рассмотрение возможности создания системы стимулов для кредитования субъектов МСП поставщиками финансовых услуг.

4. Повышение финансовой грамотности субъектов МСП.

Чтобы повысить финансовую доступность социально незащищенных групп населения, было предложено:

1. Изучение потребностей каждой группы населения:

- проведение исследований, направленных на определение ограничений и потребностей каждой из групп населения, а также моделей их финансового поведения.

2. Стимулирование развития финансовых продуктов и услуг, удовлетворяющих нужды населения с ограниченным доступом к финансовым услугам:

- разработка финансовых продуктов для групп населения с ограниченным доступом к финансовым услугам;

- оценка нормативных барьеров, связанных с разработкой продуктов с низкой стоимостью, и проведение оценки предложений по изменению регулирования для преодоления таких барьеров на предмет возникновения возможных рисков;

- оценка возможности расширения перечня банковских операций, для осуществления которых допускается привлечение банковских платежных

агентов, с учетом усиления контроля за их деятельностью для минимизации рисков [3].

В результате осуществления этих мер произойдет улучшение качества и доступности финансовых услуг для групп населения, на которые она ориентирована: жителей сельской местности, малообеспеченных и пожилых людей и субъектов МСП. Но достичь наибольшей эффективности можно будет только при одновременном повышении финансовой грамотности населения.

#### **Библиографический список**

1. Роль Банка России в развитии цифровых финансовых услуг в целях повышения финансовой доступности // Вектор экономики. - 2017. - № 11.
2. Индикаторы финансовой доступности Банка России, 2017 [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [https://www.cbr.ru/finmarket/development/development\\_affor/indicators/](https://www.cbr.ru/finmarket/development/development_affor/indicators/).
3. Стратегия повышения финансовой доступности в России [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [www.cbr.ru/finmarket/development/development\\_affor/strategy/](http://www.cbr.ru/finmarket/development/development_affor/strategy/).

УДК 339.138

### **INFLUENCER MARKETING КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ МАРКЕТИНГОВЫЙ КАНАЛ ПРИВЛЕЧЕНИЯ НОВЫХ КЛИЕНТОВ**

**А.С. Зензик**

*Научный руководитель: Карасёв А.П., канд. экон., доцент  
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,  
Ярославский филиал*

В современном digital или цифровом мире потребитель становится все более искушенным, а информационная нагрузка на людей только возрастает. Поэтому предприятиям необходимо искать новые более эффективные стратегии для продвижения своих брендов, которые будут сочетать в себе достоинства всех известных классических способов и методов. Рассмотрим одну из таких стратегий - Influencer Marketing - способ продвижения товаров и услуг через лидеров мнений на конкретном примере.

Кимберли (Ким) Кардашьян-Уэст – американская звезда реалити-шоу, актриса, фотомодель [1] и Instagram-блогер [2] со 124 миллионами подписчиков. 21 июня 2017 года она запустила первую линию косметики собственного бренда KKW Beauty, которая была распродана за 2,5 часа. А спустя год, 4 июня 2018 года Совет модельеров Америки (англ. Council of

Fashion Designers of America, CFDA) присудил Ким Кардашьян первую в истории премии CFDA Fashion Awards награду в номинации «Influencer» (см. рис. 1).

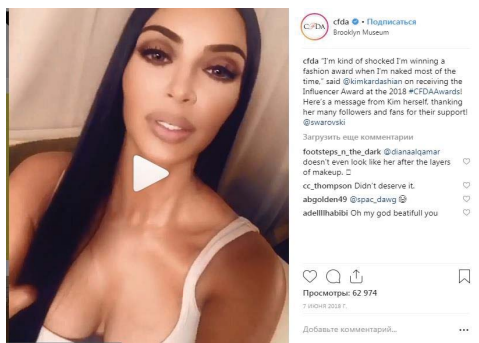


Рисунок 1. Скриншот с верифицированной страницы CFDA в социальной сети Instagram

До недавнего времени в России и за рубежом при продвижении брендов активно использовались технологии продакт-плейсмента (англ. product placement) – рекламы, интегрированной в фильмы, книги, клипы и другой масс-контент. Использование так называемой скрытой рекламы началось еще в 1929 году – с мультфильма, после которого продажи показанного продукта увеличились на 30 % в США. Вторая волна интегрирования рекламы настала с выходом в прокат фильма "Доктор Но" в 1962 году, в котором зрители за 133 минуты смогли увидеть рекламу 20 брендов [3].

Инфлюенсеры – это явление последних трех лет и новое слово в маркетинге. В широком смысле Influencer Marketing – это продвижение бренда через авторитет конкретного человека, места, персонажа, то есть разновидность маркетинга влияния. Согласно статистике [4], 92% людей склонны верить рекомендациям других людей, даже если не знакомы с ними лично, но считают их мнение авторитетным (см. рис. 2). Люди доверяют любимым блогерам больше, чем обычной или интегрированной рекламе.

Работая с известными блогерами, бренды обращаются к их фолловерам, используя их лицо. Таким образом, работа с инфлюенсерами – это работа с готовым каналом воздействия на готовую аудиторию при помощи комплексного подхода.

С развитием Influencer Marketing маркетологи стали выделять микро- и наноинфлюенсеров, имеющих до 10 тысяч подписчиков и 1-1,5 тысячи подписчиков соответственно. Причина интереса брендов к блогерам со

столь небольшим количеством подписчиков заключается в более четко определенной целевой аудитории и в более высоком уровне обратной связи. Чем больше вовлеченность аудитории, тем выше показатель конверсии. Точно отслеживать прямые и ассоциированные конверсии можно с помощью Google Analytics или Яндекс.Метрики. Но можно приблизительно оценить уровень вовлеченности и более простыми методами. Например, сайт Influencerfee [5] показывает информацию о количестве подписчиков, лайков, комментариев на странице блогера в Instagram, а также просчитывает уровень вовлеченности аудитории и примерную стоимость рекламного поста.



Рисунок 2. Уровень доверия покупателей инфлюенсерам и брендам

Скриншоты статистических данных (см. рис. 3) микроблогов Ким Кардашьян и российского fashion-блогера @mur\_madonna в социальной сети Instagram показывают, что у малоизвестного блогера (4207 подписчиков) вовлеченность аудитории может быть в разы выше, чем у знаменитости мирового уровня (124049758 подписчиков). Из этого следует, что небольшие локальные бренды, имеющие узкую целевую аудиторию и небольшой рекламный бюджет, смогут с большей эффективностью потратить свои деньги, заказав рекламный пост у микроблогера с подходящей целевой аудиторией.



Рисунок 3. Статистические данные микроблога Ким Кардашьян и @mur\_madonna в Instagram

Что же касается эффективности, согласно маркетинговым исследованиям, проведенным компанией Tomoson [6], Influencer Marketing был оценен как самый быстроразвивающийся онлайн-канал для привлечения новых клиентов (см. рис. 4), а бренды зарабатывают около 6,50 долларов США на каждый вложенный в Influencer Marketing доллар.

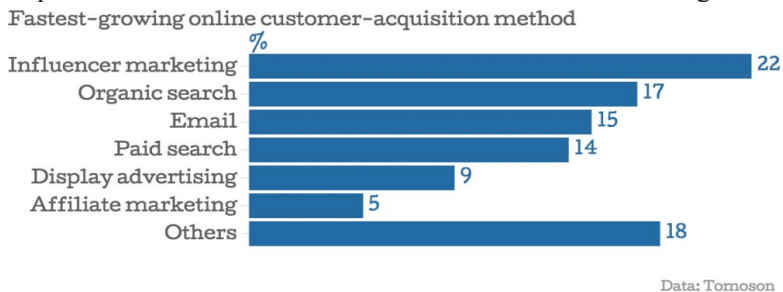


Рисунок 4. Оценка темпов развития методов онлайн-продвижения по мнению экспертов

Таким образом, согласно проведенным исследованиям, Influencer Marketing – хотя и новый, но очень перспективный и эффективный канал привлечения клиентов, который может использоваться как для продвижения локальных, там и всемирно известных брендов.

#### **Библиографический список**

1. [https://ru.wikipedia.org/wiki/Кардашьян,\\_Ким](https://ru.wikipedia.org/wiki/Кардашьян,_Ким).
2. <https://www.instagram.com/kimkardashian/>.
3. <http://promoatlas.ru/product-placement-skryitaya-reklama-v-kino/>.
4. <https://www.quora.com/Im-20-with-1-000-and-heard-about-the-joys-of-being-a-drop-shipper-Where-do-I-start-What-are-some-tools-you-recommend>.
5. <https://influencerfee.com/>.
6. <https://blog.tomoson.com/influencer-marketing-study/>.

УДК 65.015

### **ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТ КАК СРЕДСТВО УСПЕШНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СТАРШЕКЛАССНИКОВ И СТУДЕНТОВ**

**А.Л. Казанцев**

*Научный руководитель: Карасев А.П., канд. экон. наук, доцент  
МОУ Средняя школа «Провинциальный колледж»*

Проблема загруженности старшеклассников и студентов актуальна на данный момент как никогда ранее. С каждым годом экзамены усложняются, а отвлекающих факторов становится всё больше. Поэтому в



данной статье мы акцентируем внимание именно на российских студентах и старшекласниках, поскольку обычно исследования в сфере тайм-менеджмента рассчитаны на более широкую и взрослую аудиторию.

Именно поэтому, цель нашего исследования – разработать наиболее эффективные способы управления временем для старшекласников и студентов.

Для достижения этой цели рассмотрим уже существующие техники тайм-менеджмента и отберем наиболее удобные, основываясь на анализе результатов опросов и интервью.

В переводе с английского «time-management» - управление временем, но в буквальном смысле управлять временем невозможно. В данном случае, имеется в виду упорядоченное использование рабочего и личного времени. Тайм-менеджмент – это комплекс техник организации времени и повышения его эффективности.

Важно понимать, что организация времени подразумевает не только организацию рабочего процесса, но и личного времени. Сон, отдых тоже могут быть эффективными и неэффективными. Например, если обеспечить свою работу ритмичными паузами (перерывами для любой иной активности, желательно противоположной), это повысит эффективность работы за счет смены внимания и повышения мотивации. Точно также и человеческий сон может быть эффективным, если стабилизировать время отхождения ко сну, как и время пробуждения, а также использовать дневной сон [1, с. 199].

Что касается мотивации, она также может быть эффективной, если равномерно мотивировать себя для выполнения разной работы. Например, для выполнения какой-либо скучной и монотонной работы хорошо использовать технику «якорей» (музыка, цвет, движение, ритуал), которая помогает ввести себя в оптимальное эмоциональное состояние. Также для хорошей мотивации необходимо избавить себя от мелких неприятных дел – в терминологии тайм-менеджмента это называется «съесть лягушку».

Для успешной деятельности также крайне важно уметь ставить как краткосрочные, так и долгосрочные цели, которые впоследствии могут стать личной миссией или даже призванием. Чтобы корректно ставить долгосрочную цель, необходимо знать свои ценности, которые можно определить, проанализировав свое времяпрепровождение. В тоже время, чтобы правильно ставить краткосрочные цели, необходимо правильно планировать свое время, то есть оптимально распределять ресурсы для достижения поставленных целей. Правильное планирование подразумевает деление конкретизированных задач по группам: жесткие, гибкие и бюджетлируемые, кроме того, эти задачи должны быть разделены

по приоритетности. Долгосрочные же задачи могут быть выписаны в отдельном месте, которое в тоже время всегда должно быть на виду.

В настоящее время практически каждый человек сталкивается с таким явлением, как переизбыток информации. Для эффективной работы и отдыха необходимо уметь фильтровать потребляемые данные, то есть получать только необходимую информацию. Для этого можно настроить автоматическую фильтрацию социальных сетей, электронной почты, а также других источников информационного мусора. Вместе с потреблением ненужной информации часто возникает и другая схожая проблема – прокрастинация, когда человек ничего не делает и откладывает важные дела в долгий ящик. Борьба с прокрастинацией просто – нужно использовать технику ведения хронометража, то есть наблюдать за своим времяпрепровождением. На первый взгляд, в этом нет ничего особенного, но если делать все правильно, можно обнаружить огромное количество «поглотителей времени» или же периоды бесполезного времяпрепровождения.

В ходе исследования мы провели ряд опросов и интервью, которые помогли нам отобрать техники тайм-менеджмента, наиболее подходящие для использования старшеклассниками и студентами. Для наглядности приводим статистику по результатам одного из опросов: при ответе на один из вопросов большинство респондентов (89,1%) отметили, что бывают случаи, когда они забывают о каких-либо своих делах. Чтобы справиться с этой проблемой, необходимо использовать следующую технику тайм-менеджмента – контрольный список дел [3, с. 132]. В другом вопросе большинство респондентов (52,2%) отметили, что им случалось перепутать дела, потому что они не могли вспомнить, что имели в виду, когда писали себе напоминания. Для решения этой проблемы есть такая техника тайм-менеджмента, как формулировки дел, ориентированные на результат [3, с. 134].

Таким образом, были отобраны и протестированы техники тайм-менеджмента, максимально удобные для использования старшеклассниками и студентами. Нашими техниками активно пользуются большинство тех, кому мы их рекомендовали. Те, кто следовал всем рекомендациям, показывали и продолжают показывать успехи в учебе и внеурочной деятельности, а значит, наши техники эффективны.

#### **Библиографический список**

1. Архангельский Г.А. Тайм-драйв: как успевать жить и работать. - М.: Манн, Иванов и Фербер, 2011. - 272 с.
2. Гранин Д.А. Эта странная жизнь. - М.: Манн, Иванов и Фербер, 2015. - 176 с.

3. Лукашенко М.А. Тайм-менеджмент для школьника. Как Федя Забывакин учился временем управлять. - М.: Альпина Паблишер, 2017. - 178 с.

4. Метасова Н.И., Луговская М.В. Необходимость и рациональность применения тайм-менеджмента // Тр. междунар. конф. «Информация как двигатель научного прогресса» / Екатеринбург: Аэтерна, 2017. - С. 142 – 145.

5. Рубашов А.В. Тайм-менеджмент как инструмент самоорганизации и организационного развития // Тр. междунар. конф. «Менеджмент XXI века. Драйверы социально-экономического развития». - СПб: Изд-во РГПУ им. А.И. Герцена, 2016. - С. 169 – 172.

УДК 005

## **РОССИЙСКИЙ РЫНОК ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ: ПРОБЛЕМЫ, ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ**

*Л.С. Шевченко*

*Научный руководитель: Минеев А.Н., канд. экон. наук, доцент  
Международная академия бизнеса и новых технологий (МУБиНТ)*

В современных условиях гостиничный бизнес является одним из наиболее динамичных и быстро развивающихся отраслей социально-экономической сферы. Согласно исследованиям Всемирной Туристской Организации (United Nations World Tourism Organization; UNWTO) ежегодно рынок гостиничных услуг увеличивается на 5% [1]. Для развивающихся стран этот показатель составляет 7-9%. Ярким примером выступает Россия. Во многом это обусловлено привлекательностью инвестиций, а также ненасыщенности предложений на рынке туристических услуг. Согласно данным отчета ВТО каждый год Россию посещают более 30 млн. человек из разных стран.

В связи с развитием сферы туризма актуальной задачей как федеральных, так региональных и местных органов власти становится совершенствование инфраструктуры гостиничной отрасли, повышение качества предоставляемых услуг, максимальное удовлетворение клиентов.

Согласно статистическим данным после 2005 года, количество гостиниц в России стало увеличиваться. Основной туристический поток приходился на страны бывших советских республик, граждане которых поспешили на поиски работы и лучшей жизни. Внутренний туризм претерпевал кризис, поскольку те, кто мог себе позволить отдых, предпочитали проводить его за границей [1].

На сегодняшний день гостиничная индустрия в России развивается с невиданной ранее скоростью. По данным Росстат за период с 2004 по 2016 год общее число гостиниц и аналогичных средств размещения увеличилось с 4041 до 14948.

В последнее пятилетие наблюдается нестабильность мирового уклада. Часть туристов, которые предпочитали отдых за границей на протяжении последних лет, сейчас делают выбор в пользу российских курортов [1].

Как и любая другая сфера, гостиничный бизнес в России имеет свои проблемы. Среди основных можно выделить:

1. Дефицит высококвалифицированных кадров. На сегодняшний день в гостиничной отрасли наблюдается нехватка профессионалов высокого уровня.

2. Низкая производительность труда. Невысокая оплата труда обуславливает высокую текучесть кадров, низкое качество услуг. Отечественные гостиницы проигрывают в качестве обслуживания своим конкурентам, пришедшим из-за рубежа. В настоящее время в России насчитывается около 4000 гостиниц, из которых более 70% по качеству обслуживания не подходят ни под одну из действующих категорий.

3. Низкий уровень сервиса. Перечислим наиболее распространенные причины. Первая из них — привлечение неопытного персонала в условиях «кадрового голода». Новый сотрудник плохо знает стандарты и не понимает, как их выполнять и в результате снижается уровень сервиса. Вторая — текучесть кадров. Например, в Петербурге отельеры жалуются на большое количество вакансий среди горничных [3].

4. Низкий уровень использования современных технологий. Для российских гостиниц серьезной проблемой является внедрение новейших технологий. Это обусловлено тем, что 80% гостиничного рынка состоит из зданий устаревшей постройки советского времени, что делает практически невозможным техническое перевооружение гостиниц [6].

5. Необоснованно завышенная стоимость услуг. Для внутреннего туризма большинство услуг в сфере гостиничного бизнеса остается недоступным. Если сравнивать с более высоким уровнем сервиса при аналогичной стоимости отелей в других странах, привлекательность отечественных гостиниц значительно снижается [4].

6. Сосредоточенность инвестиций в курортах Краснодарского края, Республике Крым, Москве, Казани и Санкт-Петербурге. В связи с развитием туристического и реакционного бизнеса, гостиницы сейчас — один из самых инвестиционно привлекательных сегментов. Как правило, частные инвесторы стараются вкладывать деньги в отели с курортной составляющей [5].

Учитывая всё вышеизложенное, можно сделать вывод, что гостиничный бизнес в России имеет одновременно и большое количество проблем, и огромный потенциал для развития.

В последние годы в стране проводились мероприятия и соревнования музыкального, спортивного, научного и экономического характера. Универсиада в Казани, Олимпийские игры в Сочи, Евровидение в Москве, Экономический форум во Владивостоке и многие другие международные события. Всё это дало толчок к развитию гостиничной индустрии в России. Чемпионат Мира по футболу в 2018 году позволил целому ряду городов в стране отреставрировать свою историческую часть, построить новые транспортные развязки, а главное, открыть новые отели. Это, безусловно, повышает их рейтинг в глазах не только российских туристов, но и гостей из-за рубежа [1].

Среди тенденций развития гостиничной индустрии можно назвать:

1. Развитие международных гостиничных сетей. Сегодня в России работает 20 международных гостиничных операторов, более чем в 30 городах. В их управлении находится более 170 гостиниц.

2. Внедрение в работу гостиниц новых компьютерных технологий. Использование компьютерных технологий в последнее время всё больше охватывает индустрию гостеприимства. Доказательство тому – стремительный рост подключений турфирм к глобальным системам бронирования (GDS) Amadeus, Galileo, Sabre, Worldspan, Fidelio. Только за прошедший год эти GDS практически удвоили число своих пользователей.

3. Развитие малых гостиниц (до 100 номеров). По данным Discovery Research Group, за последние десять лет российский гостиничный рынок ежегодно рос на 15-20% именно за счет развития малых гостиниц в регионах. Подобный формат развивался в городах России: Сочи, Геленджике, Анапе, а также Золотого кольца. В целом по стране объем ввода таких объектов ежегодно прирастает на 50%.

Из всего вышеизложенного следует, что на современном этапе гостиничная индустрия динамично развивается. Согласно последним статистическим данным в России насчитывается уже более 16 тысяч гостиниц и аналогичных средств размещения. Активному развитию рынка способствуют политика властей всех уровней, интерес бизнеса, а главное, въездной и внутренний туризм. Тем не менее, в отрасли существует достаточно большое количество проблем – дефицит профессиональных кадров, низкая производительность труда, невысокий уровень сервиса, необоснованно завышенная стоимость услуг. Решение этих проблем требует комплексного подхода, основанного на менеджменте и маркетинге [2].

### **Библиографический список**

1. Всё о гостиничном бизнесе: Развитие гостиничного бизнеса в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://inn35.ru/razvitie-gostinichnogo-biznesa-v-rossii/>.
2. Перспективы развития гостиничного бизнеса в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ardma.ru/razvitie/strategii-rosta/otsenka-biznesa/522-perspektivy-razvitiya-gostinichnogo-biznesa-rossii>.
3. Персонализированный сервис в малом отеле [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.delinform.ru/article.php?numn=9556>.
4. Проблемы развития гостиничного бизнеса в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ardma.ru/razvitie/strategii-rosta/otsenka-biznesa/519-problemy-razvitiya-gostinichnogo-biznesa-v-rossii>
5. Инвестиции в гостиничный бизнес в условиях кризиса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://sibac.info/studconf/econom/xlii/51186>.
6. Актуальные проблемы мирового развития гостиничной индустрии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://studref.com/333837/turizm/aktualnye\\_problemy\\_mirovogo\\_razvitiya\\_gostinichnoy\\_industrii](https://studref.com/333837/turizm/aktualnye_problemy_mirovogo_razvitiya_gostinichnoy_industrii).

УДК 338.1

### **ПРОБЛЕМЫ РЕАЛИЗАЦИИ НАЦИОНАЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ В РОССИИ**

***А.А. Винокурова, Т.В. Иванова***

*Научный руководитель: Тарасова А.Ю., канд. экон. наук*

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,  
Ярославский филиал*

За последние годы Россия, развивая политическую и экономическую сферу, сделала большой шаг для укрепления основ государственности, развития правотворческой деятельности, укрепления экономики. Однако вопросы развития социальной сферы все еще требуют особого внимания со стороны государства, которое должно уделять больше внимания проблемам, возникающим именно в этой области, а именно, в сфере, в которой существует и развивается человек.

Именно поэтому были разработаны национальные проекты общегосударственного значения, принятые в 2018 году в рамках Указа Президента «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» [1]. Национальные

проекты разработаны по трём направлениям: «Человеческий капитал», «Комфортная среда для жизни» и «Экономический рост».

Сам национальный проект представляет собой программу по улучшению условий жизни населения. Национальные проекты, которые Президент нашей страны представил в качестве концепции развития России, воспринимаются обществом по-разному. Их реализация представляет собой долгосрочную задачу, которая должна отражаться при подготовке законов о бюджете на текущий и плановый период [4].

Проблемы, существующие в социальной сфере, способны тормозить экономическое развитие государства. Так, одной из немаловажных проблем, является то, что в последнее время обеспечение финансовыми средствами социальной сферы по-прежнему остается на низком уровне, что говорит о значимости государственных средств для решения социальных проблем, так как национальные проекты имеют тесную связь с социальной сферой.

Реализация приоритетов социальной сферы имеет определенную важность, которая обуславливается еще и сменой курса экономического развития с энергетически - сырьевого на инновационный, а также проведение преобразований в сфере повышения качества жизни. Но при этом, большое количество образовавшихся проблем в данной сфере не позволяет эффективно и быстро перейти на новый путь развития экономики нашей страны [2].

Важнейшей задачей проектной деятельности является связь целей, задач и показателей нацпроектов и входящих в их состав федеральных проектов с целями, задачами и показателями соответствующих государственных программ. Для этого необходимо ускорить работу по доработке механизмов их реализации и погружения в «программный бюджет».

Основную сложность при реализации нацпроектов в субъектах Российской Федерации представляет разложение (декомпозиция) показателей федеральных проектов в показатели соответствующих проектов каждого конкретного региона с целью, во-первых, достижения количественных значений показателей национальных (федеральных) проектов в целом, а во-вторых, обеспечения четкой взаимосвязи между объемами финансирования и достигнутыми результатами. Вместе с тем на данный момент Правительством Российской Федерации не утверждены методические рекомендации по декомпозиции показателей федеральных проектов в показатели соответствующих региональных проектов.

Не в полной мере проработанная система показателей и всего механизма управления нацпроектами создает риски, что в ходе исполнения

федерального бюджета в 2019 году может потребоваться перераспределение бюджетных ассигнований как между отдельными нацпроектами, так и между реализующими их регионами.

Стратегическая значимость реализации нацпроектов требует выстраивания механизма постоянного мониторинга за прозрачностью и эффективностью расходования выделяемых на их реализацию средств.

Особое внимание следует уделить тому, что положительная реализация национальных проектов вероятно только в случае нахождения организационно-экономического механизма, который будет способствовать повышению самостоятельности местных бюджетов, а также будет обеспечивать прозрачность и эффективность использования бюджетных средств. Необходимо отметить, что на данный момент в расходной части бюджета ни в одном регионе страны не указывается пункт «Реализация национальных проектов» [3].

Главной задачей по организации управления национальными проектами в настоящее время является обеспечение сквозного управления ими. Для достижения сквозного управления можно предпринять два вида действий. Одним из них является создание временно действующих органов, которые будут контролировать процесс управления реализацией национальных проектов. В данном случае необходимо провести ряд мер, включающих создание совета при главе администрации, который будет заниматься реализацией наиважнейших национальных проектов; назначение заместителей главы администрации, которые будут нести ответственность за реализацию каждого принятого национального проекта; образование рабочих групп, относящихся к соответствующим им отраслевым департаментам [2].

Ещё одним предпринятым действием может быть введение новых организационных звеньев в структуре администрации, который будут следить за надлежащим выполнением национальных проектов.

Можно отметить, что для регулирования деятельности по реализации национальных проектов рационально будет создать структурные подразделения аппарата администрации.

Для Федерального Собрания Российской Федерации основным инструментом контроля за реализацией нацпроектов и доведением до субъектов Российской Федерации средств межбюджетных трансфертов на их реализацию является трехсторонняя комиссия по вопросам межбюджетных отношений. На ее рассмотрение Правительство Российской Федерации обязано выносить все проекты постановлений и распоряжений о перераспределении бюджетных ассигнований, предназначенных на реализацию нацпроектов.



Внешний финансовый контроль за реализацией нацпроектов будет осуществляться Счетной палатой Российской Федерации. С этой целью планируется внедрение в ее деятельность к 2021 году системы независимого и альтернативного мониторинга и оценки достижения национальных целей, обозначенных в Указе № 204. Такая система позволит регулярно и своевременно информировать Совет Федерации о проблемах и рисках достижения национальных целей, а также формировать на периодической основе аналитические материалы по совершенствованию системы управления достижения национальных целей, включая выработку рекомендаций для органов исполнительной власти [4].

Существует проблема нормативного регулирования национальных проектов. Необходимо выделить то, что в настоящее время как на федеральном, так и на региональном уровнях всё ещё остаются определенные пробелы в области нормативного регулирования процессов реализации национальных проектов в пределах конкретных территорий. Если вовремя не устранить такие пробелы, то это может привести к проблемам, связанных с реализацией самих мероприятий.

Исходя из положений и опираясь на совокупность всех ранее вышеперечисленных и упомянутых фактов, можно сделать вывод, что национальные проекты оказывают огромное влияние на социальную сферу, потому что они направлены на улучшение качества жизни населения. Однако в настоящее время существуют некоторые проблемы, связанные с реализацией национальных проектов. Следует отметить, что государством предпринимаются различные действия для устранения этих проблем.

#### **Библиографический список**

1. Указ Президента РФ от 07.05.2018 № 204 (ред. от 19.07.2018) «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года».

2. Батчиков С.А. Выдвижение «приоритетных национальных проектов»: шаг к долгожданной социальной переориентации реформационного курса // Российский экономический журнал. - 2005. - № 9-10.

3. Национальные проекты [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://politike.ru/termin/nacionalnye-proekty.html>.

4. Приоритетные национальные проекты [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://biznes-knigi.com/avtor-kollektiv-avtorov/242-prioritetnye-nacionalnye-proekty-cifry-fakty-dokumenty> - kollektiv-avtorov/read/page-1.html.

## СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА

*Р.Э. Сатилов, Кыргызская Республика*

*Научный руководитель: Рощина Н.В., канд. экон. наук, доцент*

*Ярославское высшее военное училище противовоздушной обороны*

В наши дни мировая экономическая конструкция стремительно меняется. Практически во всех сферах науки эксперты констатируют нарастание кризисных явлений. В таких условиях роль многопрофильных научно-исследовательских центров для сохранения и развития общества будет определяющей [1]. Поэтому, разработка новых основ организации и управления творческими научными группами и коллективами, инвариантных по отношению к экономическому укладу и учитывающих особенности культурной среды, является стратегически важной задачей и в глобально масштабе. Увеличение и оптимизация финансирования научно-исследовательской сферы, по мнению автора не являются исчерпывающими мерами. Причинами, вызывающими необходимость в формировании новой концепции, являются [2]:

- потребность в создании прорывных технологий; общесистемный кризис научных направлений менеджмента;
- неэффективность мер по модернизации научно-образовательной сферы;
- тенденция нарастания сложности научных исследований, которая предъявляет новые требования к управлению и способам оценки индивидуального вклада в конечный результат [3].

Что касается теоретико-методологических вопросов маркетинга, то представляется, что создание теории и методологии маркетинга в основном завершено, и главные направления развития данной концепции в ближайшее десятилетие лежат в практической плоскости. Безусловно, возможно появление новых определений маркетинга, конкретизация и дополнение его принципов и методов, однако такое развитие теории маркетинга не носит принципиального характера и скорее представляет интерес для теоретиков, а не для практических работников [4].

Достаточно общепризнанным является суждение, что с точки зрения общественной значимости можно сформулировать четыре альтернативные цели маркетинга: максимизация потребления, максимизация степени удовлетворения потребителей, максимизация выбора потребителей, максимизация качества жизни. Все указанное характеризует цели маркетинга с разных точек.

Несмотря на значительные трудности маркетинговая деятельность в той или иной форме, масштабах и направлениях осуществляется практически на всех российских промышленных предприятиях [5].

Проблема состоит в том, чтобы потенциальные возможности маркетинга использовались наиболее полно и эффективно. Для этого компаниям необходимо отслеживать современные тенденции в развитии маркетинга и учиться правильно их применять при разработке товара и способов его реализации.

Таким образом, маркетинг современного предприятия представляет собой систему организации хозяйственной деятельности, направленной на получение прибыли посредством удовлетворения запросов и требований потребителей, где каждый из этапов важен, и требует внимания. Так же организациям нужно следить за всеми нововведениями в этой сфере, и широко их применять на всех этапах разработки продуктов и услуг.

#### **Библиографический список**

1. Егорова М.А. Селютина Л.Г. Финансовый аспект теории эффективного управления // Общество. Среда. Развитие (Тerra Humana). – 2009. № 3. – С. 11–17.

2. Мельник Е.Д. Внешняя среда строительных компаний в новых экономических условиях // Инновационная наука. – 2015. – № 7–1 (7). – С. 130–132.

3. Селютина Л.Г. Системный подход к решению задач в сфере проектирования и управления строительством // Kant. – 2015. – № 2 (15). – С. 71–72.

4. Михеев А.В. Проблемы развития системы бизнес-инкубирования в России // Проблемы современной экономики (Новосибирск). – 2015. – № 26. – С. 46–50.

5. Песоцкая Е.В., Селютина Л.Г. Управление инновационно-инвестиционными процессами в строительстве. – СПб: СПбГИЭУ, 2011. – 227 с.

УДК 339.13

### **КРАУД-МАРКЕТИНГ КАК СОВРЕМЕННАЯ ТЕХНОЛОГИЯ МАРКЕТИНГА**

***Э.В. Козич***

*Научный руководитель: Грицевич С.А., м.э.н.*

*Барановичский государственный университет*

Главной задачей современного маркетинга является максимальное продвижение целевого объекта, который может выступать в роли торговой марки, компании или отдельной личности. На сегодняшний день возрастает значение совершенно новой технологии продвижения проектов в интернете - крауд-маркетинг. Крауд-маркетинг рассматривается как технология повышения эффективности в интернете, позволяющая создавать ссылки на сайт для привлечения новых клиентов. При использовании крауд-маркетинга возрастает количество упоминаний сайта, информация, представленная на ресурсе, постоянно цитируется пользователями.

Крауд-маркетинг – взаимодействие с представителями целевой аудитории на различных тематических форумах, блогах, в социальных сетях, а также на сервисах вопросов и ответов и на видеосервисах, с целью привлечения внимания к объекту маркетинга и популяризации продвигаемых товаров или услуг в определенных интернет-сообществах [4, с. 144].

Для формирования положительного имиджа продвигаемого бренда группа маркетологов использует множество специальных инструментов: отзывы, рекомендации о товаре или услуге. Готовая информация размещается осторожно. В качестве площадок для размещения используются тематические форумы, а также прочие сообщества, созданные вокруг интересующей темы. Агитация выполняется грамотно и обдуманно с помощью создания мотивации, напоминания об интересующем объекте.

Субъектами крауд-маркетинга являются: PR-менеджеры, SEO-специалисты, SERM-специалисты, агентства комплексного маркетинга, интернет-маркетологи, владельцы бизнеса [5].

Крауд – это инструмент на границе SEO и маркетинга. Он выходит за рамки SEO-инструмента, так как с его помощью можно привлекать дополнительный трафик и повышать продажи, а также увеличивать узнаваемость бренда и лояльность аудитории.

С учетом SEO крауд-маркетинг решает 4 основные задачи:

- получение целевого трафика: размещение ссылок только на тематических площадках с высокой посещаемостью, что привлечет новых клиентов;

- динамическое изменение ссылочного профиля сайта: размещение безанкорных ссылок, которые дополняют классические арендные ссылки, повышая эффективность всей ссылочной массы;

- повышение уровня безопасности сайта: после появления поисковых ссылочных фильтров применение крауд-ссылок стало

обязательным, так как они используются в качестве профилактики от санкций;

- вывод в топ результатов поисковых систем: влияет на количество пользователей на сайте [2].

Помимо SEO-продвижения, крауд-маркетинг также выполняет основные задачи маркетинга:

- посевы упоминаний бренда: распространение ссылок на скидки, статьи, видео, инфографику и другой контент на подходящих площадках, что позволит улучшить узнаваемость бренда и привлечь новых клиентов;

- создание положительной тональности вокруг бренда или сайта: большое количество положительных отзывов на разных площадках позволит создать положительную атмосферу вокруг бренда.

При использовании SEO и маркетинга вместе возможно управлять популярностью собственного бренда, а именно:

- работать с негативными отзывами: если о вашем товаре уже существуют отрицательные отзывы, ситуацию можно исправить с помощью размещения положительных комментариев других клиентов;

- создавать информационные посевы: благодаря им о вас узнают новые люди, которые со временем смогут стать вашими клиентами;

- работать на фоне конкурентов: для получения более выгодных позиций на фоне конкурентов, следует подобрать площадки, на которых они еще не успели разместиться, но также важно оставлять упоминания даже там, где уже присутствуют ссылки конкурентов.

Работа начинается с подбора ресурсов, соответствующих тематике продвигаемого бренда. Площадкой для крауд-маркетинга признаются любые сервисы, где можно встретить потенциального клиента, завоевать его доверие, сделать рекомендацию и поспособствовать продаже. Самыми распространенными площадками являются: сайты отзывов, форумы, сервисы вопрос-ответ, комментарии под статьями, социальные сети [3, с. 357].

Ресурсы, сформированные по типу сайтов отзывов, достаточно известны среди пользователей и характеризуются быстрой индексацией. Самые популярные сайты с отзывами находятся на первой странице поисковой выдачи. Обычно подобные ресурсы охватывают все темы, но существуют и узкой направленности, например, салоны красоты, заведения общественного питания, горящие туры и т.д.

На форумах делятся советами, обсуждают проблемы, заводят друзей. Чтобы достичь максимальной эффективности, следует правильно выбрать форум, подходящий вашему продукту или услуге, а также суметь влиться в разговор.

Комментарии в большинстве случаев располагаются под статьями, публикациями. Как и на форумах, требуется соответствие тематике и максимальная естественность.

Наиболее известные сейчас сервисы вопрос-ответ: «[Ответы@Mail.ru](mailto:Ответы@Mail.ru)», [Toster.ru](http://Toster.ru), [Askee](http://Askee.ru). На этих сервисах пользователи активно реагируют на вопросы других пользователей, предлагая свои варианты ответов. На данных площадках предпочтительнее начинать комментарий с вопроса. Максимальный результат от продвижения обеспечивает использование нескольких профилей [1].

Социальные сети в сравнении с другими площадками отличаются мобильностью. Для нахождения нужной площадки, необходимо воспользоваться строкой поиска прямо в социальной сети. В ответ на вопросы пользователей можно напрямую советовать свою компанию.

Предположим, что мы начинающее турагентство, у нас есть сайт и мы хотим привлечь клиентов. Сайт изнутри полностью оптимизирован, поэтому готов для встречи заинтересованных лиц.

Первоначально необходимо произвести в поисковой системе запрос на интересующую тему. На нашем примере: ключевые слова «турагентство» или «горящие туры». Далее, находим популярные форумы, рекомендательные сайты, где пользователи ведут обсуждения, или же создаем тему самостоятельно. Аккаунты, где ведется общение с реальными пользователями, должны иметь хорошую репутацию и естественный вид, чтобы они не были заблокированными. Их необходимо предварительно подготовить: написать в рамках определенной площадки несколько качественных постов, основательно заполнить профиль пользователя. Когда обсуждение найдено либо создано, необходимо поделиться своим опытом приобретения товара с другими участниками форума. Это можно сделать в виде обзора продукта с фотографиями, подробного описания сервиса. Текст поста должен быть уникальным и максимально правдоподобным, с уточнением всех деталей, выражением сомнений по поводу мнения других участников обсуждения.

Для продвижения начинающего турагентства, необходимо разместить на площадке пост, который включает детальное описание своего опыта сотрудничества с рекламируемым турагентством: отзыв о сотрудниках агентства, об уровне обслуживания, о качестве предоставленной информации, об организации поездки, ценах, условиях и впечатлениях. В завершении качественного поста необходимо оставить ссылку на сайт турагентства. Главное, это должно выглядеть как упоминание, а не явная реклама.

Для крауд-маркетинга, как и для SEO, необходимо время для получения результата. Средний период кампании до заметного результата – 3 месяца. Необходимо учитывать число ссылок, выставляемых в месяц. Если у конкурентов огромное количество ссылок, то несколько упоминаний на форумах ничего не дадут. Поэтому важно производить анализ конкурентов для формирования видения идеального ссылочного профиля в своей нише, и тогда крауд-маркетинг будет давать результаты.

Таким образом, для формирования положительного имиджа компании или бренда, увеличения охвата аудитории и улучшения ссылочного профиля необходимо использовать крауд-маркетинг. Он поможет привлечь целевую аудиторию и вызвать у потребителей желание вступить в живой разговор, после чего у пользователей появится желание оставлять свои комментарии. Если компания известна пользователям и имеет определенную репутацию, основной целью маркетологов станет формирование положительной атмосферы.

#### **Библиографический список**

1. Крауд-маркетинг: кому подойдет, сложности работы и полезные советы [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.searchengines.ru/kraud-marketing-komu-podojdet.html>.

2. Крауд-маркетинг своими и чужими руками: постигаем основы [Электронный ресурс] // Агентство интернет-маркетинга – Режим доступа: <https://texterra.ru/blog/kraud-marketing-svoimi-i-chuzhimi-rukami-postigaem-osnovy.html>.

3. Левинсон Д. Партизанский маркетинг. Простые способы получения больших прибылей при малых затратах / Д. Левинсон - М.: Litres, 2017. – 1419 с.

4. Мейерсон М. Основы интернет-маркетинга / М. Мейерсон - М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014. - 310 с.

5. Что такое крауд-маркетинг и стоит ли его использовать [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.cossa.ru/trends/>.

УДК 316.77

### **ЭМОЦИОНАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ВЕДЕНИЯ ДЕЛОВЫХ ПЕРЕГОВОРОВ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ СФЕРЕ**

*А.С. Алексеева*

*Научный руководитель: Райхлина А.В., канд. экон. наук, доцент  
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,  
Ярославский филиал*

У переговоров есть такая же древняя история, как у войн и посредничества. Их использовали тогда и используют сейчас для решения каких-либо конфликтов, поэтому «переговоры являются неотъемлемой частью ежедневного человеческого взаимодействия» [1].

Переговоры – это процесс коммуникации, при котором каждая из сторон имеет равные возможности в контроле ситуации и принятии решения для достижения своих целей.

К признакам любого типа переговоров относятся:

1. Наличие проблемы как необходимая предпосылка переговоров.
2. Сходство и различие интересов сторон: при отсутствии общих интересов отношения между сторонами могут быть нейтральными, при разных интересах возможна конфронтация. Для переговоров нужна ситуация со смешанными интересами.

3. Взаимозависимость участников: осуществить свои интересы в одиночку невозможно, следовательно, чем выше взаимозависимость, тем больше шансов успешно завершить переговоры.

4. Сложная структура из трех стадий – стадии подготовки, взаимодействия и имплементации (претворения в жизнь).

5. Общение: любые переговоры подразумевают обсуждение какой-либо проблемы, поэтому не бывает переговоров без общения.

6. Совместное решение проблемы - единственная особенность переговоров, которая отличает их от других способов взаимодействия [2].

Чтобы выделить эмоциональные аспекты ведения переговоров в профессиональной сфере, нужно определить, что такое эмоции. Под эмоциями понимают либо внутренние переживания человека, либо их проявление. Самые сильные, но кратковременные эмоции называют аффектом, а долгие и устойчивые – чувствами.

В науке эмоция трактуется как психический процесс средней продолжительности, отражающий субъективное оценочное отношение к существующим или возможным ситуациям и объективному миру. Если говорить проще, то эмоции – это реакция человека на определенные события или действия.

Есть множество различных классификаций эмоциональных явлений. Р.М. Грановская выделяет такие, как:

- 1) аффект – мощная эмоциональная реакция, захватывающая полностью психику человека, предопределяя единую реакцию на ситуацию в целом;

- 2) эмоции – длительное состояние, которое может быть реакцией на какие-то воспоминания, на то, что происходит в настоящее время или же что, что может произойти в будущем;



3) чувства – более устойчивое психическое состояние, которое имеет четко выраженный предметный характер;

4) настроение – самое длительное эмоциональное состояние, которое окрашивает всё поведение человека;

5) стресс – эмоциональное состояние, которое может быть вызвано какой-либо некомфортной для человека обстановкой [3].

Все эмоциональные проявления характеризуются направленностью (как положительной, так и отрицательной), степенью напряжения и уровнем обобщённости.

Влияние эмоций, в том числе в процессе деловых переговоров, можно наблюдать по трём направлениям:

– тело (человек может начать краснеть, потеть, смеяться и т.д.);

– мышление (негативные эмоции изменяют восприятие и заставляют увидеть окружающий мир в других красках);

– поведение (первые два аспекта проявления эмоций подталкивают субъекта к соответствующим действиям).

Некоторым удастся обходиться без эмоций, использовать верный холодный расчет, который гарантированно приведёт к нужному результату. Но, например, в переговорах с представителями южных стран (Италия, Бразилия, Индия и другие) нельзя игнорировать эмоциональную сторону, иначе взаимопонимания не достичь.

Для соблюдения баланса между эмоциональностью и рациональностью в процессе деловых переговоров в профессиональной сфере необходима эмоциональная подготовка, состоящая из двух этапов:

1. Постоянная работа над собой в плане самоконтроля.

2. Непосредственная подготовка к конкретным переговорам: поиск информации об оппоненте, подстройка под его особенности.

Таким образом, можно сделать вывод, что необходимо овладевать знаниями и навыками по управлению эмоциональными аспектами переговоров. Если не брать под контроль эмоции, они берут управление на себя, а это чревато необдуманными поступками, о которых потом можно пожалеть.

В процессе деловых переговоров важно следить за эмоциональным состоянием собеседника. Некоторые люди не могут контролировать свои эмоции (эмоциональная лабильность), и в основном проблема в том, что человек мало над собой работал. Есть люди, которые вообще не могут испытывать адекватных эмоций: либо всё слишком эксцентрично, либо подавлено, безэмоциональный человек часто неприятен в общении.

В заключение следует отметить, что любая эмоция – как позитивная, так и негативная - влияет результат переговоров. Эмоции направляют

мышление и действия, обогащают общение. Если участник переговоров знает, как управлять ими, он повышает свои шансы на достижение поставленных целей и удовлетворение интересов.

#### **Библиографический список**

1. Бузунов А.М. Технология принципиальных переговоров как эффективный способ разрешения конфликтов // Ученые записки университета им. П.Ф. Лесгафта. – 2011. - № 6. – С. 16-19.
2. Психолого-правовой анализ переговорного процесса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://interactive-plus.ru/article/9137/>.
3. Грановская Р.М. Элементы практической психологии. - СПб.: Речь, 2007. – 656 с.

УДК 316.77

### **СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ПОВЫШЕНИИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЛОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ**

***К.В. Алексеева***

*Научный руководитель: Райхлина А.В., канд. экон. наук, доцент  
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,  
Ярославский филиал*

Деловая коммуникация – это процесс взаимодействия, направленный на оптимизацию профессиональной деятельности. Эффективность коммуникации – это соотношение полученного результата и затраченного на обмен мнениями времени. Чем быстрее собеседникам удалось найти взаимовыгодное решение, тем эффективнее была их коммуникация.

В настоящее время большинство людей назовут телефон основным средством коммуникации. Его используют, чтобы о чем-то договориться, отдать распоряжения, изложить просьбу. Основная часть деловых коммуникаций также происходит с помощью телефона. Подсчитано, что от 4 до 25% рабочего времени деловые люди заняты выяснением вопросов по телефону [1].

Однако традиционные звонки и электронную переписку сегодня вытесняет обмен информацией в мессенджерах и соцсетях. По данным Мегафон и РБК на территории Российской Федерации в 2018 году лидерство стабильно удерживает социальная сеть ВКонтакте (см. рис. 1).

общими интересами, общим делом или имеющих другие причины для непосредственного общения между собой. Но это обычное значение данного термина. Помимо этого, существует масса определений, всё зависит от того, в каком контексте нам необходима информация о социальной сети [3].

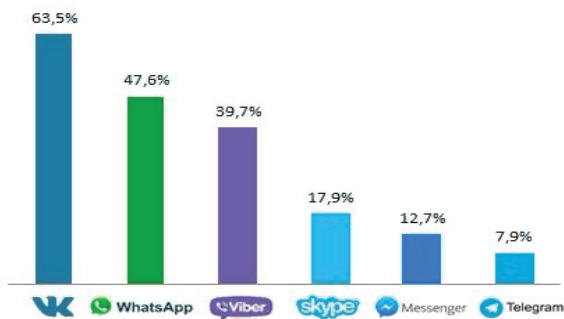


Рисунок 1. Данные по использованию современных технологий в деловых коммуникациях 2018 год [2]

Социальная сеть - это сообщество людей в Интернет, связанных в России проникновение интернет-коммуникаций оценивается в 47%, аккаунты в них имеют 67,8 млн россиян. По данным Statista, активнее всего в РФ используют YouTube (63% опрошенных), второе место занимает ВКонтакте — 61%. Глобальный лидер Facebook лишь на четвертой строчке с показателем в 35%. Среди мессенджеров доминируют Skype и WhatsApp (по 38%) (см. рис. 2).

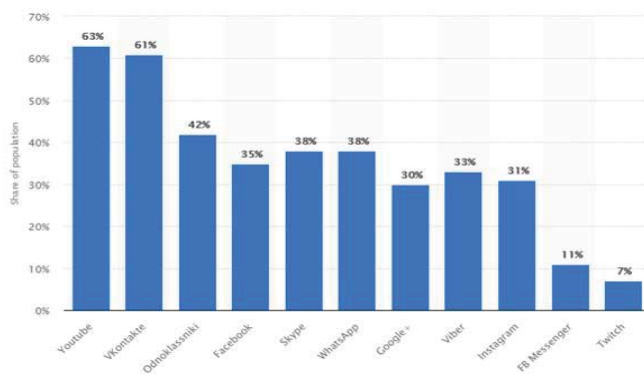


Рисунок 2. Количество аккаунтов россиян, 2018 год [4]

Социальные сети стали необходимым инструментом в руках подразделений маркетинга, связей с общественностью, продаж, подбора персонала, к работникам, занимающимся промышленной разведкой и обеспечением безопасности. Игнорирование создания своих групп,

отзывов из социальных сетей грозит компании снижением имиджа и потерей значительного числа потенциальных клиентов.

По мнению экспертов, деловые коммуникации в социальных сетях должны быть нацелена не на «короткую дистанцию», а на марафон, который потребует немалых интеллектуальных, временных, материальных ресурсов и опыта. Финансовые и коммерческие цели не отменяются, но их достижение требует свежих подходов, другого уровня профессионализма, нестандартных идей в общении [5].

Количество информационно-коммуникационных технологий стремительно растет. Общаться с клиентами по телефону и электронной почте зачастую малоэффективно, т. к. краткое и по существу сообщение можно переслать в мессенджере. Бизнес получил удобный, быстрый канал делового общения и дополнительный маркетинговый инструмент развития.

Мессенджеры обеспечивают новый, более функциональный способ связи с клиентами, но не заменяют или исключают другие. Они обладают следующими преимуществами:

1) вы знаете мобильный номер клиента: это более долгосрочный контакт, чем электронная почта, т.к. её проще сменить;

2) благодаря мгновенным push-уведомлениям можно убедиться, что сообщение дошло до адресата и прочитано.

3) приватность и персональный характер в отличие от переписки в соцсетях или на открытых площадках;

4) разнообразный контент: мессенджеры позволяют делиться текстом, фото, видео, геопозицией, также через них можно делать звонки;

5) круглосуточная поддержка: в мессенджерах можно общаться как в режиме реального времени, так и с отложенными ответами;

6) легкость использования, доступность, индивидуальные настройки, низкие затраты на рассылку информации по сравнению с СМС и электронной почтой [6].

Что касается непосредственно разговора по телефону, то они все еще используются в деловом этикете для назначения встречи, напоминания о ней, а также особенно популярны в телемаркетинге для осуществления так называемых «холодных звонков».

Поскольку это инструмент маркетинга, важно выделить правила эффективности таких звонков. Прежде всего, адресат звонка не видит, кто находится на другом конце провода, поэтому большое значение имеет спокойная, доброжелательная интонация говорящего. Речь формирует впечатление, поэтому голос оператора должен располагать к диалогу.

Первые секунды формируют дальнейший разговор, а это значит, что есть максимум 10 слов, чтобы заинтересовать собеседника [7].

Прежде всего, при «холодном звонке» необходимо представиться, озвучить предполагаемую тему звонка, убедиться, что она важна для собеседника, говорить четко и внятно. Слова, сказанные в такой манере, располагают человека к дальнейшему общению [8].

Телефонный разговор не следует затягивать. Пяти минут достаточно для делового общения по телефону. Если разговор по каким-либо причинам прервался, то перезвонить должен инициатор звонка. Также, важно знать, что первым кладет трубку тот, кому звонили.

Если телефонный разговор направлен на установление делового контакта, к нему необходимо тщательно подготовиться, следуя нескольким простым правилам:

1. Нужно заранее записать основные вопросы к собеседнику или пункты для обсуждения. Важно четко обозначить цель разговора, поскольку бесцельные разговоры отвлекают собеседника от важных дел.

2. Следует предварительно составить план беседы. Это необходимо для разработки последовательности, в которой будут задаваться вопросы собеседнику или получения от него информации.

3. Во время звонка необходимо говорить бодрым и спокойным голосом, следить за дикцией и не ускорять темп речи. В противном случае собеседник окажется в неловком положении, т. к. будет вынужден переспрашивать и уточнять необходимые для него сведения.

4. В начале надо обязательно спросить, есть ли у собеседника время и возможность для разговора. При необходимости можно спросить, на какое время ему удобнее перенести звонок.

5. Рекомендуются всегда фиксировать дату и время телефонных звонков [9].

В заключение хотелось бы отметить, что современные технологии дают множество возможностей для повышения эффективности деловых коммуникаций. И дальнейшее развитие научного прогресса приведет к новым интересным открытиям в этой сфере.

#### **Библиографический список**

1. Ведение делового телефонного разговора // Буквы.ру [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://bukvi.ru/obshestvo/etika/vedenie-delovogo-telefonnogo-razgovora.html>.

2. Text back [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://textback.ru/messengers\\_guide](https://textback.ru/messengers_guide).

3. Социальные сети от А до Я [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.social-networking.ru/>.

4. Социальные сети в 2018 году: глобальное исследование [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.webcanape.ru/business/socialnye-seti-v-2018-godu-globalnoe-issledovanie/>.

5. Социальные сети – новый уровень делового общения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://dimox.name/social-networking-a-new-level-of-business-communication/>.

6. Мессенджеры как инструмент развития бизнеса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.intecmedia.ru/posts/2017/05/1-messendzhery-kak-instrument-razvitiya-biznesa/>.

7. Кузин Ф. А. Культура делового общения: практическое пособие. – М.: Ось-89, 2002. – 320 с.

8. Психология и этика делового общения: учебник для вузов / Под ред. проф. В.Н. Лавриненко. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001. – 326 с.

9. Этикет. Основы этикета [Электронный ресурс]. – Режим доступа: – <http://www.alletiket.ru>.

УДК 658.3:331.1

**РАЗРАБОТКА КОНЦЕПЦИИ И КРИТЕРИЕВ ОЦЕНКИ СИСТЕМЫ  
МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА В СИСТЕМЕ МЕНЕДЖМЕНТА  
ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНОГО СОВМЕСТНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ  
С.А. Архиреева**

*Научный руководитель: Ильина М.Е., канд. техн. наук, доцент*

*Рыбинский государственный авиационный технический университет  
имени П.А. Соловьева*

В настоящее время успех любого предприятия во многом зависит от качества производимой продукции, что определяется качеством использования всех его ресурсов. Одним из наиболее значимых ресурсов является персонал. От его действий, заинтересованности и включенности в работу зависит эффективность функционирования предприятия и качество продукции.

Система менеджмента качества (СМК) в настоящее время играет ведущую роль в интегрированной системе менеджмента предприятия. Показателем результативности СМК является достижение поставленных целей в области качества. Поскольку мотивация персонала напрямую воздействует на результаты труда, координирует деятельность и влияет на качество и эффективность работы предприятия, система мотивации выступает одним из важнейших инструментов системы менеджмента предприятия в целом.

В современных стандартах на системы качества большое внимание уделяется человеческому фактору ГОСТ Р ИСО 9000-2015 и ГОСТ Р ИСО 9001-2015:

- человеческий фактор оказывает существенное влияние на систему менеджмента и учитывается при расчёте возможностей и рисков предприятия;
- изложенные в стандарте ГОСТ Р ИСО 9000-2015 принципы менеджмента качества во многом зависят от человеческого фактора;
- человеческий фактор может воздействовать на управление процессами жизненного цикла продукции и требует предотвращения своего негативного влияния;
- одними из ключевых принципов менеджмента качества являются взаимодействие работников и лидерство.

Главным фактором воздействия на персонал выступает мотивация, которая обеспечивает заинтересованность работников в повышении качества работы и продукции организации.

Наиболее интересную и вместе с тем сложную задачу представляет собой система мотивации персонала на высокотехнологичном совместном предприятии. Данная система имеет ряд отличительных черт:

- необходимость своевременного и корректного обмена информацией и осведомленности о ходе процессов партнеров;
- возможное наличие временно переведенных сотрудников;
- культуры предприятий могут различаться степенью готовности к риску, поощрением групповой работы либо индивидуальности, склонности к поощрению соперничества или сотрудничества, степенью предпочтения индивидуальных либо групповых форм принятия решений, степенью подчиненности планам, определенной выраженностью организационных процедур, уровнем информированности членов организации и мерой их лояльности; культуры могут отличаться стилем лидерства, различными подходами к разделению вознаграждения персонала на материальное и нематериальное, разными степенями делегирования полномочий сотрудникам;
- особенности и различия обычаев, правил и культур разных национальностей;
- важно учитывать мнения руководства с обеих сторон.

Данные факторы, имеющие место на совместном предприятии, обуславливают более тщательный и продуманный подход к внедрению и управлению системой мотивации персонала.

Основа любой мотивационной системы - это материальное (денежное вознаграждение), нематериальное (похвала, грамоты и др.) и косвенное

(абонементы, корпоративные мероприятия, организация зон отдыха и др.) стимулирование. Непосредственно средства и виды мотивации для различных подразделений и должностей целесообразно определить в ходе проведения внутриорганизационного анализа и согласования с высшим руководством.

Можно предложить следующие рекомендации по формированию концепции системы мотивации персонала совместного высокотехнологичного предприятия:

1. Нацеленность системы мотивации на качество.
2. Комплексность. Охватывается несколько задач, используются не только материальные стимулы, но и средства нематериальной мотивации.
3. Последовательность. Использование средств мотивации согласно их необходимости и целесообразности по времени и месту внедрения.
4. Ориентация на личность сотрудника.
5. Соответствие параметров системы стимулирования мотивационному профилю сотрудников.
6. Справедливость системы вознаграждения.
7. Целесообразность. Учитывается этап жизненного цикла компании, адекватность средней зарплаты и фонда оплаты труда.
8. Выявление и своевременное устранение демотивирующих факторов.
9. Управляемость.

Для реализации комплексного подхода к созданию и совершенствованию системы мотивации персонала совместного предприятия можно рекомендовать использовать разработанную классификацию задач системы мотивации на основе принципов и требований стандартов в области СМК и критерии оценки системы.

1 уровень – индивидуальный:

- задача 1: наличие персонала и его присутствие на работе. Критерии: количество кандидатов на вакантное место; соблюдение дисциплины;
- задача 2: лояльность персонала. Критерии: текучесть кадров; отношение к работе;
- задача 3: компетентность персонала. Критерии: результаты аттестации; мнения потребителей и коллег.

2 уровень – взаимодействия:

- задача 1: осведомленность персонала о требованиях СМК. Критерии: результаты опроса при проведении аудитов; отсутствие незнания персоналом требований;
- задача 2: вовлеченность персонала в рабочий процесс. Критерии: участие в принятии решений и в мероприятиях; количество предложений



по улучшению деятельности;

– задача 3: обеспечение корректного обмена информацией. Критерии: качество коммуникаций, социально-психологический климат.

3 уровень – результативность:

– задача 1: соблюдение персоналом требований СМК. Критерии: количество несоответствий требованиям СМК по результатам аудитов; результаты контроля качества продукции; удовлетворенность потребителей;

– задача 2: участие в управлении рисками. Критерии: отношение предотвращенных несоответствий к общему числу несоответствий;

– задача 3: участие персонала в формировании знаний организации. Критерии: участие персонала в конференциях, семинарах, выставках; взаимодействие с потребителями и поставщиками; участие в формировании базы знаний предприятия, научно-исследовательских работах; использование стандартов и научной литературы; участие в подготовке молодых специалистов (наставничество).

Внедрение предложенных рекомендаций по формированию концепции системы мотивации и критериев ее оценки, учитывающих основные задачи системы с точки зрения принципов и требований стандартов в области менеджмента качества, поможет улучшить взаимодействия и повысить результативность систем менеджмента совместных предприятий высокотехнологичных отраслей.

УДК 336.77

## **ТЕНДЕНЦИЯ РАЗВИТИЯ КРЕДИТНОГО РЫНКА В УСЛОВИЯХ ИНФОРМАТИЗАЦИИ ОБЩЕСТВА**

***Н.А. Виноградова***

*Научный руководитель: Туманов Д.В., канд. экон. наук, доцент  
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,  
Ярославский филиал*

Для современной стадии развития экономики характерна активизация процессов трансформации экономических отношений [5, с. 586]. На данной стадии развития экономики происходит процесс преобразования структур, форм и способов экономической деятельности. Происходящие изменения затрагивают все экономические сферы. Кредитный рынок, однако, в большей степени. С уверенностью можно сказать о том, что развитие кредитного рынка отличается особым динамизмом, значительно возрастает скорость движения финансовых потоков, финансовая глобализация опережает глобализацию экономики. Происходит

расширение сферы миграции капитала в поиске эффективных сфер инвестирования [13, с. 24]. Кроме этого, современной экономике присущи тенденции, связанные с глобальной информатизацией общества [6, с. 148]. Информационная экономика - основа для новой ступени развития кредитного рынка с ее отличительными чертами, приоритетами и новым типом экономического роста, укоренившись как господствующая тенденция постиндустриального развития.

Развитие банковского сектора России происходит более двух десятилетий [11, с. 328]. С несколькими внутренними и мировыми кризисами Российские банки за такой большой промежуток времени успели столкнуться. Например, первое десятилетие сопровождалось становлением российского банковского сектора. В 1998 году произошел дефолт, который в значительной мере повлиял на развитие российского банковского сектора. Дефолт характеризуется тем, что многие ключевые игроки ушли с арены, а ландшафт банковского сектора стал приобретать современные очертания [12, с. 315]. Однако стоит понимать, что ситуация на кредитном рынке формируется не только под влиянием объемов операций и динамикой ставок. В последние несколько лет произошло много кризисных явлений [16, с. 69]. Они обусловлены мировым кризисом в экономике. В результате произошло введение экономических санкций в отношении России, что особенно глубоко проявилось в банковской сфере: резко сократилось количество банков. Так, например, по состоянию на 01.01.2004 г. в России функционировало 1329 банков, то к 01.10.2017 г. года их осталось только 574. По статистике наибольшее количество банков закрылось или были закрыты ЦБ в 2015 году (101 банк) и в 2016 году (110 банков). За 9 месяцев 2017 года Банк России отозвал лицензии у 49 кредитных организаций [3, с. 151].

В настоящее время один из наиболее актуальных вопросов российской экономики - изучение банковской системы [17, с. 297]. С целью создания наилучшие условия для успешной работы многие современные бизнесмены занимаются анализом и изучением функционирования банков в Российской Федерации. Разумеется, развитие информационных технологий не упрощает содержание услуг, однако существенно расширяет возможности упомянутой разъяснительной деятельности [15, с. 461]. Могут использоваться все преимущества мультимедийных технологий в справочных материалах, размещаемых на банковских сайтах, а применение гипертекста добавляет элемент интерактивности [21, с. 362].

Важно заметить, что кредит является порождением и модификацией финансов. Кардинальное различие между категориями финансов и кредита

связано с различием в форме движения: на возвратной или безвозвратной основе [7, с. 49].

Информатизация становится одним из ключевых факторов, определяющих содержание и динамику трансформационных процессов для эволюционного роста отечественного банковского рынка, активно интегрирующегося в мировой рынок. Один из критериев оценки конкурентоспособности банка - степень использования банком информационных технологий и автоматизации банковских процессов [1]. Информационные технологии — приемы, способы и методы применения средств вычислительной техники при выполнении функций сбора, хранения, обработки, передачи и использования данных [10, с. 178]. Например, ПАО «Промсвязьбанк» инвестирует значительные средства в программное обеспечение, в создание баз данных и внедрение новых вычислительных платформ, компьютерное и телекоммуникационное оборудование, что в конечном итоге окупается. Кредитные ресурсы, временные параметры, качественные и количественные характеристики трансформируются под влиянием информатизации [18, с. 635]. Внедрение информационных технологий дает возможность банку уменьшить издержки, а также значительно ускорить обработку информационных потоков. Главными требованиями, предъявляемые банками к автоматизированным системам управления и ИТ-продуктам, стали скорость и качество [2, с. 146].

В расширение числа платежных систем с использованием банковских карт, появлением виртуальных банковских Интернет-карт, сертифицированных в международных и российских платежных системах, а также в официальном представлении факторинговых систем и их модификаций выразилось расширение числа и форм реализации расчетно-клиринговых систем [14, с. 20]. К созданию различных по объему и формам предоставления банковских услуг систем: Интернет-банк, Интернет-клиент, Мобильный банк, Домашний банк, Телебанк или WAP-сервис привело развитие систем дистанционного обслуживания [20, с. 440]. 2 направления включает в себя система электронной коммерции: B2B business-to-business, в котором банки работают в качестве основного исполнителя и продавца финансовых услуг и B2C- business-to-customer, в котором кредитные организации выступают в роли посредника [19, с. 285].

Развитие банковских ИТ является неотъемлемой частью стратегии любой кредитной организации. Связано это с тем, что от этого зависит и удержание клиентов, и необходимость постоянного повышения уровня безопасности систем, и оптимизация работы самого банка [8, с. 178]. Нужно заметить, что банкиры постоянно увеличивают планку требований

к ИТ-системам и тратят многомиллионные средства на высокие технологии. Идет уверенный рост затрат, направленный на развитие информационных технологий в банковском секторе, несмотря на количественное уменьшение банков в России. Главная особенность информатизации на современном этапе ее развития заключается в том, что в обозримом будущем она будет основываться на электронной технике в сочетании с достижениями в области искусственного интеллекта и средств коммуникаций [4, с. 138].

Идет переход на широкое использование практик Agile с начала 2017 года в ПАО Промсвязьбанк [1]. Об этом рассказал TAdviser в октябре 2017 года вице-президент банка по ИТ Андрей Овсянников. Стоит задача масштабировать эту практику и на другие системы банка.

Таким образом, перед Российской Федерацией ставятся следующие основные тенденции развития кредитного рынка: реформирование и модернизация банковского сектора; повышение защиты заемщиков и кредиторов; сохранение доверия к кредитным денежным средствам; влияние международных санкций; повышение кредитных ставок. Привлечение на обслуживание не задействованных прежде в банковском секторе людей является одним из существенных преимуществ внедрения информационных технологий [9, с. 194]. Инновационные технологии уже сейчас помогают банкам установить принципы взаимовыгодного сотрудничества с теми, кто не пользуется услугами банка и имеет невысокие доходы. Современный уровень автоматизации позволяет банкам получать прибыли даже из незначительных финансовых транзакций и снижает издержки на открытие текущих счетов до уровня, на котором становится экономически допустимым предложение счетов, которые не требуют хранения минимального остатка.

#### **Библиографический список**

1. Официальный сайт Центрального банка РФ [Электронный ресурс] / Финансовая отчетность. — Режим доступа: [www.cbr.ru](http://www.cbr.ru).
2. Александров Д.В. Инструментальные средства информационного менеджмента. Распределенные информационные системы и CASE-технологии: Учебное пособие - М.: ФиС, 2017. - 224 с.
3. Вдовин В.М. Информационные технологии в финансово-банковской сфере: Практикум - М.: Дашков и К, 2018. - 248 с.
4. Глушкова Н.Б. Банковское дело: учебник - М., 2016. - 210 с.
5. Гулин В.Н. Информационный менеджмент. Информационные технологии, которые обеспечивают управление информационными ресурсами. - М.: Современная школа, 2018, - 785 с.
6. Жарковская Е.П. Банковское дело. - М: Омега-Л, 2014. - 440с.

7. Казак А.Ю. Финансы, денежное обращение и кредит: учебник. - Екбург: Солярис, 2016. - 200 с.
8. Кашкин В.Б. Основы теории коммуникации. - М.: Восток-Запад, 2017, - 790 с.
9. Корнеев И.Н. Особенности становления и развития телекоммуникационной индустрии как основы российской модели информационного общества - М.: Наука, 2017. - 376 с.
10. Крюков Р.В. Кредитование и банковское дело - М.: А-Приор, 2016. - 236 с.
11. Лаврушин О.И. Банковское дело: учебник. - М.: Финансы и статистика, 2016. - 418 с.
12. Лихтенштейн В.Е. Информационные технологии в бизнесе. Практикум: применение системы Decision в микро- и макроэкономике: Учебник - М.: ФиС, 2016. - 512 с.
13. Зарецкая В.Г., Дремова Л.А., Осиневич Л.М. Построение производственной функции региона с учетом инновационной составляющей // Региональная экономика: теория и практика. 2016. № 2. С. 20-28.
14. Осиневич Л.М., Зарецкая В.Г., Дремова Л.А. Выявление факторов, способствующих экономическому росту региона по доминирующим видам экономической деятельности // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. № 28. 2017. С. 11-22.
15. Осиневич Л.М. Экономический рост территорий с учетом инвестиционной составляющей // Экономическое развитие территорий — Курск: Изд-во «Деловая полиграфия». № 6, 2016. — с. 423-463.
16. Туманов Д.В. Конкурентоспособность на кредитном рынке в современных условиях // Теоретическая экономика. № 1(19), 2014. С. 67-69.
17. Туманов Д.В. Развитие информационного общества, роль в воспроизводственном процессе // Многоуровневое общественное воспроизводство: вопросы теории и практики. № 5(21), 2013. С. 291-300.
18. Туманов Д.В. Трансформационные процессы кредитного рынка в информационной экономике // Научные труды Вольного экономического общества России. Т. 163, 2012. С. 633-638.
19. Туманов Д.В. Трансформационные процессы кредитного рынка в условиях информатизации экономических отношений // Многоуровневое общественное воспроизводство: вопросы теории и практики. № 3(19), 2012. С. 283-287.

20.Туманов Д.В. Эффективность банковской системы в условиях глобализации экономики // Многоуровневое общественное воспроизводство: вопросы теории и практики. № 1(16), 2011. С. 437-444.

21.Туманов Д.В. Тенденции и проблемы развития информационных технологий в банковской системе России // Вестник Костромского государственного университета им. Н.А. Некрасова. № 6, Т. 12, 2006. С. 362-363.

УДК 368.9

## **РАЗВИТИЕ СИСТЕМЫ СТРАХОВАНИЯ ЖИЗНИ И ЗДОРОВЬЯ В РФ**

*А.А. Винокурова, Т.В. Иванова*

*Научный руководитель: Сироткин С.А., канд. экон. наук, доцент  
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,  
Ярославский филиал*

В современных условиях финансовая система играет важную роль в обеспечении сбалансированности и инновационного развития экономики согласно концепции долгосрочного социально-экономического развития России на период до 2022 года. Дефицит качественных инвестиционных проектов и долгосрочных свободных средств, который наблюдается в нашей стране, говорит о необходимости развития финансового рынка, в частности, страхового рынка [1].

Уникальным финансовым инструментом для решения данной проблемы выступает долгосрочное страхование жизни и здоровья. Оно позволяет бороться с инфляцией благодаря изъятию из оборота значительных средств, одновременно аккумулируя их в резервах, являющихся крупными источниками инвестиций в национальную экономику. Страхование жизни позволяет преодолеть недостаточность системы государственного социального обеспечения и способствует увеличению личных доходов населения.

Уровень развития национального рынка страхования жизни является индикатором уровня развития общества, эффективности проведения экономических программ, направленных на изменение экономических отношений в обществе, изменение роли государства в обеспечении социальной защиты населения, формирование новой роли государства в экономике.

В 2017 году страхование жизни и здоровья остается основным драйвером рынка с темпом роста премий выше 54%. Однако количество заключенных договоров сократилось на 103 428 по сравнению с 1

кварталом 2017 года счет 25% уменьшения количества застрахованных заемщиков.

Концентрация в страховании жизни выше среднерыночной: совокупная доля 3 лидеров: ООО «СК «Сбербанк Страхование жизни», ООО СК «Росгосстрах-Жизнь» и ООО СК «АльфаСтрахование Жизнь») составляет 59,2%.

Объем выплат по страхованию жизни вырос до 10,7 млрд рублей в связи с окончанием срока действия договоров инвестиционного страхования жизни, заключенных в 2012-2013 г. г. Три четверти страховщиков имеют коэффициент выплат менее 50%, и только у 2 специализированных страховщиков выплаты превышают премии [1].

В 2018 году СК «Сбербанк страхование жизни» признана страховой компанией года. Особое внимание стоит уделить тому, что объем премий за 2017 год составил 102075536 тыс. руб., объем выплат в этом же году равен 5277282 тыс. руб. В предложениях страховой компании Сбербанк страхование жизни и здоровья входят следующие востребованные программы: «Защита близких», «Глава семьи». Необходимо отметить, что за февраль «Сбербанк страхование жизни» выплатила клиентам 460 млн. рублей по страховым случаям. В частности, 5 млн. рублей выплачено в Москве по договору инвестиционного страхования жизни в связи с уходом из жизни клиента. Вторая крупная выплата в размере 5,5 млн. рублей произведена в Пензенской области по договору ипотечного страхования жизни по риску «смерть». Крупнейшая выплата за месяц - 10 млн. рублей, которая была выплачена в Москве по программе инвестиционного страхования жизни в связи со смертью клиента в результате заболевания [5].

ООО «Капитал Лайф Страхование Жизни» (до 3 сентября 2018 года работала на рынке под наименованием ООО СК «РГС Жизнь») является крупной страховой компанией, занимающейся долгосрочным страхованием жизни. По итогам 2017 года общество заняло девятое место в рейтинге ведущих российских страховщиков и второе место по объему собранной премии среди страховщиков жизни (сборы в данном сегменте страхования составили 93,35% страхового портфеля) [4].

«АльфаСтрахование-Жизнь», которая была создана в конце 2003 года как специализированная компания по страхованию жизни в группе «АльфаСтрахование», в 2012 году стала лидером рынка по продажам страховых продуктов в банках. Несколько лет подряд находилась на третьей позиции на рынке страхования жизни, а в 2018 году заняла второе место. Программа «Защита жизни» поможет вам сохранить здоровье и обеспечить будущее вашим близким. В отличие от других программ

накопительного страхования, с программой «Защита жизни» вы получаете комплексную защиту от необдуманных трат и от последствий критических заболеваний, а ваши близкие застрахованы от потери кормильца [2].

АО «ВТБ Страхование жизни» – крупная по объему сборов компания, специализирующаяся на накопительном и инвестиционном страховании жизни. По итогам 2017 года общество заняло 15-е место на российском страховом рынке по объему собранной страховой премии и пятое место среди ведущих страховщиков жизни. За 2017 год объем премий составил 20866762 тыс. руб., объем выплат равен 383011 тыс. руб. Предоставляемые страховые продукты: «Управляй здоровьем», «Отличная защита», «Ваш личный доктор» [3].

АО «Тинькофф Страхование» – розничная универсальная компания, средняя по размеру сборов. Данная компания специализируется на директ-страховании (продажи полисов через Интернет и кол-центр). По итогам 2017 года компания заняла 43-е место на российском страховом рынке по объему страховой премии и 14-е место в сегменте страхования от несчастных случаев и болезней. Основные доли страхового портфеля в 2017 году занимают страхование от несчастных случаев и болезней (50,51%) и каско (32,41%). За 2017 год объем премий составил 3547287 тыс. руб., объем выплат - 493583 тыс. руб. [6].

Исходя из положения и опираясь на совокупность всех ранее вышеперечисленных и упомянутых фактов, можно сделать вывод, что страхование жизни и здоровья в Российской Федерации позволяет преодолеть непродуманность системы государственного социального обеспечения, способствуя повышению уровня личных доходов населения. Жизнь и здоровье – это главное благо для каждого человека. Страхование жизни и здоровья – нужный и полезный инструмент. Именно поэтому в непростое время нужно быть дальновидным и использовать предложения страховщиков для защиты и сохранения не только своих финансов, но и здоровья.

### **Библиографический список**

1. Страхование жизни и здоровья - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.banki.ru/insurance/order/life/>.

2. Страховая компания АльфаСтрахование-Жизнь - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.banki.ru/insurance/companies/alfastrahovaniezhizni/>.

3. Страховая компания ВТБ Страхование жизни - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.banki.ru/insurance/companies/vtbstrahovaniezhizni/>.



4. Страховая компания Росгосстрах (СК ПАО) - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.banki.ru/insurance/companies/skrosgosstrah/>.

5. Страховая компания Сбербанк страхование жизни - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.banki.ru/insurance/companies/sberbankstrahovaniezhizni/>.

6. Страховая компания Тинькофф Страхование - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.banki.ru/insurance/companies/tinkoffstrahovanie/>.

УДК 332.146

## **МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ПОСТРОЕНИЮ СИСТЕМЫ ОЦЕНКИ И УПРАВЛЕНИЯ ПАРАМЕТРАМИ УГРОЗ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

*С. Гоккоева, Университет Оулу, Финляндия*

*А.Д. Волкоморова*

*Научный руководитель: Быков В.А., канд. экон. наук*

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,  
Ярославский филиал*

Современная концепция менеджмента предполагает масштабный учет всех деструктивных факторов внешней и внутренней среды предприятия, для чего на многих предприятиях организуются отделы и службы в чьи обязанности входит постоянное наблюдение за критическими (пороговыми) значениями показателей финансовой и хозяйственной деятельности. Такими подразделениями на сегодняшний день являются отделы (службы) экономической безопасности, риск-менеджмента, внутреннего аудита. В то же время единые подходы к построению системы текущего контроля за изменениями качественных и количественных составляющих финансово-экономического положения предприятия не выработаны и отличаются от предприятия к предприятию. Соглашаясь с мнением многих отечественных ученых, что данную систему регламентировать нормативными и правовыми актами на уровне государства не следует, так как специфика работы каждого конкретного предприятия предполагает внутренние организационно-экономические условия для установления процедур контроля, в то же время заметим, что возможности унификации подходов возможны. Одними из эффективных средств и инструментов в современной теории менеджмента являются средства, позиционирующие себя в рамках концепции контроллинга. Наиболее полно отражает суть концепции контроллинга определение,

данное отечественными учеными С.Г. Фалько, К.А. Расселлом, Л.Ф. Левиным, определяющих термин контроллинг в двух составляющих: контроллинг как философия и контроллинг как инструмент [1]:

1. Контроллинг - философия и образ мышления руководителей, ориентированные на эффективное использование ресурсов и развитие предприятия (организации) в долгосрочной перспективе.

2. Контроллинг - ориентированная на достижение целей интегрированная система информационно - аналитической и методической поддержки руководителей в процессе планирования, контроля, анализа и принятия управленческих решений по всем функциональным сферам деятельности предприятия.

Данная концепция, примененная к новому объекту – системе управления (обеспечения) экономической безопасности предприятия, вовлекая устоявшиеся направления (финансовый контроллинг, контроллинг маркетинга, риск-контроллинг, контроллинг персонала и т.д.) способна качественно повысить уровень принимаемых управленческих решений руководством предприятий за счет представления релевантной информации по всем областям оценки угроз (закупки, финансы, сбыт, персонал, логистика, инновации и т.д.) на единой методологической основе. Представляется, что основные усилия в этом направлении необходимо сосредоточить на координирующей и сервисной функциях контроллинга.

Анализ опыта применения контроллинга в функциональных сферах деятельности показывает, что сфера интересов или основные задачи контроллинга в системе управления экономической безопасностью должны включать:

1. Формирование стратегии экономической безопасности предприятия.

2. Разработку методологии планирования, прогнозирования, выявления и предотвращения возникновения угроз экономической безопасности, проведения исследований по выявлению тенденций и возможностей развития таких угроз.

3. Определение объектов, предметов, параметров контроля за обеспечением экономической безопасности.

4. Определение количественных и качественных пороговых значений производственно-операционной финансово-экономической и хозяйственной деятельности предприятия, отвечающих требованиям экономической безопасности.

5. Оценку, ранжирование угроз, определение меры ущерба.

6. Разработку механизмов и мер идентификации угроз экономической безопасности предприятия и их носителей (проведение мониторинга экономической безопасности).

7. Организацию и планирование комплекса мер противодействия угрозам экономической безопасности, координацию межплановых связей.

8. Формирование механизмов и мер финансово-экономической политики и институциональных преобразований, нейтрализующих или смягчающих воздействие негативных факторов (корректирующих мероприятий).

9. Предоставление отчета руководству.

10. Поддержку руководства в принятии решений, алгоритмизацию управленческих воздействий.

Выстраивая систему управления параметрами угроз экономической безопасности с помощью инструментов контроллинга необходимо, на наш взгляд, произвести изменения в общеуправляющей системе предприятия с тем, чтобы внедрить три основные составляющие контроллинга, без которых все изменения будут не столь эффективны: управленческий учет, информационно-управляющую систему и систему поддержки принятия решений. Затем необходимо ввести внутренние регламенты деятельности, касающиеся диагностики, мониторинга угроз и корректировки управленческих решений по всем центрам ответственности.

Проведение мониторинга угроз, в рамках контроллинга экономической безопасности можно представить в виде последовательности выполнения следующих этапов:

1. На первом этапе необходимо определить состав информации о состоянии экономической безопасности предприятия, для этого:

а) построить систему информативных отчетных показателей по каждому виду контроллинга экономической безопасности (оперативного, тактического, стратегического);

б) разработать систему обобщающих (аналитических) показателей, отражающих фактические результаты достижения предусмотренных количественных стандартов контроля;

в) определить структуру и показатели форм контрольных отчетов (рапортов) исполнителей;

На следующем этапе определить источников информации о состоянии экономической безопасности предприятия;

Затем дополнить график документооборота, для чего:

а) определить состав исполнителей;

б) определить контрольные периоды по каждому виду контроллинга экономической безопасности и каждой группе рассматриваемых

показателей.

В рамках текущего наблюдения (контроля) проводимых в рамках мониторинга операций необходимо организовать мероприятия по:

- а) сбору информации;
- б) учету и хранению информации;
- в) текущему контролю принимаемых мер по локализации угроз;
- г) текущему контролю бюджетов предприятия;
- д) обработке и анализу информации;

На заключительном этапе необходимо создать сводный отчет по мониторингу экономической безопасности за предприятие в целом и по отдельным «центрам ответственности».

Таким образом, созданная по такому варианту комплексная система мониторинга экономической безопасности позволит, на наш взгляд, своевременно осуществлять выявление и предупреждение кризисных ситуаций. По итогам углубленного мониторинга, в случае возникновения предкризисных (угрожаемых), либо кризисных тенденций и ситуаций, должны проводиться соответствующие корректирующие мероприятия.

#### **Библиографический список**

1. Фалько С.Г., Расселл К.А., Левин Л.Ф. Контроллинг: национальные особенности - российский и американский опыт//Контроллинг, 2002.- № 1.

УДК 331.582.2

### **ПРИМЕНЕНИЕ АУТПЛЕЙСМЕНТА В РОССИИ**

***В.Р. Воргунова***

*Научный руководитель: Воробьева М.А., канд. полит. наук, доцент  
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,  
Краснодарский филиал*

В условиях развития инновационной экономики необходимо изменить отношение к главной производительной силе общества – человеку. Человеческие ресурсы предприятия являются одними из наиболее ценных ресурсов, и поэтому они требуют особого внимания и тщательного обдуманного подхода, а также постоянного мониторинга. Объективная потребность в таком виде развития вызывает необходимость в разработке новой концепции работы с человеческими ресурсами. Современная экономика предполагает необходимость освоения различных инновационных способов организации работы с персоналом.

На Западе уже есть технологии, которые позволяют компаниям получать выгоду, расставаясь с сотрудниками, но они ещё не так популярны в России. Но именно россияне, которые лишились своей

работы, могут передавать корпоративную информацию, брать в отместку с собой данные и файлы с конфиденциальными документами и клиентской базой, а также обращаться в трудовую инспекцию с заявлением, что им выплачивается заработная плата «в конверте» [2].

Для компаний существует способ застраховать себя от неприятностей, связанных с увольнениями, – это аутплейсмент. В переводе с английского «outplacement» означает «трудоустройство уволенных», но понятие это гораздо шире. Аутплейсмент - это комплекс мер, направленных на сглаживание негативных последствий увольнения работников, в том числе психологическая поддержка и консультирование уволенных сотрудников, помощь в их дальнейшей работе за счет бывшего работодателя. Эта практика сокращения сотрудников все еще редко используется в России, её называют "мягким увольнением". Услуги аутплейсмента предоставляются специализированными агентствами по подбору персонала и рекрутинговыми агентствами, а также самой компанией при наличии соответствующих специалистов и средств.

Впервые аутплейсмент появился в Соединенных Штатах во время Второй Мировой войны, когда возникла необходимость вернуть ветеранов к тем видам деятельности, которыми они занимались до войны. В 1970–1980-х годах на Западе он оказался в центре внимания из-за кризиса занятости, наиболее активно приобретенного в 90-х годах.

В настоящее время в США данной услугой пользуются до 80% фирм, и она указывается в трудовом договоре, в Японии – до 30%, а в Европе – 15–20% фирм облегчают своим сотрудникам расставание с привычным местом работы и поиск новой [3].

Согласно опросу, проведенному в 2009 году Американской ассоциацией менеджмента и Институтом корпоративной производительности, более двух третей из 265 американских работодателей за последние два года предложили своим сотрудникам увольнение по средней цене в 4,5 доллара. В то же время средняя стоимость размещения представителей высшего руководства (топ менеджмента) составила 7,5 тысячи долларов, линейных менеджеров - 3,7 тысячи долларов, работников средней квалификации - 2,6 тысячи долларов, работников с почасовой оплатой труда - 1,4 тысячи долларов [3].

Только после кризиса 1998 года о существовании аутплейсмента стало известно в России. Для этого периода были характерны массовые сокращения штата крупнейших организаций и фирм. Западные страны отличались тем, что там подобные услуги были очень востребованы и высокооплачиваемы. А в России увольнение проводило по обыкновенной

схеме, а иногда и с множеством нарушений. Однако сейчас применение услуги аутплейсмента получило новый толчок к развитию.

В России первыми, стали применять аутплейсмент такие компании, как Manpower и DVMInc, а также российское кадровое агентство «Анкор».

Приведем примеры применения аутплейсмента:

1. При покупке завода «Новомосковскбытхим» Procter&Gamble потратила на аутплейсмент около 1 миллиона долларов, высвободив при этом порядка 1 тысячи человек. Procter&Gamble с помощью австрийского кадрового агентства OBS открыла центр переподготовки кадров «Старт», который занимался переобучением и трудоустройством уволенных.

2. В связи с закрытием одного из предприятий Группы Danone – Петербургской кондитерской фабрики «Чок энд Ролл» - компанией «Прогресс-Инфо» был реализован масштабный проект аутплейсмента персонала.

3. В 2003 г. инвестиционная компания «Росбилдинг» основала центр трудоустройства. За два года компания через центр трудоустроила около 4000 человек. В целом на деятельность центра компания потратила более 60 млн. руб.

4. Изменения, которые проходили в РАО «ЕЭС», сопровождались использованием аутплейсмента, что помогло избежать социальной напряженности и дало уволенным работникам возможность получить новую специальность или новую работу

5. В связи с реконструкцией оборудования, компания МГТС была вынуждена уволить часть сотрудников с использованием внутреннего аутплейсмента.

Чаще всего, к аутплейсменту обращаются компании, территориально расположенные в крупных мегаполисах (Москва и Санкт-Петербург). Так, для сравнения, услуги аутплейсмента в Москве предоставляют 29 компаний, в Санкт-Петербурге - 13 компаний, в Нижнем Новгороде-7 компаний, в Екатеринбурге - 4 компании, в Тюмени - 3 компании [4].

Согласно статистике, 60% компаний не используют аутплейсмент, 11% хотели бы рассмотреть данный метод и его структуру (см. рис. 1).

Остальные компании, как правило, используют аутплейсмент только для ограниченного числа своих сотрудников: топ-менеджеров, лиц, которые обладают определенной информацией и допущены к коммерческой тайне, или лиц, которые занимаются бизнес-идеями. Из всех 29% компаний, которые пользуются услугами аутплейсмента, лишь только 2% используют его в качестве устоявшейся практики для всех сотрудников без исключения, и для них трудоустройство является частью поддержки их репутации и преимуществ при найме на работу [1].

■ Не используют ■ готовы рассмотреть ■ Используют

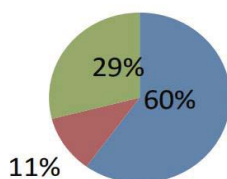


Рисунок 1. Применение аутплейсмента в России

В условиях развития инновационной экономики можно сказать, что у аутплейсмента есть довольно широкие перспективы. Использование этой технологии позволяет уменьшить компенсационные выплаты при увольнении, поддерживать имидж компании в глазах партнеров и действующих сотрудников, повысить лояльность увольняющихся сотрудников с целью предотвращения утечки конфиденциальной информации, а также позволяет снизить возможные расходы в связи с разрешением правовых споров между сторонами.

На основании вышесказанного можно сделать вывод, что в России потенциал аутплейсмента персонала не используется в полной мере. Работодатель участвует в поиске работы для уволенного сотрудника в основном через государственную службу занятости, эффективность деятельности которой находится не на самом высоком уровне.

Более широкое применение аутплейсмента позволит организациям реализовать свои основные потребности в выживании, безопасности и устойчивости, что, в свою очередь, повысит доверие общества, сотрудников и клиентов к компании, и в результате - конкурентоспособность бизнеса.

#### **Библиографический список**

1. Воробьева М.А. Проблемы применения инновационного менеджмента на предприятиях Краснодарского края // Национальные экономические системы в контексте формирования глобального экономического пространства: Материалы II международной научно-практической конференции, 2016. – С. 133-134.

2. Константиныди Х.А., Воробьева М.А., Рубин А.Г. Развитие маркетингового потенциала как фактора повышения конкурентоспособности и инвестиционной привлекательности региона // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 5: Экономика. – 2015. – № 1 (155). – С. 97-102.

3. Левадная Д.С. Высвобождение персонала и аутплейсмент как социально-ориентированный его вид // Научное сообщество студентов

XXI столетия. Экономические науки: сб. ст. по мат. LXV междунар. студ. науч. - практ. конф. № 5(65). - URL: <https://sibac.info/archive/>.

4. Русских Н.Е. Применение аутплейсмента как способа повышения репутации компании // Современные научные исследования и инновации. - 2014. - № 12. - Ч. 2 [Электронный ресурс]. - URL: <http://web.snauka.ru/issues/2014/12/38772>.

УДК 336.64

## **ПРОЦЕСС РИСК-МЕНЕДЖМЕНТА**

***В.В. Гомозов, А.С. Зарюгина***

*Научный руководитель: Быков.В.А. канд. экон. наук*

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Ярославский Филиал*

Существование предприятия и любая его деятельность невозможна без рисков. Постоянный риск исходит от постоянно меняющейся экономики и крайне изменчивой предпринимательской среды. В современной России происходит увеличение внимания к риск-менеджменту связи с экономической ситуацией в стране и ухудшению ситуации, связанной с устареванием производства на многих предприятиях Российской Федерации. Для того, чтобы лучше понимать риск-менеджмент стоит разобраться в основополагающих понятиях, таких как:

Риск - это воздействие неопределённых сил на деятельность организации. Риск-менеджмент - это деятельность управленцев и директоров организации, затрагивающая всю деятельность организации, и берёт начало в момент создания стратегии развития организации. И его процесс направлен на выявление рисков и определение объёма рисков, который является для организации приемлемым. Всё это учитывается при разработке стратегии организации, так как разные стратегии развития влекут за собой разные возможные риски.

Риск-менеджмент помогает в управлении различными отделами предприятия или предприятием в целом с учётом фактора риска, который означает воздействие случайных событий на предприятие. Риск-менеджмент оценивает риски, занимается разработкой или выбором метода нейтрализации последствий, вызванных рисками контроль за соблюдением мер по сокращению рисков.

Чтобы лучше понимать природу рисков, необходимо привести их классификацию: внешние и внутренние; предвиденные и непредвиденные; локальные, отраслевые, региональные, международные; систематические



и специфические; риски неопределённости будущего, риски взаимодействия, риски недостатка информации.

Данная классификация является далеко не полной. К внутренним рискам стоит отнести риски, связанные с самой деятельностью предприятия. Источником внутренних рисков может быть производственная деятельность, обращение продукции и кадры, работающие на предприятии. К внешним причинам внутренних рисков стоит отнести кредитные риски, информационные риски, и коммерческие риски.

Стоит глубже разобраться в вопросе том, какую роль имеет риск-менеджмент в антикризисном управлении. Ведь, в своём роде антикризисное управление является также риском. В кризисные моменты неправильная стратегия выхода из кризиса может привести к катастрофическим последствиям. Существует связь между политической и экономической ситуацией в стране рисками, которые воздействуют на предприятие. Данную связь мы можем ощутить и в Российской Федерации, так как после наступления кризиса 2014 года и принятия санкций против Российской Федерации, на предприятия легло множество новых рисков. От кризисных ситуаций незащищено даже устойчивое предприятие, а причиной кризиса может служить некомпетентность менеджеров, ошибки в управлении и выборе стратегии, несвоевременная реакция на новые условия рынка. Организация риск-менеджмента на предприятии может включать в себя следующие этапы:

1. Определение влияния риска;
2. Получение и анализ внутренней и внешней информации по оценке рисков и последствий риска;
3. Определение вероятности наступления риска и потери, связанные с ним;
4. Разработка мероприятия по устранению риска и принятие антикризисной стратегии. Главной особенностью принятия решений при кризисной ситуации является, то, что времени на принятие решения практически нет и требуется срочное принятие решений. Принятие решения и время на его принятие зависит от этапа, на котором находится сам кризис. Также к особенностям стоит отнести, то что в связи с тем, что кризис приносит множество изменений, а экономическая ситуация всегда изменчива отталкиваться от прошлого опыта не имеет смысла и требуется творческое и оперативное мышление, для нахождения решения. Риск-менеджмент является крайне динамичной областью и его эффективность определяется быстротой принятия управленческих решений;
5. Организация антикризисных мероприятий по разработанной стратегии;

## 6. Контроль за выполнением стратегии.

Смотря на развитие риск-менеджмента можно сказать, что активное развитие данной области в мире и в России, в частности, происходило в последние 10-15 лет. Функционирование системы риск-менеджмента, можно представить в виде алгоритма, предложенного Романовым В.С.:

1. Определение места механизма управления рисками в стратегии предприятия;

2. Формирование группы риск-менеджмента;

3. Первичный анализ рисков (выявление наиболее значимых рисков);

4. Направления для минимизации риска;

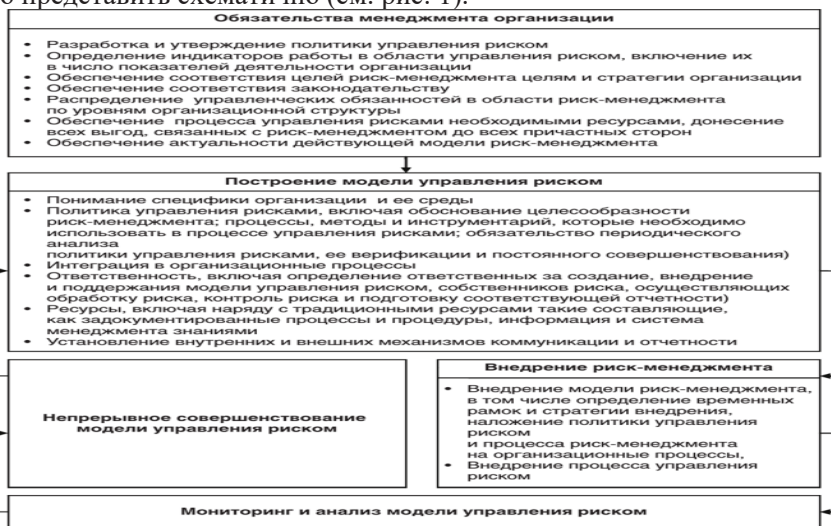
5. Проведение полного анализа рисков, на данном этапе происходит выявление вероятности риска и оценка возможных потерь при его наступлении;

6. Создание мероприятий по минимизации рисков, на данном этапе происходит возможность проведения мероприятий и оценка их эффективности;

7. Создание программы в рамках финансового плана на отчётный период;

8. Контроль и внесение изменений.

Существует множество методов и моделей, по риск-менеджменту, но хотелось бы выделить модель, выделенную стандартом ISO 31000 «Риск-менеджмент. Принципы и руководства по применению». Данную модель можно представить схематично (см. рис. 1).



1. Модель управления риском согласно стандарта ISO 31000 [1]

## **Библиографический список**

1. Авдийский В.И., Безденежных В.М. Риски хозяйствующих субъектов: теоретические основы, методология анализа, прогнозирования и управления. - М.: Финансовый университет, 2013. – 232 с.

УДК 33.02

## **СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К СОЗДАНИЮ БЛАГОПРИЯТНОГО ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО КЛИМАТА В ОРГАНИЗАЦИИ**

**Ю.О. Григорьева**

*Научный руководитель: Райхлина А.В., канд. экон. наук, доцент  
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,  
Ярославский филиал*

Социально-психологический климат в учебной литературе определяют, как преобладающий в коллективе относительно устойчивый психологический настрой его работников, проявляющийся в многообразных формах их деятельности [1].

Благоприятный психологический климат - один из важных элементов эффективного функционирования организации, значимость которого была доказана еще во время Хотторнских экспериментов 1927-1932 годов Элтоном Мэйо и другими исследователями.

Психологический климат - это доминирующий в организации или группе психологический настрой его участников, который выражается в их отношении друг к другу, к организации и к процессам, протекающим внутри неё. Многочисленные опросы и исследования показывают, что положительная атмосфера на рабочем месте, чувство сопричастности мотивируют и удерживают сотрудников сильнее, чем методы материального стимулирования.

В таблице 1 представлены признаки благоприятного и не благоприятного психологического климата в организации [2].

Если руководитель хочет обеспечить бесперебойную и слаженную работу в коллективе, то ему необходимо владеть технологиями создания благоприятного психологического климата. Именно поэтому одной из задач современного менеджмента является разработка различных путей и способов его формирования. Очевидно, что здоровый психологический климат способствует повышению интенсивности и производительности труда в организации, а неблагоприятный, наоборот, вызывает их снижение.

К факторам, обуславливающим характер психологического климата в организации, исследователи относят следующие:

- удовлетворенность трудом;

- совместимость работников организации;
- стиль управления;
- успехи / провалы производственного процесса;
- применяемая шкала поощрений и наказаний, условия труда;
- обстановка в семье, вне работы;
- наличие неформальных лидеров и другие [3].

Таблица 1. – Характеристики психологического климата в организации

Тип	Признаки
Благоприятный	Взаимопомощь, доброжелательность, построение отношений участников на принципах сотрудничества, существование норм, которые признаются и выполняются всеми членами, адекватная взаимная требовательность, радость от общения и открытость коммуникаций, возможность свободно мыслить, раскрывать свои способности и реализовывать потенциал
Неблагоприятный	Преобладание пессимистичного настроения, подавленности сотрудников, конфликтность, пассивность, отсутствие норм или их невыполнение, существование противостоящих друг другу группировок, сдерживание личностного потенциала, страх ошибки и наказания

Мировыми лидерами по управлению человеческими ресурсами признаны такие крупные компании как Google, Facebook, Netflix, в которых работники имеют множество различных предпочтений, например, бесплатное питание, корпоративные спортзалы, комфортные условия труда, различные дополнительные выплаты, возможность обучения. Все эти факторы во многом способствуют созданию стимулирующей среды. В Google работники могут приводить с собой домашних животных, самостоятельно распределять время и реализовывать собственные проекты. Офисы компании спроектированы так, чтобы сотрудник находился в них как можно дольше: там есть современные фитнес-центры, игровые комнаты, пространства для отдыха и даже автосервис. В Google приняты принятие решений всей командой методом консенсуса, оценка эффективности работника и помощь в карьерном росте, несколько уровней иерархии. Одни из ключевых принципов компании - отбор лучших сотрудников и выплата им заработной платы выше рыночного уровня [4].

Ведущая роль в формировании благоприятного психологического климата в организации принадлежит руководителю. Своим поведением, деятельностью, личными качествами, стилем определяет характер рабочего процесса. Примером эффективного руководителя, который

создал в этом смысле новый тип корпорации, может служить Ингвар Кампрад, основатель компании ИКЕА. Многие, кто знал его лично, утверждают, что Кампрад был простым в общении человеком. Он был уверен, что персонал нуждается в большей самостоятельности. По его мнению, в компании необходимо создание теплой семейной атмосферы, тогда работники согласятся с корпоративной этикой и начнут эффективнее работать [5].

Формирование благоприятного климата зависит и от работников организации, так как любая организация представляет собой систему. Для построения успешных межличностных отношений каждый сотрудник должен прикладывать усилия, владеть эмоциональной саморегуляцией, избегать категоричности в своих суждениях, уметь предотвращать и разрешать конфликтные ситуации. В этом смысле интересен опыт японской модели менеджмента, которая основана на принципе «человеческие ресурсы - это богатство», что во многом определяет успех корпораций этой страны на мировом рынке. Для японцев компания, в которой они работают, - это семья. В японских компаниях развита система «пожизненного» найма, также особо поощряется «семейный» набор кадров. Именно поэтому японец отождествляет себя с организацией, в которой он работает. В этой стране фирмы обладают сформировавшейся корпоративной культурой: в некоторых фирмах сотрудники в начале рабочего дня поют гимн своей организации. Традиционно продвижение по службе в Японии происходит на основании возраста и стажа работника, а не в зависимости от его эффективности и производительности. Так, по их мнению, в организации создается благоприятная атмосфера, предотвращаются конфликтные ситуации [6].

Благоприятный психологический климат - один из главных факторов успешной работы, который определяет мотивацию сотрудников. Можно сделать вывод, что высокая интенсивность и производительность труда прямо пропорциональны уровню психологического климата в компании.

#### **Библиографический список**

1. Чередниченко И.П., Тельных Н.В. Психология управления. - Ростов-на-Дону: Феникс, 2004. - 608 с.
2. Ишмекеева А.К. Факторы формирования и корректировки социально-психологического климата в коллективе [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://psychology.snauka.ru/2013/02/1734>.
3. Как управлять персоналом / Э.Е. Старобинский. - М.: Бизнес-шк. «Интел-Синтез», 1998. - 368 с.
4. Как работает Google / Эрик Шмидт, Джонатан Розенберг, Алан Игл; [пер. с англ. Д. Барретт]: Эксмо. - М.: 2015.

5. Есть идея! История ИКЕА / Б. Торекуль. - «Альпина Диджитал», 1998.

6. Как работают японские предприятия: Сокр. пер. с англ. / Под ред. Мондена Я. и др.; Науч. ред. и авт. предисл. Бобрышев Д.Н. - М.: Экономика, 1989. -262 с.

УДК 316.6

## **ЭФФЕКТИВНОЕ ДЕЛОВОЕ ОБЩЕНИЕ В ПРЕДСТАВЛЕНИИ МОЛОДЕЖИ**

***В.Р. Зубкова***

*Научный руководитель: Райхлина А.В., канд. экон. наук, доцент  
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,  
Ярославский филиал*

Эффективное деловое общение – это общение для достижения информационной и/или предметной цели и сохранения равновесия отношений между собеседниками [1].

В профессиональной сфере люди часто сталкиваются с различными деловыми взаимодействиями. И, помимо того, что им нужно хорошо выглядеть, запастись различным материалом, документами для какой-либо встречи, им так же необходимо знать, как следует себя вести, как правильно строить свою речь, и другие психологические приемы эффективного делового общения. Это очень важно для студенческой молодежи, которой в скором времени предстоит трудоустроиваться.

В целом психология делового общения – это наука, которая призвана изучить и классифицировать всю совокупность правил деловых коммуникаций, норм поведения при деловом общении, а также способов взаимодействия между людьми в профессиональной сфере [2].

Мы провели небольшое исследование, чтобы выяснить, насколько наши ровесники знакомы с приемами эффективного делового общения. В опросе участвовало 12 человек в возрасте 17-20 лет.

Прежде всего, мы спросили, что такое деловое общение. Большинство респондентов определяют его как общение в профессиональной деятельности, по работе, учёбе. Также были ответы, что это общение только в деловом стиле, на деловом языке. Следующим вопросом было определить эффективное деловое общение. Некоторые ответы:

1. Эффективное деловое общение-это общение в профессиональной деятельности, которое в конечном итоге завершалось успешно.

2. Эффективное деловое общение-это вид общения, при котором решают какие-либо задачи.

3. Эффективное деловое общение-общение только с целью обсудить какие-либо рабочие моменты, совершить сделку.

Далее мы просили уточнить, что подразумевает вербальная и невербальная коммуникация, какой вид коммуникации, по мнению респондента, важнее для эффективного общения, и почему он так важен (см. табл. 1).

Таблица 1. - Распределение ответов на вопрос о вербальной и невербальной коммуникации

Вид коммуникации и ее значение	Определения респондентов	Количество голосов
Вербальная	1. ВК - это речь. 2. ВК - это разговор людей 3. ВК - это общение между людьми, то, как они говорят	4
Почему она важна	Для передачи информации, знаний	
Невербальная	1. НВК - это манера разговора, интонация 2. НВК - это то, какие жесты человек использует при общении, как смотрит, каким тоном говорит и т.д. 3. НВК - это психологический признак, по которому можно определить, что человек сейчас чувствует	8
Почему она важна	Благодаря невербальной коммуникации человек может расположить к себе других, так же увидеть и понять, как к нему относится его собеседник.	

В общении между деловыми партнёрами иногда возникают различного рода психологические барьеры. С ними без сомнения сталкиваются и молодые люди при трудоустройстве. Следующий вопрос касался того, какие именно барьеры респонденты считают для себя самыми сложными (см. табл. 2).

Таблица 2. – Распределение ответов на вопрос о психологических барьерах при трудоустройстве

Вид барьера	Барьер интереса – собеседник к не проявляет интереса	Моральный барьер – собеседник груб, невнимателен	Эмоциональный барьер – собеседник в своих мыслях, в плохом настроении	Возрастной барьер – собеседник гораздо старше по возрасту	Барьер самооценки - ты чувствуешь себя неуверенно
Количество голосов	0	1	3	4	4

Далее мы спросили, какие личные качества респонденты считают самыми важными для эффективного делового общения (см. табл. 3).

Таблица 3. - Распределение ответов на вопрос о самых значимых качествах для эффективного делового общения

Качество	Количество голосов
Эмпатия	2
Инициативность	1
Конкретность	2
Доброжелательность	3
Открытость, искренность	4

В заключении респондентам необходимо было указать, какие знания или навыки они хотели бы развить, чтобы эффективно общаться в профессиональной среде (см. табл. 4).

Таблица 4. – Востребованные у молодежи знания и умения эффективного делового общения

Знания, умения, способности	Количество голосов
Отсутствие стеснения	5
Развитие речи	4
Манипуляция	2
Абсолютное знание в обсуждаемой теме	1

Проведенное исследование показало, что современные молодые люди в целом осознают значимость эффективного делового общения как в форме вербальной, так и невербальной коммуникации. В то же время они испытывают определенные психологические барьеры и нуждаются в дополнительных знаниях по совершенствованию навыков эффективного делового общения.

#### **Библиографический список**

1. Жернакова М.Б., Румянцева И.А. Деловые коммуникации: учебник и практикум для прикладного бакалавриата.

2. Эксакусто Т.В. Основы психологии делового общения: учебное пособие. – Таганрог: Изд-во ЮФУ, 2015 – 162 с.

3. Молоткова Г.Г., Асанкулова С.С. Психологические барьеры трудоустройства выпускников вуза [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://docviewer.yandex.ru/view/44606217/>.



## ДЕЛЕГИРОВАНИЕ ПОЛНОМОЧИЙ КАК УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ФУНКЦИЯ

*А.А. Исхакова*

*Научный руководитель: Воробьева М.А., канд. полит. наук, доцент  
Финансовый университет при Правительстве РФ, Краснодарский  
филиал*

Делегирование полномочий в условиях функционирования организации имеет стратегически важное значение для руководителей и менеджеров при принятии управленческих решений [2]. Данный подход к распределению обязанностей обеспечивает стабильность и надёжность в отношениях между начальником и подчинёнными только в том случае, когда руководителем учитываются не только профессиональные навыки и качества, но и психологические особенности каждого сотрудника.

Актуальность темы обусловлена тем, что в условиях современных подходов, делегирование полномочий – это, своего рода, передача обязанностей вниз, к подчинённым, сохраняя за собой ответственность. Это помогает сократить рабочую нагрузку на руководителя, что даёт ему возможность работать в других более важных областях, например, стратегическом планировании, бизнес-анализе и т.д. [5]. Именно поэтому, так важно учитывать психологические особенности сотрудника, к которому предполагается передача некоторых полномочий, чтобы он наиболее успешно с ними справился и внёс существенный вклад в деятельность организации. Данная тема представляется актуальной, потому что через делегирование полномочий (с учётом психологии сотрудников) подчинённые обретают чувство важности и получают дополнительную мотивацию для работы, что, несомненно, оказывает благотворное влияние на деятельность организации.

Проблема данной области управления заключается в том, что неправильное распределение обязанностей между сотрудниками, игнорирование их психологических качеств, пренебрежение личностными особенностями влечёт за собой нерациональное использование времени, проблемы в деятельности фирмы, в том числе экономические, а также эмоциональное и профессиональное выгорание, как руководителя, так и подчинённых на почве конфликтов. Представленный подход к делегированию предлагается для менеджеров всех уровней управления, в этом заключается авторский подход к делегированию.

Целью работы является выявление и описание конкретных признаков делегирования и психологических аспектов для эффективного

делегирования полномочий в организации, а также представление возможных проблем при несоблюдении психологических методов управления.

Полномочия представляют собой ограниченное право и ответственность использовать ресурсы организации, самостоятельно принимать решения, отдавать распоряжения и осуществлять управленческие решения [2].

Основной принцип делегирования полномочий заключается в передаче руководителем части возложенных на него полномочий, прав и ответственности своим компетентным сотрудникам с целью высвобождения дополнительного времени для решения стратегически более важных задач, координации труда и развития способностей и умений подчинённых.

Большинство современных руководителей признают важность и значимость делегирования полномочий в процессе принятия управленческих решений. Но, когда дело доходит до конкретных действий, многие не решаются применять его на практике. В результате, руководитель оказывается перегружен оперативными текущими задачами, упускаются выгодные возможности для компании. Итак, рассмотрим наиболее часто допускаемые ошибки руководителей и способы их решения:

1) «Хочешь сделать хорошо – сделай сам». Эта позиция основана либо на недоверии к персоналу, либо на чрезвычайно развитых сомнениях и излишней уверенности в своих силах. Но делать работу за всех неэффективно как по качеству, так и по времени. Нужна команда специалистов [4]. Подобная переоценка руководителем собственных возможностей и недооценка творческого потенциала подчиненных зачастую обуславливают провал работы, ведь лучше один раз перепоручить и подробно всё объяснить, чем делать самому всю существующую работу.

2) «Я не могу делегировать свои полномочия сотрудникам, так как это не входит в их прямые обязанности, они и без того перегружены работой». Но сотрудники заняты монотонными рутинными операциями, следовательно, они предпочли бы самостоятельно планировать свою работу и нести за нее ответственность, особенно, если поручение будет должным образом мотивировано. Как правило, в подобных ситуациях материальные средства, затраченные на премии для тех, кому предполагается делегировать полномочия, окупаются полностью и в достаточно короткие сроки.

3) «Мне просто некому это поручить. У нас и так не хватает персонала». По мнению руководителя, объем задач не соответствует реальным кадровым возможностям подразделения. На самом деле, именно механизм делегирования полномочий позволит менеджеру оптимально решить проблему недостатка кадров, грамотно распределить текущие обязанности, максимально эффективно использовать временные ресурсы и получить желаемый результат.

4) Объяснение сотруднику не только того, что нужно сделать, но и как сделать, то есть доскональное и навязчивое «разжевывание проблемы». Это не только занимает много времени, но также происходит игнорирование творческих возможностей и идей подчиненного. Ведь он может найти более быстрое и более эффективное решение проблемы, подойти к вопросу нестандартно или же просто на более осведомлённом уровне.

5) Некоторые управленцы, проявляя эгоизм, не желают, чтобы заслуга в решении вопроса принадлежала кому-нибудь другому, не хотят признавать, что подчиненный может найти более эффективное решение [3]. Это часто встречается при авторитарном стиле управления, когда собственные амбиции буквально «ослепляют» руководителя. В таком случае психологи советуют придерживаться принципа справедливости: «Если ответственность коллективная, то и поощрение должно быть равным для всех участников».

6) Недостаточное стимулирование сотрудников, несправедливая оценка и распределение поощрений за выполненную работу. Для решения данной проблемы успешному руководителю необходимо изучить и осмыслить труд великого психолога прошлого столетия – Абхарама Маслоу – под названием «Мотивация и личность», где учёный подробно рассматривает, что движет человеком, чем и как его заинтересовать, чтобы увеличить его производительность [1].

7) Одним из серьезнейших недостатков руководителя является игнорирование эмоций как своих, так и подчиненного. Потеря руководителем самообладания, крики, агрессия – это явный признак незрелости поведения. Люди видят в этом не силу характера, а просто сумасбродство, что вызывает недоверие. Менеджеру всегда важно соблюдать субординацию, проявлять элементарное уважение к личности сотрудников, вести себя более сдержанно, а авторитет завоёвывать не криками и угрозами, а реальными делами и поступками.

Рассмотрев и изучив различные подходы к делегированию, можно наглядно увидеть и представить все преимущества учёта психологических факторов. Как показал проведённый анализ при изучении данной

проблемы, эффективное руководство невозможно при игнорировании психологии.

Таким образом, делегирование полномочий как управленческая функция во многом определяет успешность деятельности менеджера и его фирмы в целом. Грамотный подход к распределению обязанностей и ответственности позволяет руководителю высвободить собственное время для решения более глобальных задач, а также повысить производительность работы сотрудников, применяя методы нематериальной мотивации. Именно эти аспекты обуславливают рациональное и взаимовыгодное делегирование полномочий между руководителем и сотрудниками. Делегирование полномочий с учётом личностных особенностей персонала во всех ситуациях управления - основное искусство менеджмента.

### **Библиографический список**

1. Воробьева М.А. Состояние и проблемы управления персоналом предприятий строительной отрасли Краснодарского края. В сборнике: Современная мирохозяйственная система: проблемы конкурентирования и взаимовыгодного сотрудничества в экономической и правовой сферах. Сборник статей международной научно-практической конференции. Под ред. Г.Б. Клейнера Х.А. Константиныди В.В. Сорокожердьева З.М. Хашевой. - 2014. - С. 46-50.

2. Воробьева М.А., Рубин А.Г. Инновационный подход в организационном проектировании: теория и практика. Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. - 2018. - № 1 (60). - С. 278-280.

3. Дивненко О.В., Горский Д.А., Грибок Н.Н. Развитие профессиональных компетенций руководителей высшего и среднего звена: тенденции, вызовы, практика. – М., 2017.

4. Психология управления персоналом: делегирование полномочий [Электронный ресурс]. – Режим доступа: – URL: <http://ippt.ru>.

5. Яхимович А.А., Пахомова А.Ю. Повышение конкурентоспособности управленческих решений предприятия. В книге: Национальные экономические системы в контексте формирования глобального экономического пространства материалы II Международной научно-практической конференции. - 2016. - С. 502-503.

УДК 316

## **ЭФФЕКТИВНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ РАБОТЫ С ИНФОРМАЦИЕЙ: ТЕЛЕФОН ИЛИ БЛОКНОТ?**

*Т.И. Картуха*

*Научный руководитель: Райхлина А.В., канд. экон. наук, доцент  
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,  
Ярославский филиал*

Сегодня говорить о значении информации в современном обществе трудно. Ежедневно мы используем информационные технологии. Понятие «информация» известно в наше время каждому человеку. Вся наша жизнь основана на общении, а информация – это то, что передается в ходе общения, то, чем люди обмениваются.

В наше время любая перспективная, высокооплачиваемая, престижная профессия связана с потоками данных, а развитие и тренировка навыков работы с информацией важны для достижения успеха в любом деле. Эффективные инструменты работы с информацией – это средства, с помощью которых ускоряется переработка данных для получения наилучшего результата в достижении цели [1].

Огромное значение в нашей жизни имеет смартфон как инструмент работы с информацией. Беседа по телефону сегодня является самой распространенной формой коммуникации. Телефонный разговор в современном мире – это быстрый и удобный способ связи, который позволяет решить многие вопросы оперативно. Сотовый телефон сегодня перестал быть диковинкой. Он доступен каждому. Главное его достоинство - возможность связи из любой точки и в любое время.

Согласно исследованиям Hootsuite и We Are Social, общее количество уникальных пользователей интернета в мире в 2017 году достигло 4 021 миллиарда человек, или 53% населения планеты. Наиболее высокое проникновение услуг наблюдается в Северной (94%), Западной Европе (90%) и Северной Америке (88%). В абсолютных значениях лидирует Восточная Азия (0,947 миллиарда пользователей, 57%) [2].

Если учесть, что на Земле скоро будет 7 млрд. жителей, то развитие рынка смартфонов приведет к глобальному подключению к Сети практически всего населения планеты в ближайшее 10 лет. По мнению экспертов, ежегодно число гаджетов будет только увеличиваться.

В наше время сложно найти человека, который не пользовался бы мобильным телефоном. Сегодня можно встретить детей, которые еще только учатся говорить, но уже имеют свой смартфон. Более того, родители восторгаются этим фактом и хвастаются окружающим, что их ребенок в малом возрасте умеет пользоваться телефоном.

Сотовый или мобильный телефон дают большие возможности в обработке информации – это не только передача голосовых сообщений на расстоянии, но и короткие смс-сообщения, мессенджеры, выход в

Интернет и синхронизация с GPS-станциями для определения координат. Сейчас сложно представить жизнь без сотового телефона. Огромное количество приложений, которые устанавливаются на аппарат, делают нашу жизнь проще. Современный мобильный телефон объединяет в себе сразу несколько устройств: он может выполнять функцию фотокамеры, будильника, компьютера, личного диетолога или фитнес тренера и др. По данным Pew Research 2017 года 46% владельцев смартфонов говорят, что их устройство - это то, без чего они «не смогли бы жить» [3].

Однако наряду с достоинствами смартфонов есть и недостатки. Прежде всего, применение сотового телефона наносит вред здоровью. Электромагнитное излучение влияет на весь организм, в особенности на половую и нервную системы, иммунитет. ВОЗ констатирует множество негативных последствий от использования сотового телефона. Так, люди, которые слишком часто пользуются мобильными телефонами, склонны к шейному спондилезу и плохому зрению. Злоупотребление использованием мобильного телефона ведет к ослаблению познавательной способности, а также формирует зависимости. Виртуальная жизнь поглощает человека, тем самым сводится на нет живое общение.

Несомненно, смартфон предоставляет безграничные возможности в области коммуникаций. Но негативные последствия в его использовании позволяют назвать блокнот более эффективным инструментом работы с информацией.

Каждую минуту на нас сваливается огромный поток информации, и запомнить все просто нереально. Поэтому многие люди применяют в работе, учебе и личной жизни ежедневники, блокноты, органайзеры. Перечислим преимущества использования блокнота:

1. Ежедневник, как правило, небольших размеров, поэтому его удобно носить с собой. В любой необходимый момент его можно использовать для записей, заметок, записей контактов.

2. Ежедневник нужен не только деловым людям. Планировать свой день полезно подросткам, домохозяйкам, пенсионерам. В нем удобно вести записи, делать пометки, записывать даты и время встреч, дни рождения, телефоны, адреса, можно записывать все результаты поиска информации в интернете с адресами сайтов, кодами товаров и ценами, записывать различные лайфхаки, цитаты известных людей, понравившиеся рецепты и другое в одном месте.

3. С ежедневником делятся своими внутренними переживаниями по поводу произошедших событий. Время от времени перечитывая заметки, можно проанализировать свои поступки, действия окружающих.

4. В эпоху тотальной смартфонизации делать записи нужно, т.к. это развивает многие способности. Регулярное ведение блокнота, дневника учит грамотно излагать мысли в письменной форме, вести учёт доходов и расходов. Для личного развития эффективно, если писать цели в начале года, а в конце года подводить итог, все ли выполнено.

Таким образом, для повышения эффективности работы с информацией, запоминать нужно лишь самое необходимое, а остальное хранить на бумажных или электронных носителях. Это помогает не только не «засорять» мозг лишними данными, но и разгружать его для более плодотворной и эффективной работы [4].

Блокнот более полезен для здоровья человека. Главное, чтобы ежедневник выполнял свои основные функции: хранил информацию; помогал планировать работу и личную жизнь; мотивировал работать продуктивнее.

Минусы тоже есть, но, на наш взгляд, их всего два: в большинстве случаев довольно сложно решить хранить или нет записанную информацию и, если ежедневник закончился, трудно найти подходящий блок запасных листов. В заключении хочу сказать, что следует использовать разные инструменты при работе с информацией, чтобы она использовалась эффективно. Выбор за вами!

#### **Библиографический список**

1. Информационный менеджмент: учебник / Под науч. ред. Н.М. Абдикеева. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 400 с.

2. В мире четыре миллиарда интернет-пользователей [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://nag.ru/news/newslines/100635/v-mire-chetyre-milliarda-internet-polzovateley.html>.

3. 15 малоизвестных фактов о мобильных телефонах [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ekabu.ru/15-maloizvestnyh-faktov-omobilnyh-telefonah.html>.

4. Обзор планировщиков: бумага или электроника? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://timestep.ru/2012/04/02/obzor-planirovshhikov-bumaga-ili-ehlektronika>.

УДК 658.53

### **ОЦЕНКА И ВЫБОР КОНКУРЕНТОСПОСОБНОГО ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО ПРОЦЕССА ОБРАБОТКИ ИЗДЕЛИЙ**

***Т.Т. Каюмов***

*Научный руководитель: Фасхиев Х.А., д-р техн. наук, профессор  
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,  
Уфимский филиал*

Современный этап развития машиностроения характеризуется интенсивным ростом объема, номенклатуры изделий и резким повышением требований к их качеству. Особое внимание необходимо уделять оптимизации принимаемых решений. Задача оптимизации технологических процессов является комплексной, требующей проведения анализа и выбора технологических решений на различных этапах проектирования и обеспечивающей минимальные значения приведенных затрат с одновременным соблюдением ряда технических ограничений.

При решении задач оптимизации процессов механической обработки часто возникает необходимость учитывать несколько противоречащих целей. Принимая решения, улучшающие оценки одного критерия, например, минимальной себестоимости операции, часто ухудшаются оценки по другим критериям, например, производительности и др. Для всесторонней взвешенной оценки альтернативных технологий целесообразно применять обобщенные критерии, которые учитывают достижения всех целей в совокупности, отражая их относительную значимость исходя из общих целей [1].

Задача оптимизации технологического процесса является комплексной, требующей проведения анализа и выбора технологических решений на различных этапах проектирования. Для каждого этапа характерно применение определенных критериев, определяющих выбор того или иного решения: заданная точность, максимальная производительность, минимальная себестоимость и др.

В данной работе предлагается методика оценки и выбора технологических процессов не по отдельно взятым критериям, а по их совокупности – по критерию конкурентоспособность технологического процесса. Предложенная методика основана на универсальном методе количественной оценки иерархически структурированных технических и социально-экономических объектов, разработанная профессором Фасхиевым Х.А. [2].

В работе выделены основные положения методики оценки и выбора наилучшего объекта среди аналогов. Под объектом подразумевается то, что может быть подвергнуто оценке. В данном случае объектами являются альтернативные технологические процессы изготовления детали. Объекты характеризуются набором показателей качества, которые в совокупности определяют свойства объекта, выделяют его среди других. Показатели качества могут быть сгруппированы по каким-либо признакам и могут быть выражены количественно либо путем измерения, либо с применением методов квалиметрии. Множество разно размерных



числовых показателей качества могут быть объединены в один числовой показатель с учетом весомости единичных показателей. Показатели, критерии оценки объекта могут сравниваться по вкладу их в конечный результат. Такое сравнение показателей позволяют их ранжировать по значимости.

Для оценки и выбора рациональной технологии обработки изделия из альтернативных технологических процессов предлагается использовать следующий алгоритм:

- 1) идентифицируется объект оценки и его аналоги;
- 2) осуществляется выбор показателей, которые наиболее объективно характеризуют эти объекты;
- 3) показатели технологического процесса группируются по схожим признакам;
- 4) методом «профилей» [2] определяются групповые показатели качества сравниваемых техпроцессов;
- 5) с учетом коэффициентов весомости, рассчитанных методом анализа иерархий, групповые показатели качества объединяются в интегральный коэффициент качества техпроцесса;
- 6) по отношению коэффициента качества к себестоимости рассчитываются коэффициенты конкурентоспособности альтернативных техпроцессов;
- 7) по значению коэффициента конкурентоспособности выбирается лучший техпроцесс из альтернатив.

В работе методика оптимизации технологических процессов применена на примере детали «Цилиндр».

Согласно приведенному выше алгоритму, вначале была разработана система показателей качества технологического процесса механообработки. Были выявлены 74 индивидуальных показателей, которые по схожим признакам были объединены на 8 групп.

Наиболее перспективным направлением в оценке качества объектов является способ интегрирования показателей качества методом «радар» или профилей в один числовой показатель без «взвешивания». Суть способа заключается в объединении методом «радар» или «профилей» множества показателей без взвешивания в коэффициент качества ( $K_K$ ). «Радар» или «профиль» качества объекта – графическое изображение выбранных показателей, выполненное по определенным правилам. Значения групповых показателей качества определены методом «профилей» [3].

Для учета степени влияния групповых показателей качества на значение интегрального показателя методом анализа иерархий были

установлены значения их коэффициентов весомости. Далее был произведен расчет интегрального показателя качества, заключающийся в суммировании групповых показателей качества с учетом весов, определяемых по методу анализа иерархий. Также был рассчитан коэффициент конкурентоспособности как отношение интегрального показателя качества к себестоимости изготовления.

Наиболее рациональный технологический процесс имеет наибольший коэффициент конкурентоспособности. Результаты оценки вариантов технологического процесса обработки детали «Цилиндр» приведены в таблице 1.

Таблица 1. - Результаты оценки конкурентоспособности альтернативных вариантов технологического процесса обработки детали «Цилиндр»

Группы показателей качества технологии обработки	Коэффициент весомости группы по методу анализа иерархий	Коэффициенты качества возможных технологических процессов (ТП) обработки		
		ТП <sub>Базовый</sub>	ТП <sub>1</sub>	ТП <sub>2</sub>
1. Оборудование и производственный участок	0,0632	0,3940	0,3059	0,3250
2. Технологическая оснастка	0,0474	0,3125	0,5856	0,3567
3. Смазочно-охлаждающая жидкость	0,0216	0,5447	0,5591	0,7618
4. Заготовка	0,0355	0,3333	0,3715	0,3333
5. Качество обработки	0,3865	0	0,0784	0
6. Экономические	0,2156	0,2478	0,5670	0,4195
7. Техничко-экономические параметры процесса	0,1380	0,3362	0,6828	0,3535
8. Персонал	0,0923	0,0073	0,0023	0,0107
Интегральный коэффициент качества техпроцесса		0,1596	0,3154	0,2099
Себестоимость применения техпроцесса, руб.		543,10	670,53	1506,31
Коэффициент конкурентоспособности техпроцесса		0,00032	0,00058	0,00013
Место по конкурентоспособности		2	1	3

Расчеты показывают, что наиболее конкурентоспособным является технологический процесс № 1, который значительно лучше по критерию качества, чем аналоги. При этом себестоимость детали, изготовленной по данной технологии ненамного дороже, чем у альтернативных вариантов изготовления.

Таким образом, предложенная методика позволяет не только определить конкурентоспособный технологический процесс с учетом

множества индивидуальных показателей качества, но и количественно выявить степень предпочтительности принятого решения. С применением данной методики обоснован выбор наиболее конкурентоспособного технологического процесса изготовления детали «Цилиндр».

#### **Библиографический список**

1. Коленченко В.М., Шилина Д.А. Автоматизированный выбор маршрута технологического процесса механической обработки изготовления деталей // Проблемы машиноведения, процессов управления и инновационные технологии в промышленности в Республике Башкортостан. Сборник научных трудов. – Уфа: Диалог, 2011. – С. 21-25.

2. Фасхиев Х.А. Как оценить и управлять качеством и конкурентоспособностью товаров и услуг // Маркетинг в России и за рубежом. – 2014. - № 3. – С. 88 – 102.

3. Фасхиев Х.А. Управление качеством и конкурентоспособностью изделий // Методы менеджмента качества. – 2017 - № 3. – С. 18 – 24; № 4. – С. 38 – 43.

УДК 656.072

#### **ОЦЕНКА КАЧЕСТВА УСЛУГ ПО ПЕРЕВОЗКЕ ПАССАЖИРОВ**

*Т.Т. Каюмов*

*Научный руководитель: Фасхиев Х. А., д-р техн. наук, профессор  
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,  
Уфимский филиал*

Одним из критериев эффективности деятельности предприятий является качества продукции или оказываемых ими услуг. Качество продукции (услуги) - это оцененное потребителем в конкретный момент времени в каком-либо сегменте рынка превосходство ее по совокупности показателей аналогов за жизненный цикл, достигаемое за счет максимального удовлетворения потребностей человеческого общества при минимальном для него и природе ущербе [1].

На практике часто ставится задача оценки качества сравниваемых объектов. Например, при покупке транспортного средства перед предприятием стоит проблема выбора наиболее эффективного подвижного состава для той или иной перевозки, клиент транспортных услуг сталкиваются с проблемой выбора перевозчика и др. Решение таких многовариантных задач может быть упрощена, если лицо, принимающее решение (ЛПР) будет иметь в своем арсенале объективные инструменты оценки вариантов. По результатам оценки альтернативы могут быть ранжированы, и выбор лучшего среди них не представляет труда. При этом

результаты оценки должны быть достоверными, иначе применение их вместо пользы может принести вред.

Для достижения высокого уровня качества транспортных услуг необходимо определить ее параметры и стандарты качества, обеспечить стимулирование их выполнения и создания высокоэффективных транспортных технологий, обеспечивающих принятые стандарты качества.

В вопросах повышения конкурентоспособности пассажирского транспорта важное значение имеет качество обслуживания пассажиров. Уверенность пассажиров в надежности и своевременности совершения поездки является одним из основных критериев оценки качественного обслуживания пассажиров. Движение автобусов по расписанию без нарушений регулярности создает условия гарантированной поездки населения во времени, что увеличивает спрос на перевозки и способствует повышению эффективности работы автобусного транспорта. Надежность и качество перевозок определяются своевременностью доставки, отсутствием срывов на маршруте, высокий уровень сохранности и безопасности перевозок.

Для измерения уровня качества и конкурентоспособности различных услуг предлагается следующий алгоритм:

1. Постановка цели. Целью оценки качества является ранжирование услуг перевозчиков для поддержки управленческого решения.

2. Выбор аналогов услуг. Правильное управленческое решение может быть принято обоснованным выбором варианта решения из альтернатив.

3. Выбор и иерархическая классификация номенклатуры показателей качества объекта.

4. Расчет комплексных показателей качества объектов внутри групп.

5. Установление коэффициентов весов групп показателей качества объекта.

6. Расчет интегрального коэффициента качества услуги.

7. Определение конкурентоспособности услуги.

8. Ранжирование оцениваемых услуг и принятие управленческих решений.

Данный метод был использован для оценки качества услуг по перевозке пассажиров ГУП «Башавтотранс» и основного из его конкурентов ООО «Альянс СКД». Для оценки качества услуг с учетом работ [2] были приняты наиболее значимые для пассажиров показатели качества. Выбранные наиболее значимые с позиции пассажиров 24 показателя качества услуг были разделены на 4 группы: своевременность доставки, экономичность, сохранность и дополнительные возможности

(см. табл.1).

Таблица 1. - Показатели качества услуг по перевозке пассажиров

Признак группы	Показатели качества	ГУП «Башавто-транс»	ПАО «Альянс СКД»
1.Своевременность доставки	1.1 Средняя скорость перевозки, км/ч	40	35
	1.2 Среднее время отклонения от назначенного времени прохождения маршрута, час	1	3
	1.3 Интервал движения, мин	10	20
	1.4 Процент отклонений от установленной регулярности, %	10	40
	1.5 Необходимое время для заявки на перевозку, час	1	2
	1.6 Степень износа автомобилей, %	50	70
2.Экономичность	2.1 Максимальная величина скидок, %	5	0
	2.2 Отсрочка платежа за услуги, дни	30	15
	2.3 Доля порожних рейсов, %	10	30
	2.4 Затраты на перевозку, руб.	18	25
	2.5 Затраты времени на поездку, мин	30	35
	2.6 Доля накладных расходов в себестоимости перевозок, %	75	95
3.Сохранность	3.1 Процент регулярности движения, %	98	95
	3.2 Процент числа рейсов без ДТП, %	65	89
	3.3 Процент отклонений от расписания, %	15	30
	3.4 Процент автобусов большой вместимости, %	80	32
	3.5 Уровень вероятности отказа пассажиру в посадке, %	10	25
4.Дополнительные возможности	4.1 Возможность экспедирования (да - 1, нет - 0)	1	1
	4.2 Оснащенность ТС средствами связи	1	0
	4.3 Возможность замены ТС, в	1	0

	случае поломки		
	4.4 Наличие специализированных автомобилей	1	1
	4.5 Возможность работы в выходные и праздники	1	1
	4.6 Возможность оформления документов	1	0
	4.7 Возможность мойки и ремонта ТС	1	0

Проведем оценку качества услуг ГУП «Башавтотранс» до внедрения в пассажирскую службу метода оценки конкурентоспособности услуг и после реализации мер повышения качества услуг. В частности, Башавтотранс купил 44 новых автобуса ПАЗ-3205, что должно сказываться в повышении качества услуг ГУП «Башавтотранс».

Для расчета коэффициента качества сначала единичные показатели качества приводят к относительным величинам, а затем определяют коэффициент качества объекта по формуле [3]:

$$P_k = \frac{Y_1/2 + Y_2 + Y_3 + \dots + Y_{n-1} + Y_n/2}{n-1}, \quad (1)$$

где  $n$  – число показателей качества;

$Y_1, Y_2, \dots, Y_n$  – относительные величины единичных показателей объекта, определяемые для прямых показателей по формуле:

$$Y_i = \frac{\Pi_i - \Pi_{\min}}{\Pi_{\max} - \Pi_{\min}}, \quad (2)$$

а для обратных по формуле:

$$Y_i = \frac{\Pi_{\max} - \Pi_i}{\Pi_{\max} - \Pi_{\min}}, \quad (3)$$

где  $\Pi_i$  – количественное значение  $i$ -го показателя объекта;  $\Pi_{\max}$  – максимальное значение  $i$ -го показателя из всего множества значений;  $\Pi_{\min}$  – минимальное значение  $i$ -го показателя из всего множества значений.

Значения коэффициентов качества услуг для каждой группы показателей сравниваемых предприятий были рассчитаны по формуле (1) (см. табл. 2).

Групповые комплексные показатели качества транспортных услуг объектов сравнения были определены без учета весомости индивидуальных показателей. Интегральный же показатель качества услуг определяется путем деления как сумма произведений коэффициентов качества групп на коэффициент весомости данной группы.

Таблица 2. - Результаты оценки качества услуг по перевозке пассажиров

Признак группы	Показатели качества	БАТ «до»	БАТ «после»	Альянс СКД
1.Своевременность доставки	1.1 Средняя скорость перевозки, км/ч	40	42	35
	1.2 Среднее время отклонения от назначенного срока, час	1	1	3
	1.3 Интервал движения, мин	10	10	20
	1.4 Процент отклонений от установленной регулярности, %	10	8	40
	1.5 Необходимое время для заявки на перевозку, час	1	1	2
	1.6 Степень износа автомобилей, %	50	50	70
ИТОГО	Коэффициент весомости = 0,182	0,6171	0,6254	0,1458
2.Экономичность	2.1 Максимальная величина скидок, %	5	8	0
	2.2 Отсрочка платежа за услуги, дни	30	60	15
	2.3 Доля порожних рейсов, %	10	9	30
	2.4 Затраты на перевозку, руб.	18	18	25
	2.5 Затраты времени на поездку, мин	30	25	35
	2.6 Доля накладных расходов в себестоимости перевозок, %	75	75	95
ИТОГО	Коэффициент весомости = 0,420	0,5500	0,5794	0,0833
3.Сохранность	3.1 Процент регулярности движения, %	9 8	9 9	95
	3.2 Процент числа рейсов без ДТП, %	6 5	6 5	89
	3.3 Процент отклонений от расписания, %	15	12	30
	3.4 Процент автобусов большой вместимости, %	80	80	32
	3.5 Уровень вероятности отказа пассажиру в посадке, %	10	8	25
ИТОГО	Коэффициент весомости = 0,287	0,5000	0,600	0,3949
4.Дополнительные возможности	4.1 Возможность экспедирования (да - 1, нет - 0)	1	1	1
	4.2 Оснащенность ТС средствами связи	1	1	0
	4.3 Возможность замены ТС, в случае поломки	1	1	0
	4.4 Наличие специализированных	1	1	1

	автомобилей			
	4.5 Возможность работы в выходные и праздники	1	1	1
	4.6 Возможность оформления документов	1	1	0
	4.7 Возможность мойки и ремонта ТС	1	1	0
ИТОГО	Коэффициент весомости = 0,111	1	1	0,4286
	Коэффициент качества с учетом весов по методу МАИ	0,638	0,678	0,441
	Тариф на перевозку, руб. / пасс	25	25	30
	Коэффициент конкурентоспособности	0,0255	0,0271	0,0147

Приоритеты групп показателей, т.е. их коэффициенты весомости целесообразно определить по методу анализа иерархий (МАИ) [4]. Он позволяет объективно производить выбор лучшего решения из альтернатив на основании критериев, выраженных как численными, так и качественными характеристиками. Преимущество МАИ в отличие от экспертных методов в том, что весомость групп показателей не назначаются субъективно, а рассчитывается на основе парных сравнений признаков объектов (см. табл. 3).

Таблица 3. - Матрица парных сравнений групп показателей качества услуг по перевозке

Показатели	1.Своевременность доставки	2.Экономичность	3.Сохранность	4.Дополнительные услуги	Компоненты собственного вектора, $e_i$	Коэффициент весомости, $X_i$
1 Своевременность доставки	1	1/6	1/3	4/1	0,818	0,1817
2 Экономичность	6/1	1	3/1	9/1	1,889	0,4198
3 Сохранность	3/1	1/5	1	7/1	1,292	0,2872
4 Дополнительные услуги	1/4	1/9	1/7	1	0,501	0,1113

Результаты попарного сравнения обрабатываются по методу тензорного исчисления. Компоненты собственного вектора определяются как средние геометрические по формуле

$$e_i = \sqrt[n]{(w_i/w_1) \cdot (w_i/w_2) \cdot \dots \cdot (w_i/w_n)}. \quad (4)$$



Далее, поделив индивидуальный компонент собственного вектора на их сумму, определяем весомость каждой группы показателей

$$X_i = e_i / \sum_{i=1}^n e_i . \quad (5)$$

Зная весомость группы, можно рассчитать интегральный показатель качества услуг по следующему соотношению:

$$K_k = \sum_{i=1}^n P_i \cdot X_i , \quad (6)$$

где  $P_i$  – комплексный показатель качества  $i$ -той группы;  $X_i$  – коэффициент весомости  $i$ -той группы показателей качества, определенный по МАИ.

Далее определяется конкурентоспособность услуги, которая интегрирует ее цену  $C_\phi$  и качество услуги  $K_k$

$$K(K_k) = \frac{K_k}{C_\phi} . \quad (7)$$

Данный критерий показывает, сколько единиц качества приходится на одну денежную единицу. Критерий  $K(K_k)$  лишен субъективных ошибок, т.к. и коэффициент качества, и цена услуги определены объективно. Результаты оценки качества услуг исследуемых предприятий ГУП «Башавтотранс» и ОАО «Альянс СКД» приведены в таблице 2. Расчеты показывают, что качество и конкурентоспособность услуг ГУП «Башавтотранс» существенно лучше, чем у конкурента.

Таким образом, предложенный метод позволяет объективно оценить качество и конкурентоспособность услуг по перевозке пассажиров, системно управлять его уровнем. Метод основывается на комплексном сочетании метода профилей и метода анализа иерархий показателей качества сравниваемых объектов. В предлагаемом методе соблюдены квалиметрические требования к измерению иерархически структурированных объектов. Реализация метода в прикладной программе многократно снижает трудоемкость моделирования желаемого результата.

#### **Библиографический список**

1. Фасхиев Х.А., Крахмалева А.В., Шайхутдинов И.Ф. Качество товара. Как его измерить? // Вестник машиностроения. - 2006. - № 8. - С. 69–74.

2. Спиринов И.В. Организация и управление пассажирскими автомобильными перевозками: учебник для студ., / И. В. Спиринов. - 5-е изд., перераб. - М.: Издательский центр «Академия», 2010. - 400 с.

3. Фасхиев Х.А. Анализ методов оценки качества и конкурентоспособности грузовых автомобилей // Методы менеджмента качества. - 2010. - № 3. - 24-28 с.; № 4. - 21-26 с.

4. Саати Т. Принятие решений. Метод анализа иерархий. – М.: Радио и связь, 2012. – 316 с.

УДК 379.85

## **ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЙ РИСК В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

***А.И. Кириллова***

*Научный руководитель: Патрушева Е.Г., д-р экон. наук, профессор  
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,  
Ярославский филиал*

Малый бизнес является неотъемлемым и необходимым элементом любой развитой хозяйственной системы, без которого экономика и общество в целом не могут нормально существовать и развиваться. Важной задачей дальнейшего процветания рыночной экономики является развитие и поддержка предпринимательской активности, поскольку малое предпринимательство способно создавать новые рабочие места, как следствие может способствовать снижению уровня безработицы и социальной напряженности в стране.

При осуществлении хозяйственно-экономической деятельности любая организационно-правовая форма сталкивается с таким понятием, как предпринимательский риск. Принятия управленческих решений по его сглаживанию необходимы для обеспечения успеха бизнеса.

Риск - это вероятность неблагоприятного исхода [1, с. 67]. С точки зрения экономики главным риском выступает потеря предпринимателем чистой прибыли. В теории управления финансами организаций наиболее подробно рассмотрена классификация рисков по сфере возникновения [2, с. 142]:

1) производственный – риск, связанный с производством товаров и услуг.

2) коммерческий – риск, связанный с реализацией продукции, произведенной или закупленной предпринимателем.

3) финансовый – риск, возникающий в процессе отношений предприятия с финансовыми институтами.

Любая компания нуждается в рациональном прогнозировании результата и в принятии верных управленческих решений. Риски делают результаты изменчивыми и непредсказуемыми, поэтому для предотвращения его проявления нужна быстрая реакция на возникающую опасность и принятие надлежащих мер. Предпринимателю необходим

организованный процесс управления и разработка компетентных рекомендаций.

Каждый руководитель фирмы должен придерживаться выполнения следующих принципов [2, с. 194]:

1. Разрабатывать корпоративную стратегию предприятия.
2. Анализировать внутреннюю и внешнюю среды предприятия.
3. Систематизировать управление возникающими рисками.
4. Выбирать и корректировать методы управления рисками.
5. Регламентировать управление рисками.

Полный процесс управления рисками отображен в таблице 1.

Таблица 1. – Процесс управления рисками

№	ЭТАП	МЕТОДЫ
1	Постановка целей управления рисками	Метод анализ и прогнозирование экономической конъюнктуры
2	Идентификация рисков предприятия	Теоретический метод, аналитический метод
3	Анализ степени риска	Качественный анализ, количественный анализ, метод сбора информации, статистические и вероятные методы
4	Определение приемлемого уровня риска	Аналитический метод, качественный метод, количественный метод; оценка целесообразности затрат
5	Разработка программы мероприятий	Метод «дерева решений», аналитический метод
6	Оценка экономической эффективности	Метод оценки финансовой устойчивости, метод экспертных оценок, метод использования аналогов
7	Мониторинг и контроль программы	Анализ трендов и отклонений, аудит риска, анализ риска
8	Корректировка уклонений от намеченной программы	Комбинируемые методы

При этом предприниматель должен правильно оценивать степень риска. Оценка риска представляет собой совокупность аналитических и количественных мероприятий, которые направлены на исчисление возможного дохода и прогнозирование определенного ущерба в связи с возникновением рискованной ситуации. Все эти мероприятия сводятся к одной главной задаче – правильно рассчитать и определить величину возможного ущерба.

Для правильного расчета необходимо воспользоваться способами оценки предпринимательского риска. Достаточно распространенным

среди них является анализ финансового состояния фирмы. Финансовые коэффициенты отражают состояние компании и отвечают за успешное функционирование фирмы на рынке [3, с. 107].

Стоит отметить, что анализ финансовых показателей является способом оценки рисков бизнеса не только для его собственников, но и широкого круга внешних пользователей финансовых отчетов – инвесторов, кредиторов, поставщиков и государства.

Таким образом, в процессе управления предпринимательским риском возникает потребность в анализе рискованных ситуаций, выборе методов оценки рисков, их прогнозирования и своевременного осуществления мероприятий по их сглаживанию.

#### **Библиографический список**

1. Бадалова А.Г. Управление рисками деятельности предприятия: Учебное пособие / А.Г. Бадалова, А.В. Пантелеев. - М.: Вузовская книга, 2016. - 234 с.

2. Воронцовский А.В. Управление рисками: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / А.В. Воронцовский. - М.: Издательство Юрайт, 2019. - 414 с.

3. Белов П.Г. Управление рисками, системный анализ и моделирование в 3 ч. Часть 3: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / П. Г. Белов. - М.: Издательство Юрайт, 2019. - 272 с.

УДК 658.15

## **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В РАМКАХ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЕЙ**

***Т.С. Ковалева***

*Научный руководитель: Шорец Т.В.*

*Белорусский государственный университет транспорта*

В условиях современных экономических отношений несмотря на цифровизацию многих бизнес-процессов, управленческий персонал признает ценность и важность человеческого ресурса, значимость его вклада в успех деятельности организации. В этой ситуации особую роль играет правильное построение кадровой политики, использование сотрудников в соответствии с их способностями, раскрытие их потенциала и возможностей. Проблема управления давно беспокоит человечество, однако используемые в ней технологии в последнее время стремительно эволюционируют.

До настоящего момента понятие «управление персоналом» на практике отсутствовало, при этом существовала подсистема управления кадрами – отдел кадров. Тем не менее, функцию управления кадрами выполняли руководители подразделения в каждой организации. Данное понятие вошло в отечественный обиход отечественной лишь в середине 1990-х годов, однако на практике оно до сих пор не до конца изучено и мало где внедрено.

Новое понятие возникло как противопоставление традиционных подходов к работе с персоналом и было предложено экономистами-профессионалами. В основе данного термина лежали представления о человеческом факторе как об одном из ключевых элементов, определяющих эффективность деятельности компании.

Стратегическое управление человеческими ресурсами базируется на основных подсистемах традиционного управления персоналом в организациях.

В странах постсоветского пространства система управления человеческими ресурсами сформировалась только в крупных международных компаниях, а в других организациях она представляет собой отдельные принципы, подходы, которые требуют тщательной доработки и системного подхода.

На сегодняшнем этапе развития все предприятия признают ценность и важность человеческого ресурса, значимость его вклада в успех деятельности организации. В этой ситуации важное значение имеет правильное построение системы управления персоналом, использование сотрудников в соответствии с их способностями, раскрытие их потенциала и возможностей. Проблема управления давно беспокоит человечество, однако используемые в ней технологии в последнее время стремительно эволюционируют.

Исследования показали, что несмотря на то, что зарубежный опыт внедрения современных подходов управления персоналом показывает только положительные результаты, в Республике Беларусь они недостаточно распространены и действуют, в большей степени, в компаниях с иностранным капиталом (наиболее известная компания ИВА).

Кадровые проблемы носят общий для всех компаний Республики Беларусь характер: разобщенность, отсутствие системности в работе с персоналом, так как разные аспекты деятельности персонала организуют разноплановые отделы и секторы, отсутствие разработанных технологий и четких методик по направлениям работы, отсутствие подготовленных для работы с людьми сотрудников, неотработанные каналы обратной связи, не интегрированность целей работы с персоналом и целей предприятия и т. д.

Для решения проблем, связанных с управлением персоналом в целях повышения эффективности действующей системы на наш взгляд в первую очередь необходимо создать новую службу по управлению человеческими ресурсами (так называемый HR-службу) путем реструктуризации организационно-кадровых служб, действующих на предприятиях на современном этапе развития экономических отношений. Сотрудники данного подразделения по работе с персоналом должны принимать активное участие в разработке всех ключевых решений на предприятии.

Сегодня главным отделом по управлению кадрами на предприятиях является отдел кадров, который осуществляет операции по приему, перемещению и увольнению кадров, реже организывает обучение, повышение квалификации, переподготовку имеющегося персонала. Однако, с развитием науки, технологий, экономики, психологии остро встал вопрос о том, что только принятие персонала на работу осуществление его перемещения не обеспечивает эффективную деятельность компании.

Чтобы увеличить эффективность производства необходимо детально оценить рынок труда, объективно подбирать персонал и рационально распределять обязанности, а также осуществлять непосредственный контакт с работниками.

Управление персоналом представляет собой совокупность различных способов управленческого воздействия на организацию и условия деятельности работников, формирование навыков, обеспечивающих максимальное использование трудового потенциала работников в интересах предприятия.

Сегодня управление персоналом признается одной из наиболее важных сфер жизни организации, способной многократно повысить ее эффективность, а само понятие рассматривается в более широком диапазоне: от экономико-статистического до философско-психологического.

В современных условиях в понятие «управление персоналом» на предприятиях должны включать:

- комплекс экономических, организационных и социально-психологических методов, которые обеспечивают рост конкурентоспособности организации на рынке, а также эффективность деятельности сотрудников;
- мотивационные установки персонала в соответствии с целями, стоящими перед организацией;
- обеспечение персоналом в разрезе профессий и должностей, необходимым для реализации производственных функций;

– степень и сроки реализации задач, поставленных административным аппаратом, управленческая деятельность, которая способствует достижению целей организации за счет эффективного использования персонала;

– управленческую деятельность, структурными элементами которой являются: определение потребности в персонале, его привлечение и развитие, высвобождение работников путем изменения технологии и структурирования работ, система мотивации, управления затратами и контроллинга персонала;

– систематическое воздействие на процессы развития рабочей силы путем управленческих мероприятий, направленных на организацию условий для максимально эффективного использования трудового потенциала работников и всестороннего их развития. Показателем эффективности управления персоналом, при этом выступает достижение целей организации, объем реализации, сокращении затрат на персонал и себестоимость единицы продукции.

Управление человеческими ресурсами в настоящее время представляет собой стратегический и целостный подход к управлению наиболее ценными активами организации. Методологической основой управления человеческими ресурсами является системный и ситуационный подходы в менеджменте организации. В нашей стране, как и во многих странах СНГ, управление человеческими ресурсами как подход в кадровом менеджменте в настоящее время только складывается.

Отметим, что недостаточное использование потенциала работников не позволяет многим предприятиям выйти на новый уровень профессиональной деятельности, в этом случае необходимо пересмотреть методику управления человеческими ресурсами.

Следует учесть, что методы, механизмы и инструменты управления персоналом в различных сферах и отраслях деятельности различны и зависят от характера и размеров предприятия, а также от специфики деятельности.

В итоге можно сказать, что использование новых подходов к построению системы управления персоналом позволит увеличить производительность труда за счет использования мотивационных приемов, создать благоприятный психологический климат в коллективе и чувство принадлежности к организации, а также предотвратит увеличение текучести кадров и снизит затраты на поиск новых трудовых ресурсов, что в целом позволит усилить конкурентные преимущества предприятия на рынке.

### **Библиографический список**

1. Зарубина Е.В. Практика управления человеческими ресурсами в российских организациях / Е.В. Зарубина // Экономика и управление: анализ тенденций и перспектив развития: сборник материалов XXX Международной научно-практической конференции 26 октября 2016 г. – Новосибирск: Центр развития научного сотрудничества, 2016. – С. 157 - 159.

2. Кулева И.Н. Место и роль специалиста по управлению персоналом в системе управления организацией//Аллея Науки. - 2017. – №13. – С. 194–197.

3. Маслова В.М. Управление персоналом: учебник для бакалавров / В.М. Маслова. – М.: Юрайт, 2013. – 492 с.

УДК 339

## **ГЛОБАЛИЗАЦИЯ МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ КАК ПРЕДПОСЫЛКА РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО МАРКЕТИНГА**

*Н.С. Костюшко*

*Научный руководитель: Грицевич С.А., м.э.н.*

*Барановичский государственный университет*

Как в отечественной, так и в зарубежной литературе не существует целостного обозначения слова глобализация. Глобализация влияет на такие аспекты, как экономика, политика, социальная сфера, наука, культура, образование, экология и безопасность. Она является наиважнейшим фактором, влияющим на усовершенствование человеческой жизни, однако она носит большое количество негативных последствий.

Международный маркетинг является самостоятельной областью деятельности организации при выходе на зарубежные рынки и включает комплекс мероприятий по организации производства и сбыта продукции, оказанию услуг, которые ориентированы на удовлетворение нужд и потребностей конкретных зарубежных потребителей на основе исследования и прогнозирования международных рынков [1].

Как на рынке внутри страны, так и за рубежом, маркетинг состоит из шагов: постановка цели, разработка программы мероприятий и планирование деятельности, анализ и прогноз рыночной конъюнктуры, внутренней и внешней среды, сегментирование рынка, разработка товарной стратегии и ценообразования, формирование каналов товародвижения, разработка и реализация программы формирования и стимулирования спроса. Для обеспечения эффективного маркетинга



делается упор на разработку своевременных и качественных прогнозов мирового рынка, а именно мировых цен и спроса на товары и услуги.

Содержание указанных маркетинговых составляющих зависит от специфики национального рынка.

Международный маркетинг является наиважнейшей частью внешнеэкономической деятельности организации, а также влияет на ее успех. Организации, которые в свою очередь работают на зарубежных рынках и не используют маркетинг, его принципы и методы, заведомо ухудшают своё положение в сравнении с конкурентами [2].

По мнению специалистов, глобализация позволяет повысить уровень международного разделения труда, что в свою очередь повышает производительность труда, обеспечивает больший рост производства товаров и оказания услуг как на отечественном, так и на межстрановом уровне. Повышение объемов производства позволяет создать новые рабочие места, что приводит к снижению затрат на производство единицы продукции и реализовывать продукцию по ещё более низким ценам. Это всё приведет к повышению эффективности предпринимательской деятельности, увеличению заработной платы и к улучшению благосостояния людей как в нашей стране, так и в других странах.

Не смотря на все преимущества глобализации, она носит и отрицательный характер. Неравномерное распределение преимуществ от глобализации, приводит к упадку некоторых отраслей экономики. Снижение занятости в обрабатывающих отраслях отдельных стран и повышение количества работающих в сфере услуг, приводит к низкой производительности труда. Увеличиваются угрозы национальной экономики из-за утечки прямых или портфельных инвестиций. Также увеличивается разница между размерами заработной платы квалифицированных и менее квалифицированных работников, а также увеличивается рост безработицы, что приводит к увеличению экономических преступлений. Распространение произведенной продукции в страны с низкой оплатой труда, что не носит положительный характер в отдельных странах. А также глобализация приводит к нарушению или несоблюдению правил национальной безопасности, что в конечном счете приводит к ухудшению состояния окружающей среды из-за разногласий отдельных стран [3].

Другими словами, можно сказать, что международный маркетинг открывает большие возможности, чтобы понять и проанализировать отечественный и зарубежный рынки. Процессы глобализации, которые распространяются ежедневно, позволяют внедриться маркетингу во все сферы экономики. Что в свою очередь положительно влияет на

деятельность транснациональных компаний, способствующие укреплению международных отношений и дальнейшему совершенствованию мировой экономики.

### **Библиографический список**

1. Молодой учёный [Электронный ресурс] / Глобализация и национальная безопасность: факторы взаимовлияния. – Режим доступа: <https://moluch.ru>.

2. Файловый архив студента [Электронный ресурс] / Особенности применения маркетинга во внешнеэкономической деятельности предприятия. – Режим доступа: <https://studfiles.net>.

3. Олбест [Электронный ресурс] / Концептуальные основы международного маркетинга. – Режим доступа: <https://revolution.allbest.ru>.

УДК 33.02

## **ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕКЛАМЫ: ПРОБЛЕМЫ МЕТОДОЛОГИИ**

*Д.С. Кудяева*

*Научный руководитель: Райхлина А.В., канд. экон. наук, доцент  
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,  
Ярославский филиал*

Эффективность рекламы определяется соотношением расходов на привлечение новых покупателей, удержание целевой аудитории, напоминание, информирование, убеждение и достижения главной цели - увеличения прибыли предприятия.

Эффективность рекламы складывается из нескольких составляющих. Для того, чтобы этого продемонстрировать, нужно воспользоваться моделью последовательности эффектов рекламных коммуникаций, которую разработал Robert J. Lavidge и Gary A. Steiner's (см. рис. 1).



Рисунок 1. Модель последовательности эффектов рекламных коммуникаций [1]

Первый эффект достигается, когда реклама формирует у человека осведомленность, то есть покупатель запоминает марку. Последующие рекламные воздействия формируют положительное отношение к товару –

это второй эффект. И, наконец, окончательная эффективность рекламы определяется количеством первичных и повторных покупок.

Реклама экономически эффективна, если выполняются два условия:

- 1) средства, выделенные на рекламу, меньше ожидаемого результата;
- 2) намеченные экономические результаты (объемы увеличения прибыли) после рекламной кампании достигнуты [2].

Чтобы рассчитать рост продаж и прибыли от рекламы, надо точно знать, какую часть рынка составляют потребители, совершающие покупку только под воздействием рекламы. Формула расчета прибыли имеет вид:

$$\Pi = B * r - P, \quad (1)$$

где  $\Pi$  - прибыль,  $B$  - выручка,  $P$  - расходы на рекламу,  $r$  - весовой показатель (рассчитанный по данным качества, цены, сервису или услуги)

Выручку, полученную за счёт привлечения новых клиентов, можно вычислить по формуле:

$$B = z * s * n, \quad (2)$$

где  $z$  - величина платы одного клиента,  $s$  - среднее число платежей,  $n$  - число продаж [3].

Однако, по нашему мнению, более важной задачей рекламы является донесение правильной и точной информации до потребителя. Конечно, объем продаж зависит от рекламы, но не только от нее. На любом предприятии есть ряд других факторов, обуславливающих объем продаж (динамика рынка, сезонность продаж, изменения законодательства, действия конкурентов, общая активность компании на рынке и другие).

Существуют две составляющие рекламы, по которым необходимо анализировать ее эффективность: коммуникативная и экономическая. Коммуникативная сторона отвечает за воздействие рекламы на аудиторию, привлечение внимания. Чтобы оценить этот вид эффективности, проводят специальные опросы, тесты, анкетирование. Коммуникативный эффект рекламы определяется количеством заинтересовавшихся ей потребителей.

Расчет как экономической, так и коммуникативной эффективности рекламы осложняется тем, что мгновенного эффекта от ее проведения ожидать нельзя. Чтобы проанализировать, была ли кампания эффективной, надо установить временной период, за который будет проведен анализ [4].

По мнению исследователей, эффективность рекламы снижается под воздействием таких факторов, как: отсутствие четких целей и задач; неправильный выбор места размещения рекламы; отсутствие обратной связи с аудиторией [5].

Еще одним важным фактором эффективности рекламы, на наш взгляд, выступает вид рекламного носителя. Наиболее дешевым видом являются буклеты и листовки. Обычно в них содержится информация о продукции,

специальных предложениях, акциях, скидках, контактная информация. Также всем знакома телевизионная или радиореклама, но наибольшую популярность сегодня приобретает размещение рекламы в Интернет.

Нами был проведен опрос 30 человек в возрасте от 18 до 25 лет по поводу эффективности того или иного вида рекламного носителя для данной возрастной категории, а также об основных характеристиках привлекающей их внимание рекламы (см. табл. 1).

Таблица 1. – Результаты опроса по эффективности рекламы

Вопросы	Результаты ответов, %
1. По Вашему мнению, реклама – это скорее позитивное негативное явление для потребителя?	25 75
2. Какая реклама, на Ваш взгляд охватывает большую аудиторию? - интернет – реклама - реклама в газетах - телереклама - реклама на уличных баннерах - флаеры, которые раздают прохожим	31 8 22 27 12
3. Какая реклама побуждает Вас к покупке товара? - интернет – реклама - реклама в газетах - телереклама - реклама на уличных баннерах - флаеры, которые раздают прохожим	48 2 25 10 15
4. Какой рекламе Вы доверяете? - с известными людьми - яркой и красочной - устным отзывам от друзей и знакомых - в транспорте - на уличных баннерах	10 5 69 12 4
5. Какая реклама Вам нравится? - яркая - ненавязчивая	10 90
6. Какая реклама Вас раздражает? - по телевизору - в социальных сетях	85 15

По результатам опроса большинство респондентов оценили рекламу как негативное явление (75% против 25%). В то же время опрошенные считают, что наибольший охват сегодня имеет Интернет-реклама (31%),

которая больше всего побуждает к покупке товара. Далее по популярности уличные баннеры (27%) и ТВ (22%).

Из данных опроса следует, что реклама должна быть не навязчивой, интересной и идти от знакомых, именно тогда она привлечет внимание.

Таким образом, оценка эффективности рекламы остается достаточно сложной задачей. Вместе с тем очевидно, что ее нужно проводить каждой компании, т.к. от этого зависит возможность создать такое рекламное обращение, которое поможет увеличить объем продаж и положение фирмы на рынке.

#### **Библиографический список**

1. Маркетинг: учебник / С.У. Нуралиев. - М.: ИНФРА-М, 2018. - 305 с.
2. Березин И.С. Маркетинговый анализ. Рынок. Фирма. Товар. Продвижение. - М.: Вершина, 2010. - 480 с.
3. Романенкова О.Н. Маркетинговые коммуникации. М.: Издательство Юрайт, 2014. – 456 с.
4. Стивенсон Д. Эффективные продажи, ориентированные на покупателя. - М.: Инфра-М, 2005. - 384 с.
5. Котлер Ф. Основы маркетинга. - М.: Вильямс, 2018. - 496 с.

УДК 316.464

### **ПРОБЛЕМА ВЫЯВЛЕНИЯ СОТРУДНИКОВ-ЛИДЕРОВ В ОРГАНИЗАЦИИ**

***М.Д. Кузьмина***

*Научный руководитель: Райхлина А.В., канд. экон. наук, доцент  
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,  
Ярославский филиал*

В современном мире лидерство является неотъемлемой частью профессиональной деятельности, так как именно лидер создаёт атмосферу в коллективе, поддерживает и устанавливает связь между сотрудниками.

Рассмотрим некоторые определения лидерства [1]:

– это процесс социального влияния, благодаря которому лидер получает поддержку со стороны других членов сообщества для достижения цели;

– это процесс организации работы в группе, где лидером выступает человек, к которому прислушиваются, доверяют;

– это процесс влияния на определённую группу или человека в целом.

Почему же важно выявить в организации сотрудника - лидера? Так как именно лидер мотивирует, вдохновляет и притягивает к себе других сотрудников, ведет их за собой в достижении целей организации.

Потенциал сотрудников-лидеров в интрапренерстве (внутреннем предпринимательстве). Для успешного роста некоторые компании предпочитают находить так называемых интрапренеров - работников, желающих реализовать свои идеи по развитию предприятия, где трудятся. А те, в свою очередь, предоставляют им финансовую поддержку для создания новых услуг и продуктов. Эти сотрудники не обязаны следовать шаблонным инструкциям. Интрапренеры ведут себя в организации так, как будто реализуют их собственный бизнес. Они оказываются полностью вовлеченными в него и не меньше, чем владелец заинтересованы в его развитии. Получается, что интрапренер ведет свою предпринимательскую деятельность в рамках данной компании. Такая форма работы сотрудников обусловлена их желанием получить большую самостоятельность и свободу самовыражения. Порой недооценка подобных стремлений может привести к снижению интереса к выполняемой работе, а также к уходу из компании наиболее перспективных работников [2].

Неформальные или ситуационные лидеры есть в любом коллективе, и их выявление заслуживает особого внимания, потому что именно они во многом определяют благоприятный для работы климат, но они же могут стать и источником конфликтов.

С какими же проблемами сталкиваются руководители при выявлении лидера?

Во-первых, это несоответствие внешних проявлений и внутреннего содержания. Сотрудник может уметь привлекать к себе внимание остальных, но при этом быть неспособным принимать правильные и взвешенные решения и нести за них ответственность. С другой стороны, некоторые сотрудники стесняются или боятся быть в центре внимания, а лидерский потенциал в них присутствует, но они не могут или не хотят выделиться из толпы.

Во-вторых, не каждый перспективный и способный работник, являющийся авторитетом в профессиональной сфере, готов во главу угла ставить заботу о людях и общем деле, даже в ущерб своим собственным интересам – качество, отличающее истинного лидера [3].

Проблема выявления сотрудников-лидеров в организации имеет и другую сторону, а именно нежелание руководителей выявлять лидеров. Почему же руководители не хотят, чтобы их сотрудники были лидерами? Следует отметить, что данное положение дел характерно для организаций, в которых руководитель попросту боится, что лидер в скором времени сможет сместить и занять его место.

Почему руководители не хотят, чтобы их сотрудники были лидерами? Слабые руководители обычно срываются и кричат на людей. Они

управляют с помощью страха. Они просто обязаны быть правы: ни один член их команды не может иметь более правильный ответ на любой вопрос, чем тот ответ, что есть у менеджера. Слабые менеджеры могут говорить важно и начальственно — но лишь потому, что не хотят, чтобы кто-то ставил под сомнение их авторитет. Они слишком слабы, чтобы участвовать в настоящей, бурной дискуссии. Они боятся, что кто-то нижестоящий догадается, что они не всегда понимают, о чем говорят. Поэтому такой руководитель всегда подозревает, что лидер в скором времени сможет сместить и занять его место [4].

Подводя итог, хочется заметить, что основная проблема выявления сотрудников-лидеров в организации не сегодняшний день – это недостаточная или формальная работа по развитию творческого потенциала, в то время как имеется внушительное число научных и практических источников, подтверждающих большое значение лидерства для развития предприятия и повышения его конкурентоспособности. Человеческие ресурсы – неисчерпаемый источник идей, не требующий огромных средств на его приобретение. Сотрудник уже работает в компании. Надо только создать необходимые условия, чтобы все его способности раскрылись.

#### **Библиографический список**

1. Теория менеджмента: учебник для бакалавров /под ред. Л.С. Леонтьевой. – М.: Юрайт, 2017. – 287 с.
2. Интрапренерство как способ развития бизнеса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://your-happy-life.com/english-intrapreneerstvo-kak-sposob-razvitiya-biznesa/>.
3. HR-Portal.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://hr-portal.ru/>.
4. Идеономика [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ideanomics.ru/articles/6801>.

УДК 339.138

### **СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ НАПРАВЛЕНИЯ И РАЗВИТИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО МАРКЕТИНГА**

*А.А. Мамедов*

*Международный университет бизнеса и новых технологий (МУБИНТ)  
Научный руководитель: Волков А.Ю., д-р экон. наук, доцент*

В современных исследованиях развития маркетинга его преимущества рассматриваются как многоаспектное формирование, не только как вид деятельности, но и как стиль управления, при этом обучению будущих

специалистов посвящены все уровни профессионального образования [5]. Для интересов современного развития выделяются два аспекта – функциональный и концептуальный что является объектом управления: с одной стороны, маркетинг имеет функцию управления, а с другой позиции маркетинг является концепцией [4]. Можно выделить научно-практическую значимость в системе управления маркетинга, которое обеспечивает его повышение эффективности в целом. В современном этапе развития маркетинга приоритетом становится перенаправленность маркетинговых функций к системе управления, ориентированной на сам маркетинг и содержащий его принципы, что выступает в профессиональной деятельности субъекта отличительным фактором повышения собственного уровня его конкурентоспособности.

Рассматривая маркетинг как функциональную область менеджмента наряду с финансами, производством, персоналом, основываются и полагаются на то, что в современных условиях он имеет особую важность не только с точки зрения ориентации на рынок, а также потребности потребителя, но и с позиции целенаправленной управляемости. В связи с управлением маркетингом главной обязанностью является реализация действий, направленных на строгую ориентацию на нужды и запросы покупателя, повышенное качество их удовлетворения, для чего обязателен финансовый контроль [3], сам по себе имеющий проблемы в регулировании [6].

Главной задачей управления маркетинга является: анализ, планирование, контроль за проведением мероприятий и т.д., в то же время, как нам представляется, с научной точки зрения управление маркетингом следует трактовать более обширно, определяя, как расширенную систему методов и форм управленческой деятельности, с этой позиции существенным является не только функциональные задачи маркетинга, но главное в классифицировании функциональных маркетинговых задач, это практический анализ управленческих функций [8]. Обобщив определенные взгляды и подходы в данной области можно понять, что в современном развитии под управление маркетинга подразумевается не что иное, как управленческая деятельность регулирующая действие субъектов маркетинговой среды.

Однако можно акцентировать свою внимательность на более многогранную категорию которая становится приоритетным и называется концептуальный аспект, он предполагает формирование управленческой деятельности ориентированной на маркетинг концепции. Данный управленческий подход оснащён тем, что в организационной деятельности маркетинговая функция значительно определяет стратегию субъекта в



рыночных отношениях. Маркетинг как область управления, включает в себя функциональные задачи, присущие управлению в целом, а также рассматривается с позиции интегрирующей реализации с функцией менеджмента, играет ключевую и важную роль в системе управления, организации, планирования и контроля, за счет повышенного уровня интенсификации маркетинговой деятельности [9].

Следовательно, наиболее важными и главными аспектами в составе маркетинга является анализ и синтез и взаимосвязь общих функций менеджмента с функциями маркетинга, что может подтолкнуть к определенным инновациям [1]. Основное распространение имеет точка зрения, в которой описано что менеджмент, ориентированный на маркетинг, имеет систему управления предприятием, т. е. на ориентированность всех подразделений и служб на потребительские нужды. Управленческий маркетинг он как общая система в управлении организации, основан на основополагающих принципах маркетинга и имеет целый блок по управленческой деятельности: маркетинг управления [7]. Маркетинговое управление выступает в роли мировоззренческой концепции - концепции управляемости и философии бизнеса, тем самым создавая особую концептуальность управления.

Формирование основ концепции маркетингового управления (см. рис. 1) в современных аспектах развития представляет собой, логический этап в развитии рыночных отношений и его управления, ее построение обозначает формирование прежде всего у руководства, более новой мировоззренческой концептуальности и нового образа действий. Кроме того, необходимо отметить, что все маркетинговые функции воссоединены, а сама управленческая часть маркетинга приобретает значение, как финансовое управление, управление производством, кадрами и другими направлениями деятельности организации. Управленческая часть маркетинга слишком важна для организации в целом, это цель деятельности всей организации, здесь и поставлена необходимость построения организации, поведение которой интегрировано с концепцией маркетингового управления.

Итак, подход маркетингового управления к организации как к мировоззренческой концепции основан на формировании и разработке формальных процедур, направленных на координацию всех видов деятельности, формирование и развитие соответствующей управленческой философии маркетинговой культуры, системность внутренних коммуникаций и мероприятий, а также обеспечивает и реализует концепцию маркетингового управления зависит от степени маркетинговой интеграции в систему управления организации.

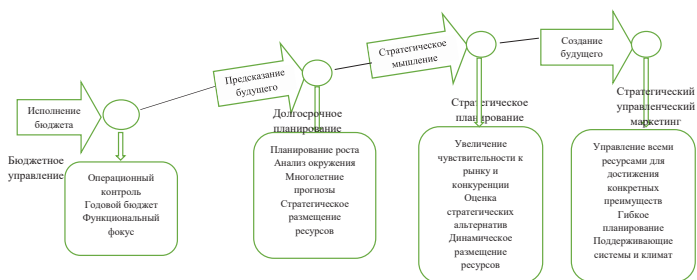


Рисунок 1. Управленческое развитие маркетинга

При этом каждая организация составляет и разрабатывает собственную систему маркетингового управления, определяя направленность и интенсивность маркетинговых мероприятий от зависимости специфики рынка, на котором она работает, степени конкуренций, целевых установок управления, стадии развития финансового контроля [2], реализации стратегической направленности, а также опыта и традиционности маркетингового управления.

#### Библиографический список

1. Волков А.Ю. Инновации и Россия // Научные труды Вольного экономического общества России. 2010. Т. 136. С. 102-113.
2. Волков А.Ю., Волков М.А. О подходах к исторической периодизации финансового контроля // Экономика, статистика и информатика. Вестник УМО. 2014. № 6-2. С. 268-272.
3. Волков А.Ю., Волков М.А. Финансовый контроль как категория // Экономика, статистика и информатика. Вестник УМО. 2014. № 6-2. С. 394-398.
4. Егоршин, А.П. Основы менеджмента [Текст]: учебник для вузов. – 2-е изд., доп. и перераб. – Нижний Новгород, 2010 - 318 с.
5. Зборовская Е.Б., Волков А.Ю. Подготовка студентов в системе «колледж – вуз» // В сборнике: Совершенствование системы высшего образования: опыт и перспективы Материалы VIII Международной учебно-методической конференции. Под редакцией А.Ю. Александрова, Е.Л. Николаева. 2016. С. 438-441.
6. Зборовская Е.Б., Волков М.А. О проблемах регулирования финансового контроля // В сборнике: Инновационные направления развития АПК и повышение конкурентоспособности предприятий, отраслей и комплексов - вклад молодых ученых сборник научных трудов

по материалам XIX международной научно-практической конференции. 2016. С. 232-235.

7. Ойнер О.К. Управление результативностью маркетинга [Текст]: учебник для магистров. – М., 2013. - 343 с.

8. Родионова Н.В. Методы исследования в менеджменте. Организация исследовательской деятельности [Текст]. – М., 2014. - 415 с.

9. Управление маркетингом [Текст]: учебное пособие. - 2-е изд., доп. и перераб. – М., 2016. - 370 с.

УДК 334.02

## **ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ И ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ «УДАЛЕННЫМИ» СОТРУДНИКАМИ**

***О.А. Мезенцева***

*Научный руководитель: Воробьева М.А., канд. полит. наук, доцент  
Финансовый Университет при Правительстве Российской Федерации,  
Краснодарский филиал*

В последнее время у многих компаний возникла проблема разумного баланса между количеством офисных работников и специалистов, сотрудничающих дистанционно. С одной стороны, преимущества привлечения удаленного персонала очевидны: увеличивается производительность труда, благодаря тому, что руководители осуществляют надзор не за работой и ее итогами, а за самим персоналом, улучшаются условия работы, уменьшается необходимая для аренды офисная площадь. С другой стороны, наблюдается снижение мотивации офисных сотрудников, потому что наиболее срочные задания достаются именно им, так как они находятся в непосредственной близости от руководства, а дистанционные работники – далеко. В связи с этим перед управленцами компаний ставится задача нивелировать подобные процессы. А значит, для оптимальной организации удаленной работы необходимо применять новейшие знания и опыт управления персоналом [5].

Актуальность работы заключается в том, что в настоящее время все больше и больше работников работают дистанционно. Связано это прежде всего с тем, что для компании – это возможность экономить на аренде офисных площадей и оборудовании. Возможность работать удаленно также повышает лояльность сотрудников, которые знают, что могут более гибко планировать свое время, меньше тратить времени на перемещения, выбирать более комфортные условия для решения конкретных задач.

Проблема данной темы обусловлена тем, что «удаленные» сотрудники могут чувствовать себя одинокими и изолированными на рабочем месте. Не могут находить правильного баланса между работой и личной жизнью. Также у таких сотрудников возникают сложности во взаимодействии с коллегами и начальством и отсутствием чувства себя как части команды.

Целью работы является изложение основных принципов и особенностей управления «удаленными» сотрудниками, которые могут стать основой для формирования системы дистанционного управления и мотивации в компаниях, использующих труд «удаленного персонала».

Проанализировав сайты наиболее известных российских компаний можно сделать вывод, о росте числа удаленных сотрудников в российских компаниях (см. табл. 1).

В обзор включены компании разного типа: интернет-сервисы, сайты, крупные компании в области разработки ПО, игр, веб-студии.

Опрос представителей бизнеса, проведенный Службой исследований HeadHunter в 2018 году, показал: 64% компаний привлекают к работе удаленных сотрудников. В Петербурге, например, по данным hh.ru, число вакансий с форматом удаленной занятости в июне-июле 2018 года выросло на 72% по сравнению с аналогичным периодом 2017г. Часть опрошенных практикуют возможность частично удаленной работы, например, один день в неделю сотрудник может работать вне офиса. Это положительно сказывается на мотивации персонала и является отличной профилактикой выгорания, отмечает руководитель Центра консалтинга и развития HR-бренда клиентов HeadHunter Нина Осовицкая [7].

По данным hh.ru, чаще всего вакансии с возможностью удаленной работы в июле 2018 года в России размещали в сферах продаж (44%), IT (37%), банковском секторе (27%), на административных позициях (22%). Так же активно привлекали компании молодых специалистов (20%) и представителей профобласти маркетинга, рекламы, PR (9%) [6].

По прогнозу специалистов к 2020 году доля удаленно работающих сотрудников в России вырастет до 20%, что сэкономит работодателям более 1 трлн. руб. Например, «ВымпелКом» (бренд «Билайн») уже до конца этого года намерен закрыть половину своих офисов и перевести около 70% персонала на дистанционную работу. Многие высокотехнологичные российские компании предлагают работать на «удалёнке» уже сейчас [8]. Дистанционное управление сотрудниками развивается в двух основных направлениях в зависимости от длительности сотрудничества – краткосрочном и долгосрочном. Тенденцией последнего времени является то, что руководители все чаще рассматривают сотрудничество с работниками на долгосрочной основе. Эта особенность

существенно меняет подходы и методы при подборе кандидатов на удаленные вакантные должности.

Таблица 1. – Информация о компаниях, предлагающих удаленную работу

№	Название компании	Чем занимается	Должности
1	Яндекс	Поисковая система.	Асессоры, модераторы, переводчики, редакторы, копирайтеры.
2	CSSSR	IT-компания, разрабатывает высоконагруженные веб-приложения на JavaScript.	JavaScript разработчики, верстальщики, QA инженеры, менеджеры проектов, UI/UX дизайнеры.
3	Demis	Продвижение сайтов.	Копирайтеры.
4	Tinkoff	Банк.	Оператор колл-центра.
5	Playrix	Разработчик мобильных игр.	Широкий спектр IT-специалистов, а также специалистов по маркетингу, HR, PR, финансам и т.д.
6	Яндекс.Дзен	Агрегатор статей, новостей, обзоров и т.д.	Авторы статей.
7	Etxt.ru	Биржа контента. Поддерживает работу с авторами-ИП.	Авторы, копирайтеры, рерайтеры, переводчики, фотографы (в фотобанк).
8	AdMe	Интернет-ресурс.	Авторы, дизайнеры, иллюстраторы, 2D-аниматоры.
9	Рипол Классик	Издательство.	Новые авторы.
10	Розовый Жираф	Издательство детской литературы.	Авторы книг, художники, переводчики.

При поиске такого сотрудника очень важно понимать мотивацию претендента, ищущего работу: по каким критериям человек, выбирает компанию для удаленной работы, что им движет при принятии решения. Если это известный бренд, то важно понимать, зачем он человеку – для стабильности или для дальнейшего карьерного роста.

Подводя итог, следует отметить, что дистанционный менеджмент уже занял свое место в управлении компаниями. Зачастую, территориальная разобщенность офиса и подразделений осложняет процессы организации, мотивации и контроля [1]. Тем не менее, для эффективной реализации методов дистанционного менеджмента от руководителей требуется

специальный набор компетенций. Результативному взаимодействию на расстоянии способствуют индивидуальный подход, командные решения проблем и доверие. Методы дистанционного менеджмента основываются на делегировании обязанностей со стороны руководителя и ответственности сотрудников за выполненную работу. Добиться успешного ведения бизнеса на расстоянии помогают программы планирования, учета рабочего времени и совместной работы над проектами.

### **Библиографический список**

1. Воробьева М.А. Состояние и проблемы управления персоналом предприятий строительной отрасли Краснодарского края // В сборнике: Современная мирохозяйственная система: проблемы конкуритрования и взаимовыгодного сотрудничества в экономической и правовой сферах. 2014. С. 46-50.

2. Конобевцев Ф. Дистанционное управление персоналом: правила общения, коммуникации / Ф. Конобевцев // Кадровик. Кадровый менеджмент. – 2015.

3. Ольховская Ю. Дистанционное управление персоналом: правила общения, коммуникации / Ю.Ольховская, Н.Литвинова, Н.Гришина // Кадровик. Кадровый менеджмент. – 2015.

4. Шиян К. Восемь советов для лучшего управления дистанционно работающими сотрудниками // Управление сбытом. – 2014.

5. Все тонкости удаленных сотрудников [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://wordpress.ru/articles/work-and-money/udalennyesotrudniki-vse-tonkosti/>.

6. Данные hh.ru за 2018 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.logistics.ru/upravlenie-logistikoy-i-kompaniy/v-2018-godu-bolee-60-rossiyskikh-kompaniy-ispolzuyut-udalennuyu>.

7. Исследования HeadHunter [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.logistics.ru/upravlenie-logistikoy-i-kompaniy/v-2018-godu-bolee-60-rossiyskikh-kompaniy-ispolzuyut-udalennuyu>.

8. Исследования J'son & Partners Consulting [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.rbc.ru/technology\\_and\\_media/17/06/2015/5580515f9a7947e7bf4bfc99https://www.rbc.ru/technology\\_and\\_media/](https://www.rbc.ru/technology_and_media/17/06/2015/5580515f9a7947e7bf4bfc99https://www.rbc.ru/technology_and_media/).

## ОСОБЕННОСТИ ЗАРУБЕЖНЫХ МОДЕЛЕЙ МЕНЕДЖМЕНТА

*Л.С. Муратова*

*Научный руководитель: Сироткин С.А., канд. экон. наук, доцент  
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,  
Ярославский филиал*

Современный менеджмент представлен многообразием методов и форм управления. Каждая организация для более эффективного управления персоналом использует определенную совокупность приемов и методов, образующих модель управления организацией.

Многие зарубежные страны накопили значительные сведения об управлении в различных отраслях таких, как торговля, сельское хозяйство и другие. Так, каждая страна обладает своим особым стилем управления персоналом, который отвечает менталитету жителей страны, однако, наибольший интерес представляют следующие модели управления: американская, японская и некоторые западноевропейские модели [1, с. 117].

Американская модель управления занимает одно из лидирующих мест среди стран Запада и Японии, так как именно в США сформировалась наука и практика менеджмента.

Модель управления в США основана на принципах научного управления, родоначальником которой был Фредерик Тейлор. Он утверждал, что можно добиться эффективности от труда работника, руководствуясь научными методами в ходе отбора и обучения персонала.

Охарактеризовать американскую модель можно одним словом – «индивидуализм». Такое определение прежде всего связано с историей страны, так как еще в конце XVIII века иммигранты способствовали созданию такого стереотипа человека, который надеялся только на себя. Поэтому, американцы для решения карьерных вопросов могут даже «пойти по головам» [2, с. 21].

Одной из особенностей американского менеджмента является деловитость. Американцы не тратят рабочее время напрасно и всегда преданны обязательствам, которые взяли на себя.

Так, типичный работник в США должен быть дисциплинированным, стремиться к продвижению по карьерной лестнице и быть готовым нести ответственность за принятые решения [3, с. 116, 117, 120].

Многие американские компании считают важным компетентность персонала, поэтому практикуют различные курсы подготовки и повышения квалификации.

Как правило, компании делают упор на узкую специализацию менеджеров или каких-либо экспертов. В результате руководители могут работать только в узкой области знаний и в определенной области, это обеспечивает низкую текучесть кадров.

Хочется выделить недостатки в американском менеджменте. Так, на рынке труда действует жесткая конкуренция, руководители в случае конфликта работников не ищут причины, а сразу увольняют и могут даже поспособствовать тому, что найти другую работу будет сложно.

На мировом рынке в настоящее время значение японской модели менеджмента возрастает, основанием ее стремительного успеха является модель менеджмента, которая ориентирована главным образом на «человеческий фактор. Японцы считают, что «наше богатство – это человеческие ресурсы». В связи с этим японская система становится наиболее эффективной в мире.

Важным отличием японской модели менеджмента от американской заключается в том, что японцы рассматривают человека не как личность, а как группу людей, в связи с этим, чувство долга перед коллективом, в японском менталитете приравнено к чувству стыда. Интересы группы ставятся выше личных интересов работников, такой принцип называется «корпоративных дух» и является одним из сильных средств мотивации.

Основой японской модели управления считается понимание того, что работники и менеджеры одна семья, поэтому важной задачей для менеджеров – это установить хорошие отношения с работниками. Все компании, которые смогли добиться этого, стали наиболее успешными.

Японский менеджмент ориентирован на принцип «управления людьми». Компании в Японии практикуют групповую ответственность и управляют своими работниками так, чтобы они могли максимально эффективно работать на благо компании. В иерархии ценностей народа, главным является высококачественный и высокоэффективный труд, большое внимание уделяется и мотивации труда, поэтому их часто называют «работоголиками» [1, с. 127].

Центральное место в японской модели занимает управление качеством. Все работники компании вовлечены в процесс контроля за качеством, который происходит на всех стадиях производства. Во многих компаниях Японии действуют группы качества, которые решают технологические проблемы и даже социально-психологические [4, с. 132].

Авторитет и власть в этой стране зависят от стажа работника, а не от его заслуг. Получается, что руководитель не всегда компетентен в своей работе, он может не знать тонкости своего дела, а его настоящая работа



осуществляется подчиненными. Руководитель должен уметь воодушевить свою команду, сохранить их любовь и преданность к компании.

В Японии мало жалоб и претензий к менеджменту, это объясняется тем, что японские компании уделяют значительное внимание благосостоянию своих работников, вследствие этого, они не чувствуют себя ущемленными и считают свою работу более важным делом, чем права и убеждения.

Таким образом, можно сказать, что японский менеджмент делает упор на коллектив, моральные качества служащих, стабильность занятости и гармонию отношений между работниками и менеджерами [4, с. 64].

Одним из ярких примеров западноевропейской модели управления менеджмента является модель менеджмента Германии. Ее главные цели – это: получение максимальной прибыли, обеспечение ведущего положения компании на рынке, постоянное развитие производства за счет инвестиций, подготовка и обучение кадров.

Менеджмент Германии организован на жестком планировании и жесткой иерархической подчиненности. Так, без разрешения не допускаются сверхурочные работы.

Одним из важных качеств менеджера является умение работать с людьми. Труд менеджеров оценивают ежегодно с помощью аттестации персонала, по ее результатам осуществляют надбавки к заработной плате.

Стиль работы немецких менеджеров состоит в методе убеждений. Считается, что это обеспечивает наибольшую отдачу работников.

Основа немецкой модели - это высокая подготовка и компетентность управленческого персонала. Много внимания уделяется подробному описанию трудовых функций и процедур, поэтому не зря немецкие менеджеры известны как профессионалы своего дела.

Поскольку, среди немецких менеджеров смена рабочего места мало распространена, чем в США, объясняется это тем, что добиться необходимого уровня знаний позволяет длительный стаж работы на одном рабочем месте [2, с. 26].

Многие исследователи считают, что именно в США теория и практика менеджмента достигли большего уровня развития, чем в других странах, так как лучшая организация производства в США обеспечивает высокую производительность труда.

В заключение хочется отметить, что в мире существуют различные модели управления, которые учитывают национальную специфику определенной страны и его народа.

В настоящее время модель управления США и Японии являются одними из ведущих моделей менеджмента в мире, они рассматриваются другими странами как специфический эталон развития менеджмента.

#### **Библиографический список**

1. История менеджмента: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям / И.И. Семенова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009. – 199 с.

2. Менеджмент: Учеб. пособие для студ. учреждений сред. проф. образования / Е.Л. Драчева, Л.И. Юликов. – М.: Издательский центр «Академия», 2002. – 288 с.

3. Основы менеджмента: электронный учебник / А.П. Егоршин. – Н. Новгород: НИМБ, 2009. – 124 с.

4. Современный менеджмент: учебник / Под ред. проф. М.М. Максимцова, проф. В.Я. Горфинкеля. – М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2012. – 299 с.

УДК 339.133.017

### **ИНСТРУМЕНТ ПРЕДВАРИТЕЛЬНОЙ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОГРАММ ПОДДЕРЖКИ БИЗНЕСА**

***И.А. Наумов***

*Научный руководитель: Быков В.А., канд. экон. наук*

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,  
Ярославский филиал*

В современной России диалог между государством и бизнесом далек от того, чтобы называться эффективным. Одна из основных причин этого - аморфность бизнеса в вопросах развития в глазах государства, которая была действительно имела место после перехода к рыночной экономике, но которая на сегодняшний день отсутствует. В результате, на сегодняшний день картина выглядит таким образом, что чиновники, занимающиеся вопросами поддержки бизнеса, считают себя в этих делах более компетентными и разбирающимися. Вследствие, они разрабатывают программы поддержки и т.п. исходя из своих собственных представлений о том, что нужно бизнесу, но не учитывая при этом его реальные потребности. Принимая во внимание все вышеописанное, автор предлагает инструмент, который позволит государству в лице должностных лиц, связанных с поддержкой и развитием бизнеса в стране, увидеть и учесть реальное отношение бизнеса к различным программам и решениям, которые для него разрабатываются.

Инструмент предполагает четыре этапа:

1. Расчет приведенных к текущему моменту времени совокупных затрат, связанных с поддержкой бизнеса по различным программам;
2. Расчет корректирующего коэффициента эффективности затрат на поддержку бизнеса;
3. Расчет совокупных потенциальных затрат на поддержку бизнеса с учетом корректирующих коэффициентов;
4. Расчет эффекта, связанного с выбором той или иной программы поддержки бизнеса.

Рассмотрим более подробно каждый из этапов.

На первом этапе автор предлагает рассчитать приведенные к текущему моменту времени возможные совокупные затраты, связанные с обслуживанием потенциально возможных к предоставлению средств в результате предоставления их бизнесу в качестве поддержки [2]:

$$З_{\text{пб}} = З_0^{\text{пб}} + З_1^{\text{пб}} \times \frac{1}{(1+i)} + З_2^{\text{пб}} \times \frac{1}{(1+i)^2} + \dots + З_t^{\text{пб}} \times \frac{1}{(1+i)^t}, \quad (1)$$

где  $З_{\text{пб}}$  – приведенные к текущему моменту времени совокупные затраты за весь период предоставления бизнесу денежных средств в качестве поддержки;

$З_0^{\text{пб}}$  – единовременные совокупные затраты, связанные с предоставлением поддержки малому, среднему или крупному предпринимательству;

$З_1^{\text{пб}}, Z_2^{\text{пб}}, \dots, Z_t^{\text{пб}}$  – номинальные расходы на поддержку бизнеса, предполагаемые к уплате в соответствии с условиями программ и решений за первый, второй и последующие периоды;

$t$  – количество периодов времени, на которые рассчитаны программы и решения уполномоченных лиц и организаций по поддержке предпринимательства;

$i$  – количественное выражение влияния совокупности факторов (или одного ключевого фактора), снижающих реальную стоимость денежных средств на программы и решения за соответствующий период времени.

На следующем этапе автор предлагает произвести предварительную оценку эффективности тех или иных решений и программ по поддержке и развитию национального предпринимательства.

Для этого необходимо произвести опрос бизнес сообщества. При этом, данный опрос должен состоять из набора определенных факторов, которые способны оказать как положительное влияние по мнению бизнеса на ту или иную программу поддержки, так и отрицательное (см. табл. 1).

Как видно из таблицы 1, влияние положительных факторов уменьшает потенциальные совокупные затраты на поддержку предпринимательства за весь период действия программы. Влияние отрицательных факторов

обратно пропорционально, т.е. увеличивает потенциальные совокупные затраты [2].

Далее, следует найти общее влияние средних положительного и отрицательного факторов:

$$O\Phi_{пб} = \bar{\Phi}_{пб+} \times \bar{\Phi}_{пб-}, \quad (2)$$

где  $O\Phi_{пб}$ – общее влияние средних положительного и отрицательного факторов;

$\bar{\Phi}_{пб+}$ – среднее значение, характеризующее влияние положительных факторов;

$\bar{\Phi}_{пб-}$ –среднее значение, характеризующее влияние отрицательных факторов.

При этом,  $O\Phi_{пб}$  рассчитывается для каждого респондента или группы респондентов, в случае если опрашивается некоторая бизнес ассоциация и т.п.

Таблица 1. – Оценка потенциальных плюсов и минусов программ поддержки бизнеса потенциальными пользователями [2]

№ п/п	Наименование фактора, способного оказать влияние на эффективность предоставления программы поддержки ( $\Phi^{пб}$ )	Характеристика влияния	Оценка возможности влияния в конкретном случае (да, нет)	Оценка степени положительного влияния в конкретном случае (от 0, 1 до 0,9)	Оценка степени отрицательного влияния в конкретном случае (от 1, 1 до 2,0)
1	Распространение на действующий бизнес	Положительное	да	x	$\Phi_{1-}$
2	Относительно длительный срок на привлечение средств	Отрицательное	да	$\Phi_{1+}$	x
n	...	...	...	$\Phi_{i+}$	$\Phi_{i-}$
	Среднее значение, характеризующее влияние положительных (отрицательных) факторов	x	x	$\bar{\Phi}_{пб+} = (\Phi_{1+} + \dots + \Phi_{i+})/i^+$	$\bar{\Phi}_{пб-} = (\Phi_{1-} + \dots + \Phi_{i-})/i^-$

Далее, на основе полученных  $O\Phi_{пб}$  рассчитывается совокупный коэффициент эффективности затрат на поддержку бизнеса ККЭпбна основе теории нечетких множеств. Данный инструментарий уже известен и широко применяется для выведения более точных оценок на основании

результатов экспертных оценок, поэтому автор не рассматривает его отдельно в данной работе.

На третьем этапе предлагается произвести расчет потенциальных совокупных затрат на поддержку бизнеса с учетом корректирующего коэффициента, выявленного на основе диалога с бизнес сообществом и уточненного на основе теории нечетких множеств:

$$СЗ_{пб} = ЗС_{пб} \times ККЭнб, \quad (3)$$

где  $СЗ_{пб}$  – скорректированные потенциальные совокупные затраты на поддержку бизнеса по планируемой программе или решению;

$ЗС_{пб}$  – приведенные к текущему моменту времени совокупные затраты за весь период предоставления бизнесу денежных средств в качестве поддержки;

$ККЭнб$  – совокупный корректирующий коэффициент эффективности затрат на поддержку бизнеса по планируемой программе или решению.

На завершающем этапе автор предлагает провести расчет эффекта, связанного с выбором той или иной программы поддержки бизнеса. Он рассчитывается путем вычитания из приведенных к текущему моменту потенциальных совокупных затрат, скорректированных потенциальных совокупных затрат на поддержку бизнеса [2]:

$$\text{Эффект} = ЗС_{пб} - СЗ_{пб}. \quad (4)$$

Если Эффект положительный, то при затратах  $ЗС_{пб}$  на программу бизнес будет ощущать поддержку так, если бы было изначально вложено  $ЗС_{пб} + \text{Эффект}$ , и наоборот, если Эффект отрицательный – это говорит о том, что бизнес ощущает данную программу так, если бы в неё было вложено  $ЗС_{пб} - \text{Эффект}$ , и тогда программа в глазах бизнес сообщества представляется менее эффективной, чем та эффективность, которая изначально закладывалась при разработке данной программы. Соответственно, чем больше положительный Эффект, тем более программа интересна бизнесу, и наоборот.

#### **Библиографический список**

1. Послание Президента Федеральному Собранию от 20 февраля 2019 // "Российская газета" от 20 февраля 2019.
2. Наумов И.А. Сравнительная оценка эффективности использования источников долгосрочных заимствований [текст] / И.А. Наумов, Р.В. Колесов // Экономика и управление: теория и практика: сборник трудов национальной научно-практической конференции научно-педагогических и практических работников. - Ярославль: Канцлер, 2018. - С. 300-309.

## **ОЦЕНКА СТОИМОСТИ БРЕНДА: ПОДХОДЫ И МЕТОДЫ ИЗМЕРЕНИЯ**

***О.Д. Нахмова***

*Научный руководитель: Шорец Т.В.*

*Белорусский государственный университет транспорта*

Практика хозяйственной деятельности в последние десятилетия показала, что успех предприятия напрямую зависит от таких нематериальных активов как признание бренда компании, сформированная клиентская база, высокая квалификация сотрудников, обладание уникальными знаниями и технологиями, эффективная реклама и маркетинг. В текущих условиях материальные активы, такие как здания, сооружения, оборудование и финансовые активы отходят как-бы на второй план, так как перестали быть основными конкурентными преимуществами, и без надлежащей системы управления ими и эффективной бизнес-модели, уже не являются гарантией успешной деятельности организации.

Сегодня актуальными становятся вопросы определения сущности понятия «бренд», а также выявления факторов, лежащих в основе формирования его стоимости.

Многие исследователи считают, что значение слова «бренд» практически не отличается от определения товарного знака. На наш это ошибочно, и данное понятие гораздо шире. Мы считаем, что бренд представляет собой совокупность представлений о компании, уникальных и положительных ассоциаций, которые возникают при общении с компанией; набор оригинальных и узнаваемых визуальных, звуковых и прочих знаков, символизирующих эти представления для потребителей и иных целевых групп.

Стоимость бренда в денежном выражении – это определенная по величине премия, которую держатель бренда получает с покупателей, приверженных бренду и согласных за него платить. Она является одной из важных составляющих нематериальных активов компании.

Актуальность проблемы оценки стоимости брендов обусловлена новизной ее постановки для отечественных исследователей-экономистов, не имеющих еще достаточного теоретического и практического опыта оценки нематериальных активов в части брендов. Помимо этого, на сегодня отсутствует четкое представление о значении брендов как ценных нематериальных активов, способных влиять на капитализацию хозяйствующих субъектов.

Точное определение стоимости бренда является важной задачей по ряду причин. Завоевать хорошую репутацию, создать впечатление в голове потребителя – весьма затратная составляющая в деятельности любой организации, поскольку на это, помимо финансовой составляющей, требуется еще и много времени. При одинаковой цене покупатель охотней приобретет то, что ему знакомо, о чем у него уже сформировано положительное представление. Объективные преимущества и узнаваемость повышают ценность бренда. Поэтому тщательные расчеты необходимы при покупке права пользования или владения брендом.

Другой важной причиной является стратегия компании. Компания с прекрасной репутацией может позволить себе повысить цены на продукцию, не рискуя при этом растерять всех клиентов. В случае же с компанией-новичком, которая владеет слабым брендом, повышение цен может стать роковой ошибкой. Таким образом, если неправильно произвести оценку образа своей продукции (переоценить или недооценить), то за этим последует выбор неверной стратегии, и как следствие убытки.

Исследование зарубежной практики управления показало, что зачастую стоимость бренда занимает значительную долю во всей совокупности нематериальных активов компании. Так, например, в «British Petroleum» соотношение материальных и нематериальных активов оценивается как 29:71, в «Coca-Cola» – 4:96. О значительной цене данной категории нематериальных активов свидетельствуют и сделки по покупке компаний, владеющих известными брендами. Например, в 1988 г. «Nestle» приобрела «Rowntre» за 5 млн. фунтов стерлингов. Между тем материальные активы последней оценивались всего в один миллион фунтов стерлингов.

Можно привести примеры сделок, когда компания платила только за бренд. Одна из крупнейших сделок по покупке брендов – приобретение у «Seagram Company» семи алкогольных брендов за 371,2 млн. долл. компанией «American Brands Inc.». Компания «Grand Met» за 1,2 млрд. долл. приобрела у компании «Heublein» право на использование бренда «Smirnoff» на территории США.

Исследование зарубежного опыта показало, что для определения стоимости бренда, используют несколько способов. Самыми распространенными являются три метода:

- метод суммарных издержек;
- расчет остаточной вмененной стоимости;
- расчет по суммарной дисконтированной добавленной стоимости.

Первый способ оценки бренда называют методом суммарных издержек. Логика достаточно проста – следует подсчитать все издержки, связанные с созданием бренда и развитием позитивного образа товара (услуги) у покупателя. В данную группу издержек включают следующие затраты:

- проведение маркетинговых исследований;
- дизайнерское оформление бренда;
- затраты на рекламу и продвижение;
- затраты на юридическое сопровождение – расходы на регистрацию

и т.п.

Полученная сумма и будет определять ценность бренда. Минус данного метода – его сильная ориентированность на внутренние дела компании, в некотором роде даже субъективность. Большие издержки зачастую могут быть попросту следствием неэффективных затрат.

Второй способ – расчет остаточной вмененной стоимости. Иногда его называют как «пузырьковый» способ. Согласно данному методу сначала берут рыночную стоимость предприятия, а затем начинают вычитать составляющие элементы. В первую очередь вычитают материальные и финансовые активы. Затем вычитают нематериальные активы, которые не имеют прямого отношения к бренду (например, патенты или прочая интеллектуальная собственность). Остатком будет являться ценность бренда.

Третий способ – высчитать ценность бренда, исходя из суммарной дисконтированной добавленной стоимости. Под этим понимают довольно простую и логичную вещь. Хорошая репутация позволяет заработать больше, конкурировать с преимуществами и т.д. Приняв утверждение за аксиому, необходимо взять аналогичный товар, который является «неизвестным». То есть товар, не имеющий бренда. Затем следует вычесть стоимость одного из другого. Полученное значение умножают на количество проданных единиц товара в год. Итоговая сумма будет указывать, сколько прибыли дает компании бренд ежегодно.

Необходимо отметить, что оценка бренда – это анализ многочисленных факторов. Наиболее предпочтительными являются второй и третий метод расчета. Первый же требует большого количества внутренних данных компании (например, стоимость бренда в товаре), получить доступ, к которым в полном объеме не всегда представляется возможным. Второй (по остаточной стоимости) – подходит для развивающихся экономик в меньшей степени, чем третий способ. Поэтому для рынков СНГ зачастую используют третий вариант.



Необходимо отметить, что принципиальным для стоимостной оценки является то, что стоимость бренда не возникает сама по себе: она создается в течение времени посредством систематического развития бренда, которое психологически привязывает потребителя к нему.

В целом отметим, что в отечественной практике к приведенным выше методикам оценки стоимости бренда все-таки следует относиться с некой долей осторожности. В связи с этим является необходимым разработка методики комплексной оценки капитала бренда, более адаптированной к отечественным условиям.

Обобщая вышеизложенное, необходимо сказать – процесс определения стоимости бренда предприятия является достаточно сложным и требует от руководства предприятия взвешенных управленческих решений, направленных на увеличение добавленной стоимости предприятия. При этом объективность оценки данного нематериального актива является необходимым условием обеспечения эффективной деятельности предприятия с точки зрения увеличения его рыночной стоимости в долгосрочной перспективе.

#### **Библиографический список**

1. Смородинская А.А. Теоретические подходы к оценке стоимости бренда // Теория и практика общественного развития. – 2013. – № 5. – С. 318-322.
2. Шевченко И.В., Лубенцова Т.К. Подходы к оценке стоимости бренда // Теория и практика общественного развития. – 2015. – № 3. – С. 36-38.

УДК 811.16

## **ЗНАЧЕНИЕ НЕВЕРБАЛЬНОГО ОБЩЕНИЯ В ДЕЛОВЫХ КОММУНИКАЦИЯХ**

***Е.А. Самаковская***

*Научный руководитель: Райхлина А.В., канд. экон. наук, доцент  
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,  
Ярославский филиал*

В деловых коммуникациях, как и при личном общении, большую роль играет первое впечатление. При знакомстве с новыми людьми каждый замечал возникающую мгновенно симпатию или антипатию. Причиной этих ощущений являются невербальные проявления.

Психология жестов и мимики – это наука, которая изучает связь между внутренним состоянием человека и его внешними действиями. Многие исследователи пришли к выводу о том, что вербальное общение является

передачей реальной информации, а невербальные передают эмоции и чувства человека [1].

Лицо собеседника – то, на что первую очередь обращают внимание. Именно по выражению лица определяются чувства. Никакого труда не составляет распознать положительные эмоции - радость, счастье и т.д. Сложнее определить отрицательные эмоции: злость, гнев, отвращение, неприязнь.

Знание психологических основ мимики позволяет при малейшем изменении лица понять настроение собеседника, его отношение к тому, что он говорит и слышит, поскольку лицевые мышцы сокращаются и расслабляются непроизвольно. Это и выдает эмоции, и человек просто не в силах контролировать их проявления. Соотношение эмоций и мимики представлено в таблице 1.

Таблица 1. - Соотношение эмоций и выражения лица [2]

Эмоция	Проявление в мимике
Удивление	Широко открыты глаза, поднятые брови, приоткрытый рот, опущенные вниз кончики губ
Гнев	Глаза прищурены, проявляются изогнутые морщины на лбу, брови опущены вниз, зубы зажаты, губы сомкнуты
Страх	Широко открыты глаза, брови приподняты и сведены над переносицей, губы растянуты в стороны, уголки губ опущены
Отвращение	Нос сморщен, брови опущены вниз, нижняя губа выпячена
Радость	Улыбка, блеск в глазах, брови «домиком»
Заинтересованность	Слегка приподнятые брови, расширенные веки

На разные ситуации организм любого человека реагирует примерно одинаково, следовательно, при наблюдении за собеседником, даже не зная его характера и что он из себя представляет, мы можем оценить его состояние. В таблице 2 представлены распространенные виды жестов.

Таблица 2. - Распространенные виды жестов [3]

Тип жестов	Проявление и значение
Защитные жесты	Если человеку некомфортно, он чувствует какую-то опасность, он подсознательно закрывается. Оппонент при разговоре скрещивает руки, закидывает ногу на ногу, в качестве преграды держит предмет, отодвигается назад. При таком поведении собеседника на конструктивные диалог можно не рассчитывать.

Жесты открытости и предрасположенности	Поза собеседника свободная, расслабленная, ладони открыты, пуговица верхней одежды расстёгнута. Собеседник чувствует себя комфортно, его всё устраивает, следовательно, ваше общение принесёт результаты, на которые вы рассчитываете.
Жесты скуки	Собеседник начинает постукивать ногой по полу, переходить с ноги на ногу, подпирает голову ладонью, у него «пустой взгляд», смотрит на телефон или по сторонам. Это говорит о том, что нужно закончить разговор или перевести его в другое русло.
Жесты личной заинтересованности	Для мужчин характерно поправлять одежду, выпрямлять спину и расправлять плечи, прихорашиваться. Для женщин - поправлять волосы, одежду, появляется блеск в глазах, улыбка, смех.
Жесты неуверенности	Потираание шеи, носа и глаз, разные движения руками и пальцами, ладонь, подпирающая подбородок. Заметив эти жесты, можно быть уверенным, что собеседник с вами полностью согласен.
Жесты, демонстрирующие превосходство	Расправленные плечи, приподнятый подбородок, крепкое рукопожатие (ладонь кладётся поверх руки собеседника), соединённые руки за спиной, засунутые руки в карманы брюк так, чтобы большой палец находился снаружи.
Жесты, демонстрирующие подчинение	Собеседник сутулится, пытается сесть, когда вы стоите, наклонить голову, при рукопожатии подаёт руку ладонью вверх – это значит он подчиняется и признаёт ваш авторитет перед ним.

В деловых коммуникациях следует помнить о том, что все жесты собеседника необходимо рассматриваться в комплексе, потому что они многозначны и их можно правильно истолковать только вкупе с другими невербальными проявлениями.

Мы решили провести небольшой опрос на тему: «Вербальный или невербальный вид коммуникации эффективнее в деловом общении?», в котором приняли участие 10 человек от 17 до 25 лет (см. табл. 3).

Таблица 3. – Ответы респондентов

Вид коммуникации	Количество голосов	Почему сделали такой выбор
Вербальное общение	3	1. Многое зависит от того, что и как вам скажут. 2. По интонации разговора можно всё понять. 3. Только речь четко выражает мысли, а мимика может обмануть.

Невербальное общение	5	1. Мимика лица говорит обо всём. 2. Лицо – зеркало души. 3. Даже если говорят одно, жесты могут сказать об истинном намерении. 4. Много о чём говорят прикосновения. 5. Изначально мы знакомимся с человеком, визуальное оценивая его.
Оба вида важны	2	1. В совокупности они составляют полную картину о человеке. 2. Не могу ответить точно, т.к. оба важны.

По таблице видно, что сторонников невербального общения больше, но есть и те, кому важны слова или оба вида общения.

Психология жестов и мимики - это наука, позволяющая «читать» эмоции, подмечать малейшие изменения в настроении оппонента и чувствовать своего собеседника. Умея применять на практике знания этого раздела психологии, можно достичь успеха в общении практически с каждым человеком и навсегда забыть, что такое недопонимание.

#### **Библиографический список**

1. Равенский Н. Как читать человека. Черты лица, жесты, поза, мимики. -М.: РИПОЛ классик, 2007.

2. Трусов В.П. Выражение эмоций на лице (по материалам работ П. Экмана) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.voppsy.ru/issues/1982/825/825144.htm>.

3. Горелов И.Н. Невербальные компоненты коммуникации. – М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009.

УДК 339.138

## **НЕЙРОТЕХНОЛОГИИ В МАРКЕТИНГЕ**

***А.О. Сапега***

*Научный руководитель Грицевич: С.А., м.э.н.*

*Барановичский государственный университет*

В настоящее время конкуренция на рынке товаров широкого потребления возрастает. Применение методов только классического маркетинга уже не всегда бывает достаточно эффективными. Маркетинговые исследования, основанные на традиционных приемах – опросах потребителей об их предпочтениях, едва ли способны отразить реальную картину. В связи с этим набирает популярность нейромаркетинг – наука, родившаяся от слияния данных классического маркетинга и исследований в области человеческого мозга, доказавших, что поведением

человека руководят главным образом эмоции, а не разум. Нейромаркетинг изучает произвольные реакции человека на различные атрибуты: цвета и их сочетания, символы, аудиосигналы, название, логотип [2, с. 107]. Возникновение нейромаркетинга объясняется желанием маркетологов: читать мысли потребителей, что позволит учитывать их при формировании товарной, ценовой и сбытовой политик предприятия; раскрыть чувства потребителей в процессе формирования решения о покупке; расширить границы воздействия на потребителей; решить проблемы управления коллективным сознанием [3, с. 93].

Сегодня нейромаркетинг использует большое количество методов, которые на подсознательном уровне выявляют у потенциального покупателя его потребительское отношение к товару, рекламе, дизайну и их составным элементам. Все методы направлены на выявление эмоций, влияющих на выбор потребителя: зрение, обоняние (запахи), слух, вкус и осязание (тактильные ощущения). Рассмотрим основные из них:

1. Функциональная магнитно-резонансная томография (ФМРТ), с помощью которой можно получить картинку активности мозга в момент контакта с раздражителем. С помощью этих данных маркетологи могут разработать максимально эффективные рекламные обращения, которые будут обращаться к нужным чувствам и вызывать правильные эмоции.

2. Электроэнцефалография (ЭЭГ) позволяет измерять ритмы активности нейронов мозга вследствие изменения внимания, эмоционального состояния. Маркетологи используют данный метод для определения реакции разных зон головного мозга.

3. Измерение частоты дыхания, сердцебиения и электрического сопротивления кожи в момент контакта с раздражителем в конкретных условиях.

4. Регистрация сокращения мышц лица с помощью камеры высокого разрешения помогает анализировать эмоции: удивление, раздражение, радость, страх и др.

5. Айтрекинг – анализ движения глаз (отслеживание точек фокусировки взгляда человека). С его помощью специалисты понимают, на что обращает внимание потребитель и на каком объекте сконцентрирован его взгляд. Этот метод широко применяется в исследованиях эффективности рекламы, восприятия текста [1, с. 503].

Ярким примером применения нейромаркетинга в разработке дизайна является исследование от компании Frito Lay, выпускающей чипсы Lay's. В результате исследования было выявлено, что натуральные и матовые цвета, а также изображения здоровой пищи не мотивируют к покупке.

Поэтому компания стала использовать блестящую упаковку ярких цветов с изображением жареных чипсов.

Американская торговая сеть Sam's Club обратилась в нейромаркетинговую компанию с целью создать логотип для экологически чистых товаров. Исследование заключалось в определении вовлеченности мозга при рассматривании логотипов. При этом учитывались как неврологические, так и поведенческие характеристики, а активность мозга регистрировалась электроэнцефалографией. В итоге компания выбрала логотип, вызвавший максимальную реакцию мозга.

Компания EBay через свою электронную платежную систему PayPal использовал нейромаркетинг и обнаружил, что повышение скорости использования их сервиса более эмоционально привлекательно для потребителя, чем продвижение информационной безопасности, как это было раньше [4, с. 162].

Технологии нейромаркетинга в сравнении со стандартными методами маркетинговых исследований позволяют: получить более объективную и точную оценку неосознанных реакций мозга и тела человека на те или иные явления; выявить потребительские предпочтения в результате интерпретации полученных данных; определить эмоциональную вовлеченность потребителя и поведенческие реакции в конкретный момент времени. Однако, существенно ограничивает использование нейротехнологий высокая стоимость исследований, а также недостаточное количество достоверной информации, что значительно снижает доверие населения к нейромаркетингу.

Таким образом, нейромаркетинг – это революционная концепция в мире маркетинга, поскольку она обещает решить дилемму маркетолога: понять, что думает покупатель, и как лучше всего продавать продукт. С одной стороны, нейромаркетинг действительно позволяет компаниям улучшать свою продукцию, делать ее более привлекательной для клиентов и, как следствие, больше продавать. Но с другой стороны, сам факт того, что компании имеют доступ к подсознанию своих покупателей и получают информацию, которую люди не в состоянии скрыть, позволяет говорить о неэтичности нейромаркетинга. Но есть серьезные основания предполагать, что нейромаркетинг объективно будет весьма востребован в среднесрочной и долгосрочной перспективе, так как специалисты смогут найти определенные компромиссы, устраивающие, в конечном счете, производителей товаров и услуг и потребителей.

#### **Библиографический список**

1. Галиуллина А.Ш. Нейромаркетинг / А.Ш. Галиуллина, Д.Н. Плотицына // Аллея науки. – 2018. – №6 (22). – С. 501-504.

2. Коростелева Е.С. Применение нейромаркетинга в малом бизнесе / Е.С. Коростелева // Сборник статей студентов магистратуры. – Москва: Изд-во "Перо", 2014. – С. 107-116.

3. Лунева Е.А. Современные маркетинговые технологии: учеб. пособие // Е.А. Лунева. – Омск: Изд-во ОмГТУ, 2017. – 112 с.

4. Соловьёва В.Д. Нейромаркетинг, или «Мечта маркетологов» / В.Д. Соловьёва // Экономика и бизнес: теория и практика. – №4-1. – Новосибирск: Изд-во: ООО "Капитал", 2017. – С. 160-164.

УДК 339.13

## **РАЗРАБОТКА И ПРОДВИЖЕНИЕ БРЕНДА ОРГАНИЗАЦИИ**

*О.А. Слепушкина*

*Научный руководитель: Сарафанова И.Е.*

*Ярославский государственный педагогический университет им. К.Д. Ушинского*

В современном мире успех организации зависит от многих условий. Одним из этих условий является бренд.

Первоначально, брендом называлось тавро — маркирующий собственность знак, которым владельцы помечали свой скот. В современное время бренд – это «имя, термин, знак, символ, дизайн или комбинация всего этого, предназначенные для идентификации товаров или услуг одного продавца или группы продавцов, а также для отличия товаров или услуг от товаров или услуг конкурентов» [5].

Бренд способствует формированию группы постоянных потребителей, определенного восприятия товара, узнаваемости товара, поддержанию конкурентоспособности [3].

Бренд состоит из таких элементов как название, логотип, цвет и цветовая гамма, шрифт, слоган, позиционирование и миссия, уникальное торговое предложение, легенда [1].

За разработку бренда в организации отвечают руководитель и исполнители проекта по разработке бренда, дизайнеры, программисты, лингвисты, маркетологи, специалисты по авторским правам.

Процесс разработки бренда состоит из следующих этапов:

1. Разработка стратегии и концепции позиционирования бренда;
2. Разработка названия;
3. Визуализация бренда;
4. Паспортизация стиля и бренда;
5. Аудит и внедрение.

Существует два метода, которыми организация пользуется при разработке бренда – это метод оценки коммерческого потенциала бренда и метод многовариантного анализа. При использовании метода оценки коммерческого потенциала бренда рассматривается эффект, при котором бренд будет оказывать влияние на процесс приобретения услуг организации, не учитывая цену. Метод многовариантного анализа позволит организации определить, насколько бренд будет способствовать сокращению отрыва от конкурентов, а также занятию выгодной позиции на рынке [2].

Продвижение бренда – это комплекс мероприятий, которые направлены на узнаваемость, поиск целевой аудитории и раскрутку торговой марки, которая в выгодном свете покажет значимость бренда и преимущества перед конкурентами.

Продвижением бренда в организации занимаются маркетинговые отделы, PR-отделы, бренд-менеджеры и SMM-специалисты. При выполнении работы они соблюдают этапы:

1. Проведение исследования относительно потребительской популярности товара и конкурентоспособных преимуществ продвигаемого продукта;
2. Постановка цели и задач продвижения;
3. Определение потребительской аудитории;
4. Выбор маркетинговых инструментов, используемых для влияния на клиентскую аудиторию;
5. Разработка стратегии продвижения;
6. Выбор средств, при помощи которых планируется донести выбранные маркетинговые мероприятия до потребителей;
7. Расчет бюджета;
8. Реализация стратегии;
9. Оценка результативности проведенной работы [4].

При разработке и продвижении бренда необходимо соблюдать ряд условий:

1. Привлекать компетентных лиц для разработки и продвижения бренда, что позволит качественно и своевременно разработать бренд с оптимальными расходами;
2. Изучать потребности и ценности покупателей для дальнейшей разработки и продвижения бренда. Если бренд не соответствует ценностям и потребностям покупателей, то он будет вызывать отторжение организации и её товаров у покупателей;
3. Изучать законодательство и его изменение, связанное с вопросами формирования и продвижения бренда.



Таким образом, разработка и продвижение бренда являются важными этапами в функционировании коммерческой и некоммерческой организации, так как влияют на рост количества потребителей и как следствие на рост прибыли.

### **Библиографический список**

1. Волошина М. Бренддинг и маркетинг: без каких элементов не может существовать бренд [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://koloro.ru/blog/brending-i-marketing/bez-kakikh-elementov-ne-mozhet-sushchestvovat-brend.html>.
2. Капферер Ж.Н. Бренд навсегда: создание, развитие, поддержка ценности бренда [Текст] / Ж.Н. Капферер. – М.: Вершина, 2007. – 448 с.
3. Рожков И.Я. Бренддинг [Текст]: учебник для бакалавров / И.Я. Рожков, В.Г. Кисмерешкин. – М.: Юрайт, 2013. – 331 с.
4. Рябых А. Персональный бренд: создание и продвижение [Текст] / А. Рябых, Н. Зебра. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2015 – 304 с.
5. Эллвуд Я. Основы бренддинга [Текст] / Я. Эллвуд. – М.: Гранд, 2002. – 336 с.

УДК 334.02

## **ПРАВИЛА УСПЕШНЫХ ПЕРЕГОВОРОВ В СФЕРЕ БИЗНЕСА**

*Е.А. Соколов*

*Научный руководитель: Райхлина А.В., канд. экон. наук, доцент  
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,  
Ярославский филиал*

Деловые переговоры являются неотъемлемой частью взаимодействия субъектов в экономической сфере. Благодаря успешным переговорам создаются экономические объединения компаний, взаимовыгодных сделок. Данные результаты, в свою очередь, дают «толчок» для создания и развития грандиозных совместных проектов.

Существует множество различных примеров из практики бизнеса, подтверждающих значение переговоров для эффективного сотрудничества, например, в начале 1980-х годов компания «Apple» в сотрудничестве с «Microsoft» смогла реализовать проект «Macintosh», в результате которого появилось приложение «Microsoft Word», с помощью которого создана эта статья и миллионы других документов [1]. Из актуального на данный момент можно привести пример сотрудничества «Tesla Motors» и «NVIDIA», которые совместно создают уникальные инновационные автомобили с встроенными суперкомпьютерами [2]. Эти

примеры показывают, насколько сильно влияют результаты переговоров на процесс развития человечества в сфере технологий и экономики.

Но было бы все так хорошо, если бы не существовало определенных правил поведения на деловых переговорах и деловых коммуникаций в целом? Ответ очевиден. Поэтому исходя из личного опыта, опыта успешных людей и компаний, попробуем составить список наиболее важных правил, которые помогают вести успешные переговоры:

1. Вызвать интерес. Для того, чтобы добиться внимания собеседника, его необходимо заинтересовать. Сделать это можно различными способами, например, «легкой» шуткой или же начать диалог с какой-то актуальной новости. В качестве примера приведем случай из реальной бизнес-практики. В компанию «Procter & Gamble» пришёл человек и предложил за солидную сумму рассказать, как можно в полтора раза увеличить объём продаж популярного шампуня. Сумма была не маленькая, и руководство решило попробовать решить эту задачу своими силами. Вызвали всех маркетологов и специалистов по рекламе. Те долго совещались, но так и не нашли никакого радикального способа так высоко поднять продажи. Тогда пригласили этого человека и заплатили ему требуемую сумму. Когда сделка была совершена, тот сказал: «На флаконах вашего шампуня написано, как его применять. После всех рекомендаций вам следует дописать одну фразу - при необходимости повторить» [3].

2. Соблюдать правила этикета. Это подчеркнет серьезность ваших планов относительно сотрудничества, а также укажет на высокое качество общения и воспитания. Этикет особенно важен при общении с иностранными партнерами. Так, в апреле 2017 года В.И. Матвиенко, спикер Совета Федерации, на встречах с руководителями Саудовской Аравии присутствовала в платке и длинном зеленом платье. По ее словам, она услышала немало одобрительных слов от принимающей стороны за соблюдение их религиозных традиций [4].

3. Быть креативным. Благодаря этой характеристике создается возможность для реализации самых грандиозных проектов. Так двумя физиками-энтузиастами, которые мечтали применить свои знания, чтобы преобразить мир, была создана компания «Sony». Первым товаром от известного бренда стала рисоварка, работающая от электричества. Особого успеха эта продукция не имела, поэтому компанию перепрофилировали, реализовав весь творческий потенциал. Теперь компания «Sony» известна своими качественными гаджетами и электроприборами [5].

4. Проявляйте толерантность и терпение. Они показывают собеседнику, что вы умеете не только красиво говорить, но и слушать. Это создает хорошую почву для компромисса или для обоюдно выгодного

соглашения. В международной практике по этим позициям известность получил китайский стиль ведения переговоров благодаря их продуманности, отсутствию привязки к временным лимитам и четкому разграничению отдельных этапов: первоначальное уточнение позиций, их обсуждение и заключительный этап [6].

5. Анализируйте. После переговоров необходим краткий анализ всего сказанного и беседы в целом. Только тщательно взвесив все «за» и «против» можно продолжать диалог. В пример можно привести одни из самых сложных переговоров между Россией и Украиной продолжительностью 5 дней в 2003 году между главами государств В. Путиным и Л. Кучмой. Эта ситуация показывает глубину анализа, проводимого обоими сторонами [7].

Мы рассмотрели несколько правил успешных бизнес-переговоров, которые существенно повышают шансы на успех сделки. Деловые переговоры – важная часть предпринимательской деятельности в любой сфере, поэтому очень важно их соблюдать.

#### **Библиографический список**

1. Совместное интервью руководителей компаний Apple и Microsoft в рамках мероприятия All Things Digital 2007 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=436Y9hLbz-s>.

2. TESLA и NVIDIA. Партнеры в автомобильной индустрии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.nvidia.com/ru-ru/self-driving-cars/partners/tesla/>.

3. Тренинговая компания «Бизнес Партнер». При необходимости повторить [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.training-partner.ru/staty/pri-neobходимosti-povtorit.html>.

4. Платок и зеленое платье в пол [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.vesti.ru/doc.html?id=2878356>.

5. 10 историй брендов, или с чего начинали свой бизнес известные компании. Sony [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://voka.me/10-istorij-startapa-ili-s-chego-svoj-biznes-izvestnye-brend>.

6. 4 совета, которые помогут развить терпение [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://probiznesmen.ru/4-soveta-kotorye-pomogut-razvit-terpenie/>.

7. Русская народная линия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://ruskline.ru/news\\_rl/2003/05/06/v\\_krymu\\_sostoyalis\\_samye\\_dlitel\\_nye\\_peregovory\\_prezidentov\\_rossii\\_i\\_ukrainy/](http://ruskline.ru/news_rl/2003/05/06/v_krymu_sostoyalis_samye_dlitel_nye_peregovory_prezidentov_rossii_i_ukrainy/).

**СОВРЕМЕННЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ МАРКЕТИНГА**  
**С.В. Тагиль***Научный руководитель: Грицевич С.А., м.э.н.**Барановичский государственный университет*

В современном мире маркетинг, так же, как и управление, является основой деятельности любой фирмы. В широком смысле маркетинг означает философию бизнеса, определяющую характер и стратегию его развития.

Главной задачей маркетинга является изучение потребностей, а также тенденций их изменения, на основе которых в дальнейшем принимаются соответствующие решения.

Современные направления развития маркетинга показывают, что он ориентирован, прежде всего, на оперативную синхронизацию управленческих решений с быстро изменяющимися условиями внешней среды компании. Еще десяток лет назад самый известный маркетолог – Ф. Котлер утверждал, что одной из главных экономических проблем являлись избыточные производственные мощности, возникающие в результате чрезмерного оптимизма компаний – производителей. В связи с этим возникали перепроизводство и гиперконкуренция, неизбежно приводящие к падению цен. Им же и были выявлены основные способы защиты, в основе которых лежали формирование такого бренда и лояльности, обеспечивающих более высокую цену и конкурентоспособность.

Маркетинг непрерывно развивался на протяжении многих лет: от массового к маркетингу рыночных сегментов, далее – к маркетингу рыночных ниш, а затем – к индивидуальному маркетингу. С большей эффективностью, особенно в последнее время, стал использоваться интернет-маркетинг [2].

Интернет и более свободная торговля предоставили возможность разным компаниям конкурировать друг с другом на любом рынке. Компании должны иметь в виду, что потребители становятся все образованнее и располагают лучшим инструментарием, таким, как Интернет. Все это делает их более разборчивыми при покупке товара. Именно поэтому, по мнению Ф. Котлера, компании должны еще внимательнее вести деятельность, планируя будущее.

Большое преимущество сейчас имеет та компания, которая способна меняться быстрее, чем ее конкуренты. В результате конкуренции поставщиков за одних и тех же потребителей падают цены, при этом Интернет дает возможность потребителям моментально сравнивать цены

производителей-конкурентов и выбирать для себя самое выгодное предложение.

Важнейшие тенденции современного маркетинга:

– в результате технических прорывов большинство конкурентов стали равны перед потребителем, и здесь выиграет лишь тот производитель, что научится слышать клиента и откликаться на его просьбы;

– возможности Интернета, которые изменяют направленность маркетинга от массового к ориентированному на запросы конкретного потребителя;

– привычными и комфортными стали прямой маркетинг и маркетинг взаимоотношений, диалоги с потребителями, интегрированные маркетинговые коммуникации и ориентированность производителей скорее на сохранение существующего лояльного клиента, чем на усилия по привлечению нового.

Сегодня, кроме появления новых тенденций, производители товаров сталкиваются также с различными вызовами, а именно:

– потребность в маркетологах-финансистах, то есть желание руководителей высшего звена знать чёткую финансовую составляющую результатов маркетинговой деятельности;

– расширение баз данных посредством сбора более интегрированной информации о лояльных клиентах компании;

– планирование и контроль всех составляющих классического маркетингового комплекса из единого центра – маркетингового отдела;

– появление преимущественного количества конкурентов, предлагающих товар более высокого качества по более низким ценам и как итог – умение им противостоять [1].

В результате всех этих тенденций и вызовов многие компании просто не выдерживают натиска и уходят с рынка. Сегодня показатель уровня банкротства, числа слияний и поглощений очень высокий. Сейчас успешными становятся лишь те компании, которые создают и предоставляют наибольшую ценность для клиента, а ведь он сегодня захватил власть на рынке, вооружившись мощнейшим инструментом под названием «Интернет». Поэтому одна из основных задач маркетолога – хорошая дальновидность и способность точного предсказания траектории развития потребительских желаний.

Несмотря на все это маркетинговая деятельность осуществляется практически на всех предприятиях. Однако задача состоит в том, чтобы потенциал маркетинга использовался наиболее грамотно и эффективно.

**Библиографический список**

1. Маркетинг [Электронный ресурс] / Файловый архив студентов. – Режим доступа: <https://studfiles.net/preview/5056430/page:4/>.

2. Новые тенденции в маркетинге [Электронный ресурс] / Энциклопедия маркетинга. – Режим доступа: [https://www.marketing.spb.ru/lib-mm/market\\_tendency.htm](https://www.marketing.spb.ru/lib-mm/market_tendency.htm).

УДК 316.77

## **МОЛЧАНИЕ КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ ДЕЛОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ**

*А.Н. Тураева*

*Научный руководитель: Райхлина А.В., канд. экон. наук, доцент  
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,  
Ярославский филиал*

Широко известно, что в деловых коммуникациях определяющее значение имеет речь собеседника. Именно умение высказать свою точку зрения, аргументировать ее, грамотно отвечать на возникающие вопросы и замечания составляет суть делового общения.

Однако управленческая психология уделяет немаловажное внимание молчанию как эффективному инструменту деловых коммуникаций. Когда собеседник молчит, это является сигналом говорящему о том, что ему неинтересно [1]. С другой стороны, молчание как «золото» для деловых коммуникаций – если вы молчите, но при этом своим видом показываете искреннюю заинтересованность, то о вас сложится впечатление как о надежном немногословном деловом партнере в соответствии с мудростью Конфуция: «Молчание – великий друг, который никогда не изменит».

Почему же в деловой культуре, особенно восточной, ценится молчание? Например, в Японии молчание, или «тиммоку», считается частью искусства общения, мастерством коммуникации, для которого есть пять причин: молчание как выражение искренних чувств, молчание как общественная норма, молчание как смущение, молчание как демонстративное поведение, молчание как чувство взаимопонимания. Хага Ясуси писал о том, что японцы не любят передавать информацию словами, для этого используется так называемый «язык без языка» [2]. Они испытывают недоверие к слову и не любят объяснять. По его мнению, французы кричат на вокзалах, немцы много смеются, а японцы сдержанны. Такэмото Сёдзо заявлял, что западные люди слишком разговорчивы, в то время как японцы привыкли молчать и внимательно слушать все, что их окружает: это может быть, как собеседник, так и звуки природы. Многие восточные пословицы призывают людей молчать больше, чем говорить:

«Знай больше, говори меньше» (туркменская пословица); «Хочешь, чтобы тебя уважали – много не говори» (узбекская пословица).

Мы задались вопросом, а каково отношение к молчанию в русской культуре? В исследовании приняли участие 15 человек, результаты анкетирования которых представлены в таблице 1.

При ответе на первый вопрос большая часть опрошенных подтвердила, что если человек молчит во время беседы, то он в ней не заинтересован. В то же время 40% респондентов убеждены, что если человек молчит, то он внимательно слушает и усваивает информацию, размышляя над своим дальнейшим ответом.

Опрошенные высказали противоположные ответы на вопрос о том, какие чувства вызывает у них молчание собеседника. Для одних – это знак внимания, для других – безразличия. Нам показалось интересным, что для двух респондентов молчание собеседника не значит ничего, т.к. сложно не испытывать эмоций, если во время беседы нет обратной связи.

Таблица 1. - Данные опроса о значении молчания в коммуникации

Вопрос	Распределение ответов респондентов	
	Голоса	% от числа опрошенных
1. Что Вы думаете, если Ваш собеседник по коммуникации молчит?		
- собеседник не заинтересован темой	9	60
- собеседник просто невнимателен	6	40
2. Что Вы чувствуете, если Ваш собеседник по коммуникации молчит?		
- мне приятно (он слушает)	6	40
- мне обидно	7	47
- ничего	2	13
3. Что Вы делаете, если Ваш собеседник по коммуникации молчит?		
- стараюсь разрядить обстановку	4	27
- стараюсь не молчать в ответ	8	53
- стараюсь понять причину молчания	3	20

Третий вопрос оказался самым сложным, поскольку многие испытывают дискомфорт, когда приходится искать выход из ситуации неловкого молчания. Вместе с тем все респонденты согласились, что ни при каких условиях не нужно молчать в ответ или спрашивать: «А почему вы замолчали?», «А я что, рассказываю неинтересно?» - это только усилит

эффект неловкости, тем более, если человек в этот момент внимательно слушал, а не «летал в облаках» или «ушел в себя». Следует использовать правильно подобранную мимику, жесты и постараться понять причину молчания собеседника. Хорошее решение разрядить обстановку предложили некоторые опрошенные: использовать легкую шутку, отвлечься от большого объема информации, попытаться задать простые вопросы слушателю и выяснить его истинное отношение.

Последнее крайне важно знать, поскольку иногда молчание может использоваться в качестве манипуляции. Для того, чтобы вывести оппонента из себя, используются молчание и оскорбленный и обиженный вид. Как правило, люди намеренно показывают то, что они очень сильно опечалены, тем самым «наказывая» обидчика, ведь чувство вины появится если не моментально, то со временем. Самый наглядный пример – дети. Именно они включают молчание, когда не получают желаемого: игрушки, конфеты, мультики. К такому молчанию добавляются и слезы на глазах, и надутые губы, и опущенная голова. В деловых коммуникациях не стоит злоупотреблять таким методом, а в идеале - не использовать его вообще, т.к. раскрытая манипуляция может разрушить даже хорошо построенные деловые коммуникации, не говоря уже о тех, которые находятся в стадии становления.

Что же нужно делать, когда собеседник в деловом общении молчит? Во-первых, попробуйте понять причину его молчания: может он не понимает вас, может он занят другой важной для него темой. Активизируйте собеседника, перейдя от своего скучного монолога к диалогу с ним: задавайте вопросы, но не злоупотребляйте ими. Попробуйте начать с открытых вопросов, которые требуют развернутого ответа. Если диалог не строится, используйте закрытые вопросы, подразумевающие краткий ответ «да» или «нет». Следите за реакцией, чтобы от большого количества вопросов у собеседника не создалось впечатление «допроса». Демонстрируйте открытость, будьте позитивны, настройтесь на хорошую и успешную деловую коммуникацию [3].

Во-вторых, даже если вас не слушают, не стоит отчаиваться. Всегда оставайтесь теплы и добры к своему слушателю и не забывайте о том, что очень важно слушать со вниманием в ответ. Стоит развивать навык умения слушать, это помогает лучше понимать людей, стать продуктивнее и в итоге достичь положительных результатов от процесса коммуникации.

#### **Библиографический список**

1. Мальцева Ю.А. Психология управления: учебное пособие. - Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2016. - 92 с.
2. Алпатов В.М. Япония: язык и культура. – М.: Муравей, 2003.-208 с.



3.Сергеева О.М. Как понять, что ваш собеседник лжет: 50 простых правил [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://avidreaders.ru/book/kak-ponyat-chto-vash-sobesednik-lzhet.html>.

УДК 331.101.38

## **ЗНАЧЕНИЕ МОТИВАЦИИ В УПРАВЛЕНИИ ОРГАНИЗАЦИЕЙ**

*А.С. Тюрюханова*

*Научный руководитель: Райхлина А.В., канд. экон. наук, доцент  
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,  
Ярославский филиал*

В настоящее время для любой организации все большее значение приобретают мотивационные аспекты. Мотивация персонала является ключевым средством обеспечения оптимального использования ресурсов, мобилизации имеющегося кадрового потенциала. Стимулирование работников повышает их производительность, качество исполнения обязанностей, а также дает толчок к развитию организации [1].

Персонал - это самый главный ресурс для любой компании. Однако далеко не все руководители понимают, как эффективно управлять этим ресурсом. Сложность состоит в том, чтобы подобрать настоящую команду, группу единомышленников. Именно она в дальнейшем будет способна реализовать стоящие перед компанией серьезные цели и задачи. Важно получать отдачу от сотрудников. А это возможно только в том случае, если каждый сотрудник будет заинтересован в своей работе.

Мотивация - одна из функций менеджмента, элементы которой представлены на рисунке 1.



Рисунок 1. Элементы мотивации [2]

Мотивация - это процесс побуждения себя и других к деятельности для достижения личных целей или целей организации. Мотивация человека зависит от множества факторов, во многом индивидуальна и может меняться под воздействием обратной связи.

Не секрет, что каждый человек стремится и работает ради чего-то. Одни хотят заработать как можно больше денег для удовлетворения своих

потребностей, другие стремятся к славе и власти. Но есть и отдельная категория персонала, которая просто любит свою работу и полностью отдается ей. К сожалению, процент таких людей очень низок. Сейчас трудно встретить человека, который доволен своей работой на все 100%. И на это есть причина: большинство людей занимается не тем, что нравится, а тем, что приносит деньги. Не всем удастся найти себя в какой-либо отрасли и работать по своей специальности в дальнейшем. Однако грамотный руководитель может организовать рабочий процесс так, чтобы его сотрудники не только с удовольствием приходили на работу, но и выполняли непосредственные обязанности с максимальной самоотдачей.

В современной теории управления мотивации отводится ведущая роль. Существует большое количество различных теорий мотивации, в том числе Теория потребностей Абрахама Маслоу, Теория человеческих отношений Ренсиса Ликерта, Теория ожиданий Виктора Вруума, Теория X и Y Дугласа Мак Грегора, Теория двух факторов Фредерика Герцберга и другие [3].

Однако руководителям не стоит искать в этих теориях готовые решения по мотивации персонала. Можно лишь усвоить для себя их основные положения, выработать свою программу мотивации персонала, по которой в дальнейшем действовать на практике. Также стоит учесть, что у каждой конкретной организации должна быть своя индивидуальная программа мотивации персонала, в которой учитываются особенности компании.

Руководителю также важно знать, чего хочет от работы тот или иной сотрудник. Это может быть не только денежное вознаграждение, но и профессиональный интерес, социальная защищённость, принадлежность к известной компании, карьерный рост, дружеский коллектив. Не так просто в рабочем процессе выявить потребности работника. Поэтому при приёме на работу используют специальные анкеты, тестирование и собеседования. Проверенной временем методикой является «пирамида» потребностей А. Маслоу, которая представлена на рисунке 2.



Рисунок 2. Пирамида потребностей А. Маслоу [3]

Но не следует забывать, что «пирамида» - это обобщенная модель, которая не учитывает индивидуальные отличия. Поэтому в процессе работы нужно внимательно наблюдать за подчиненными, поскольку мотивы, движущие работников, имеют особенность меняться со временем.

В мотивации персонала особую роль играет и такой важный фактор, как формирование благоприятной рабочей среды. При ее создании не стоит экономить на условиях труда и создании позитивной атмосферы внутри компании. Важно, чтобы работники не испытывали чувства физического и морального дискомфорта, тогда у них не будет склонности к снижению производительности труда.

Существует множество учебных пособий и научно-популярной литературы по управлению мотивацией персонала. Однако на практике руководители пытаются создать что-то более эффективное, что будет отличать их компанию от других, придумывают новые нестандартные способы мотивации: оригинальные офисы, капсулы для отдыха, названия должностей и многое другое. Рассмотрим это на нескольких примерах.

В управлении персоналом преуспел основатель The Walt Disney Company Уолт Дисней. Он был убежден, что удовлетворенность работой зависит не только от уровня зарплаты, но и от престижности должности и подразделения, в котором работает сотрудник. Во время его руководства прачечные при отелях на территории парков развлечений компании были переименованы в текстильные службы. Таким образом эти подразделения встали в один ряд с маркетинговой и клиентской службами, однако попасть в них намного проще. Как следствие, они стали популярны среди молодых людей, желающих начать карьеру в компании.

Стив Джобс, основатель компании Apple, должности консультантов офиса на Пятой авеню в Нью-Йорке переименовал в «гении», тем самым предотвратив желание кого-либо из них уволиться. Huffington Post, Google, Zappos, Procter & Gamble и многие компании в своих офисах несколько кабинетов оборудуют под спальни. По их мнению, это способствует увеличению производительности труда персонала.

Изобретательность проявляют и российские предприниматели: Артемий Лебедев, владелец агентства интернет-рекламы «Реклама.Ру», чтобы улучшить мотивацию администратора кафе переименовал эту должность в «хозяйку кафе». В торгово-производственном холдинге «Русклимат» для сотрудников проводят розыгрыш автомобилей марок Mercedes и Toyota. Финалистов определяют по перевыполнению планов продаж. В 2017 году призом за первое место стал Mercedes E-Class, за второе и третье места — Toyota Corolla. Это является серьезным стимулом для мотивации сотрудников компании [4].

Мы провели опрос в группе о том, какие стимулы при трудоустройстве студенты рассматривают как самые эффективные (см. табл. 1).

Таблица 1. - Данные опроса по факторам мотивации

Способ мотивации	Результат опроса (%)
1. Денежные поощрения	64,0
2. Бесплатное обучение, тренинги	7,9
3. Штрафы, наказания	3,1
4. Дополнительные выходные	5,6
5. Сотрудничество в коллективе	12,0
6. Похвала от руководства	7,4

Опрос показал, что на данный момент у молодых людей лидируют денежные поощрения. На втором месте с большим отрывом – отношения в коллективе, благоприятный психологический климат.

В заключении можно сделать вывод, что существует множество примеров мотивации сотрудников, они приводятся в литературе, их можно встретить на практике. Но руководитель организации должен найти свой собственный подход и комплекс мер, которые лучше подойдут для той или иной организации. Вместе с тем добиться большого успеха, игнорируя все вышеперечисленные факторы мотивации, невозможно. Нужно приложить достаточно усилий, чтобы выработать верное решение, поскольку прежде всего любая система мотивации должна соответствовать интересам и потребностям сотрудников компании.

#### **Библиографический список**

1. Роль мотивации в поведении организации [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=28936229>.

2. Взаимосвязь понятий мотиваций [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://wiseeconomist.ru/poleznoe/45626>.

3. Мотивация персонала: учебное пособие / Ю.Г. Одегов, Г.Г. Руденко, С.Н. Апенько, А.И. Мерко.- М.: Издательство «Альфа-Пресс», 2010.-640 с.

4. Способы мотивации сотрудников [Электронный ресурс]. –Режим доступа: <https://www.kickidler.com/ru/info/unusual-ways-to-employees.html>.

УДК 316.776.2

### **МЕТОДИКИ УПРАВЛЕНИЯ ЭМОЦИЯМИ ПРИ ВЕДЕНИИ ДЕЛОВЫХ ПЕРЕГОВОРОВ**

***В.С. Язева***

*Научный руководитель: Райхлина А.В., канд. экон. наук, доцент*

Переговоры – неотъемлемая часть взаимодействий между субъектами для достижения своих целей, при которой каждая из сторон имеет равные возможности в контроле ситуации и принятии решения [1]. В современном мире каждый человек ведёт переговоры, даже если не подозревает об этом. Это нелёгкое занятие, особенно если мы говорим о деловых переговорах.

Деловые переговоры – это вид делового общения, в процессе которого обсуждаются взаимовыгодные условия участия партнеров в сделке. У эмоций в деловых переговорах имеются свои плюсы и минусы, однако нельзя однозначно сказать, какое воздействие они окажут на процесс. В любом случае необходимо их сознательное регулирование.

Понимание и использование эмоций являются «ключами» на пути к их контролированию. Если человек сможет понять эмоцию и осознать природу её происхождения, может приступить к её «приручению» [2].

Для обоснования актуальности темы нами был проведен опрос 20 респондентов от 16 до 65 лет. Полученные в исследовании данные представлены в таблице 1.

Таблица 1. - Данные опроса о роли эмоций в переговорах

Вопросы	Ответы респондентов	% от общего числа опрошенных
1. Какая эмоция больше всего нужна в деловых переговорах?	Спокойствие Дружелюбие Собранность Упорство Осторожность	50 20 15 10 5
2. Какая эмоция больше всего мешает в деловых переговорах?	Презрение Пренебрежение Превосходство Страх	65 20 10 5
3. Нужны ли эмоции при ведении переговоров?	Да, эмоции нужны при ведении деловых переговоров	100

Таким образом, все опрошенные респонденты уверены, что, что испытывать эмоции, когда решаются деловые вопросы, совершенно нормально. Однако всё равно есть необходимость взять под контроль те

эмоции, которые «мешают» процессу, и научиться целенаправленно на них воздействовать для осуществления своих целей.

В науке описано множество способов управления эмоциями. Мы остановимся на тех, которые, по нашему мнению, играют наибольшую роль при ведении деловых переговоров (см. табл. 2).

Таблица 2. - Оптимальные методы управления эмоциями при ведении деловых переговоров [3]

Метод	Характеристика
Вербализация	Человек может выразить негативные чувства, просто высказав их или написав их на бумаге. Однако лучше делать это осторожно, не ранив чувства другого человека. Поведать свои чувства можно как напрямую человеку, ставшему их причиной, или же третьему лицу, которое не относится к сложившейся ситуации
Визуализация	Человеку нужно вообразить ситуацию, в которой он бы мог дать выход своим эмоциям. Если он не имеет возможности дать себе передышку и проанализировать ситуацию, уменьшить «яркость» эмоции можно с помощью контроля над своим телом
Контроль дыхания	Урегулирование дыхания требует практики специальных упражнений. Если выполнять их систематически, например, медитировать, то в стрессовых ситуациях тренированное тело само начнет переходить на замедленный темп дыхания
Физические нагрузки	Физическое и духовное состояние человека взаимосвязаны, поэтому переживания довольно часто могут проявлять себя снаружи. Неприятные эмоции вызывают дискомфорт. Например, болеть шея или спина. В таких случаях хорошо помогает бег, зарядка и другая физическая активность. Они повышают настроение и помогают отвлечься

Следует отметить, что важной частью ведения переговоров является понимание не только своих, но и чужих эмоций. Почувствовать то, что испытывают другие люди, и правильно использовать эту информацию для укрепления партнерских отношений. Такую чуткость к чужим эмоциональным состояниям может развить и улучшить в себе каждый.

Проявляя интерес к поведению партнёра можно отследить изменения в его настроениях ещё на начальном этапе построения диалога. Это даёт возможность быстрее проанализировать эмоцию, найти её источник и постараться изменить свое поведение, если оно стало причиной. Или же

наоборот, убедиться, что наши действия достигают своей цели и дальше придерживаться работающей стратегии [4].

Но не стоит опускаться до крайностей и вести себя безэмоционально. Если человек полностью замкнётся в себе, быть «на одной волне» со своим собеседником будет непросто. Едва ли кто-то захочет иметь дело с «роботом», которому нет дела до других людей. Проявление нужных эмоций в деловых переговорах помогает создать впечатление человека, на которого можно положиться – уверенного, надёжного и обаятельного и, таким образом, добиться успеха.

#### **Библиографический список**

1. Деловые коммуникации: учебник для бакалавров / Под ред. Л.И. Чернышовой. - М.: Финансовый университет, 2018. - 338 с.
2. Эмоциональный интеллект. Российская практика / С. Шабанов, А. Алешина. - М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 440 с.
3. Управление эмоциями в переговорах [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.espadas.ru/articles/peregovory/528-upravlenie-emotsiyami-v-peregovorakh>.
4. Шесть правил подготовки к деловым переговорам [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.prpartner.ru/blog/read/shest-pravil-podgotovki-k-delovym-peregovoram/>.

УДК 331.1

### **ОБ ОБРАЗОВАНИИ И КВАЛИФИКАЦИИ**

### **ГОСУДАРСТВЕННЫХ И МУНИЦИПАЛЬНЫХ СЛУЖАЩИХ**

*А.Г. Парфёнова*

*Международная академия бизнеса и новых технологий (МУБиНТ)*

*Научный руководитель: Волков А.Ю., д-р экон. наук, доцент*

В настоящее время главным и ключевым звеном высокоэффективной системы управления государством считается наличие профессионального штата обученных государственных и муниципальных служащих в государственных и муниципальных органах. Ключевую роль в управлении любым государством играет политика центральных органов власти страны со свойственной ей стратегией формирования, востребования и применения потенциала служащих, а ещё его профессионального подъёма и становления. Одним из направлений совершенствования государственного и муниципального аппарата является организация действительно работающей системы профессиональной подготовки, переподготовки и повышения квалификации государственных гражданских и муниципальных служащих. В следствие этого вопрос

организации процесса изучения, переобучения и профессионального становления государственных гражданских служащих, на нынешний день, считается одним из самых главных и основных в системе государственной и муниципальной службы.

Переходя к вопросу о профессиональном уровне оказания государственных услуг, следует обратить особое внимание на саму систему и качество образования, способы и формы изучения, переобучения и повышения квалификации представителей государственной власти.

Собственно, что касается вопроса качества образования, то, как демонстрирует практика, государственным и муниципальным служащим мало владеть только базисными умениями в сфере государственного и муниципального управления. Комплекса знаний, который был получен в учебном заведении 5 - 10 лет назад будет недостаточно для того, чтобы в последующем принимать рациональные, выполнимые, реально достигаемые и конструктивные решения. В связи с этим, в законодательстве, который регулирует сферу вспомогательного профессионального образования и деятельность государственных и муниципальных органов, стали уделять особое внимание вопросам систематического обучения сотрудников.

Эта форма обучения имеет свои минусы. Для начала, при появлении необходимости прохождения повышения квалификации, государственные и муниципальные служащие направляются на краткосрочные курсы (от 18 до 72 часов) [8]. Предоставление возможности прохождения более длительных курсов влечёт за собой дополнительные затраты, а также отсутствие работника во время обучения.

Подобная экономия в большинстве случаев приводит к падению эффективности и производительности профессионального развития и становления, её восприятию как некой «формальной» процедуры, которая обязана выполняться в порядке, установленном нормативно – правовыми документами. Реального смысла именно для системы повышения квалификации служащих эти события не имеют [7].

Далее, чиновникам не хватает практических занятий: изученный теоретический материал не несет за собой ни малейшего практического закрепления приобретённых знаний. Пока же в нормативно-правовых актах зафиксирована заметка о необходимости прохождения изучения и повышения уровня квалификации, улучшения себя в профессиональном и личностном плане, предусмотрены механизмы дополнительного профессионального образования, которые должны поддаваться периодической корректировке и совершенствованию, отвечать



прогрессивным потребностям гражданского общества и идти вровень с высоким качеством предоставления государственных и муниципальных услуг. Необходимо отметить, что и сами нормативные акты, местами, несовершенно [2; 3], что еще более усугубляет ситуацию.

Механизмы системы вспомогательного профессионального образования, на которые опираются зарубежные государства, во многом, по собственной формулировке совпадают с российскими инструментами профессионального становления (например: изучение в рабочем пространстве, изучение за пределами рабочего пространства (чтение лекций, программированные курсы обучения, экскурсии, деловые игры, междуминистерские тренинги), массовое обучение, обучение индивидуальное, дистанционная форма обучения, обучение в проектных группах в вечернее время), но на практике, имеют своеобразные особенности [6], кроме того не следует сбрасывать со счетов потенциал современных технологий обучения, накопленных и реализованных в системе российского образования [4; 5].

В настоящее время система образования, призванная поддерживать на заданном уровне квалификацию государственных и муниципальных служащих в Российской Федерации, а также повышать ее сообразно велению времени все ещё не совершенна, что препятствует инновационному развитию страны [1], но все же есть достаточное количество решений проблем, образующихся в данной сфере. С целью проведения более полной модернизации системы повышения квалификации чиновников, на мой взгляд нужно выполнить следующее:

1. Чётко предопределять и регламентировать в нормативно – правовых актах комплексы инструментов обучения;
2. Постоянно улучшать и развивать законодательную, нормативно – правовую основу, в том числе стандарты обучения;
3. Воплотить в жизнь внедрение инновационных проектов и планов организации обучения государственных и муниципальных служащих;
4. Создать вспомогательный комплекс критериев оценки служащих по результатам изучения.

#### **Библиографический список**

1. Волков А.Ю. Инновации и Россия // Научные труды Вольного экономического общества России. 2010. Т. 136. С. 102-113.
2. Волков А.Ю. О проблемах законодательных дефиниций (на примере определения государственного финансового контроля) // В сборнике: Высшая школа России перед вызовами современности: перспективы развития материалы VII Международной учебно-методической

конференции. под ред. А. Ю. Александра, Е. Л. Николаева. 2015. С. 164-167.

3. Волков А.Ю., Зборовская Е.Б. О неопределенности финансового контроля // Научно-методический электронный журнал Концепт. 2016. № Т37. С. 38-43.

4. Зборовская Е.Б., Волков А.Ю. Использование современных технологий преподавания в экономическом вузе // Научно-методический электронный журнал Концепт. 2016. № Т37. С. 62-67.

5. Зборовская Е.Б., Волков А.Ю. Современные технологии преподавания в вузе // В сборнике: Актуальные проблемы психологии и педагогики в современном образовании материалы международной заочной научно-практической конференции. ЯГПУ им. К.Д. Ушинского. 2017. С. 107-109.

6. Лобода А.Е. Система подготовки, переподготовки и повышения квалификации государственных гражданских служащих: российский опыт и практика зарубежных стран // ЭГО: Экономика. Государство. Общество. – 2015. – № 4. - URL:<http://ego.uara.ru/ru/issue/2015/04/>.

7. Лобунец В.С., Бреусова Е.А. Вопросы кадрового аудита в органах местного самоуправления // Экономика и социум. – 2015. – № 1-3 (14). – С. 957-961.

8. Рассохин А.В. Технология переподготовки и повышения квалификации государственных и муниципальных служащих: историко-правовой аспект. [Электронный ресурс]. - URL: <http://chinovnik.uara.ru/ru/issue/2004/01/19/>.

УДК 338.244.4

## **СУЩНОСТЬ УСТОЙЧИВОГО ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ**

***М.О. Ващенко***

*Научный руководитель: Райхлина А.В., канд. экон. наук, доцент  
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,  
Ярославский филиал*

Для успешного развития организации в условиях рыночной экономики и предупреждения банкротства предприятия необходимо грамотное управление финансами.

Финансовое состояние организации – это важнейшая характеристика его деятельности. С помощью показателей финансового состояния можно определить ее надежность и конкурентоспособность, а также принять

решение о деловом сотрудничестве и эффективной реализации экономических интересов как самой компании, так и ее партнёров.

Под финансовым состоянием организации принято понимать сложную экономическую категорию, которая отражает на конкретный период времени состояние капитала в процессе его круговорота и способности субъекта хозяйствования к саморазвитию.

В процессе операционной, инвестиционной и финансовой деятельности фирмы совершается непрерывный процесс кругооборота капитала, происходит изменение структуры средств и их источников, наличия и потребностей в финансовых ресурсах, в результате чего формируется финансовое состояние организации, внешнее проявление которого выражает ее платежеспособность.

Основными задачами оценки финансового состояния являются:

- объективный анализ финансовых результатов, эффективности и деловой активности предприятия;

- выявление факторов и причин достигнутого состояния и полученных результатов деятельности фирмы;

- подготовка и обоснование принимаемых управленческих решений, касающихся финансов;

- выявление и мобилизация резервов для совершенствования финансового состояния и финансовых результатов, повышения эффективности всей хозяйственной деятельности.

Оценка финансового состояния необходима:

- 1) руководству организации для определения эффективности принимаемых решений по использованию материальных, трудовых и финансовых ресурсов и итоговых результатов финансовой деятельности;

- 2) собственникам и акционерам предприятия для расчета доходов от вложенных ими средств, степени экономического риска и вероятности возможной потери капитала;

- 3) поставщикам для подтверждения платёжеспособности за предоставленные ресурсы, выполненные работы или оказанные услуги;

- 4) кредиторам и инвесторам для оценки возможностей возраста выданных кредитов и привлекательности инвестиционных проектов.

При оценке финансового состояния организации используются методы и инструменты, наработанные мировой и отечественной теорией и практикой. Оценка выявляет один из четырех видов финансового состояния организации, которые представлены на рисунке 1.

Финансовое состояние организации имеет внутреннюю и внешнюю сторону. Внешняя сторона проявляется в текущей платежеспособности. Внутренним проявлением финансового состояния организации является

финансовая устойчивость или устойчивое финансовое состояние, которое обеспечивает стабильную платежеспособность в длительной перспективе, основанной на сбалансированности активов и пассивов, доходов и расходов, положительных и отрицательных денежных потоков [1, с. 145].

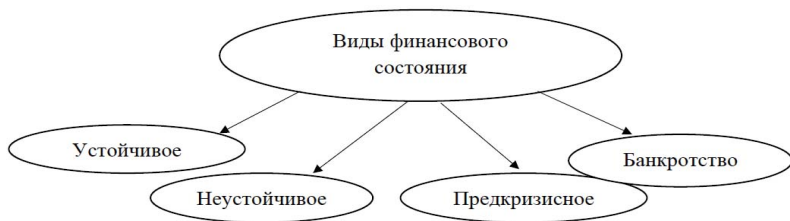


Рисунок 1. Виды финансового состояния

Для достижения устойчивого финансового состояния необходимо грамотно управлять всей совокупностью факторов, которые определяют результаты деятельности организации.

Устойчивое финансовое состояние организации возможно при условии наличия свободного собственного капитала, сбалансированной структуре активов, достаточном уровне рентабельности и ликвидности с учетом операционного и финансового риска, стабильных доходов и возможностей привлечения заемных средств. Для обеспечения финансовой устойчивости организации необходимо постоянное сохранение платёжеспособности в виде превышения доходов над расходами с целью создания условий для самофинансирования [2, с. 91].

Устойчивое финансовое состояние компании напрямую зависит от результатов ее деятельности. Успешное выполнение производственного и финансовых планов оказывают положительное влияние на финансовые показатели, а уменьшение объема производства и продаж приводит к увеличению его себестоимости, уменьшению выручки и прибыли. Следовательно, устойчивое состояние – это итог грамотного управления всеми факторами, определяющими результаты деятельности организации.

Неустойчивое финансовое состояние характеризуется возрастающим риском неплатежеспособности. Предел финансовой неустойчивости – это кризисное состояние организации, которое проявляется в нехватке средств на покрытие затрат, убытках, непогашенных обязательствах. Но финансовая устойчивость сохраняется пока величина привлекаемых краткосрочных кредитов и заемных средств не превышает суммарной стоимости производственных запасов и готовой продукции. При невыполнении перечисленных условий финансовая устойчивость является

недопустимой. В кризисном финансовом состоянии организация находится на грани банкротства. Устойчивость финансового состояния восстанавливается через ускорение оборачиваемости капитала в текущих активах, результатом которого будет относительное сокращение на рубль товарооборота [3, с. 67].

В заключении следует отметить, что для укрепления устойчивого финансового состояния организации необходимы:

- своевременный и объективный анализ финансового состояния, выявление «проблемных зон» и изучение причин их образования;
- поиск резервов улучшения финансового состояния организации, ее платежеспособности и финансовой устойчивости;
- разработка полноценных рекомендаций, которые направлены на эффективное использование финансовых ресурсов и укрепление финансового состояния организации;
- своевременное прогнозирование возможных финансовых результатов и разработка моделей финансового состояния при разнообразных вариантах использования ресурсов.

#### **Библиографический список**

1. Абрютин М.С. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия: Учебник. – М.: Дело и сервис, 2013. – 256 с.
2. Балабанов И.Т. Анализ и планирование финансов хозяйствующего субъекта. – М.: Финансы и статистика, 2014. – 276 с.
3. Кустова Т.Н. Финансы предприятий: учеб. пособие. - Рыбинск: РГАТА, 2007. – 131 с.

УДК 339.138

### **«РЖД В РЕКЛАМЕ НЕ НУЖДАЕТСЯ»: ИСТИНА ИЛИ ЛОЖЬ?**

*А.Д. Большакова*

*Научный руководитель: Карасёв А.П., канд. экон. наук, доцент  
Финансовый университет при Правительстве РФ, Ярославский филиал*

В современных условиях быстроразвивающейся экономики государственные монополии стали все активнее проводить рекламные кампании («Газпром – мечты сбываются», «Россия живёт скоростями, дорогами»). На сегодняшний день как на экранах телевизоров, в интернете, так и на страницах газет можно увидеть рекламу компаний-монополистов. Почему для них активное продвижение себя на рынке в последние годы стало актуальным? Это связано с необходимостью информировать людей о продукции или услугах, которые предоставляет монополист для расширения целевой аудитории и увеличения клиентской базы. Однако

возникает вопрос, зачем реклама вообще нужна монополии, если последняя обладает исключительным правом на производство и продажу своей продукции, то есть конкуренции на рынке, по сути, нет. На деле мы получаем противоречивую картину: монополист, у которого нет конкурентов на рынке, везде активно рекламирует себя и свою деятельность. Данная тема актуальна потому, что реклама, как правило, применяется фирмами для увеличения своей конкурентоспособности, однако у монополии на рынке конкуренции нет.

Под продвижением понимается комплекс маркетинговых мероприятий, целями которых являются увеличение доли товара, услуги, компании или бренда, занимаемой ими на рынке; вывод товара на рынок; увеличение их узнаваемости; привлечение новых клиентов. Основным маркетинговым мероприятием по продвижению является реклама. Она является направлением в маркетинговых коммуникациях, в рамках которого проводится распространение информации с целью увеличения конкурентоспособности предприятия и привлечения потребителя, то есть его денег.

Монополии, как и любые другие организации на рынке, на сегодняшний день активно проводят рекламные кампании. Однако монополия есть фирма, являющаяся единственным производителем экономического блага, не имеющая близких заменителей и ограниченная от непосредственной конкуренции высокими входными барьерами.

Ответить на вопрос о том, почему монополии активно занимаются самопродвижением, можно на примере ОАО «РЖД». «РЖД» предоставляет транспортные услуги в 77 субъектах РФ из 85, а за 2018 год их вклад в ВВП страны составил 1,4%. Доля РЖД в инвестициях транспорта составила 13,3%. На ОАО «РЖД» приходится более 27% пассажирооборота всей транспортной системы России и более 45% её грузооборота (без учёта трубопроводного транспорта — 87%) [4]. Являясь государственной монополией на железной дороге в рамках РФ, «РЖД» не является монополистом в предоставлении транспортных услуг. «РЖД» осуществляет перевозку по железнодорожным путям, однако перевозку можно осуществлять ещё и другими способами: по воздуху, на водном или автомобильном транспорте. И тут уже в «игру» вступают авиакомпании, производители автотранспорта и так далее. В различных ситуациях, в зависимости от уровня доходов, цели деятельности и преодолеваемого расстояния, потребитель может выбирать различные виды транспорта.

В перевозке пассажиров на большие расстояния железнодорожный транспорт конкурирует с авиацией (если на междугородних сообщениях в 2016 г. самолетами летали 18% пассажиров, то в 2018 г. - 26%), а на

небольшие расстояния - с автомобильным (автобусным) транспортом. В России автомобильным транспортом перевозят примерно в четыре раза больше грузов, чем по железной дороге, хотя чем меньше расстояние доставки груза, тем меньше доля перевезенного по железной дороге (фуры работают по принципу «от двери к двери»).

Чтобы занять большую долю рынка, «РЖД» необходимо убедить пассажиров в своей незаменимости. Для этого необходимо заниматься самопродвижением. По данным за прошедший год, на формирование и закрепление положительного имиджа государственная монополия разместила заказы на рекламные и PR-материалы на сумму 527 млн. руб.

Центральный мотив рекламной активности - сохранить статус монополии и создать ей положительный имидж. А это уже борьба не с конкурентами, а с конкуренцией как таковой.

Таким образом, рекламные кампании, проводимые монополиями, имеют огромный потенциал в деле захвата ими рынка предоставляемых товаров и услуг. Несмотря на абсолютное право компании-монополиста на производство и продажу экономических благ, она всё равно сталкивается с конкуренцией на рынке товаров-субститутов, что вынуждает её предпринимать определённые меры по укреплению своих позиций на рынке.

#### **Библиографический список**

1. Микроэкономика: учебник / ВЗФЭИ; Под ред. Г.А. Родиной, С.В. Тарасовой. - М.: Юрайт, 2014. - 263 с.

2. Артёмова С.В. Экономическое поведение фирмы на монопольном рынке / С.В. Артёмова // Вестник Шадринского государственного педагогического института. - № 4(9). - 2010. - С. 63-69.

3. Карпикова О.А. Роль рекламы в формировании имиджа естественных монополий / О.А. Карпикова // Учёные записки Орловского государственного университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки. - 2010. - С. 1998-2720.

4. Зачем монополии реклама [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.rbc.ru/newspaper/2015/08/06/56bcaec59a7947299f72bd15>.

УДК 379.85

### **МОДЕЛЬ ПОСТЕПЕННОГО НАРАЩИВАНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ**

***А.И. Бурмистров***

*Научный руководитель: Ильминская С.А., канд. экон. наук, доцент  
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,  
Орловский филиал*

Современное управление производством, и любой фирмой в целом можно сравнить с изучением влияния окружающей среды, препаратов, болезней на организм человека. Менеджер, как и доктор, обязан исследовать не только сам организм и выявить патологию, но и вылечить его в случае необходимости.

Цель данной статьи определить модель постепенного наращивания деятельности организации поэтапно и выявить положительные и отрицательные стороны.

С точки зрения науки данная модель используется, когда конечная цель расплывчата и сроки достижение конечной цели не только не известны, но в дополнении ко всему могут в корне поменяться. По факту весь путь к успеху делиться на этапы и постепенно ведет к продвижению поставленной цели.

Этапы:

1. Структуризация всего проекта на подэтапы.

2. Горизонт планирования: определяются цели и измеримый результат не только всего проекта, но и каждой ступени его реализации.

3. Цикл «Внедрение - анализ - корректировка»: позволяет к окончанию каждого этапа проекта четко определить измеримую цель и сроки следующего этапа.

Рассмотрим содержание каждого этапа более подробно.

Этап 1. Структуризация всего проекта на подэтапы. Данный этап основан на самом главном из жизненных принципов, поставь недостижимую на данный момент времени для себя цель и раздели путь к ее достижению на этапы (ступени).

Элементарный пример, чтобы стать директором, какого-либо предприятия, для начала сотрудник продвигается по карьерной лестнице от обычного сотрудника до руководителя.

2. Этап. Горизонт планирования: определяются цели и измеримый результат не только всего проекта, но и каждой ступени его реализации. Основная задача данного этапа указать конечную цель для каждой ступени, а также способы ее достижения.

3. Цикл «Внедрение - анализ - корректировка»: позволяет к окончанию каждого этапа проекта четко определить измеримую цель и сроки следующего этапа. Иными словами, проводится анализ произошедших изменений в результате проведенных мероприятий различного типа: реконструкция, модернизации. Оцениваются как их положительные моменты, так и их сопутствующие дополнительные издержки.



Пример: вакцинация от гриппа, цель-выработка иммунитета к гриппу, а также анализ произошедших изменений.

Изучив данные этапы можно сделать следующие выводы.

Данный метод развития предприятия имеет сильно продолжительный период по времени, как правило, для достижения конечной цели уходит достаточно много времени, что связано с осторожной и медленной политикой развития, включающей в себя порой и неординарные решения.

Основным и главным девизом данной модели развития, мы считаем «затишье перед бурей». Это достаточно наглядно продемонстрировано на рисунке 1, который отражает, что через определённые промежутки времени происходит резкий скачок в развитии и росте организации.

Благодаря разделению на подэтапы появляется уникальная возможность непосредственно предвидеть изменения в финансовой деятельности, что в свою очередь создает объективную предпосылку для своевременной реакции на происходящие изменения.

Данная возможность является отличительной чертой настоящей модели постепенного наращивания, так как она затрагивает определённый этап развития, а не стратегических перспектив.

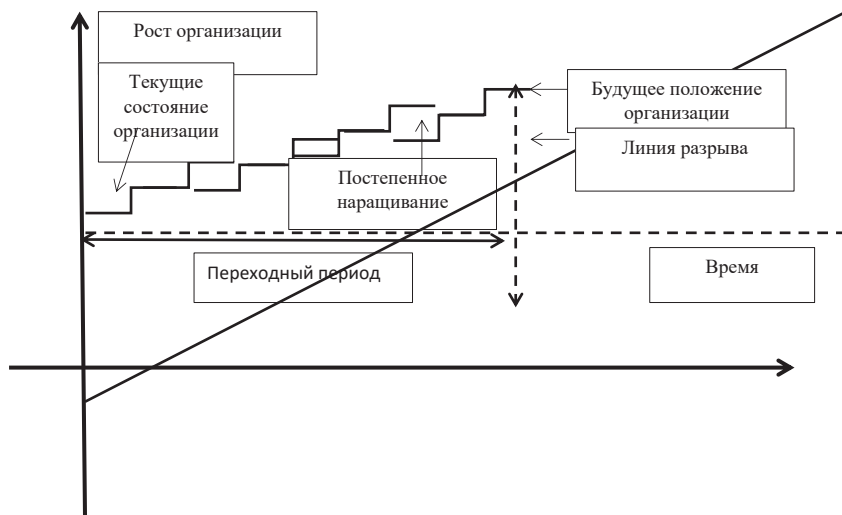


Рисунок 1. Модель постепенного наращивания

Основными преимуществами модели «постепенного наращивания» является:

- возможность избежать многих ошибок при проведении перемен с целью развития предприятия. Появляется возможность своевременного реагирования на возникающие «угрозы»;
- способность руководства сформировать мотивирующие условия для сотрудников в процессе модернизации предприятия;
- минимизация производственных и финансовых рисков в процессе поэтапного достижения главной цели;
- обосновать стратегический план развития.

Подводя итог данной работы, хотелось бы отметить, что данный способ развития бизнеса считается, одним из самых безопасных, поскольку появляется возможность гибкого управления предприятием в соответствии с происходящими изменениями во внутренней и внешней среде организации, что благоприятно будет отражаться на успехе компании и ее месте на рынке.

В данной работе были затронуты основные этапы развития бизнеса, основанные на модели постепенного наращивания, выявлены положительные моменты ее использования. В качестве недостатка следует отметить, что данная модель сопряжена со значительными временными затратами, проводимым анализом предпринятых мер и изменений, происходящих как в организации, так и финансовом поле деятельности.

В свою очередь хотелось бы отметить, что будущее фирмы зависит не от амбиций владельцев фирм, корпораций, а от менеджеров, рабочих всех структур. Именно от их работы зависит стабильность компании. Поэтому какую бы модель развития не избрал для фирмы ее основатель его основная задача обеспечить финансовую стабильность организации.

#### **Библиографический список**

1. Баринов В.А. Организационное проектирование. – М.: ИНФРА–М, 2005. – 159 с.
2. Грашина М., Дункан В. Основы управления проектами. – СПб.: Питер, 2006. – 267 с.
3. Зайцев Л.Г., Соколова М.И. Организационное поведение. – М.: Экномистъ, 2005. – 214 с.
4. Красовский Ю.Д. Организационное поведение: Учебное пособие для вузов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004. – 123 с.
5. Масленникова Н.П. Управление развитием организации. Монография. – М.: Центр экономики и маркетинга, 2002. – 158 с.

## **ПРИМЕРНЫЙ ПЛАН КОММУНИКАЦИОННОГО ПРИСУТСТВИЯ ОАО «ШКЛОВСКИЙ МАСЛОДЕЛЬНЫЙ ЗАВОД» НА РЫНКЕ МОЛОЧНЫХ ПРОДУКТОВ**

**О.В. Курыло**

*Научный руководитель: Котлярова Э.В., канд. психол. наук, доцент  
Белорусская государственная сельскохозяйственная академия*

В настоящее время практически каждому предприятию приходится работать на конкурентных рынках. Оценка уровня конкурентоспособности показывает целесообразность деятельности предприятия, залог его успеха, поэтому предприятиям важно использовать все возможности для укрепления своих позиций на рынке. При грамотном использовании маркетинговых коммуникаций предприятие может повысить уровень своей конкурентоспособности.

Главные задачи маркетинговой стратегии ОАО «Шкловский маслодельный завод»:

- укрепление своей позиции на рынке за счет повышения качества продукции и поддержания конкурентоспособных цен;
- составление конкуренции производителям аналогичной продукции.

В целях повышения конкурентоспособности ОАО «Шкловский маслодельный завод» на рынке, мы предлагаем примерный план коммуникационного присутствия.

21 февраля 2018 г. в г. Минске прошла IX профессиональной конференции «DIGITAL MEDIA BELARUS», на которой были подведены результаты анализа пользователей Интернет Республике Беларусь – аудитория белорусских пользователей составляет 5,1 млн человек в месяц, ядро – люди в возрасте 18-44 года, произошел скачок присутствия людей в возрасте 55-74 года. В 2017 г. медиарынок Беларуси достиг объема 86,2 млн. долл. и показал рост в 19%. Анализ web-сайта ОАО «Шкловский маслодельный завод» показал, что его возможности используются не в полной мере, в связи с этим, одним из направлений совершенствования коммуникационной политики ОАО «Шкловский маслодельный завод» является более широкое использование Интернет-рекламы:

### 1. Совершенствование возможностей web-сайта:

- предоставление информации о полезных свойствах товара;
- предоставление информации о ценах на товар;
- постоянная актуализация информации, представленной на сайте;

- включение мультимедийного контента (видеороликов о продукции, предприятии и др.);

- добавление рецептов о возможных вариантах использования продукции для приготовления пищи (с видеороликами и фотографиями).

Web-сайт ОАО «Шкловский маслодельный завод» разработан веб-студией «МегаСайтГрупп», тип сайта – сайт-визитка, главная цель которого состоит в первичном ознакомлении потенциальных клиентов с компанией. Отличительные черты – информативность, лаконичность, индивидуальность, привлекательный дизайн, однако сайт-визитка не позволяет разместить достаточный объем контента и ограничен по функциям. В связи с этим, мы предлагаем ОАО «Шкловский маслодельный завод» перейти к сайту типа лендинг-пейдж, преимуществами которого являются простая навигация, простота создания, высокая скорость загрузки. При разработке лендинг-пейдж веб-студией «МегаСайтГрупп» первый год хостинга будет бесплатным, место для сайта – 500 Мб, 20 E-Mail адресов, система управления сайтом (CMS), техническая поддержка, резервное копирование сайта, бесплатная телефонная линия поддержки (7 дней в неделю), будет регистрация сайта в поисковых системах Yandex.ru, Google.com, Mail.ru, установка счетчика Liveinternet. Стоимость создания лендинг-пейдж – 198 руб., Начиная со второго года обслуживание сайта, включая хостинг сайта, техническую поддержку, предоставление системы управления сайтом, продление доменного имени на 1 год, резервное копирование и восстановление – стоит 120 руб. в год.

## 2. Использование рекламы в социальных сетях:

- создание страницы во «ВКонтакте» и на «Одноклассниках» с добавлением свойств видов продукции, опросов об удовлетворенности покупателей продукцией, обслуживаем в фирменных магазинах и др.;

- использование возможностей мессенджеров WhatsApp, Viber, Telegram: разработка стикеров товарной марки, где есть возможность создать стикеры бесплатно.

ОАО «Шкловский маслодельный завод» проводит достаточно часть дегустацию продукции, поэтому важно, чтобы информация о проведении была доступна наибольшему количеству потребителей, в чем могут помочь социальные сети и мессенджеры.

Обязательным инструментом стимуляции продвижения товара является мерчендайзинг – грамотная выкладка товаров и ее сопровождение POS-материалами являются важнейшими аспектами стимулирования сбыта молочной продукции. Мы предлагаем предприятию расширить

возможности использования рекламы в местах продаж, переходить от торговли через прилавок к самообслуживанию.

Мониторинг региональных средства массовой информации показал, наибольшей популярностью у респондентов пользуются газеты «Могилевские ведомости» и «Ударны фронт», значительная часть из них обращает внимание на рекламу в газете. Опрошенные отметили, что чаще всего просмотр газеты начинается либо с первой страницы, либо с последней, обращая внимание в рекламе на фотографии или иллюстрации, изображающие неодушевленные предметы – этот факт необходимо учитывать при размещении рекламы. Среди радиостанций наибольшей популярностью пользуется Русское радио и Шкловское районное радио.

Нам достаточно разместить рекламу на телеканалах в газетах «Могилевские ведомости», «Ударны фронт», на Русском радио и Шкловском районном радио, чтобы охватить целевую аудиторию.

Следующим этапом является распределение бюджета рекламной кампании по каналам и определение времени выходов в эфир рекламных роликов. Однако, т.к. за этими услугами необходимо обращаться в специализированное рекламное агентство, мы можем составить только примерный медиаплан для того, чтобы методом прямого счета определить сумму, на которую стоит ориентироваться предприятию. Данный медиаплан не является окончательным или рекомендуемым.

Общая стоимость размещения рекламы на первой странице по пятницам газеты «Могилевские ведомости» и по субботам «Ударны фронт» на протяжении месяца составит 44,04 руб.

Затраты на рекламу продолжительностью 30 секунд на Русском радио и Шкловском районном радио составят 323,4 руб. с учетом НДС.

В таблице 1 представлены общие расходы на проведение рекламной кампании ОАО «Шкловский маслодельный завод»

Таблица 1. – Расходы на проведение рекламной кампании ОАО «Шкловский маслодельный завод»

Статья затрат	Сумма, руб.
Затраты на рекламу в газетах	44,04
Затраты на рекламу на радио	323,4
Модернизация сайта	198
Итого	565,44

Из таблицы 1 можно сделать вывод о том, что вся рекламная кампания будет стоить 367,44 руб.

Таким образом, нами предложен примерный план коммуникационному присутствию ОАО «Шкловский маслодельный завод», который включает совершенствование возможностей использования web-сайта, использование социальных сетей для продвижения продукции. Нами предложена рекламная кампания, которая для предприятия будет стоить 565,44 руб.

В результате изучения теоретических аспектов коммуникационной политики предприятия, нами установлено, что в настоящее время под маркетинговыми коммуникациями понимают совокупность активно и целенаправленно передаваемых предприятием информационных сигналов, направленных на основные контактные аудитории, (потребителей, партнеров, государственных органов) на выбранном целевом рынке. Маркетинговые коммуникации представляют собой инструментарий коммуникационной политики предприятия. Использование маркетинговых коммуникаций на предприятии целесообразно осуществлять в комплексе. Систему маркетинговых коммуникаций можно определить, как интегрированный комплекс участников, каналы и инструменты коммуникаций организации, направленный на установление и поддержание определенных, запланированных этой организацией взаимоотношений с адресатами коммуникаций в рамках достижения ее маркетинговых целей. Коммуникационная политика предприятия – это управление маркетинговыми коммуникациями предприятия для наиболее эффективного достижения его долгосрочных и краткосрочных целей и обеспечения благоприятного отношения всех контактных аудиторий (потребителей, партнеров, государственных органов и т.д.) на выбранном целевом рынке.

#### **Библиографический список:**

1. Анурин В. Маркетинговые исследования потребительского рынка / В. Анурин, Е. Евтушенко, И. Муромкина. – СПб: Питер, 2013. – 272 с.
2. Барнетт Дж. Маркетинговые коммуникации: интегрированный подход / пер. с англ. под ред. С.Г. Божук. – СПб: Питер, 2001. – 864 с.
3. Беркутова Т.А. Маркетинговые коммуникации: учеб. пособие / Т.А. Беркутова. – М.: Феникс, 2008 – 254 с.
4. Габинская О.С. Маркетинговые коммуникации / О.С. Габинская, Н.В. Дмитриева. – М.: Academia, 2016. – 240 с.
5. Голубкова Е.Н. Маркетинговые коммуникации: учеб. пособие / Е.Н. Голубкова. – 2-е изд. – М.: Финпресс, 2003. – 304 с.
6. Джефкинс Ф. Реклама: учеб. пособие для ВУЗов / пер. с англ. под ред. Б.Л. Еремина. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – 543 с.

### СЕКЦИЯ 3 «АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО И МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ»

УДК 338.001.36

#### ИНСТРУМЕНТ СРАВНИТЕЛЬНОЙ ОЦЕНКИ АЛЬТЕРНАТИВНЫХ ДОЛГОВЫХ ИСТОЧНИКОВ ЗАИМСТВОВАНИЙ ДЛЯ РЕГИОНОВ РФ

**И.А. Наумов**

*Научный руководитель: Колесов Р.В., канд. экон. наук., доцент  
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,  
Ярославский филиал*

Актуальной проблемой на сегодняшний день является высокая степень закредитованности регионов России. Одна из её причин - несовершенство методологии выбора долгосрочных долговых заимствований государственными и муниципальными образованиями. С целью совершенствования данной методологии автором разработан инструмент сравнительной оценки эффективности использования долгосрочных долговых заимствований для субъектов Российской Федерации, имеющих, в соответствии с законодательством РФ, право использовать ценные бумаги в качестве источника долгосрочного финансирования дефицита бюджета при формировании долговой политики. Инструмент предполагает 4 последовательных этапа, по завершение которых выбор того или иного источника долгосрочного долгового финансирования будет более обоснованным, что в конечном итоге позволит снизить долговую нагрузку субъектов Российской Федерации.

Рассмотрим подробнее этапы предложенного автором инструмента:

1. Расчет приведенных к текущему моменту времени потенциальных валовых затрат, связанных с обслуживанием потенциально возможных к привлечению заемных средств в результате размещения облигаций за весь период срока их обращения (см. формулу 1) и с обслуживанием потенциально возможного к привлечению банковского кредита за весь период действия соответствующего кредитного договора (см. формулу 2) [1].

$$ЗС_{эм} = З_0^{эм} + З_1^{эм} \times \frac{1}{(1+i)} + З_2^{эм} \times \frac{1}{(1+i)^2} + \dots + З_t^{эм} \times \frac{1}{(1+i)^t}, \quad (1)$$

где  $ЗС_{эм}$  – приведенные к текущему моменту времени валовые затраты за весь период пользования эмитентом потенциально возможного к

привлечению заемного капитала в результате размещения облигаций за весь период срока их обращения;

$Z_0^{\text{эм}}$  – единовременные валовые затраты, которые эмитент должен произвести в связи с размещением облигаций;  
 $Z_1^{\text{эм}}, Z_2^{\text{эм}}, \dots, Z_t^{\text{эм}}$  – номинальные расходы субъекта РФ на выплату доходов держателям облигаций, предполагаемые к уплате в соответствии с условиями размещения за первый, второй и последующие периоды их обращения;

$t$  – количество периодов обращения выпущенных организацией облигаций;

$i$  – количественное выражение влияния совокупности факторов (или одного ключевого фактора), снижающих реальную стоимость привлечённых средств за соответствующий период обращения размещенных облигаций [1].

$$Z_{\text{кр}} = Z_0^{\text{кр}} + Z_1^{\text{кр}} \times \frac{1}{(1+i)} + Z_2^{\text{кр}} \times \frac{1}{(1+i)^2} + \dots + Z_t^{\text{кр}} \times \frac{1}{(1+i)^t} \quad (2)$$

где  $Z_{\text{кр}}$  – приведенные к текущему моменту времени возможные валовые затраты за весь период использования потенциально возможного к привлечению банковского кредита в конкретном коммерческом банке;

$Z_0^{\text{кр}}$  – единовременные затраты, которые заемщик должен понести при заключении конкретного кредитного договора в соответствии с его условиями;

$Z_1^{\text{кр}}, Z_2^{\text{кр}}, \dots, Z_t^{\text{кр}}$  – номинальные расходы заемщика по обслуживанию кредита, предполагаемые к уплате в соответствии с условиями конкретного кредитного договора за первый, второй и последующие периоды его действия;

$t$  – количество периодов, на которые заключен конкретный кредитный договор;

$i$  – количественное выражение влияния совокупности факторов (или ключевого фактора), снижающих реальную стоимость привлечённых средств за соответствующий период действия конкретного кредитного договора [1].

2. Оценка влияния неколичественных факторов на эффективность решения о выборе облигационного заимствования в качестве альтернативного долгосрочного источника финансирования / банковского кредита в качестве альтернативного долгосрочного источника финансирования организации (см. табл. 1).

Таблица строится как для оценки потенциальных преимуществ и недостатков выпуска облигаций для субъектов РФ, так и для оценки потенциальных преимуществ и недостатков привлечения банковского



кредита. При этом, в первом случае столбец 5 отсутствует, а во втором, наоборот, добавляется с целью учета аналогичных факторов, ранее принятых во внимание.

Таблица 1. – Оценка неколичественных факторов [1]

№ п/п	Наименование немонетарного фактора, способного оказать влияние на эффективность привлечения банковского кредита (НКФ <sup>эм</sup> /НКФ <sup>кр</sup> )	Характеристика влияния	Экспертная оценка возможности влияния в конкретном случае (да, нет)	Принятие во внимание аналогичного фактора при оценке эффективности облигационных займов (да, нет)	Экспертная оценка степени положительного влияния в конкретном случае (от 0,1 до 0,9)	Экспертная оценка степени отрицательного влияния в конкретном случае (от 1,1 до 2,0)
1	2	3	4	5	6	7
1	Относительно быстрое решение вопроса о предоставлении банковского кредита	+	да	нет	x	НКФ <sub>1-</sub>
2	Наличие требований по предоставлению залога	-	да	нет	НКФ <sub>1+</sub>	x
N	...	...	...	...	НКФ <sub>i+</sub>	НКФ <sub>i-</sub>
Среднее значение, характеризующее влияние положительных (отрицательных) факторов		x	x	x	НКФ <sup>эм+</sup> (НКФ <sup>кр+</sup> ) = (НКФ <sub>1+</sub> + ... + НКФ <sub>i+</sub> )/i <sup>+</sup>	НКФ <sup>эм-</sup> (НКФ <sup>кр-</sup> )= (НКФ <sub>1-</sub> + ... + НКФ <sub>i-</sub> )/i <sup>-</sup>

3. Расчет приведенных к текущему моменту времени, скорректированных с учетом неколичественных факторов, валовых затрат (см. формулу 3 и 4).

$$ЗС_{эм} = ЗС_{эм} \times \bar{НКФ}_{эм+} \times \bar{НКФ}_{эм-}, \quad (3)$$

где  $ЗС_{эм}$  – приведенные к текущему моменту времени, скорректированные с учетом влияния неколичественных факторов, валовые затраты за весь период использования эмитентом потенциально

возможных к привлечению заемных средств в результате размещения облигаций [1].

$$СЗС_{кр} = ЗС_{кр} \times Н\bar{К}\bar{Ф}^{кр+} \times Н\bar{К}\bar{Ф}^{кр-}, \quad (4)$$

где,  $СЗС_{кр-}$  – приведенные к текущему моменту времени, скорректированные с учетом влияния неколичественных факторов, валовые затраты за весь период действия кредитного договора [1].

4. Расчет приведенных к текущему моменту времени возможных экономического эффекта и эффективности реализации решения, связанного с выбором облигационных заимствований как альтернативы банковскому кредиту (см. формулу 5 и 6) [1].

$$\text{Эффект}_{эм} = СЗС_{кр} - СЗС_{эм}, \quad (5)$$

$$\text{Эффективность}_{эм} = \frac{(СЗС_{кр} - З_0^{кр}) - (СЗС_{эм} - З_0^{эм})}{З_0^{эм} - З_0^{кр}} \quad (6)$$

В результате, использование предложенного автором механизма позволит решить проблему выбора того или иного источника долгосрочных заимствований для субъектов РФ.

#### **Библиографический список**

1. Наумов И.А. Сравнительная оценка эффективности использования источников долгосрочных заимствований [Текст] / И.А. Наумов, Р.В. Колесов // Экономика и управление: теория и практика: сборник трудов национальной научно-практической конференции научно-педагогических и практических работников. - Ярославль: Канцлер, 2018. - С. 300-309.

2. Поручение Президента Российской Федерации от 04.01.2017 № Пр\_32 [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://kremlin.ru/acts/assignments/orders/53705>.

УДК 378.1

### **МАРКЕТИНГОВЫЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ РЕПУТАЦИОННОГО КАПИТАЛА ВОЕННЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ**

***О.А. Артамонова***

*Научный руководитель: Новиков М.В., д-р ист. наук, профессор  
Ярославский государственный педагогический университет  
им. К.Д. Ушинского*

Современная политическая и экономическая ситуация, сложившаяся в России и в мире на сегодняшний день, обязывает государственные органы нашей страны концентрировать особое внимание на усилении мощи армии как социального института. В настоящее время актуальной становится проблема подготовки высококвалифицированных военных специалистов,

одним из приоритетных становится вопрос о состоянии армии России в целом.

Исторический опыт доказывает, что факт наличия у страны сильной и стабильной армии является одним из важнейших критериев для способности государства отстаивать свою позицию в международном сообществе. Одним из приоритетных направлений в развитии современной государственной политики в области повышения обороноспособности страны на сегодняшний день, наряду с совершенствованием вооружения и военной техники, может послужить повышение репутационного капитала российской армии.

Традиционно репутация субъекта понимается как система ожиданий социума относительно предполагаемого поведения, рассматриваемого субъекта, чаще всего эти ожидания основаны на опыте прошлых событий, которые могут выступать как в качестве прямого, так и в качестве опосредованного фактора.

Накопление положительного репутационного капитала в современный век капитализации практически всех сфер жизни становится стратегически важным направлением в развитии учреждения военного образования. Это обусловлено тем, что правильное применение феномена «положительный репутационный капитал» может работать на привлечение внимания к вузу или воинской части, а, следовательно, способствовать повышению количественного укомплектования кадровым составом, повышению проходного балла и увеличению количества кандидатов, поступающих в учебное заведение на конкурсной основе. Система этих факторов оказывает воздействие на формирование качественного повышения профессиональных навыков кандидатов априори. В свою очередь, кадровый потенциал образовательного учреждения оказывают непосредственное влияние на повышение репутации и авторитета конкретного учебного заведения по сравнению с остальными, круг замыкается. Репутационный капитал учреждения воздействует на потенциальную аудиторию всегда, важно учесть только одно: необходимо работать в сфере повышения положительного репутационного капитала учреждения, либо негативный опыт окажет свое воздействие с прямо противоположным эффектом.

Неоспоримым будет являться тот факт, что армия как социальный институт является довольно малопроницаемой системой, полностью существующей на государственном обеспечении.

Поэтому неудивительно, что перед нами возникает резонный вопрос: стоит ли уделять внимание развитию репутационного капитала в бюджетной системе? Считаем необходимым уточнить,

что репутационный капитал не ограничивается понятием инвестиций, но служит инструментом для достижения одной из главных задач в бизнес-сфере, а именно получение материальных благ. Репутационный капитал может выступать в качестве аналога материального актива, но, по сравнению с ним, будет являться наиболее фиксированным и постоянным. Так происходит потому, что сам феномен репутационного капитала ориентирован на будущее: в его основе лежит понятие информации, именно долгосрочные цели будут являться его фундаментом.

Кроме того, накопление положительного репутационного капитала, в некоторых случаях, может способствовать не только повышению престижности учреждения, но и послужить вектором к приобретению материальных активов учебным заведением. Например, считаем уместным обратить внимание на получение вузами различных патентов и грантов, выплату стипендий студентам, участие в международных конкурсах и конференциях.

Внешняя политика государства в большинстве своем ориентирована на защиту и отстаивание позиции своей и дружественных стран на международной арене. Одними из основных векторов являются: активное применение гуманитарной помощи; возникновение феномена «вежливых людей» как аналогии «мягкой силы»; восстановление справедливости в историческом аспекте и ряд других факторов, влияющих на внешнеполитический имидж страны.

По нашему мнению, наряду с обращением к внешнеполитической ситуации, крайне важно учитывать особенности внутривнутриполитической обстановки, принимая во внимание участвовавшие провокации, направленные на подрыв авторитета наиболее значимых государственных и социальных структур страны.

Наладить диалог социальных институтов внутри страны, прийти к социальному консенсусу – задача не менее важная.

Воссоздание национальной общности – цель, к которой необходимо стремиться. Для ее достижения одним из важных направлений деятельности будут являться верно выстроенные вектор и алгоритм повышения эффективности репутационного капитала государства в целом (ведь впечатление о стране зависит от индивида в меньшей степени; гораздо важнее сложившиеся ранее и формирующиеся в настоящее время стереотипы восприятия культуры нашей страны, национального единства и сплоченности), усиление деловой репутации региона и повышение конкурентоспособности конкретного учебного учреждения. Предполагаем, что в данной области возможно применение методов территориального маркетинга, т. е. продвижение определенного региона с

учетом внутренних и внешних субъектов с целью привлечения внимания, а также усиления притока инвестиционного капитала.

Радикальные перемены в мире заставляют пересматривать характер взаимодействия армии и общества и обозначают актуальные проблемы реформирования военной политики государства. Несмотря на то, что армия как социальный институт в определенной мере обособленная система, будет неправильно утверждать, что она полностью изолирована. Возможно, верным направлением во взаимодействии локусной группы «армия – общество» будет использование стратегии социального маркетинга, а именно достижение лояльности целевой аудитории, трансформируя ее с учетом специфики рассматриваемой группы. Несомненно, одно: армия влияет на общество, но и общество диктует Вооруженным силам определенные условия, вынуждая принимать ту модель поведения, которая приемлема для страны.

Репутация является одним из главных нематериальных активов любой организации. Поддержание в перспективе положительной репутации должно стать одним из основных принципов подготовки обучающегося в военном учебном заведении. В последнее время в обществе значительно возрос авторитет службы в армии. Это обусловлено не только увеличением материального достатка военнослужащих и предоставлением им надежных социальных гарантий, но также и повышением политического аспекта престижности службы в Вооружённых Силах Российской Федерации. Формирование самосознания и самодисциплинированности военнослужащего очень важная и ответственная задача, так как именно эти качества являются одними из основополагающих для понимания ответственности за свои поступки и свой выбор при любых обстоятельствах.

Репутация – один из основных факторов для прогнозирования поведения государства во внутренней и внешней политике. Армия, являясь одним из центральных и устойчивых социальных институтов государства, обязана работать на поддержание и усиление его репутационного капитала, а это может быть достигнуто только при условии самоуважения, социального консенсуса и национального объединения, в том числе и на уровне взаимодействия «армия – общество».

Репутационный капитал представляет собой бесценную ценность, уделив должное внимание его усилению, Вооруженные силы нашей страны смогут укрепить свой авторитет на международной арене, способствовать росту национальной гордости населения за свою страну, за мощь Армии России и принадлежность великому государству.

Динамичное время требует новых решений, мы живем в век развития современных информационных технологий, глобализации экономики, высокой социальной мобильности, интеграции и взаимозависимости. Меняющиеся процессы во всех сферах жизни вынуждают социальные структуры подстраиваться под новые тенденции с целью повышения конкурентоспособности и получения определенных благ. Армия, являясь одним из важнейших социальных институтов, не исключение. Неприемлемо рассматривать Вооруженные силы в качестве статичной структуры: армия должна быть стабильной, но в то же время отвечать новым требованиям современного общества. Возможно, некоторые принципы маркетинговой стратегии можно успешно применить при корректировке алгоритма реформирования кадрового потенциала в Вооруженных силах. Вопрос остается открытым, ясно одно: мы не должны упускать возможность стать лучше. Не для кого-то, а в первую очередь – для себя!

#### **Библиографический список**

1. Военный вестник. - М.: Кучуково поле, 2006. - С.181 – 184.

УДК 354

### **О ПЕРВООЧЕРЕДНЫХ ЗАДАЧАХ ДОЛЖНОСТНЫХ ЛИЦ ОРГАНОВ ИСПОЛНИТЕЛЬНОЙ ВЛАСТИ РФ**

*А.Р. Колесова*

*Научный руководитель: Быков В.А., канд. экон. наук*

*Ярославский филиал Московского финансово-юридического университета  
МФЮА*

На сегодняшний день тема роли лиц, посвятивших или стремящихся посвятить себя деятельности в системе органов государственного или муниципального управления в России, осмысление значения эффективного исполнения ими своих должностных полномочий, актуальна как никогда. В мае 2019 года граждане России сделали свой выбор, во многом предопределяющий их будущее, как минимум, на предстоящие шесть лет. Четкие контуры того пути, по которому страна будет в эти годы двигаться, обозначены в «майском» 2019 года указе Президента России [1]. На мой взгляд, существенное значение имеет не только личность людей, занимающих те или иные государственные посты. Крайне важное значение имеет то, какие направления развития государства, отдельного региона или муниципального образования в рамках единой государственной политики они будут считать

приоритетными, какие шаги посчитают необходимым и целесообразным совершить на этом пути в составе единой команды управленцев.

Глубоко осознавая необходимость верного служения народу России, груз ответственности по охране прав и свобод человека и гражданина, защите и соблюдению Конституции Российской Федерации, я, мысленно поставив себя в те условия, в которых выполняет свои функции должностное лицо в системе органов исполнительной власти, пришла к выводу, что наиболее целесообразно в современных условиях сконцентрировать внимание и усилие чиновников всех уровней на решении трех важнейших задач: ликвидации бедности среди трудоспособного населения и нищеты среди лиц пенсионного возраста, а также фактическую победу над коррупцией.

Отправной точкой их успешного решения мне представляется подготовка трех указов Президента России.

Указ № 1 «О мерах по ликвидации бедности среди трудоспособного населения». В Российской Федерации к бедным относят людей, которые не имеют средств, предусмотренных минимальным национальным стандартом потребления, определяемый прожиточным минимумом. Данный показатель выступает в качестве порога бедности.

В первой половине 2017 года по данным Росстата в стране насчитывалось 21,1 миллиона человек, чей доход был ниже прожиточного минимума. Серьезной тенденции к снижению числа граждан, находящихся за чертой бедности, нет. По данным Росстата на конец 2016 года количество граждан с доходом ниже прожиточного минимума составляло 22,7 миллиона человек. Указ необходим, так как приведенные показатели отчетливо свидетельствуют, что проводившаяся 18 лет экономическая политика в данной области себя не оправдала. Нищета трудоспособного населения несет в себе угрозу не только экономической, но и национальной безопасности России. Сложившаяся ситуация может спровоцировать конфронтацию между живущими в достатке и теми, кто реально нищенствует, несмотря на восьмичасовой, а зачастую и более продолжительный рабочий день. Никто не выиграет от такого противостояния.

В целях ликвидации бедности среди трудоспособного населения, необходимо постановить:

1. Правительству Российской Федерации совместно с органами государственной власти субъектов Российской Федерации до 31.12.2019 года обеспечить пересмотр методологии формирования величины единого прожиточного минимума гражданина Российской Федерации, а также, на этой основе, прожиточных минимумов граждан Российской Федерации,

проживающих на территории конкретных субъектов Российской Федерации. При формировании величины единого прожиточного минимума учитывать не только набор товаров и услуг, оплата которого предполагает лишь возможность физического выживания гражданина России, но и иные расходы, предполагающие достойное проживание гражданина государства, победившего фашизм, первым запустившего человека в космос, являющегося крупнейшим поставщиком углеводов в мире.

2. Федеральной службе государственной статистики Российской Федерации обеспечить включение в величину единого прожиточного минимума гражданина России расходов на приобретение жилья, оплату образовательных услуг, гарантирующую получение им среднего профессионального образования, содержание одного иждивенца, оплату услуг здравоохранения, исходя из разработанных в расчете на месяц среднестатистических нормативов стоимости потребления указанных услуг за период, равный средней продолжительности жизни гражданина России по состоянию на 01 июля предыдущего года.

3. Министерству финансов Российской Федерации, совместно с Министерством здравоохранения Российской Федерации, Министерством труда и социальной защиты Российской Федерации, Министерством образования и науки Российской Федерации, другими заинтересованными федеральными органами исполнительной власти, органами исполнительной власти регионов обеспечить с 01.01.2020 года уровень доходов всех лиц трудоспособного возраста, состоящих в трудовых взаимоотношениях с работодателями, независимо от их организационно-правовой формы и формы собственности на уровне не ниже величины единого прожиточного минимума гражданина России.

4. В 2020 году расходы на реализацию настоящего указа осуществить за счет средств федерального бюджета Российской Федерации. Начиная с 2021 года предусмотреть использование на эти цели в том числе и средств региональных бюджетов, поэтапно доведя соотношение средств федерального бюджета и бюджета соответствующего субъекта Российской Федерации до уровня 70:30.

Указ № 2 «Об обеспечении достойной старости». В целях обеспечения достойного уровня жизни пенсионеров, получающих пенсионное обеспечение на общих основаниях, и относящихся к самой социально-незащищенной группе населения, но, вместе с тем, вполне способных в силу богатого профессионального опыта эффективно осуществлять трудовые функции, постановляю:



1. Министерству финансов Российской Федерации, совместно с Пенсионным фондом Российской Федерации, другими заинтересованными федеральными органами исполнительной власти в срок до 01.07.2019 года разработать проект изменений, подлежащих внесению в Налоговый кодекс Российской Федерации (в частности, в нормы, закрепленные пп.2 п.1 ст. 219), предусматривающие предоставление права на получение социального налогового вычета по налогу на доходы физических лиц детям, которые осуществляют оплату обучения неработающих пенсионеров, погашение их коммунальных услуг или улучшение их жилищных условий.

2. В целях недопущения создания коррупционных схем, предусмотреть, что вычет может предоставляться для тех работающих детей, чьи родители, вышедшие на пенсию, имеют доход, который не превышает трех единых прожиточных минимумов гражданина России.

3. При разработке нормативных правовых актов, в целях реализации положений данного указа, учитывать, что изменение норм налогового законодательства должно способствовать укреплению семейных взаимоотношений (семейных скреп) в Российской Федерации.

Указ № 3 «О профилактике и обеспечении неотвратимости наказания за преступления коррупционного характера». В целях фактического решения проблемы коррупции на различных уровнях управления в Российской Федерации, а также, учитывая, что по статистике каждое пятое преступление в стране связано с коррупцией, постановляю:

1. Правительству Российской Федерации, совместно с Генеральной прокуратурой Российской Федерации, Следственным комитетом Российской Федерации, органами государственной власти субъектов Российской Федерации и заинтересованными общественными организациями в срок до 31.12.2019 года предусмотреть разработку нормативных правовых актов, позволяющих реализацию следующих мер:

– обращение взыскания всех сумм, подлежащих взысканию на основании решения суда, вступившего в законную силу, на близких родственников (родителей, братьев, сестер, детей, а также родителей, братьев, сестер, детей супругов) лиц, осужденных за преступления коррупционного характера, на солидарной основе до полного погашения причитающихся ко взысканию сумм;

– вменение в обязанность всем близким родственникам лица, осужденного за преступление коррупционного характера (родителям, братьям, сестрам, детям, а также родителям, братьям, сестрам, детям супругов) предоставления декларации о доходах и расходах за три полных календарных года, предшествующих году, в котором данное лицо было

осуждено за преступление коррупционного характера на основании приговора суда, вступившего в законную силу;

– вменение в обязанность всем близким родственникам лица, осужденного за преступление коррупционного характера (родителям, братьям, сестрам, детям, а также родителям, братьям, сестрам, детям супругов) предоставления декларации о доходах и расходах в течении срока, составляющего не менее пяти лет с момента снятия с него в установленном порядке судимости.

Таким образом, на мой взгляд, в современных условиях для обеспечения эффективной работы государственных и муниципальных чиновников в системе органов исполнительной власти, вывода национальной экономики на траектории устойчивого развития [2], важное значение имеет не только их профессионализм, но и глубоко осмысленное понимание того, что их повседневная деятельность обеспечивает решение тех задач, от быстрого, но, одновременно, качественного решения которых, будет зависеть качество жизни значительной части населения страны, в том числе граждан пенсионного возраста, которые в предыдущие годы своим трудом, зачастую в тяжелых условиях, создали основу для жизни нашего поколения граждан России.

#### **Библиографический список**

1. Указ Президента Российской Федерации от 07.05.2018 № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года».

2. Колесов Р.В., Юрченко А.В. Российская экономика: состояние и перспективы // В сборнике: Экономика и управление: теория и практика, 2018. - С. 101-111.

УДК 351

### **ОБ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ ОСНОВАХ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ**

***Е.П. Алдошина***

*Международная академия бизнеса и новых технологий (МУБиНТ)*

*Научный руководитель: Волков А.Ю., д-р экон. наук, доцент*

Местное самоуправление в России на всей протяжении своей истории до настоящего времени является крайне важной для общества, интересной, динамично развивающейся темой, связанной с множеством проблем, основанных на трудностях правоприменения и как следствие, вопросов совершенствования действующего законодательства и перманентно продолжающихся реформ.

Сложившиеся в обществе социальные, экономические, финансовые и правовые возможности, а также условия, совокупность которых образует базис, на котором строится вся система местного самоуправления, осуществляемая муниципальной властью, называется основами местного самоуправления. Термин «организационные основы местного самоуправления» звучит, как комплекс вопросов, связанных с определением структуры и наименования органов и должностных лиц местного самоуправления, их статуса, компетенции, системы взаимоотношений, порядка прекращения полномочий и т.д.

Местное самоуправление посредством самостоятельных решений вопросов местного значения выполняет такие задачи, как: содействие интеграции и развитию гражданского общества и его институтов, укрепление основ народовластия, стабилизация политических отношений в государстве, содействие реализации принципов федерализма, содействие обеспечению главных жизненных потребностей и интересов граждан и многие другие.

При этом Россия, как сильное государство с демократическим строем, призвано создать правовые условия, необходимые для реализации конституционных принципов образования, а также деятельности местного самоуправления, для самостоятельного решения населением всех вопросов местного значения, становления форм и институтов прямой демократии.

В Европейской хартии местного самоуправления закреплено, что под местным самоуправлением понимается право и реальная способность органов местного самоуправления регламентировать значительную часть публичных дел и управлять ею, действуя в рамках закона, под свою ответственность и в интересах местного населения [5]. Именно это право осуществляется советами или собраниями, состоящими из членов, избранных путем свободного, тайного, равного, прямого и всеобщего голосования. Собрания или советы могут иметь подотчетные им исполнительные органы. Данное положение не исключает обращения к собраниям граждан, референдуму или любой другой форме прямого участия граждан, если это допускается законом.

Н.А. Игнатьюк выделяет в качестве одной из основных задач проводимой в стране реформы федеративных отношений и местного самоуправления «установление такого разграничения полномочий, при котором интересы граждан были бы на первом месте, а публичные услуги были бы максимально доступны для них» [7].

В Российской Федерации действующая государственная политика местного самоуправления базируется на принципах Европейской хартии местного самоуправления и полностью соответствует ей, а также на

принципах и нормах международного права, на международных договорах, на нормах Конституции Российской Федерации, и находит свое выражение в федеральных законах, законах субъектов федерации и иных нормативных правовых актах в области местного самоуправления.

Муниципальные правовые акты играют особую роль в данной сфере, их принимают органы местного самоуправления реализуя закрепленные за ними полномочиями, в интересах эффективного решения вопросов местного значения, при этом приоритет прав и свобод личности должен быть во краю угла данных актов, определять содержание и смысл выборных и других органов местного самоуправления.

Вопросы местного самоуправления функционального содержания относятся к наиболее существенным вообще, и тем более важны в условиях реформирования местного самоуправления. Муниципальная доктрина и практика свидетельствуют о наличии в данной сфере множества проблем. Во многом неоднозначно трактуются средства реализации компетенции местного самоуправления, в том числе в соотношении с государственно-властным инструментарием; сохраняет остроту проблема дублирования полномочий; актуальна и проблема финансового контроля и ее реализации [3; 4; 6] и другие проблемы.

Важно отметить, что выделяется ряд проблем, сопутствующих местному самоуправлению хронически, и одна из них – экстенсивный путь развития, без внедрения инноваций [2], а другая – вопросы финансового обеспечения деятельности. Причем очевидно, что если внедрение инноваций в деятельность органов местного самоуправления это задача самого местного самоуправления, исходя из его компетенций, то финансовые вопросы, за исключением, в основном, эффективности использования средств, это вопросы перераспределения финансовых ресурсов в масштабах страны [1].

В связи с вышеперечисленными проблемами, реформирование основ местного самоуправления в России не перестает осуществляться путем принятия новых и новых нормативных актов федерального, затем регионального и, наконец, местного значения.

Особое значение в формировании эффективно функционирующего местного самоуправления, по моему мнению, имеет повышение правосознания и правовой грамотности населения, поскольку развитие правового государства, формирование активного гражданского общества и укрепление национального согласия в Российской Федерации требуют достаточно высокой правовой культуры, без которой не могут быть в полной мере реализованы такие базовые ценности и принципы жизни общества, как верховенство закона, приоритет человека, его

неотчуждаемых прав и свобод, обеспечение надежной защищенности публичных интересов, и самое главное – повышение благосостояния наших граждан.

#### **Библиографический список**

1. Бурькин А.Д., Волков А.Ю., Зборовская Е.Б. Проблемы межбюджетных отношений в Российской Федерации и направления их решений // В сборнике: Инновационный путь развития АПК Сборник научных трудов по материалам XXXIX Международной научно-практической конференции профессорско-преподавательского состава. ФГБОУ ВО Ярославская ГСХА. 2016. С. 166-171.

2. Волков А.Ю. Инновации и Россия // Научные труды Вольного экономического общества России. 2010. Т. 136. С. 102-113.

3. Волков А.Ю., Зборовская Е.Б. О неопределенности финансового контроля // Научно-методический электронный журнал Концепт. 2016. № Т37. С. 38-43.

4. Волков М.А., Зборовская Е.Б. О методических проблемах регулирования и преподавания финансового контроля // В сборнике: Высшая школа России перед вызовами современности: перспективы развития Материалы VII Международной учебно-методической конференции. под ред. А. Ю. Александрова, Е. Л. Николаева. 2015. С. 167-171.

5. Европейская хартия местного самоуправления (ETS N 122) (Принята в г. Страсбурге 15.10.1985) (с изм. от 16.11.2009) // Собрание законодательства РФ. - 07.09.1998. - № 36. - Ст. 4466.

6. Зборовская Е.Б., Волков М.А. О проблемах регулирования финансового контроля // В сборнике: Инновационные направления развития АПК и повышение конкурентоспособности предприятий, отраслей и комплексов - вклад молодых ученых сборник научных трудов по материалам XIX международной научно-практической конференции. 2016. С. 232-235.

7. Игнатюк Н.А., Павлушкин А.В. Муниципальное право: учебное пособие. – М.: «Юстицинформ», 2009. - Режим доступа: [file:///C:/Users/Дом/Downloads/025\\_Ignatyuk\\_Pavlushkin\\_2013\\_new%20.pdf](file:///C:/Users/Дом/Downloads/025_Ignatyuk_Pavlushkin_2013_new%20.pdf).

УДК 614.8

### **ОРГАНИЗАЦИЯ СИСТЕМЫ ОПОВЕЩЕНИЯ НАСЕЛЕНИЯ В УСЛОВИЯХ ЧРЕЗВЫЧАЙНЫХ СИТУАЦИЙ (НА ПРИМЕРЕ ЯРОСЛАВСКОЙ ОБЛАСТИ)**

*А.В. Бобылева*

*Научный руководитель: Туманов Д.В., канд. экон. наук, доцент*

Ярославская область относится к числу промышленно развитых регионов. Наибольшую опасность представляют пожары, возможные аварии на промышленных объектах и дорожно-транспортные происшествия.

Анализ динамики количества чрезвычайных ситуаций и пострадавших и погибших людей от ЧС за последние 3 года показывает, что в настоящее время не удалось добиться значительного их улучшения (см. рис. 1). Техногенные и природные риски чрезвычайных ситуаций, возникающие в результате глобального изменения климата, хозяйственной деятельности человека и масштабных техногенных катастроф, и аварий, продолжают нести угрозу населению и территории области.

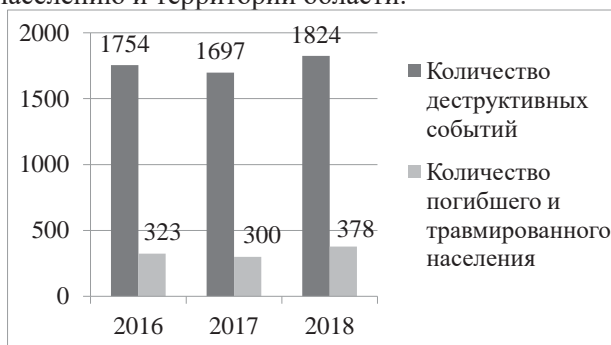


Рисунок 1. Количество деструктивных событий и количество погибшего и травмированного населения за 2016-2018 годы в Ярославской области

Для предупреждения чрезвычайных ситуаций, а также сокращения потерь от последствий ЧС, нужно иметь отработанную, четкую систему оповещения населения и постоянно её модернизировать и совершенствовать.

Оповещение населения о чрезвычайных ситуациях - это доведение до населения сигналов оповещения и экстренной информации об опасностях, возникающих при угрозе возникновения или возникновении чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера, а также при ведении военных действий или вследствие этих действий, о правилах поведения населения и необходимости проведения мероприятий по защите [1].

Оповещение населения является одной из основных составляющих системы управления и одной из главных задач органов власти всех уровней, которые организуют его защиту в случае возникновения или угрозы возникновения какой-либо опасности. В сущности, защита населения и начинается с его оперативного информирования и оповещения при чрезвычайных ситуациях мирного и военного времени. Без наличия своевременной, постоянно готовой к использованию системы оповещения невозможно решить задачи защиты населения.

В настоящее время на территории Ярославской области действует Региональная система оповещения населения (далее – РСО), созданная в 1990 году на базе технических средств оповещения, которая представляет собой организационно-техническое объединение сил, средств оповещения, каналов связи, сетей связи телевизионного вещания и радиовещания [2].

Организация информирования и оповещения населения организуется по шести основным направлениям:

- региональные автоматизированные системы централизованного оповещения;
- терминальные комплексы информирования и оповещения населения в местах массового пребывания людей (ОКСИОН);
- комплексная система экстренного оповещения населения об угрозе возникновения или о возникновении чрезвычайных ситуаций (КСЭОН) в зонах экстренного оповещения;
- радио- и телевещание на центральных и региональных телевизионных каналах, и радиостанциях;
- информирование населения путем рассылки коротких SMS-сообщений по сети подвижной радиотелефонной связи операторов «МТС», «Мегафон», «Билайн»;
- размещение информационных сообщений на интернет-ресурсах.

Для мгновенного привлечения внимания населения используется предупредительный сигнал «Внимание всем!», который был принят 2 января 1989 года в системе гражданской обороны для оповещения населения при возникновении чрезвычайных ситуаций, а также в военное время. После звуковых сигналов по всем существующим средствам теле- и радиовещания до населения доводится информация, которая состоит, как правило, из речевой информации и экстренного сообщения. Речевая информация передается населению с перерывом программ вещания длительностью до 5 минут. При этом допускается 2-3-кратное повторение передачи речевого сообщения.

При получении сигнала «Внимание всем!» все население и персонал предприятий, учреждений, организаций должны действовать по определенному алгоритму:

- 1) немедленно включить телевизоры, радиоприемники и радиоточки для того, чтобы прослушать экстренное сообщение;
- 2) дождаться информации, полученной из средств массовой информации;
- 3) осуществить действия по установленным рекомендациям.

В настоящее время для оповещения населения области о возникновении либо об угрозе возникновения чрезвычайных ситуаций в рамках региональной системы оповещения задействованы 205 комплексов электросиренного оборудования, 44 комплекса речевого оповещения, 6 устройств перехвата передатчиков теле- и радиовещания, 26 автоматизированных рабочих мест. Наиболее эффективными средствами оповещения являются радиовещание, телевещание и сотовая связь, так как с их помощью информируется 98% - 99% населения. Процент охвата населения электросиренами достигает 76,6%, а проводным вещанием всего 1,23% населения [5]. В общей сложности с помощью средств региональной системы оповещения информируется порядка 86,4% населения.

Не смотря на такой большой охват населения, в действующей системе оповещения Ярославской области наблюдается ряд проблем: аппаратура оповещения работоспособна, но в результате выработки ресурса, длительной эксплуатации или отсутствия на местах установки оконечных устройств, не обеспечивает готовности системы к применению по назначению и не гарантирует качественного и полного оповещения населения региона.

Для устранения недостатков, а также развития региональной системы оповещения в рамках реализации областной целевой программы «Развитие региональной системы оповещения Ярославской области» на 2017-2019 годы [3] и ведомственной целевой программы «Реализация государственной политики в области гражданской защиты и пожарной безопасности» на 2017 год и плановый период 2018 и 2019 годов в 2017 году было выделено 9 миллионов 116 тысяч рублей, в 2018 году - 8 миллионов 692 тысяч рублей [4].

Все вышеперечисленное позволяет сделать вывод о том, что для решения указанных проблем необходимо внедрение комплексного подхода к выполнению задачи информирования и оповещения населения при угрозе возникновения или возникновении ЧС с применением всех имеющихся технических средств, которые должны дополнять друг друга,



а также обеспечением необходимым финансированием систем оповещения из бюджетов всех уровней.

### **Библиографический список**

1. Федеральный закон «О защите населения и территорий от чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера» от 21 декабря 1994 г. № 68-ФЗ (последняя редакция) // Информационно-справочная система «Консультант Плюс». – [Электронные данные]. – Режим доступа. [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_5295/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5295/).

2. Постановление Правительства Ярославской области от 04.12.2015 № 1311-п «Об утверждении Положения о региональной системе оповещения Ярославской области» // Информационно-справочная система «Консультант Плюс». – [Электронные данные]. – Режим доступа. [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_41458/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_41458/).

3. Постановление Правительства Ярославской области от 27 февраля 2017 г. № 153-п «Об утверждении областной целевой программой «Развитие региональной системы оповещения Ярославской области» на 2017 - 2019 годы» // Информационно-справочная система «ГАРАНТ». – [Электронные данные]. – Режим доступа. <http://base.garant.ru/45917730/>.

4. Приказ департамента региональной безопасности Ярославской области от 10 февраля 2017 г. № 04-13/02 «Об утверждении ведомственной целевой программы «Реализация государственной политики в области гражданской защиты и пожарной безопасности» на 2017 год и плановый период 2018 и 2019 годов // Информационно-справочная система «ГАРАНТ». – [Электронные данные]. – Режим доступа. <http://base.garant.ru/24568947/>.

5. Департамент региональной безопасности по Ярославской области. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.yarregion.ru/depts/drб/>.

УДК 343

## **БОРЬБА С КОРРУПЦИЕЙ В СИСТЕМЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ**

***О.В. Вострякова***

*Международный университет бизнеса и новых технологий (МУБиНТ)*

*Научный руководитель: Волков А.Ю., д-р экон. наук, доцент*

В последнее время одной из наиболее актуальных и важных задач развития современного государства является борьба с коррупцией в системе государственной службы. Коррупция в России охватила все ветви государственной власти и местного самоуправления, также она является

одним из главных препятствий на пути дальнейшего развития нашей страны как демократического государства.

Целью исследования является изучение понятия коррупции, рассмотрение антикоррупционной политики Российской Федерации и поиск наиболее эффективных механизмов борьбы с данным явлением.

На данный момент нет единого толкования понятия коррупции. Многообразие точек зрения на определение коррупции показывает сложность этого явления и требует более глубокого его изучения.

Согласно ст. 1 ФЗ № 273 -ФЗ от 25 декабря 2008 г. "О противодействии коррупции", коррупция - злоупотребление служебным положением, дача взятки, получение взятки, злоупотребление полномочиями, коммерческий подкуп либо иное незаконное использование физическим лицом своего должностного положения вопреки законным интересам общества и государства в целях получения выгоды в виде денег, ценностей, иного имущества или услуг имущественного характера, иных имущественных прав для себя или для третьих лиц либо незаконное предоставление такой выгоды указанному лицу другими физическими лицами.

Целью антикоррупционной политики Российской Федерации является снижение уровня коррупции и обеспечение защиты интересов и прав граждан, общества и государства от угроз, связанных с коррупцией [1].

Противодействие коррупции является приоритетным для России на современном этапе. Мировые рейтинги показывают, что уровень этого явления в нашей стране недопустимо высок. Международное антикоррупционное движение «Трансперенси интернешнл» опубликовало Индекс восприятия коррупции за 2018 год. Россия заняла 138 место из 180 и набрала 28 баллов из 100. Последние три года Россия набирала 29 баллов, а в этом году потеряла один балл и опустилась на три места. Индекс восприятия коррупции — составной индекс, измеряющий уровень восприятия коррупции в государственном секторе различных стран. Он составляется на основании опросов экспертов и предпринимателей, проведенных независимыми организациями по всему миру, и выходит ежегодно с 1995 года. Страны мира ранжируются по шкале от 0 до 100 баллов, где ноль обозначает самый высокий уровень восприятия коррупции, а сто - самый низкий [6].

По подсчетам РБК на основе полугодовых данных Генпрокуратуры число случаев получения взятки в 2018 году относительно 2019 года выросло на 10 %. Количество выявленных случаев дачи взятки повысилось на 3%, при этом оба показателя более чем вдвое ниже, чем в 2016 году [6].

Резкое снижение коррупции относительно 2016 года объясняется изменениями в законодательстве, тогда в УК появилась статья «Мелкое

взяточничество», и все преступления с суммами в пределах 10 тыс. руб. стали квалифицировать по ней.



Рисунок 1. Количество коррупционных преступлений

Чтобы противодействовать коррупции в Российской Федерации, нужно понять ее причины. Главными причинами коррупции, помимо свойств человеческой природы и особенностей менталитета, являются несовершенство законодательства и контроля, отсутствие стандартов прозрачности, нестабильность политической и экономической системы.

Прокуратура применяет меры по противодействию коррупции, основные направления их деятельности включают [2]:

- контроль за доходами и расходами чиновников;
- обращение в доход государства имущества, в отношении которого не доказана законность приобретения;
- привлечение должностных и юридических лиц к административной ответственности;
- применение положений законодательства об увольнении в связи с утратой доверия;
- антикоррупционная экспертиза нормативных правовых актов;
- антикоррупционное просвещение граждан.

Как показывает международный опыт, чтобы достичь результатов в борьбе с коррупцией, нужно приобщать всех граждан к этому делу. В большинстве случаев собрать достаточно доказательств и наказать преступника получается лишь благодаря сообщениям простых граждан. Поэтому каждый должен знать, куда сообщать о коррупции. С письменным или устным заявлением следует обратиться в ближайшее отделение полиции. Также можно подать заявление в прокуратуру или суд. Немаловажная роль должна отводиться и финансовому контролю [3; 4; 5].

Президент Российской Федерации Путин В. В. своим указом от 29 июня 2018 г. № 378 утвердил «Национальный план противодействия

коррупции на 2018-2020 годы». Подписанный главой государства документ обязывает руководителей федеральных органов исполнительной власти и других государственных органов обеспечить реализацию всех предусмотренных мероприятий по борьбе и противодействию коррупции. Генеральная прокуратура будет ежегодно информировать Совет при президенте о результатах борьбы силовых ведомств с коррупцией.

Таким образом, борьба с коррупцией в системе государственного управления является важной задачей для России. Коррупция – одна из главных препятствий на пути к развитой экономике и обществу, и без устранения этого опасного социального явления не обойтись.

#### **Библиографический список**

1. Акимова Н.В. Коррупция в России: история и современность // Юридический мир [Текст] - 2008 - № 12 - С. 78-80.
2. Васильев В.И. Борьба с коррупцией и местное самоуправление // Журнал российского права [Текст] - 2012 - № 4 - С. 5 – 17.
3. Волков А.Ю., Волков М.А. Финансовый контроль как категория // Экономика, статистика и информатика. Вестник УМО. 2014. № 6-2. С. 394-398.
4. Зборовская Е.Б., Волков М.А. О ведомственном финансовом контроле и направлениях его совершенствования // Интернет-журнал Науковедение. 2015. Т. 7. № 3 (28). С. 28.
5. Зборовская Е.Б., Волков М.А. О проблемах регулирования финансового контроля // В сборнике: Инновационные направления развития АПК и повышение конкурентоспособности предприятий, отраслей и комплексов - вклад молодых ученых сборник научных трудов по материалам XIX международной научно-практической конференции. 2016. С. 232-235.
6. Трансперенси интернешнл Россия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://transparency.org.ru>.

УДК 658.71

### **УПРАВЛЕНИЕ ГОСУДАРСТВЕННЫМИ ЗАКУПКАМИ: ПРОБЛЕМЫ НОРМАТИВНО-ПРАВОВОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ**

*Д.Р. Голина*

*Научный руководитель: Райхлина А.В., канд. экон. наук, доцент  
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,  
Ярославский филиал*

В нашей стране на данный момент сформирована достаточно полная нормативно-правовая база по организации закупок для государственных

нужд, которая включает конкурсные торги различных типов. Содержание этих нормативно-правовых актов включает в себя большое количество документов, как на федеральном уровне, так и на уровне отдельных субъектов Российской Федерации и органов местного самоуправления. В некоторых из них, судя по предварительным оценкам, нормативная база в области регулирования государственных закупок еще более развита, чем на федеральном уровне.

Государственные закупки (сокращенно госзакупки) — закупки (приобретение, покупка) товаров, работ или услуг для государственных или муниципальных нужд. Заказчики в лице уполномоченных органов исполнительной власти регулярно проводят различные виды закупок среди поставщиков (участников закупок) с целью приобрести товары (работы, услуги) на самых выгодных условиях.

Поставщик (участник закупки), соответствующий всем требованиям заказчика и предложивший наилучшие условия, признается победителем, с которым заключается контракт. Поставщик получает оплату, а заказчик необходимые ему товары (работы, услуги).

Одним из основополагающих документов в области государственных закупок является Федеральный закон № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» [1].

С целью эффективного использования денежных средств, расширения возможностей участия юридических и физических лиц в закупке товаров, работ, услуг и стимулирования такого участия, развития добросовестной конкуренции был принят Федеральный закон «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц» 18 июля 2011 года № 223-ФЗ [2].

По Закону № 44-ФЗ проводятся закупки за счет бюджетных средств, а по Закону № 223-ФЗ – за счет внебюджетных денежных средств, например, доходов заказчика от законной платной деятельности, которые остаются в его собственности и которыми он может распоряжаться самостоятельно.

Федеральный закон 44 о закупках достаточно подробен и объемён. Принятие Закона № 223-ФЗ существенно усложнило процедуру государственных закупок. Так, в соответствии с ним, закупки проводят организации, в которых государство имеет долю участия более 50%. Чтобы проводить закупки по Закону № 223-ФЗ учреждению необходимо утвердить специальное Положение о закупках, которым будут регулироваться все основные вопросы, связанные с проведением закупок. Каждая организация разрабатывает собственное Положение, и,

соответственно, для участия в процедуре поставщик должен каждый раз индивидуально к ней готовиться.

Сам по себе Закон № 223-ФЗ является рамочным (общим) и содержит общие положения, не регулируя содержание действий заказчика. Если же Положение о закупках у заказчика не утверждено, то закупки за счет внебюджетных средств указанных организаций должны проводиться по Закону № 44-ФЗ, который более детально регулирует все действия и считается менее «выгодным» для заказчика с точки зрения свободы действий при проведении закупки.

По правилам закона о госзакупках № 44-ФЗ сделки должны производиться, если в качестве заказчика выступает (п. 3 ч. 1 ст. 1):

- государственный орган или орган муниципальной власти;
- орган управления государственным внебюджетным фондом;
- бюджетное или казенное учреждение;
- корпорации «Росатом» и «Роскосмос»;
- государственное или муниципальное унитарное предприятие (за некоторым исключением).

Положения закона о госзакупках № 223-ФЗ применяются, если в качестве заказчиков выступают следующие субъекты:

- государственные корпорации, естественные монополии, публично-правовые компании, автономные учреждения, хозяйственные общества с более чем 50-процентным участием публичных органов власти;
- организации, осуществляющие регулируемые виды деятельности в сфере ресурсоснабжения (водоснабжения, электроснабжения и т. п.);
- дочерние общества с госучастием в капитале более 50%;
- дочерние общества, более 50% уставного капитала которых принадлежит дочерним обществам с госучастием в капитале более 50%.

Кроме того, по правилам закона № 223-ФЗ могут совершать закупки бюджетные учреждения, государственные и муниципальные унитарные предприятия (ГУПы и МУПы), если ими принято Положение о закупках, а также:

- закупки производятся за счет грантов; за счет субсидий из бюджетов; со стороны бюджетных организаций, ГУПов и МУПов, как исполнителей по контракту с привлечением иных лиц на основании договора для исполнения заключенного контракта; из средств от иной приносящей доход деятельности (для бюджетных организаций);
- ГУПы, МУПы являются аптечными организациями;
- ГУП относится к предприятиям, имеющим существенное значение для обеспечения прав и интересов граждан, обороноспособности и

безопасности государства и поименовано в перечне, утвержденном распоряжением Правительства РФ от 31.12.2016 № 2931-р [3].

Как видно из краткого содержания рассматриваемых документов, закон 223-ФЗ по своей структуре во многом схож с законом № 44-ФЗ. Именно поэтому очень важно правильно разграничить эти нормативные акты при проведении закупок в конкретных обстоятельствах. Существенной помощью в данном вопросе может стать изучение законов о госзакупках 44-ФЗ и 223-ФЗ с комментариями. При фактическом применении зачастую требуется не только скрупулезно изучить акты, но и обратиться к помощи правовых консультантов и практиков.

#### **Библиографический список**

1. Федеральный закон Российской Федерации от 5 апреля 2013 года № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/document/cons>.

2. Федеральный закон «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц» 18 июля 2011 года № 223-ФЗ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/document/cons>. \_

3. Распоряжение Правительства РФ от 31.12.2016 № 2931-р «О перечне ФГУП, имеющих существенное значение для обеспечения прав и законных интересов граждан РФ, обороноспособности и безопасности государства» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/document/cons>.

УДК 334.02

### **ПРОЕКТ «СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕХАНИЗМА УПРАВЛЕНИЯ МАЛЫМ БИЗНЕСОМ»**

***В.В. Гомозов, А.С. Зарюгина***

*Научный руководитель: Сироткин С.А. канд. экон. наук, доцент  
Финансовый университете при Правительстве Российской Федерации,  
Ярославский Филиал*

Деятельность малого предпринимательства способствует развитию экономики страны в целом, существенным образом влияя на обеспечение внутреннего рынка потребительскими товарами и услугами, а также рост экспортного потенциала страны [1]. Деятельность малого предпринимательства влияет на развитие экономики страны в целом, существенным образом влияя на обеспечение внутреннего рынка потребительскими товарами и услугами, а также рост экспортного потенциала страны. Малый бизнес по причине меньшей капиталоемкости,

по сравнению с крупным бизнесом, обеспечивает быструю модернизацию производства и обновление ассортимента выпускаемой продукции, соответственно более адаптивен к постоянно меняющимся условиям внешней среды. Кроме того, благодаря занятости населения в малом предпринимательстве уменьшаются расходы государства на трудоустройство граждан и поддержание социальной стабильности, и повышается уровень реальных доходов граждан [2].

Гипотеза исследования: необходим механизм управления развитием предпринимательства, обеспечивающий баланс между устойчивостью по отношению к финансовой сфере и ответственностью перед перспективами социально-экономического развития города Ярославля.

Главной миссией проекта является содействие развитию малого предпринимательства на территории города Ярославля.

Целью исследования является разработка механизма устойчивого и ответственного управления развитием микро- и малого бизнеса в городе Ярославле.

В соответствии с целью были выделены следующие задачи:

1. Выявление проблем в развитии микро- и малого бизнеса в городе Ярославле.

2. Определение причинно-следственных связей выявленных проблем.

3. Разработка механизма устойчивого и ответственного управления развитием микро- и малого бизнеса в городе Ярославле.

В качестве благополучателей в данном проекте выступают муниципалитет города Ярославля, предприниматели и город Ярославль.

Итогом проекта должен стать эффективный механизм устойчивого и ответственного управления развитием малым и микро- бизнесом в городе Ярославль, а также способствующий эффективному взаимодействию органов власти и предпринимателей. Сроком реализации проекта ставится период с февраля 2019 года по декабрь 2019 года.

В качестве количественных показателей реализации проекта выступают:

1) рост числа (в %) действующих предпринимателей, воспользовавшихся мерами государственной поддержки;

2) рост числа (в %) предпринимателей, начавших свой бизнес с помощью государственной поддержки за период реализации проекта.

Для качественной оценки проекта будут использоваться следующие показатели:

1) описание проблем в развитии малого и микро- бизнеса в городе Ярославль;

2) анализ причинно-следственных связей выявленных проблем;



3) описание механизма устойчивого и ответственного управления развитием малого и микро- бизнеса в городе Ярославль.

В качестве партнеров проекта выступают:

1. Региональное отделение общественной организации малого и среднего предпринимательства «Опора России»;
2. «Корпорация развития МСП» (бизнес-инкубатор);
3. Муниципальное казенное учреждение «Институт развития стратегических инициатив»;
4. Проект «Исследование общественного мнения».

У реализации проекта всегда есть ряд рисков, и данный проект не исключение:

1. Предоставление недостоверной информации анкетирования;
2. Отказ партнеров предоставлять информацию;
3. Незаинтересованность партнеров в реализации проекта;
4. Нехватка ресурсов.
5. Нехватка времени.

#### **Библиографический список**

1. Постановление Правительства Российской Федерации от 27 февраля 2009 г. № 178 «О распределении и предоставлении субсидий из федерального бюджета бюджетам субъектов Российской Федерации на государственную поддержку малого и среднего предпринимательства, включая крестьянские (фермерские) хозяйства».

2. Государственная программа Ярославской области «Экономическое развитие и инновационная экономика в Ярославской области» на 2014 – 2020 годы.

УДК 314

### **ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СИСТЕМЫ СОЦИАЛЬНОЙ ЗАЩИТЫ МАТЕРИНСТВА И ДЕТСТВА**

*А.Р. Даминова*

*Научный руководитель: Грехов Д.В., канд. экон. наук*

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,  
Ярославский филиал*

Конституция Российской Федерации в пункте 2 статьи 7 закрепляет норму: «В Российской Федерации охраняются здоровье и труд людей, обеспечивается государственная поддержка семьи, отцовства, материнства и детства, устанавливается гарантированный минимальный размер оплаты труда, устанавливаются государственные пособия, и иные гарантии социальной защиты, развивается система социальных служб» [1].

С появлением детей в семье встает вопрос о качественном его воспитании, что, зачастую вызывает некоторые трудности с выделениями из семейного бюджета. В большей степени это касается многодетных семей, где не всегда получается дать ребенку то, что нужно из расчета среднедушевого дохода.

Актуальность обращения к проблеме государственной поддержки материнства и детства связана с созданием необходимого метода социальной поддержки, с помощью которого можно не только описать механизм взаимодействия, но и понять принцип реализации данного метода.

Экономическое содержание социальной защиты материнства и детства заключается в выделении необходимых средств из национального бюджета с учетом всех необходимых нужд для соответствующего числа семей, основной же компонентой которого является социальный уровень ребенка, который в последующем не должен становиться ниже [2].

В общей массе семей в России многодетных семей - 9.4 процента. Подавляющее большинство этого типа составляют семьи трехдетные (77 процентов), причем в сельской местности многодетных по отношению к общему числу семей втрое больше, чем в городах (18 и 6 процентов). Региональная дифференциация распределения семей по числу детей также велика. За счет высокой жилищной нагрузки многодетные семьи бедны, в сельской местности и ряде регионов положение их осложняется еще и полным отсутствием "живых" денег. Специфическая потребность многодетных - необходимость улучшения жилищных условий, а "квартирный вопрос", как известно, в России всегда был острым.

В законодательстве РФ статус многодетной семьи не определен ни на федеральном уровне, ни на уровне субъектов. Отношения не урегулированы. Указ от 5 мая 1992 года на деле не исполняется. Рассматривавшийся почти пять лет в Государственной Думе проект федерального закона о поддержке многодетных семей в 2004 году так и не был принят, он был снят с рассмотрения.

Ни один федеральный нормативный акт не содержит понятия – многодетная семья. Следовательно, для того, чтобы определить, относится семья к категории многодетной, необходимо обращаться к региональному законодательству.

Президентский Указ «О мерах по социальной поддержке многодетных семей» был принят в 1992 году и, с точки зрения истории регулирования вопросов поддержки семей, которые работают над поднятием уровня рождаемости, является первым нормативным актом, который был принят

для того, чтобы, с юридической точки зрения, регламентировать права таких семей.

Указ Президента № 431 на сегодняшний день является единственным нормативным актом, который регулирует права многодетных семей на территории всей Российской Федерации.

На сегодняшний день каждый регион определяет самостоятельно, какую семью признавать многодетной – которая воспитывает троих, четверых или более детей в возрасте до восемнадцати лет, а если в семье есть дети, которые обучаются в образовательных учреждениях высшего профессионального образования на очной форме обучения на бюджете, то таким лицам государство продлевает возраст вхождения в многодетную семью до двадцати трех лет либо до окончания обучения.

В нашей стране насчитывается 85 субъектов, и в каждом из них чиновники определили свои критерии, по которым ту или иную семью можно отнести к числу многодетных. В каких-то регионах эти критерии совпадают, в каких-то – напротив, отличаются.

Для решения проблемы необходимо разработать закон, закрепляющий в федеральном законодательстве статус многодетных семей.

Многодетным семьям необходим единый юридический статус, однако унифицировать на федеральном уровне меры поддержки таким семьям не стоит.

У них должен быть единый юридический статус — сейчас в разных регионах он регламентируется по-разному. Необходимо внимательно изучить региональную практику и заложить её в основу единого закона. Абсолютной унификации мер поддержки многодетных не будет. Возможность региональной поддержки семей с тремя и более детьми останутся.

Сейчас меры поддержки многодетных разбросаны по разным законам. Сегодня надо проанализировать, достаточны ли эти меры. И собрать их в один закон.

Такой единый закон, систематизирующий меры поддержки многодетных семей, в первую очередь станет удобным инструментом для родителей, позволит им лучше знать свои права и гарантии. Нужно единое понимание статуса многодетной семьи, систематизация действующих гарантий.

Сведение всех мер поддержки в единый закон даст возможность по-новому взглянуть на государственные гарантии, предоставляемые многодетным семьям, увидеть пробелы и повторы в системе и, возможно, инициировать дополнительные правовые нормы, касающиеся семей с детьми. Опираясь на Национальную стратегию действий в интересах

детей, есть указ Президента РФ о проведении Десятилетия детства. Эти документы должны лечь в основу концепции нового закона.

Благополучие семьи и детей - приоритетная сфера наших общенациональных интересов.

#### **Библиографический список**

1. Конституция Российской Федерации: принята всенародным голосованием 12 декабря 1993 г.

2. Распоряжение Правительства от 25 августа 2014 г. года № 1618-р «Об утверждении Концепции государственной семейной политики в Российской Федерации на период до 2025 г.».

УДК 34.35

### **ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ В СФЕРЕ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ КОРРУПЦИИ**

*Е.В. Ерина*

*Научный руководитель: Райхлина А.В., канд. экон. наук, доцент  
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,  
Ярославский филиал*

Одной из самых важных проблем России и российского общества в сфере государственной службы является проблема коррупции. Потворствование общества, беспрецедентные масштабы, теневой характер делают коррупцию угрозой национальной безопасности, барьером развития экономики, одной из причин дифференциации общества на богатых и бедных. Естественное отношение к ней большинства людей в нашей стране позволяет сделать вывод, что коррупция стала общепринятым видом социальных отношений.

В науке и на практике не существует однозначного понимания коррупции. Нормативные источники трактуют коррупцию как «злоупотребление служебным положением, дача взятки, получение взятки, злоупотребление полномочиями, коммерческий подкуп либо иное незаконное использование физическим лицом своего должностного положения вопреки законным интересам общества и государства в целях получения выгоды в виде денег, ценностей, иного имущества или услуг имущественного характера, иных имущественных прав для себя или для третьих лиц либо незаконное предоставление такой выгоды указанному лицу другими физическими лицами», а также совершение этих деяний от имени или в интересах юридических лиц [1].

Анализируя определение и особенности развития коррупции в России, можно уверенно сказать, что это явление обладает качественными

признаками, которые позволяют охарактеризовать ее как социальный феномен. К таким признакам можно отнести:

– коррупция – это сложное общественное явление, обусловленное историческим развитием взаимосвязей общества и государства;

– коррупция – это двусторонний или многосторонний процесс, в котором есть заинтересованная в какой-либо услуге сторона (тот, кто подкупает) и коррупционер, от которого зависит предоставление данной услуги (тот, кого подкупают);

– коррупция всегда обусловлена наличием корысти в интересах участников (личных или групповых);

– коррупция противоречит развитию общества и государства. Согласно статье 2 Конституции РФ Российская Федерация - это демократическое федеративное правовое государство с республиканской формой правления. В ч. 2 ст. 6 Конституции РФ указано, что любой гражданин Российской Федерации обладает на ее территории всеми правами и свободами и несет равные обязанности и ответственность [2]. Указанные демократические ценности относятся к основам конституционного строя Российской Федерации, а значит, коррупция представляет собой угрозу конституционному строю Российской Федерации.

Важной причиной коррупции является отсутствие действенных мер борьбы с этим явлением, несмотря на огромное количество программ по ее искоренению.

Что же касается направлений, которые непосредственно способствовали бы улучшению качества государственного управления в сфере противодействия коррупции, то таковыми, по нашему мнению, в настоящее время являются:

1) проведение качественной политики по противодействию коррупции;

2) конструктивное взаимодействие государственных органов с общественными комиссиями, институтами гражданского общества и гражданами по вопросам противодействия коррупции;

3) привлечение граждан к активному участию в сфере противодействия коррупции и формирование негативного взгляда на коррумпированное поведение;

4) совершенствование структуры государственных и муниципальных органов, создание общественного контроля над деятельностью государственных служащих;

5) введение единых общенациональных стандартов, направленных на противодействие коррупции, т.е. системы запретов и ограничений,

которые бы обеспечивали предупреждение коррупции в конкретной сфере деятельности;

б) выработка единых правил антикоррупционного характера для государственных и муниципальных служащих и лиц, замещающих государственные должности;

7) обеспечение возможности для граждан беспрепятственно получать информацию о деятельности органов государственной исполнительной власти Российской Федерации, субъектов Российской Федерации, а также органов местного самоуправления;

8) совершенствование деятельности уполномоченных органов по контролю и правоохранительных органов по противодействию коррупции;

9) обеспечение открытости при заключении договоров на поставку товаров, выполнении работ и оказанию услуг для государственных и муниципальных нужд;

10) укрепление межведомственного сотрудничества органов власти и специальных служб в области противодействия коррупции;

11) усиление контроля над эффективностью решений вопросов по обращениям граждан и юридических лиц в органы власти всех уровней;

12) повышение личной ответственности служащих государственных органов Российской Федерации, субъектов Российской Федерации, а также органов местного самоуправления за недостаточные действия или бездействия по отношению к коррупции.

Частично перечисленные направления антикоррупционной деятельности представлены в Национальном плане противодействия коррупции на 2018 - 2020 годы, утвержденном Указом Президента Российской Федерации от 29 июня 2018 г. № 378 [3].

На наш взгляд, необходимо дополнительно акцентировать те меры, которые способствуют улучшению качества государственного управления в сфере противодействия коррупции. Таковыми в настоящее время являются:

– усиление требований к моральному облику и фактам биографии государственных и муниципальных служащих в целях противодействия коррупции;

– обеспечение комплексного применения всех возможных мер законодательства Российской Федерации о противодействии коррупции в целях повышения эффективности механизмов предотвращения и урегулирования конфликта интересов;

– совершенствование мер воздействия по обнаруженным в процессе общественного контроля нарушениям в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных или муниципальных нужд;

– совершенствование механизма обращения в доход Российской Федерации приобретённого государственными и муниципальными служащими имущества, в отношении которого с их стороны не представлено сведений, подтверждающих законность получения средств для подобных сделок;

– обеспечение полноты и прозрачности представляемых государственными и муниципальными служащими сведений о доходах, расходах, об имуществе и обязательствах имущественного характера;

– повышение эффективности просветительских, образовательных и иных мероприятий, направленных на формирование антикоррупционного поведения государственных и муниципальных служащих, популяризацию в обществе антикоррупционных стандартов и развитие гражданского правосознания;

– совершенствование мер по защите субъектов предпринимательской деятельности от злоупотреблений служебным положением должностных лиц;

– повышение эффективности международного сотрудничества Российской Федерации и использование удачного опыта других государств в области противодействия коррупции.

Хотелось бы подчеркнуть, что, применение антикоррупционных мер обоснованно только в случаях наличия достоверной доказательной базы по тому или иному прецеденту. Предстоит определить случаи, когда несоблюдение антикоррупционных запретов, ограничений и требований вследствие обстоятельств непреодолимой силы не может рассматриваться в качестве правонарушения. Кроме того, в каждом индивидуальном случае необходимо устанавливать обстоятельства, смягчающие или отягчающие ответственность за несоблюдение указанных запретов, ограничений и требований, и учитывать их при применении взыскания.

#### **Библиографический список**

1. Федеральный закон Российской Федерации от 25.12.2008 № 273-ФЗ «О противодействии коррупции» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_82959](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_82959).

2. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 № 6-ФКЗ, от 30.12.2008 № 7-ФКЗ, от 05.02.2014 № 2-ФКЗ, от 21.07.2014 № 11-ФКЗ) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/document/cons>.

3. Указ Президента РФ от 29.06.2018 № 378 «О Национальном плане противодействия коррупции на 2018 - 2020 годы» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/law/hotdocs/54152>.

**ОБЪЕКТЫ РЕГИОНАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО  
КОНТРОЛЯ (НАДЗОРА) ЗА ОБЕСПЕЧЕНИЕМ ДОСТУПНОСТИ  
ДЛЯ ИНВАЛИДОВ ОБЪЕКТОВ СОЦИАЛЬНОЙ  
ИНФРАСТРУКТУРЫ И ПРЕДОСТАВЛЯЕМЫХ УСЛУГ  
НА ПРИМЕРЕ ЯРОСЛАВСКОЙ ОБЛАСТИ**

***А.А. Иванов***

*Научный руководитель: Долматович И.А., д-р экон. наук, профессор  
Ярославский государственный университет имени П.Г. Демидова*

Статьей 15 Федерального закона от 24.11.1995 № 181-ФЗ «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации» (далее – Федеральный закон от 24.11.1995 № 181-ФЗ) [1] установлена обязанность федеральных органов государственной власти, органов государственной власти субъектов Российской Федерации, органов местного самоуправления (в сфере установленных полномочий), организаций независимо от их организационно-правовых форм обеспечивать инвалидам (включая инвалидов, использующих кресла-коляски и собак-проводников) доступность объектов, на территории которых предоставляются соответствующие услуги, а также самих услуг.

На территории Ярославской области услуги в сфере социальной поддержки, социальной помощи и социального обслуживания инвалидов предоставляются органами социальной защиты населения, к которым относятся департамент труда и социальной поддержки населения Ярославской области (далее – ДТиСПН ЯО) и наделенные соответствующими полномочиями органы местного самоуправления, подведомственными им учреждениями социальной защиты и социального обслуживания населения, а также иными юридическими лицами и индивидуальными предпринимателями, осуществляющими социальное обслуживание.

Указанной обязанности корреспондирует полномочие ДТиСПН ЯО в части осуществления регионального государственного контроля (надзора) за обеспечением доступности для инвалидов объектов социальной инфраструктуры и предоставляемых услуг (далее – региональный государственный контроль за обеспечением доступности), установленное пунктом 3 части 1 статьи 15.1 Федерального закона от 24.11.1995 № 181-ФЗ, согласно которому, данный вид контроля проводится при осуществлении регионального государственного контроля (надзора) в сфере социального обслуживания, а значит, формально является его частью.



В соответствии с частью 1 статьи 33 Федерального закона от 28.12.2013 № 442-ФЗ «Об основах социального обслуживания граждан в Российской Федерации» [2] и статьей 1 Порядка организации и осуществления регионального государственного контроля (надзора) в сфере социального обслуживания, утвержденного постановлением Правительства Ярославской области от 24.10.2014 № 1084-п [6], региональный государственный контроль (надзор) в сфере социального обслуживания осуществляется в отношении поставщиков социальных услуг, к которым относятся юридические лица независимо от их организационно-правовых форм и индивидуальные предприниматели, осуществляющие социальное обслуживание на территории Ярославской области.

Но социальное обслуживание является лишь одной из трех рассматриваемых нами сфер социальной защиты инвалидов наравне с социальной поддержкой и социальной помощью, которые оказались не охвачены механизмом регионального государственного контроля за обеспечением доступности.

Следовательно, формально муниципальные органы и учреждения социальной защиты населения предоставляют соответствующие услуги, в том числе посредством личного приема граждан, они обязаны обеспечивать безбарьерный доступ на свою территорию для инвалидов, но не являются объектами данного вида государственного контроля. В лучшем случае допущенные ими нарушения в этой области могут быть выявлены в рамках прокурорского надзора.

Возникают два пути решения выявленной проблемы.

С одной стороны, возможно внесение изменений в Федеральный закон от 24.11.1995 № 181-ФЗ, расширяющих круг объектов регионального государственного контроля за обеспечением доступности, включая в него муниципальные органы и учреждения социальной защиты населения. Но данный способ целесообразен лишь в тех регионах, где указанные государственные полномочия переданы органам местного самоуправления, как в Ярославской области (статьи 12 и 13 Закона Ярославской области от 16.12.2009 № 70-з «О наделении органов местного самоуправления государственными полномочиями Ярославской области») [4].

Мы же предлагаем другой вариант – разработать и утвердить новую региональную систему профилактики в области социальной защиты инвалидов – социальный мониторинг Ярославской области.

В настоящий момент в Ярославской области действует аналогичная модель – система антикоррупционного мониторинга, закреплённая в

статье 6 Закона Ярославской области от 09.07.2009 № 40-з «О мерах по противодействию коррупции в Ярославской области» [3] и постановлении Правительства области от 12.09.2012 № 888-п «Об осуществлении антикоррупционного мониторинга соблюдения требований законодательства о противодействии коррупции» [5].

Социальный мониторинг позволит обеспечить внутренний контроль, касающийся в соответствии с Федеральным законом от 24.11.1995 № 181-ФЗ таких сфер социальной защиты инвалидов, как социальное обслуживание, социальная поддержка, социальная помощь, обеспечение доступности образования, обеспечение жильем и т.д.

В ближайшей перспективе одной из первых форм социального мониторинга должен стать социальный аудит, в рамках которого должностные лица ДТиСПН ЯО будут осуществлять профилактические проверки соблюдения муниципальными органами и учреждениями социальной защиты населения обязательных требований в сфере обеспечения доступности для инвалидов объектов, на территории которых предоставляются государственные услуги, а также самих государственных услуг. По его итогам будет составляться справка, носящая рекомендательный характер.

Социальный аудит восполнит законодательный пробел в части регулирования круга объектов государственного контроля за обеспечением доступности. В дальнейшем система социального мониторинга будет включать в себя иные формы внутреннего контроля, затрагивающие остальные сферы социальной защиты инвалидов.

Таким образом, анализ свидетельствует, что в настоящее время существует законодательный пробел в части определения полного круга объектов регионального государственного контроля (надзора) за обеспечением доступности для инвалидов объектов социальной инфраструктуры и предоставляемых услуг – в рамках него невозможно проверить соблюдение соответствующих обязательных требований муниципальными органами и учреждениями социальной защиты населения. Решение данной проблемы возможно путем внесения изменений в действующее законодательство или, что нам представляется наиболее перспективным, создание системы профилактики в сфере социальной защиты инвалидов, включающей в себя проверки в рамках внутреннего контроля.

#### **Библиографический список**

1. Федеральный закон от 24.11.1995 № 181-ФЗ «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации».

2. Федеральный закон от 28.12.2013 № 442-ФЗ «Об основах социального обслуживания граждан в Российской Федерации».

3. Закон Ярославской области от 09.07.2009 № 40-з «О мерах по противодействию коррупции в Ярославской области».

4. Закон Ярославской области от 16.12.2009 № 70-з «О наделении органов местного самоуправления государственными полномочиями Ярославской области».

5. Постановление Правительства Ярославской области от 12.09.2012 № 888-п «Об осуществлении антикоррупционного мониторинга соблюдения требований законодательства о противодействии коррупции».

6. Постановление Правительства Ярославской области от 24.10.2014 № 1084-п «Об утверждении Порядка организации и осуществления регионального государственного контроля (надзора) в сфере социального обслуживания».

УДК 354

## **ПРОБЛЕМЫ ВНЕДРЕНИЯ ПРОЕКТНОГО УПРАВЛЕНИЯ В ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ОРГАНОВ**

*А.А. Исхакова*

*Научный руководитель Мазунина М.В., канд. экон. наук, доцент  
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,  
Краснодарский филиал*

На современном этапе Правительство Российской Федерации активно внедряет и использует в государственном управлении программно-целевой подход. Суть его в том, что стратегия развития страны подкрепляется целевыми показателями, которые, в свою очередь, трансформируются в перечень исполняемых государственных программ, охватывающих все стороны жизни общества и государства в целом. Каждая государственная программа содержит в себе взаимосвязанный перечень основных мероприятий - проектов. Для того чтобы достичь поставленных целей и в современных условиях эффективнее расходовать бюджетные средства, необходимо внедрение и использование новых управленческих инструментов. Один из таких инструментов — проектное управление.

Актуальность проектного управления обусловлена новыми вызовами к системе государственного управления в России. В современных условиях критически важной становится способность исполнительного аппарата реализовать запланированные проекты и задачи и достичь поставленных целей в срок и в рамках установленных бюджетов. Это связано с

постепенным внедрением методов проектной деятельности в сферу государственной службы на территории Российской Федерации, нарастающей необходимостью данных мер при осуществлении проектов на государственном уровне. Также проблема данного направления заключается в неэффективной мотивационной системе, действующей в органах государственного управления при исполнении проектов. Методы проектного управления призваны мобилизовать и структурировать имеющиеся ресурсы организации на достижение целей проектов.

Проблема данного безусловно важного направления заключается в том, что для нашей страны принципы проектного подхода в осуществлении деятельности государственных органов являются непривычными. Зачастую сотрудники госструктур не совсем понимают сущность и необходимость проектно-ориентированного подхода в управлении, поскольку всегда пользовались другими методиками и правилами при исполнении своих обязанностей, бывают ситуации, когда сформированная команда проекта не имеет мотивации для качественного осуществления своей деятельности. Также можно отметить, что проблема мотивации в данном направлении стоит особенно остро, поскольку, например, в коммерческой деятельности мотивация сотрудников чётко ясна и понята и выражается в денежном эквиваленте, а мотивация при исполнении проектов в госструктурах зачастую не пересекается с личностными интересами членов команды проекта из-за фиксированного оклада и ограниченных возможностей расходования бюджета. Отметим также, что разработанный ГОСТ Р ИСО 21500-2014 «Руководство по проектному менеджменту» не учитывает реалий современной обстановки в России, а просто дублирует общепризнанные мировые стандарты управления проектами, в частности самый известный в мире стандарт американского института управления проектами (PMI). Именно поэтому применение стандарта 21500 не является возможным и правильным.

Целью работы является выявление и описание конкретных проблем при внедрении проектного управления в деятельность государственных органов в Российской Федерации и предложение возможных путей решения данных проблем.

Проект - это комплекс взаимосвязанных мероприятий, направленный на создание уникального результата в условиях временных и ресурсных ограничений. Например, переход на программный бюджет - это проект, но последующее планирование программного бюджета проектом уже являться не будет, а перейдет в операционную деятельность. [2].

Итак, рассмотрим некоторые из текущих проблем по внедрению проектного управления в деятельность госструктур в России.

Проектное управление воспринимается как дополнительная нагрузка на специалистов всех уровней и очередное непонятное нововведение, которое вынуждены внедрять [5]. Это, в свою очередь, вытекает в формальное применение инструментов. У проектов с самого начала закладывается неверный фундамент в виде неизмеримых целей с обтекаемыми формулировками, чтобы по завершении проекта его можно было в любом случае признать успешным, несмотря на достигнутые результаты. С этой практикой обязательно необходимо бороться и проектному офису, и каждому руководителю проекта в отношении самого себя и всех участников команды. Цели должны быть конкретными, измеримыми, достижимыми и ограниченными во времени [4].

На начальном этапе, столкнувшись с существенным сопротивлением «дополнительной работе» со стороны рядовых специалистов и непониманием основных принципов, руководители встраивают проектное управление в текущие процессы. К сожалению, это приводит к тому, что проектное управление адаптируется под процессный подход, что совершенно недопустимо. Возможно, в дальнейшем данная схема эволюционирует до полноценного проектного управления.

Классические модели проектного управления предусматривают очень глубокое интегрирование управления рисками в процесс. То есть, необходимо определить риски и оценить вероятность их возникновения, запланировать соответствующие работы, снижающие эту вероятность или воздействие при наступлении, а также заложить на это соответствующие средства [5]. И тут возникает вопрос: на каком основании с точки зрения бюджетного законодательства предусматривать средства на события, которые могут и не произойти? На данный момент это сделать невозможно, что делает управление рисками практически бесполезным инструментом. Использование каких-либо обходных путей может вызвать большие вопросы у контрольно-надзорных органов.

В большинстве случаев при введении проектного управления новых ролей в команде проекта не появляется. Просто берется текущая организационная структура, и ряд должностей получают дополнительные названия. Схема подчинения остается прежней, что не удовлетворяет потребностям проекта. Чтобы решить эту проблему, в качестве руководителя проекта выбирается лицо наиболее высокой должности — руководитель органа исполнительной власти или его заместитель. Но лицо такого уровня иерархии не имеет возможности выделять в своем рабочем графике необходимое на руководство проектом время, а потому должен являться его куратором, принимающим стратегические управленческие решения [1]. Для решения этой проблемы рекомендуется выделять

полноценные проектные команды, которые смогут уделять реализации двух или трех проектов 100% своего рабочего времени.

Рассмотрев и изучив различные проблемы в проектном подходе, можно наглядно увидеть основные недостатки, несостыковки и изъяны при внедрении проектного управления в деятельность госструктур. Как показал проведенный анализ при изучении данной проблемы, необходимо корректировать и совершенствовать нормативно-правовые акты, регулирующие деятельность в данной сфере для того, чтобы максимизировать полезный и результативный эффект при использовании методов проектного управления в деятельности государственных органов.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что формальный подход убивает дух проектного управления, неформальный же требует снятия ограничений. Чтобы методы проектного управления дали ожидаемые результаты, органы государственной власти должны иметь соответствующий уровень свободы действий и быть готовыми им воспользоваться. Именно эти действия помогут решить основные проблемы при внедрении проектного управления в деятельность государственных органов на территории Российской Федерации, поскольку будут учитывать особенности законодательства и менталитета жителей нашей страны.

#### **Библиографический список**

1. Воробьева М.А. Состояние и проблемы управления персоналом предприятий строительной отрасли Краснодарского края. В сборнике: Современная мирохозяйственная система: проблемы конкуритрования и взаимовыгодного сотрудничества в экономической и правовой сферах. Сборник статей международной научно-практической конференции. Под ред. Г.Б. Клейнера Х.А. Константииниди В.В. Сорокожердьева З.М. Хашевой. 2014. С. 46-50.

2. Воробьева М.А., Рубин А.Г. Инновационный подход в организационном проектировании: теория и практика. Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. 2018. № 1 (60). С. 278-280.

3. Дивненко О.В., Горский Д.А., Грибок Н.Н. Развитие профессиональных компетенций руководителей высшего и среднего звена: тенденции, вызовы, практика. – М.: 2017.

4. Мазунина М.В. Механизм устойчивого социально-экономического развития региона (на примере Кировской области). Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Финансовый университет при Правительстве РФ. – М.: 2012.

5. Мазунина М.В. Устойчивое региональное развитие и государственное управление. Вопросы новой экономики. 2011. № 4 (20). С. 74-80.

6. Государственное проектное управление. Основные принципы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://bujet.ru>.

7. Психология управления персоналом: делегирование полномочий [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ippt.ru>.

УДК 353.2

## **СИСТЕМА ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНОВ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ МУНИЦИПАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАНИЙ (НА ПРИМЕРЕ ЯРОСЛАВСКОЙ ОБЛАСТИ)**

***К.А. Комарова***

*Научный руководитель: Туманов Д.В., канд. экон. наук, доцент  
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,  
Ярославский филиал*

Ежегодно в Ярославской области осуществляется мониторинг и оценка эффективности деятельности органов местного самоуправления 3 городских округов и 17 муниципальных районов. Результаты мониторинга позволяют определить зоны, требующие приоритетного внимания органов местного самоуправления, мероприятия по повышению результативности деятельности органов местного самоуправления, а также выявить внутренние ресурсы для повышения качества и объёма предоставляемых населению услуг [2].

В качестве исходных данных для проведения мониторинга и оценки эффективности деятельности органов местного самоуправления использовались [4]:

– доклады глав администраций городских округов и муниципальных районов Ярославской области о достигнутых значениях показателей для оценки эффективности деятельности органов местного самоуправления за 2017 год (далее – доклады глав администраций);

– информация органов исполнительной власти Ярославской области (по указанным в докладах значениям показателей органами исполнительной власти области проведено уточнение значений показателей эффективности);

– данные Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Ярославской области.

Сбор информации для сводного доклада проводился в соответствии с инструкцией по заполнению показателей эффективности, размещенной на официальном сайте департамента экономики и стратегического планирования области в разделе «Документы», с использованием региональной информационно-аналитической системы Ярославской области (РИАС) по 9-ти направлениям: экономическое развитие; дошкольное образование; общее и дополнительное образование; культура; физическая культура и спорт; жилищное строительство и обеспечение граждан жильем; жилищно-коммунальное хозяйство; организация муниципального управления; энергосбережение и повышение энергетической эффективности.

Комплексная оценка эффективности деятельности органов местного самоуправления городских округов и муниципальных районов Ярославской области за 2017 год проводилась в соответствии с методикой оценки эффективности по 10-ти ключевым показателям деятельности органов местного самоуправления (см. рис. 1) [3].

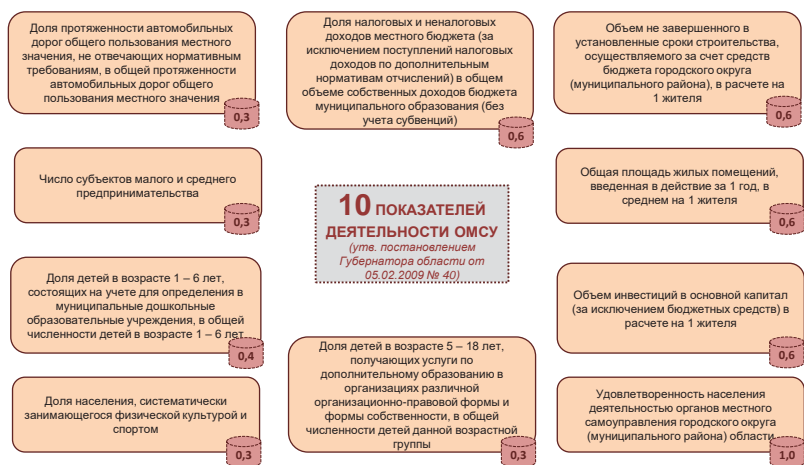


Рисунок 1. Показатели оценки эффективности деятельности ОМСУ Ярославской области

В соответствии с методикой оценки эффективности по достигнутому за 2017 год уровню показателя и динамике за 2016-2017 годы производилось ранжирование [1]. По каждому муниципальному образованию определялись сводные индексы уровня и динамики как суммы индексов ранжируемых показателей, умноженных на весовые коэффициенты, рассчитывался комплексный показатель эффективности деятельность. Таким образом, комплексное ранжирование по перечню



показателей включало оценку деятельности муниципального образования по 20 значениям показателей: 10 характеризовали уровень, 10 – динамику соответствующих значений показателей [5].

По достигнутому уровню значений показателей по итогам 2017 года наилучшие результаты имеют Ярославский район, город Ярославль и Рыбинский МР (см. рис. 2).

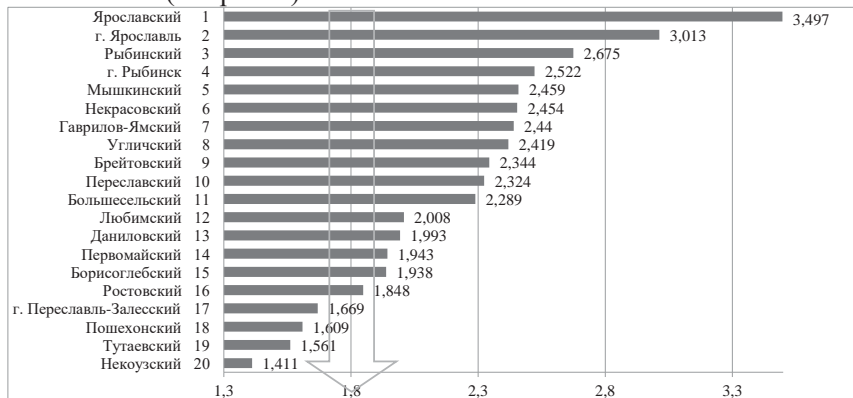


Рисунок 2. Сводный уровень эффективности

Лидеры по динамике показателей эффективности – Некрасовский, Брейтовский, Пошехонский и Даниловский муниципальные районы. Это, безусловно, положительно отразилось на их позициях по комплексному ранжированию по итогам 2017 года (см. рис. 3).

По достигнутому уровню значений показателей по итогам 2017 года наилучшие результаты имеют Ярославский район, город Ярославль и Рыбинский МР.

Лидеры по динамике показателей эффективности – Некрасовский, Брейтовский, Пошехонский и Даниловский муниципальные районы. Это, безусловно, положительно отразилось на их позициях по комплексному ранжированию по итогам 2017 года.

По результатам оценки эффективности за 2017 год определены районы-лидеры: Ярославский, Некрасовский и Брейтовский муниципальные районы. При этом, если Ярославский район уже не первый год сохраняет высокие места в рейтинге, то Некрасовский и Брейтовский районы, благодаря динамике значений показателей значительно улучшили свои позиции по сводной оценке. Некрасовский МР переместился с 12 места по итогам 2016 года на 2 место по итогам 2017 года, Брейтовский –

с 16-го на 3-е место. В целом по итогам 2017 года позиции 10-ти МО улучшились, 7 – ухудшились, 2 – не изменились.

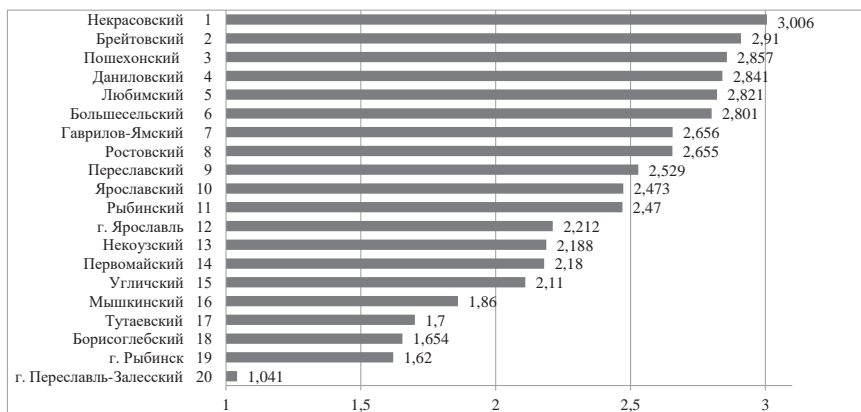


Рисунок 3. Сводная динамика изменения эффективности.

Таким образом, результаты анализ социально-экономической ситуации Ярославской области за 2017 г. свидетельствуют об устойчивости показателей социального самочувствия. К концу года доля населения области, выражающего удовлетворенность социально-экономической ситуацией в регионе, достигла 57%.

#### **Библиографический список**

1. Указ Президента РФ от 28 апреля 2008 г. № 607 «Об оценке эффективности деятельности органов местного самоуправления городских округов и муниципальных районов».

2. Постановление Правительства РФ от 17 декабря 2012 г. № 1317 «О мерах по реализации Указа Президента РФ от 28 апреля 2008 г. № 607 «Об оценке эффективности деятельности органов местного самоуправления городских округов и муниципальных районов и подпункта «и» пункта 2 Указа президента РФ от 7 мая 2012 г. № 601 «Об основных направлениях совершенствования системы государственного управления».

3. Постановление Губернатора области от 05.02.2009 № 40 «Об оценке эффективности деятельности органов местного самоуправления городских округов и муниципальных районов Ярославской области».

4. Регламент проведения оценки эффективности деятельности органов местного самоуправления городских округов и муниципальных районов Ярославской области, утвержденном заместителем Председателя Правительства области – директором департамента экономики и стратегического планирования области Е.Н. Троицкой.

5. Сводный доклад о результатах мониторинга эффективности деятельности органов местного самоуправления городских округов и муниципальных районов Ярославской области по итогам 2017 года.

УДК 379.85

## **ПОДХОДЫ К ПОВЫШЕНИЮ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МНОГОФУНКЦИОНАЛЬНЫХ ЦЕНТРОВ ПО ПРЕДОСТАВЛЕНИЮ ГОСУДАРСТВЕННЫХ И МУНИЦИПАЛЬНЫХ УСЛУГ**

*Е.Д. Мочалова*

*Научный руководитель: Райхлина А.В., канд. экон. наук, доцент  
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,  
Ярославский филиал*

При достижении целей, перечисленных в указе Президента Российской Федерации от 07 мая 2012 года № 601 «Об основных направлениях совершенствования системы государственного управления» многофункциональные центры обслуживания населения (МФЦ) определены одной из ключевых форм предоставления любых публичных государственных услуг, единой точкой приема заявителей и предоставления им итогового результата услуги - какого-либо документа - справки, лицензии, разрешения, либо информирования о результате рассмотрения заявления - например, начисление субсидии [1].

В настоящее время продолжается работа по развитию МФЦ в городах и районных центрах субъектов РФ. Именно заявленный темп данной работы позволил определить ряд проблем, возникающих при оказании МФЦ государственных и муниципальных услуг гражданам и юридическим лицам.

Первое - это отсутствие утвержденных регламентов государственных и муниципальных услуг, предоставляемых исполнительными органами государственной власти и органами местного самоуправления, что существенно усложняет административные процедуры предоставления услуг и, как правило, ведет к тому, что учащаются случаи субъективного вынесения решения должностных лиц при оказании услуг. При этом необходимо отметить, что регламенты муниципальных услуг не приведены к единому, типовому виду, что вызывает у заявителя дополнительные вопросы по процедуре получения муниципальной услуги.

Второе - решение задач межведомственного, внутриведомственного взаимодействия должностных лиц, принимающих участие в процессе предоставления государственных и муниципальных услуг, в настоящее

время обеспечивается, в основном, за счет потребителей этих услуг и в бумажном виде.

Третье - длительный срок оказания некоторых услуг, который в настоящее время может составлять 2-3 года.

Перечисленные выше проблемы вполне решаемы в условиях корректной работы МФЦ и могут быть устранены.

Организация взаимодействия МФЦ с федеральными органами исполнительной власти, органами исполнительной власти субъектов РФ, органами местного самоуправления осуществляется в порядке, установленном соглашениями, заключаемыми между ними согласно Федеральному закону № 210-ФЗ «Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг» [2].

МФЦ должны создаваться в рамках проведения административной реформы в целях проведения общей оптимизации предоставления государственных и муниципальных услуг за счет следующих мероприятий:

1) реализация удобной для заявителя технологии получения услуги, в том числе и в электронном виде;

2) сокращение количества документов, которые должен представить заявитель для получения услуги;

3) минимизация времени, затрачиваемого заявителем на получение услуги независимо от ее тематики, количества и местонахождения органов различных уровней власти, вовлеченных в оказание услуги;

4) межведомственная интеграция, в том числе путем объединения представителей всех компетентных органов в одном месте [3].

Способы предоставления государственных и муниципальных услуг для физических и юридических лиц через МФЦ осуществляются по принципу «одного окна», по которому прием документов осуществляют сотрудники МФЦ, формируя и передавая при этом дело в соответствующий орган исполнительной власти, уже в котором непосредственно принимается решение о предоставлении или об отказе в предоставлении услуги, конечный результат оказания услуги выдается либо самим органом исполнительной власти, либо МФЦ.

Политика совершенствования государственного управления ведет к тому, что создаются новые виды информационных решений, автоматизирующих бизнес-процессы с использованием новейших технологий в области коммуникаций и связи, повышающие эффективность деятельности МФЦ. Основными процессами, которые подлежат автоматизации работы с заявителем в МФЦ, являются:

– консультирование заявителей;

- контроль качества, полноты предоставляемого заявителем пакета документов, необходимого для оказания услуг;
- прием и обработка заявлений;
- мониторинг и контроль качества оказания услуг, с составлением отчетности по ходу и результату предоставления услуг.

Применение решений, автоматизирующих деятельность МФЦ, позволяет снизить нагрузку на специалистов МФЦ при приеме и выдаче документов, сократить количество непосредственных контактов с заявителем и уменьшить необходимый размер зала МФЦ, который необходим для очного обслуживания заявителей. Кроме того, при автоматизации процессов значительно сокращаются сроки предоставления государственных и муниципальных услуг. Автоматизация МФЦ с точки зрения получателей услуг неоспорима. Так, например, оснащение сети МФЦ системой электронной очереди снимает проблему недовольства граждан отсутствием организованной очереди на обслуживание в окна приема и выдачи документов.

В то же время несмотря на продолжающееся развитие МФЦ на территории РФ, на наш взгляд, остается целый ряд нерешенных проблем, среди которых есть как технические, так и организационные. И одной из ключевых проблем остается низкое качество предоставления государственных и муниципальных услуг на базе МФЦ.

На сегодняшний день среди наиболее распространенных проблем, касающихся непосредственно работы МФЦ, можно выделить:

- недостаточную проработанность нормативно-правовой базы (отсутствие как законодательного, так и отработанного договорного механизмов создания, эксплуатации и финансирования МФЦ);
- необходимость разработки, а в том числе и доработки административных регламентов;
- низкую квалификацию персонала,
- сложности в организации взаимодействия с органами власти и организациями.

Вышеперечисленные проблемы взаимосвязаны, поэтому их полное решение возможно только при реализации одновременного комплекса организационных, информационных, нормативно-методических и технических мероприятий со стороны государства.

Повышение эффективности деятельности возможно и со стороны МФЦ за счет внутренних факторов, а именно повышение качества услуг его специалистами, входящими в штат МФЦ.

Ключевой характеристикой МФЦ является организация ведения приема в режиме «одного окна». Соответственно, по нашему мнению, в данных учреждениях необходимо:

- использовать современные методы управления очередью, например, исключать появление ситуации, когда к одному специалисту много заявителей, в то время как другой специалист простаивает;
- обеспечить прозрачность предоставления услуг, при организации приема документов в операционном зале, где всем посетителям видно, чем занят ответственный за прием заявителей;
- повысить стандарты обслуживания заявителей.

По итогам прохождения производственной практики в МФЦ можно утверждать, что потенциал данного формата полностью не исчерпан и на его базе возможно организовать оказание большего количества услуг.

В результате изменения формы работы с гражданами меняются формы и инструменты обработки информации при оказании государственных и муниципальных услуг. Повышая эффективность деятельности МФЦ, государство получает «дивиденды» в виде снижения социальной напряженности за счет более удовлетворительного качества оказания государственных и муниципальных услуг.

#### **Библиографический список**

1. Указ Президента Российской Федерации от 07.05.2012 № 601 «Об основных направлениях совершенствования системы государственного управления».

2. Федеральный закон Российской Федерации от 27.07.2010 № 210-ФЗ «Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг».

3. Родионов М.Г. Оценка эффективности проектов государственно-частного партнерства // Материалы междунар. научно-практ. конференции «Актуальные вопросы развития экономики» / Под ред. д.э.н., проф. В.В. Карпова и д.э.н., проф. А.И. Ковалева. – Омск: ОГУ, 2015. - С. 221-225.

УДК 338.246.02

## **ОРГАНИЗАЦИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ И ПОДДЕРЖКИ РАЗВИТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ЯРОСЛАВСКОЙ ОБЛАСТИ**

*А.С. Первушина*

*Научный руководитель: Грехов Д.В., канд. экон. наук*

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Ярославский филиал*

Сегодня малое и среднее предпринимательство играет значительную роль в социально-экономической структуре Ярославской области. Оно присутствует практически во всех отраслях экономики региона.

Структурное распределение малого и среднего бизнеса по видам экономической деятельности в области, в основном, соответствует общероссийской ситуации и на протяжении ряда лет существенно не меняется. Сфера торговли и услуг – это часть экономики региона, в которой традиционно доминируют малые и средние предприятия.

Порядка 29% малых и средних предприятий занимаются торговлей, около 19% действуют в сфере услуг (здравоохранение, социальные услуги, ЖКХ, наука, информационные технологии и др.). Производственный малый бизнес представляют 19,0% от общего числа компаний. Строительством занимается 13,5%, около 4% – транспортом и связью, 4,4% – гостиничным бизнесом, 7,5% – сельским и лесным хозяйством, 3,6% прочие виды (см. рис. 1).



Рисунок 1. Структура малого и среднего предпринимательства по видам экономической деятельности

Исходя из приведенных данных, приходится констатировать тот факт, что непроизводственная сфера по-прежнему более привлекательна, чем реальный сектор экономики. В малом предпринимательстве преобладают фирмы с невысокими инвестиционными возможностями, ориентированные на узкий рынок и сферу с быстрой оборачиваемостью капитала.

По данным Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Ярославской области [3] по состоянию на 01.01.2019 года в Ярославской области осуществляли хозяйственную деятельность 56428 субъектов малого и среднего предпринимательства, в

том числе: 2383 малое предприятие, 157 средних предприятий, 26475 индивидуальных предпринимателей, 27413 микропредприятий.

По состоянию на 01.01.2019 года по сравнению с аналогичным периодом 2018 года количество малых и средних предприятий уменьшилось на 5,3%. Количество индивидуальных предпринимателей по сравнению с аналогичным периодом прошлого года увеличилось на 0,5% или на 125 ед.

По обороту малых и средних предприятий Ярославская область занимает 7 место среди субъектов Российской Федерации, расположенных на территории Центрального федерального округа (далее – ЦФО). По средней численности работающих наша область занимает 8 место в рейтинге. В разрезе регионов ЦФО по количеству малых предприятий Ярославская область на 4 месте (рейтинг показателей ЦФО опубликован на 01.01.2019 года).

Правовое регулирование малого и среднего предпринимательства на региональном уровне осуществляется в соответствии с Федеральным законом от 24 июля 2007 года № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» [1] и с законом Ярославской области от 6 мая 2008 года № 20-з «О развитии малого и среднего предпринимательства», [2] согласно которому органы государственной власти Ярославской области осуществляют поддержку субъектов малого и среднего предпринимательства и организаций инфраструктуры поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства в следующих формах:

- финансовая поддержка;
- имущественная поддержка;
- информационная поддержка;
- консультационная поддержка;
- поддержка в области подготовки, переподготовки и повышения квалификации работников;
- поддержка молодежного предпринимательства;
- поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства в сфере услуг, в области жилищно-коммунального хозяйства, инноваций и промышленного производства, ремесленничества, внешнеэкономической, сельскохозяйственной и иных видов деятельности.

Организация государственной поддержки в Ярославской области и в передовых регионах осуществляется по схожим схемам – при департаменте, ответственном за осуществление поддержки МСП создана структура, в ответственность которой входит работа по данному



направлению, в том числе реализация большинства мероприятий поддержки, а также координация деятельности прочих элементов инфраструктуры поддержки. В Ярославской области таким департаментом является Департамент инвестиций и промышленности. В рамках Департамента создан Комитет поддержки предпринимательства, который уполномочен решать задачи по выработке и реализации государственной политики в сфере поддержки предпринимательства и народных художественных промыслов на территории Ярославской области.

В инфраструктуру поддержки малого и среднего предпринимательства Ярославской области входят следующие организации:

1. АО «Региональная лизинговая компания Ярославской области» организована в форме акционерного общества, учредителями которого являются АО «Федеральная корпорация по развитию малого и среднего предпринимательства» и Ярославская область. Программой льготного лизинга могут воспользоваться индивидуальные и малые предприятия, соответствующие установленным требованиям и планирующие организацию, расширение или модернизацию производства за счет приобретения нового оборудования российского и/или импортного производства.

Региональная лизинговая компания Ярославской области стала единственной в ЦФО и 4 в России. Уставный капитал компании составляет 2 млрд. руб. (1,5 млрд. руб. - федеральная «Корпорация МСП», 0,5 млрд. руб. – Ярославская область).

2. Фонд поддержки малого и среднего предпринимательства Ярославской области, главной задачей которого является увеличение числа кредитоспособных и финансово-устойчивых предприятий малого и среднего бизнеса на территории региона, содействие реализации ими проектов, созданию новых рабочих мест.

Основными направлениями деятельности Фонда, созданного Правительством области, являются:

- предоставление субъектам малого и среднего бизнеса микрозаймов по льготной процентной ставке на сумму до 3 миллионов рублей сроком до 3 лет;

- предоставление поручительств по кредитным договорам и договорам о предоставлении банковской гарантии в размере до 25 млн. рублей на срок до 5 лет.

3. ГБУ ЯО «Корпорация развития МСП (бизнес-инкубатор)» - объект инфраструктуры поддержки предпринимательства, стартап-команд, инновационных, производственных проектов и бизнес-идей на территории Ярославской области. Структурными подразделениями Корпорации

являются Ярославский бизнес-инкубатор, Промышленный парк «Мастер», Региональный центр инжиниринга, Центр поддержки предпринимательства.

4. АНО «Центр экспорта Ярославской области», организованная в форме автономной некоммерческой организации, оказывает консультационные услуги (в том числе с привлечением профильных экспертов) по вопросам экспортной деятельности, формирует каталоги экспортеров Ярославской области.

Таким образом, в результате реализации мер государственной поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства в области созданы и функционируют организации инфраструктуры поддержки малого и среднего бизнеса, ежегодно внедряются новые формы поддержки, осуществляется софинансирование муниципальных программ развития малого и среднего предпринимательства.

#### **Библиографический список**

1. Федеральный закон от 24.07.2007 № 209-ФЗ (ред. от 03.08.2018) «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации».

2. Закон Ярославской области от 6 мая 2008 года № 20-з (ред. от 29.11.2018) «О развитии малого и среднего предпринимательства».

3. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики Ярославской области [Электронный ресурс]. – Режим доступа [http://yar.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_ts/yar/ru/statistics/enterprises/small\\_and\\_medium\\_enterprises/](http://yar.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/yar/ru/statistics/enterprises/small_and_medium_enterprises/).

УДК 336

### **ТЕОРЕТИКО-ПРАВОВЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПОНЯТИЯ «ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ФИНАНСОВЫЙ КОНТРОЛЬ»**

***А.О. Печников***

*Международная академия бизнеса и новых технологий (МУБиНТ)*

***М.А. Волков***

*Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова*

*Научный руководитель: Волков А.Ю., д-р экон. наук, доцент*

Государственный финансовый контроль в России формировался в процессе исторического развития [3] и в настоящее время требует заинтересованного и целеустремленного рассмотрения как в части содержания, так и в части нормативного закрепления [2; 4].

Формы государственного финансового контроля в настоящее время не до конца сформировались, отсутствует законодательство, детально

регламентирующее процедуры. Первоначально требуется разработка и законодательное закрепление самого понятия «государственный финансовый контроль». С другой стороны, необходимо разделить такие очень важные понятия как «контроль» и «надзор». Под надзором обычно понимается наблюдение за законностью деятельности. Под контролем обычно понимают в дополнение к проверке на соответствие закону и саму надзорную деятельность специально уполномоченных органов.

Система государственного финансового контроля в нашей стране, как и во многих других странах, построена на основании принципов Лимской декларации руководящих принципов финансового контроля, которая была принята IX Конгрессом Международной организации высших контрольных органов в 1977 году. Исходя из общепризнанных принципов международного права, декларация носит рекомендательный характер. При этом все государства, ее ратифицировавшие, придерживаются ее положений и включают их в свое национальное законодательство.

Главной целью Лимской декларации является обеспечение максимальной независимости органов, которые осуществляют государственный финансовый контроль.

В литературе существует множество понятий «государственного финансового контроля». Не все исследователи в этой области сходятся во мнении. Рассмотрим основные теории:

1. «Государственный финансовый контроль» - это «совокупность регулярных и непрерывных процессов, с помощью которых участники в легитимной форме обеспечивают эффективное функционирование государственного сектора».

2. «Государственный финансовый контроль» - это контроль над законностью и целесообразностью действий в области образования, распределения и использования денежных фондов государства и субъектов местного самоуправления в целях эффективного социально-экономического развития страны и отдельных ее регионов.

3. «Государственный финансовый контроль» - это специфический вид контроля, который осуществляется государственными органами или от имени государства в целях обеспечения единой государственной финансовой политики и финансовых интересов государства и его граждан.

Указанные выше трактовки понятия «государственный финансовый контроль» указывают на его основную направленность – на недопущение или пресечение различного рода нарушений. Однако данный подход к определению государственного финансового контроля не является единственным.

Государственный финансовый контроль реализуется как функция государственного управления. При этом он не обусловлен ни формой государства, ни государственным строем, ни формой государственного устройства, ни с политической системой государства, не является атрибутом какого-либо одного государственного режима. Он не связан с тоталитарным политическим режимом государства. Он всегда присущ любому государству, которое стремится обеспечить реализацию своей политики, законов и иных правовых актов, охрану государственных и общественных интересов.

Государственный финансовый контроль является сложной категорией. Во-первых, государственный финансовый контроль – это функция государства. В этом понимании, государственный контроль выступает средством, инструментом реализации политики государства. Во-вторых, государственный финансовый контроль можно рассматривать как отдельный вид управленческой деятельности, имеющей свои методы, способы и формы реализации.

В Конституции Российской Федерации слово «контроль» упоминается в п. «а» ст. 71. Указанная статья гласит, что осуществление контроля над соблюдением федеральных законов относится к ведению Российской Федерации. Кроме того, ст. 11 Конституции Российской Федерации гласит, что государственную власть в Российской Федерации осуществляют Президент Российской Федерации, Федеральное Собрание Российской Федерации, Правительство Российской Федерации и судебные органы. Соответственно, государственный финансовый контроль является полномочием государства и осуществляется его органами. Из этого можно сделать вывод, о том, что государственный финансовый контроль обобщенно предусмотрен конституционными нормами. Глава 26 Бюджетного кодекса Российской Федерации уделяет внимание видам, объектам и методам, и полномочиям органов государства в сфере государственного финансового контроля, но понятия государственному финансовому контролю она не дает.

Понятие «государственный финансовый контроль» на законодательном уровне закреплено в Указе Президента Российской Федерации от 25.07.1996 № 1095 «О мерах по обеспечению государственного финансового контроля в Российской Федерации». Согласно указанному документу, «государственный финансовый контроль – это контроль за исполнением федерального бюджета и бюджетов федеральных внебюджетных фондов, организацией денежного обращения, использованием кредитных ресурсов, состоянием государственного

внутреннего и внешнего долга, государственных резервов, предоставлением финансовых и налоговых льгот и преимуществ».

Таким образом, государственный контроль – это часть деятельности государственных специально уполномоченных органов, которая направлена на защиту интересов как государства в целом и его экономических интересов, и безопасности, так и на защиту субъектов экономической деятельности.

Можно сделать вывод о том, что, финансовый контроль, в том числе государственный финансовый контроль, выступает средством достижения стоящей перед государством цели – установления всеобщего правопорядка. Он способствует эффективному использованию бюджетных средств [6]. Финансовый контроль со стороны государства за негосударственной сферой экономики касается лишь выполнения денежных обязательств перед государством, включая уплату налогов и других обязательных платежей, соблюдение законности и целесообразности при расходовании бюджетных ассигнований и использовании кредитов, выполнение установленных правительством правил организации денежных расчетов, ведения бухгалтерского учета и отчетности [1].

Исходя из вышесказанного, можно сделать следующие выводы. Государственный финансовый контроль - это сложная категория. Это функция государственного управления, по отношению к которому он выступает средством, инструментом реализации политики государства. Также финансовый контроль - это деятельность управленческая. Она осуществляется посредством особых методов, способов и форм реализации [5].

На основании вышеизложенных точек зрения можно составить следующее определение государственного финансового контроля. Государственный финансовый контроль – это деятельность специально уполномоченных государственных органов по проверке законности, целесообразности и эффективности получения, распределения и использования финансов с целью предупреждения и пресечения различного рода нарушений, осуществляемая в соответствии с законодательством Российской Федерации. Приведенное выше определение необходимо закрепить на законодательном уровне.

Необходимо отметить, что основы осуществления государственного финансового контроля регламентируются, в самом общем смысле нормами Конституции Российской Федерации. В связи с этим точка зрения, согласно которой государственный финансовый контроль не имеет своего конституционного закрепления, является ошибочной.

### **Библиографический список**

1. Бюджетное право и финансовая деятельность государства на современном этапе (к 90-летию со дня рождения М. И. Пискотина): материалы Международной научно-методической конференции. Москва, 28 ноября 2014 года / А.С. Алимбекова. - М.: Российский государственный университет правосудия, 2015. - 308 с.
2. Волков А.Ю. О проблемах законодательных дефиниций (на примере определения государственного финансового контроля) // В сборнике: Высшая школа России перед вызовами современности: перспективы развития материалы VII Международной учебно-методической конференции. под ред. А. Ю. Александра, Е. Л. Николаева. - 2015. - С. 164-167.
3. Волков А.Ю., Волков М.А. О подходах к исторической периодизации финансового контроля // Экономика, статистика и информатика. Вестник УМО. - 2014. - № 6-2. - С. 268-272.
4. Волков А.Ю., Зборовская Е.Б. О неопределенности финансового контроля // Научно-методический электронный журнал Концепт. - 2016. - № Т37. - С. 38-43.
5. Рябухин С.Н. Аудит эффективности использования государственных ресурсов. - М., 2004. - С. 8.
6. Сараджева О.В. Финансовая безопасность: монография / О.В. Сараджева, Е.Н. Барикаев. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2016. - 103 с.

УДК 351

### **НЕКОТОРЫЕ АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ В РОССИИ**

***Е.П. Пузанкова***

*Международный университет бизнеса и новых технологий (МУБиНТ)  
Научный руководитель: Волков А.Ю., д-р экон. наук, доцент*

Вопросы государственного управления занимают особое место в любом государстве. В связи с этим особую важность приобретает правовое регулирование государственного управления, в рамках которого существует множество важнейших аспектов.

Алексей Кудрин в своем интервью заметил, что «российская экономика является государственно-центричной, поэтому начинать реформы нужно с системы государственного управления» [7]. При этом, на гайдаровском форуме А. Кудрин высказался о том, что институты государственного управления, предпринимательская среда, инвестирование находятся в таком состоянии, которые на данный момент

не позволяют решать поставленные задачи по реформе в сфере государственного управления. Необходимо признать, что в России существуют проблемы с инновациями [1].

Отметим, что в Конституции Российской Федерации термин «государственное управление» не содержится, однако ряд статей Конституции Российской Федерации все же имеет отношение к вопросу о понимании государственного управления.

Федеральным законом «О стратегическом планировании в Российской Федерации» от 28.06.2014 № 172-ФЗ под государственным управлением предлагается понимать «деятельность органов государственной власти по реализации своих полномочий в сфере социально-экономического развития России и обеспечения национальной безопасности страны». Однако в данном определении можно выявить некоторые правовые недоработки. Во-первых, в нем используется широкий подход к государственному управлению, распространяющийся на все ветви власти. Во-вторых, в рамках указанного определения нельзя выявить возможность участия в государственном управлении других субъектов, помимо органов государственной власти. Подобный недостаток имеет также определение, которое было дано на втором Совещании экспертов ООН в 1970 г.: «государственное управление – это административно-государственная деятельность или «процесс достижения национальных целей и задач через государственные организации» [6, с. 34].

Кроме того, государственное управление как процесс не регулируется федеральными или региональными актами. Например, анализ норм Бюджетного Кодекса Российской Федерации и Федерального закона «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» от 06.10.2003 № 131-ФЗ позволяет выявить ряд проблем в сфере финансового контроля и управления. Так, согласно закону № 131-ФЗ представительный орган, глава муниципального образования, местная администрация являются обязательными элементами в структуре органом местного самоуправления, но что касается контрольно-счетного органа, то он может быть образован представительным органом в целях осуществления внешнего муниципального финансового контроля. При этом, в рамках бюджетного законодательства ситуация выглядит таким образом, что наличие органа муниципального финансового контроля в муниципальных образованиях является обязательным. Контрольно-счетные органы образованы практически во всех муниципальных районах и городских округах Российской Федерации [8]. Учитывая, что того же нельзя сказать о поселениях возникает ряд вопросов, ответов на которые найти в российском законодательстве пока что не представляется

возможным, например, необходимо ли наличие контрольно-счетных органов в поселениях? В части организации финансового контроля в госструктурах вообще множество проблем [2; 3; 4].

Особого внимания заслуживает работавший с 2012 года Федеральный закон № 223-ФЗ «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц», регулирующий сферу госзакупок для государственных компаний и монополий. С 1 января 2014 заработал Федеральный закон № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок», отдельные положения которого предусматривают их постепенный ввод. Стоит отметить, что с момента правового реформирования сферы государственных закупок возник ряд изменений в других нормативно-правовых актах. Например, изменения были внесены в Федеральный закон от 26 июля 2006 года № 135-ФЗ «О защите конкуренции», которые были связаны с особенностями заключения договоров с финансовыми организациями, порядком заключения договоров в отношении государственного и муниципального имущества, требованиями к торгам, запросам котировок и предложений. Помимо этого, изменениям подвергся Кодекс об административных правонарушениях в вопросах установления ответственности за нарушения, в том числе в бюджетной сфере и сфере государственных закупок. Очевиден положительный характер самого факта принятия подобных законопроектов в сфере государственных закупок. Тем не менее, налицо наличие скорее спорных вопросов, чем утверждение об эффективности правовых механизмов, заключённых в нормах законов № 223-ФЗ и № 44-ФЗ. Открытыми остаются вопросы по проведению качественной экономической экспертизы контрактов в целях определения таких их цен, которые адекватно соотносились бы с социально-экономическими реалиями. По-прежнему отсутствует нижний ценовой порог, неразрешённой остаётся ситуация, связанная с контролем над квалификацией работников, осуществляющих ту или иную деятельность.

Что касается государственного управления в сфере банковского кредитования, основная проблема заключается в том, что многие банки склонны исказить свою отчётность. Основными побудительными мотивами для этого являются стремление банков: снизить балансовую прибыль, проверки и ревизии кредитной политики банка со стороны надзорных и контрольных органов государства; избежать репутационных рисков; повысить резервы на возможные потери по ссудам и др.

Указанные выше тенденции отражают негативные явления, связанные с процессами банковского кредитования. Как верно отметил Макаров В.Ю., «кредитование должно идти в русле общей экономической политики, и такой прорыв в области потребительского кредита должен



подкрепляться мерами стимулирования и соответствующей поддержки, в первую очередь государственной, развития отечественной промышленности и сферы услуг» [5].

В это связи, Банку России как органу государственного управления целесообразно было бы отойти от монетарных мер по борьбе с инфляцией, сконцентрировавшись на смягчающие меры денежно-кредитной политики. Результатом таким мер должно стать снижение процентных ставок, рост объёмов производства и повышение предпринимательской активности внутри страны.

Для успешного реформирования государственного управления также важно укрепить и усовершенствовать судебную систему, обеспечить российские суда кадровой и финансовой нестабильностью. Отметим, что финансовая и кадровая независимость судов является важнейшей гарантией самостоятельности судей. Например, во многих странах законодательство предусматривает для судов определённый процент от бюджета, который идёт на финансирование судебной системы и остаётся, как правило, неизменным в течение длительного периода времени (например, пять лет). Естественно, то, что финансовая независимость судов является важным инструментом против установления зависимости судей от исполнительной и законодательной ветвей власти.

Таким образом, сложившаяся система государственного управления в настоящее время имеет некоторые недочеты, что влечет снижение эффективности ее деятельности. При этом необходимо отметить, что государство стремится ее реформировать и устранять недостатки.

#### **Библиографический список**

1. Волков А.Ю. Инновации и Россия // Научные труды Вольного экономического общества России. - 2010. - Т. 136. - С. 102-113.

2. Волков М.А., Зборовская Е.Б. О методических проблемах регулирования и преподавания финансового контроля // В сборнике: Высшая школа России перед вызовами современности: перспективы развития Материалы VII Международной учебно-методической конференции. под ред. А.Ю. Александрова, Е.Л. Николаева. - 2015. - С. 167-171.

3. Зборовская Е.Б., Волков М.А. О ведомственном финансовом контроле и направлениях его совершенствования // Интернет-журнал Науковедение. - 2015. - Т. 7. - № 3 (28). - С. 28.

4. Зборовская Е.Б., Волков М.А. О проблемах регулирования финансового контроля // В сборнике: Инновационные направления развития АПК и повышение конкурентоспособности предприятий, отраслей и комплексов - вклад молодых ученых сборник научных трудов

по материалам XIX международной научно-практической конференции. - 2016. - С. 232-235.

5. Макаров В.Ю. Проблемы банковского кредитования // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия Экономика. Управление. Право. – 2014. – № 1-1. – С. 69.

6. Положихина М.А. Организация государственного управления в современной России: структура, технологии, оценки. – М., 2012. – 213 с.

7. России нужно начать реформы с государственного управления, считает Кудрин [Электронный ресурс]. – URL: <https://ria.ru/politics/20170113/1485632368.html>.

8. Цанунин А.А., Волков М.А. О некоторых особенностях контрольно-счетных органов субъектов Российской Федерации // В сборнике: Современная наука: теоретический и практический взгляд Сборник статей Международной научно-практической конференции. Ответственный редактор Сукиасян А.А. - 2015. - С. 65-67.

УДК 379.85

## **АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО И МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ В РОССИИ**

***В.И. Рыкушина***

*Научный руководитель: Кальсин А.Е., д-р экон. наук, профессор  
Ярославский государственный педагогический университет  
им. К.Д.Ушинского*

Целью моего исследования было изучение актуальных проблем государственного и муниципального управления в Российской Федерации. Актуальность вызвана именно тем, что в последнее время всё чаще в источниках СМИ публикуются на общее обозрение населения проблемы государственного и муниципального управления в разных регионах. Проявление данных проблем влияет на качество жизни населения, как отдельных категорий, так и всего общества в целом. Необходимо разобраться в причинах и источниках проблем, чтобы в последствии найти наиболее эффективные пути их решения. Проблема государственного и муниципального управления весьма интересна и имеет значительный практический интерес, а также имеет большие возможности для исследования различных аспектов всего комплекса вопросов, связанных с госуправлением.

В настоящее время проблема продуктивного управления является одной из наиболее актуальных в России. По данным Росстата, Россия отстаёт от таких развитых стран, как США, Япония, Финляндия по многим

показателям. В частности, по показателю «управление» мы находимся на 108-ом месте из 149. Данный показатель свидетельствует о том, что России значительно проигрывает по данному показателю многим другим странам. Поэтому можно сделать вывод о том, что государственное и муниципальное управление в России имеет свои определённые направления для перспективного развития. И именно это и привлекает всё большее внимание российских исследователей, менеджеров и государственных служащих к данной тематике [3].

Выделяют 5 основных и ключевых проблем государственного управления:

1. Методы управления авторитарного характера на уровне государства. На сегодняшний день в основном остаются такие же методы управления, как и ранее (управленческий дух и атмосфера сложились в условиях командно-плановой экономики). Новые организационные формы в значительной степени не соответствуют старому содержанию управленческих отношений в государственном аппарате.

2. Непроработанное нормативно-правовое обеспечение государственного управления в части полномочий, специфики государственных органов и взаимоотношений, как между органами власти, так и между государственными органами с гражданами.

3. Недостаточно отработана вертикаль власти в стране, остаются спорными многие вопросы взаимодействия федеральных и республиканских (субъектов Российской Федерации) органов управления. В большинстве таких случаев проигрывает население, общество в целом. В этой атмосфере федеральные, республиканские и областные органы получают прекрасную возможность уходить от ответственности, перекладывая друг на друга свои промахи и недоработки.

4. Коррупция. Коррупция буквально разъедает систему государственного управления. Коррупцированные чиновники и работники государственных структур, касающиеся гос. управления, не заботятся о качестве жизни населения и условий жизнедеятельности. Их цель не заключается в улучшении благосостояния общества.

5. Непрофессионализм и неквалифицированность сотрудников государственного управления, компенсируется их количеством. Наблюдается интенсивный прирост работников, знания и навыки которых не всегда соответствуют занимаемой должности. В основном это не столько физическое увеличение штата госаппарата, сколько неудачное соотношение элементов управленческой вертикали. Последнее имеет место не только на региональном и местном уровнях, что отчасти оправдано необходимостью укрепления самостоятельности этих звеньев

управления, расширением их функционала; но и на уровне центральных и территориальных аппаратов федеральных органов государственной власти.

Итак, при имеющихся проблемах государственного устройства, уже несущественными кажутся снижение служебной дисциплины, старение кадров, слабое информационно-техническое обеспечение деятельности государственного аппарата и т.д. Хотя эти проблемы необходимо решать.

Муниципальное управление - это практическое, организующее и регулирующее воздействие местных органов власти на общественную жизнедеятельность населения муниципального образования в целях ее упорядочения, сохранения или преобразования, опирающееся на их властную силу.

В ходе эффективного становления и функционирования системы муниципального управления необходимо решить следующие проблем:

1. Проблема равноправного разграничения полномочий между федеральным, региональным и муниципальным управлением;

2. Проблема совершенствования взаимоотношений, методов и структур управления в целях повышения эффективности всей системы муниципального управления;

3. Проблема создания эффективной, гибкой и современной системы подготовки кадров для работы в органах муниципального управления [1].

Одна из важных и глобальных целей современной России является формирование кадрового состава исполнительной власти регионов в связи с назначением новых требований и стандартов. Важно отобрать персонал необходимой квалификации, верно и объективно провести оценку персонала и в последствие управления обеспечить их карьерой [2]. Для решения поставленной задачи определяются ресурсы, время, ответственные лица и ожидаемые результаты. Решение задач может выглядеть как проект, который также имеет свою главную цели и соответствующие задачи и ожидаемые результаты, которые в обязательном порядке должны иметь количественные и качественные показатели, т.е. должны подвергаться оценке.

Государственная и муниципальная служба управления станет примером демократических и правомерных отношений найма и труда. Страна приближается к состоянию, когда работа государственного и муниципального аппарата не будет зависеть от того, кто находится в должности власти, важна будет работа четко отлаженного механизма, который обеспечивал бы стабильность, комплексность, эффективность и гибкость системы государственного управления [4]. Путь достижения может быть достигнут при совокупности различных условиях и факторов,

которые будут стараться выстраивать и грамотно применить государство, а именно соблюдение нормативно - правовой базы и ужесточение мер наказания за её нарушение, совершенствование системы мотивации и стимулирования персонала, улучшение условий труда для работников.

Для большего обеспечения эффективности функционирования каждого государства необходимо присутствие качественного, ответственного аппарата местного самоуправления.

Таким образом, принципы муниципальной службы диктуют главные закономерности, формы и принципы в системе функционирования и организации работы муниципальной службы, показывающие значимость, социальную ценность взаимоотношений, возникающих в системе различных служб. Отсутствие и невыполнение правовых принципов влечёт за собой произвол, неорганизованность, беззаконие, несправедливость, что в совокупности может привести к разлому общества и экономики государства в значительной степени. Именно поэтому данная проблема государственного и муниципального управления является значимой и актуальной тематикой сегодняшнего дня в России.

#### **Библиографический список**

1. Атаманчук Г.И. Критерии социальной эффективности управления / Сборник «Проблемы повышения эффективности государственного и муниципального управления в современной России». - Ростов н/Д., 2012.

2. Барсукова Л.Я. Повышение эффективности управления муниципальной системой образования// Вопросы государственного и муниципального управления, № 4, 2009.

3. Прокофьева С.Е., Панина О.В., Еремин С.Г. Актуальные проблемы и перспективы развития государственного управления: сборник научных статей IV Международной научно-практической конференции (1-2 декабря 2016 г.) / под ред. С.Е. Прокофьева, О.В. Паниной, С.Г. Еремينا. - М: Юстицинформ, 2017. - 390 с.

УДК 360.032

### **РАЗВИТИЕ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА В СФЕРЕ СПОРТА (НА ПРИМЕРЕ ЯРОСЛАВСКОЙ ОБЛАСТИ)**

*А.Д. Семенюк*

*Научный руководитель: Грехов Д.В., канд. экон. наук*

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Ярославский филиал*

В Ярославской области проблеме физического воспитания детей и молодежи уделяется пристальное внимание. Работа по улучшению

здоровья и физического состояния детей и молодежи основывается на комплексном программно-целевом подходе. С 2006 г. последовательно реализуются городские целевые программы по развитию физической культуры и спорта. В рамках программной деятельности были открыты 8 физкультурно-оздоровительных комплексов, 2 крытых катка с искусственным льдом, легкоатлетический манеж, 12 мини-футбольных полей с искусственным покрытием, проводится реконструкция дворца спорта «Автодизель» и стадиона «Шинник».

В Ярославской области постоянно проводятся всевозможные спортивные мероприятия по шорт-треку и биатлону, художественной гимнастике, восточным единоборствам, спортивным танцам, легкой атлетике, лыжам, баскетболу, волейболу и другим видам спорта.

Удачные выступления и постоянно растущий уровень подготовки ярославских спортсменов связаны и с тем, что по статистике каким-либо спортом в Ярославле занимается каждый пятый житель, не считая тех, кто просто увлекается им.

В Ярославской области наблюдается устойчивый рост численности населения, систематически занимающегося физической культурой и спортом. На 31 декабря 2013 года численность занимающихся составила 329965 человек, что составляет 25,9% от общей численности населения области. За последние 5 лет доля населения, регулярно занимающегося физической культурой и спортом в общей численности населения, выросла с 13 до 25,9% процентов [5].

К 2020 году доля населения, занимающегося физической культурой и спортом, должна составить 40%. Для достижения данного результата необходимо ежегодно до 2020 года увеличивать значение показателя на 2 процента, что составляет 26 тысяч человек. В итоге к 2020 году количество граждан, систематически занимающихся физической культурой и спортом, должно составить 520 тыс. человек.

Теперь проанализируем число спортивных сооружений в Ярославской области. По статистическим данным мы можем увидеть, что с 2015 года по 2017 годы идет положительная тенденция увеличения спортивных сооружений в Ярославской области, однако количество стадионов с трибунами как было в 2015 году 13, так и осталось. Но несмотря на увеличения числа спортивных объектов, в области имеется ряд проблем в сфере физической культуры и спорта [5].

Дальнейшее развитие отрасли связано с решением основных проблем, выявленных в ходе реализации программ по развитию физической культуры и спорта в Ярославской области. В концепции развития физической культуры и спорта в Ярославской области на период до 2020

года самой первой проблемой указано: «Недостаточное участие бизнеса и частного капитала в процессе развития сферы физической культуры и спорта», что говорит о её важности.

Ярким примером государственно - частного партнерства в Ярославской области является строительство спортивного комплекса «Звезда» в городе Рыбинск, на основе концессии. Целью данного проекта заключается в повышении обеспеченности спортивными сооружениями в Ярославской области. Исполнением данного мероприятия занимался департамент по физической культуре и спорту Ярославской области.

В Ярославской области развитие физической культуры и спорта осуществляется преимущественно за счет областного и муниципальных бюджетов, что является сдерживающим фактором более интенсивного развития отрасли [5].

Сегодня большинство проектов государственно-частного партнерства в России используется в сферах, которые и так под силу частному сектору без вмешательства государства. Основная задача государства должна состоять в активизации отдельных видов деятельности, которые составляют сложность для односторонней работы бизнеса, а значит, в первую очередь должны реализовываться именно эти проекты [4].

Также, на сегодняшний день считается, что из-за небольшого опыта реализации государственно-частного партнерства такие проекты не являются более финансово выгодными, чем, если бы их осуществляла одна из сторон по отдельности. Но меняется отношение к качеству проекта, так как финансирование и риски распределяются между сторонами. Экономия на качестве – довольно частый случай при отсутствии достаточного финансирования.

Распределение рисков – это ключевой признак государственно-частного партнерства. При этом разные виды рисков могут нести разные стороны в неравных соотношениях. Государство в любом случае несет риск при выборе частного партнера, его конкурентных преимуществ перед другими фирмами. Государственным рискам относится и использование собственного имущества или земельного участка, например, вариант более выгодного альтернативного использования [3].

Именно поэтому органам исполнительной власти в сфере физической культуры и спорта необходимо:

- усложнить договорные и финансовые модели взаимодействия;
- уточнить договорное оформление процедур разделения и управления рисками государственно-частного партнерства;
- ужесточить ответственность частной стороны за соблюдение ключевых показателей качества товаров, работ, услуг в рамках проектов.

### **Библиографический список**

1. Федеральный закон от 04.12.2007 № 329-ФЗ «О физической культуре и спорте в Российской Федерации».
2. Федеральный закон от 13.07.2015 № 224-ФЗ «О государственно-частном партнерстве, муниципально-частном партнерстве в Российской Федерации и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации».
3. Алпаатов А.А. Государственно-частное партнерство. Механизмы реализации / А.А. Алпаатов. - М.: Альпина Паблишер, 2015. - 594 с.
4. Аналитическая отчетность по результатам исследования «Развитие государственно-частного партнерства в регионах России: инвестиции и инфраструктура». – М., 2017. – 145 с.

УДК 353.2

## **СОВРЕМЕННАЯ ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ ПОЛИТИКА ЯРОСЛАВСКОЙ ОБЛАСТИ**

***О.Д. Сысоев***

*Научный руководитель: Грехов Д.В., канд. экон. наук*

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,  
Ярославский филиал*

В современных условиях усложнения социально-экономических процессов государственным служащим необходимо понимать их сущность и подходить к решению проблем комплексно, так как социальная, экологическая и экономическая сферы жизни общества тесно связаны и оказывают влияние друг на друга. Только сбалансированное развитие этих сфер обеспечит стабильное развитие государства. В научных и политических кругах данная концепция получила такое название, как устойчивое развитие. Оно подразумевает удовлетворение потребностей современного поколения, не угрожая возможности будущих поколений удовлетворять их потребности [2]. Смысл концепции состоит в достижении баланса между экономическим ростом, социальным прогрессом и охраной окружающей среды. Необходимо, чтобы эти сферы развивались как единое целое и взаимодополняли друг друга.

Экономический аспект устойчивого развития заключается в рациональном использовании ограниченных ресурсов и применении современных энерго- и природосберегающих технологий, и создании экологически безопасной продукции, снижении отходов и их повторной переработке.



Социальный аспект направлен на обеспечение сохранности и стабильности человеческого общества и культуры, а также на снижение войн и конфликтов в мире. Важнейшими способами достижения такой стабильности являются: справедливое распределение благ и создание условий для активного участия людей в формировании окружающей их среды жизнедеятельности.

Экологическая составляющая заключается в том, что без чистой окружающей среды невозможен ни экономический рост, ни социальный прогресс. Важным направлением деятельности является поддержание жизнеспособности экологических систем и возможности их самостоятельного развития.

Являясь комплексной проблемой, затрагивающей практически все сферы жизни общества, охрана окружающей среды требует слаженной деятельности всех ветвей власти на всех уровнях. Как сказал Президент: «Сегодня разговор об экологических проблемах надо вести в наступательном и практическом ключе и выводить природоохранную работу на уровень системной, ежедневной обязанности государственной власти всех уровней» [3].

В России впервые на официальном уровне понятие устойчивого развития появилось в Указе Президента РФ «О Концепции перехода Российской Федерации к устойчивому развитию» в 1996 году, и получило дальнейшее развитие во множестве нормативно-правовых актов, среди которых: Федеральный закон № 7 «Об охране окружающей среды», Государственная экологическая доктрина Российской Федерации, Распоряжение Президента РФ «О Климатической доктрине Российской Федерации», Основы Государственной политики в области экологического развития Российской Федерации на период до 2030 года.

Однако, несмотря на положительные сдвиги в природоохранной сфере, успех экологической политики все еще под вопросом. Государству необходимо достичь сбалансированности между экономическим, экологическим и социальным развитием. В данный момент наблюдается приоритет экономики над остальными сферами жизни общества, но все чаще говорится о стремлении в достижении их баланса.

Новый этап экологической политики начался с того, что 5 января 2016 года Президент Российской Федерации Владимир Владимирович Путин подписал указ, в соответствии с которым 2017 год в России был объявлен годом экологии. «Цель данного решения – привлечение внимания общественности к накопившимся проблемам в сфере экологии и обеспечение их скорейшего разрешения» [3].

Переход России к устойчивому развитию во многом зависит от деятельности региональных властей, ведь именно они, опираясь на свой опыт управления областью, знания о природно-ресурсных, исторических и промышленных особенностях региона могут внести наибольший вклад в совершенствование охраны окружающей среды.

Новым толчком в экологическом развитии Ярославской области стало признание губернатором текущих экологических проблем и последующая разработка способов их решения. Как сказал Дмитрий Миронов: «Следующие пять лет работы должны стать пятилеткой экологии в Ярославской области. Сегодня мы едва ли не первый регион в стране, кто честно смотрит в глаза проблемам экологии и, в частности, обращения с твердыми бытовыми отходами. В ближайшие пять лет мероприятия по ликвидации накопленного ущерба прошлых лет должны стать главными направлениями для обеспечения экологической безопасности жителей региона. Нам предстоит сформировать основные принципы концепции новой экологической политики. Уверен, нам по силам справиться с решением этих задач» [4].

Результатом разработки способов решения проблем стал системообразующий документ – Новая экологическая политика Ярославской области, где указаны цели политики, текущие задачи и направления их решения. Несмотря на важность данного документа, существует риск, что он будет носить лишь декларативный характер, поэтому для предотвращения данного риска важно активное участие граждан и постоянное проведение общественного контроля. Охрана окружающей среды представляет собой деятельность не только органов власти, но и юридических и физических лиц, и направлена на сохранение и восстановление природной среды, рациональное использование и воспроизводство природных ресурсов, предотвращение негативного воздействия хозяйственной и иной деятельности на окружающую среду и ликвидацию ее последствий [1].

Таким образом, каждый гражданин должен осознавать важность охраны окружающей среды и вносить свой вклад в общее дело. Ярославскому, да и всему российскому обществу необходимо развивать гражданское общество, поскольку только в диалоге между властью и населением можно достичь существенных успехов в развитии региона и всей страны.

#### **Библиографический список**

1. Федеральный закон от 10.01.2002 № 7-ФЗ (ред. от 29.07.2018) «Об охране окружающей среды».

2. Дятлов С.А. Основы концепции устойчивого развития. - М.: ИНФРА-М, 2017. - 185 с.

3. Официальный сайт Года экологии в РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ecoyear.ru/about>.

УДК 379.85

## **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ В СФЕРЕ КУЛЬТУРЫ НА ПРИМЕРЕ ДЕПАРТАМЕНТА КУЛЬТУРЫ ЯРОСЛАВСКОЙ ОБЛАСТИ**

*А.М. Шабанова*

*Научный руководитель: Акимова Ю.Н., канд. псих. наук, доцент  
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,  
Ярославский филиал*

В настоящее время, несмотря на повышенное внимание экономической науки к сфере услуг, не достаточно исследованы и обоснованы проблемы государственного регулирования некоммерческого сектора сферы услуг, в частности услуг в сфере культуры.

Культура рассматривается сегодня как совокупность способов и результатов творческого преобразования человеком природы и общества и представляет собой один из видов человеческой культуры. Исходя из этого, можно подчеркнуть, что «культура в определенном смысле является мерой и способом всестороннего духовного развития человека как структурной единицы общества» [5, с. 8].

Тема управления в сфере культуры современной России является одной из самых актуальных. Это подтверждается повышенным вниманием государства к этой отрасли в последние годы. На федеральном уровне разработан целый ряд нормативно-правовых актов, в том числе концептуального и стратегического содержания, например, Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации до 2020 года, которая «рассматривает обеспечение доступа к культурным ценностям» [2].

Одной из важных проблем государственного управления в сфере культуры является то, как с помощью действенных рыночных механизмов, превратить этот ценный ресурс в активно работающий духовный и материальный капитал, в движущий фактор дальнейшего развития социально-экономического прогресса российского общества.

Основным внешним органом, который регулирует культурную деятельность в современном обществе, является государство. Формирование и осуществление осмысленной культурной политики

является одной из важных задач государства, во многом определяющих его жизнеспособность и место в цивилизованном мире.

Государственное управление культурной сферой осуществляют органы государственной власти, соответствующие государственному устройству общества (см. рис. 1).

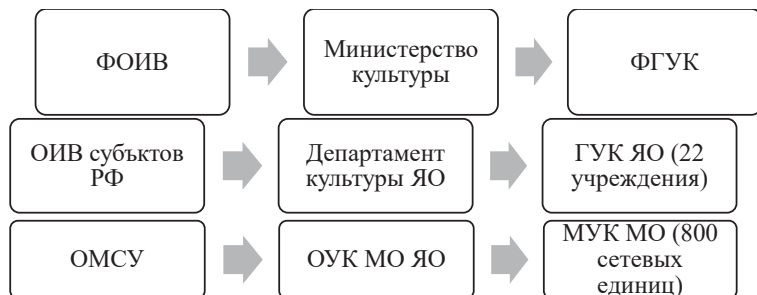


Рисунок 1. Федеративное устройство органов власти в сфере культуры (на примере Ярославской области)

Сегодня управление культурной сферой осуществляют органы государственной власти, соответствующие государственному устройству общества. В управлении сферой культуры выделяют три уровня: федеральный, региональный (республика, край, область) и муниципальный (район, город). На каждом из этих трех уровней государственное управление осуществляется органами трех ветвей власти: законодательной, исполнительной и судебной.

На региональном уровне субъектами управления сферой культуры являются структурные подразделения администрации республик, краев, областей (департаменты, управления, отделы, комитеты, министерства), находящиеся в двойном подчинении – администрации области, края, и Федеральному Министерству культуры.

К полномочиям органов муниципального образования в сфере культуры относятся:

- организация библиотечного обслуживания населения, комплектование и обеспечение сохранности библиотечных фондов библиотек поселения;
- создание условий для организации досуга и обеспечения жителей поселения услугами организаций культуры;
- создание условий для развития местного традиционного народного художественного творчества, участие в сохранении, возрождении и развитии народных художественных промыслов в поселении, и т.д. [1].

Департамент культуры Ярославской области создан согласно постановлению Правительства Ярославской области от 17.06.2015 № 658-п «О департаменте культуры Ярославской области».

Департамент культуры Ярославской области, является [3]:

- органом исполнительной власти Ярославской области, осуществляющим функции по реализации единой государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере культуры;
- уполномоченным органом исполнительной власти Ярославской области по осуществлению государственного контроля за состоянием государственной части Музейного фонда Российской Федерации;
- является правопреемником департамента культуры и туризма Ярославской области.

На 01.01.2019 года, в области функционируют 22 государственных учреждения (6 музеев, 4 библиотеки, 4 образовательные организации, 2 театра, 2 концертные организации, 3 учреждения культурно-досугового типа, общежитие) и 158 муниципальных учреждений культуры (800 сетевых единиц).

На территории области функционируют 4 федеральных учреждения культуры (театр Волкова, театральный институт, цирк, музей «Ростовский кремль»), а также негосударственные учреждения культуры. Наиболее известные из них – музей «Музыка и время», камерный театр, историко-культурный комплекс «Вятское».

В отрасли работают 6154 специалиста (см. табл. 1).

Таблица 1. - Численность работников в сфере культуры ЯО на 2018 год

Уровень учреждения	Количество сотрудников
1. Государственные учреждения	1576 человек
2. Муниципальные учреждения	2809 человек
3. Федеральные учреждения	479 человек
Так же в образовании в сфере культуры работают 1290 человек	
Итого	6154 специалиста

Сокращение численности за 2018 год составило 1100 человек, что связано с оптимизацией численности работников муниципальных учреждений культуры категории прочего персонала.

На сегодняшний день основным инструментом управления отраслью является бюджетное финансирование, привлечение средств из федерального бюджета, участие федеральных и региональных целевых программах.

Бюджетное финансирование отрасли «культура» в Ярославской области осуществляется в рамках исполнения государственной программы и муниципальных программ в сфере культуры. «Бюджетное финансирование отрасли в 2018 году на исполнение государственной программы «Развитие культуры и туризма в Ярославской области» и муниципальных программ составило около 3 млрд. рублей (в 2017 году – 3 млрд.060 млн. рублей) [4].

В структуре консолидированного бюджета области 2017 года доля расходов сферы культуры составила 4,1% (см. рис. 2).

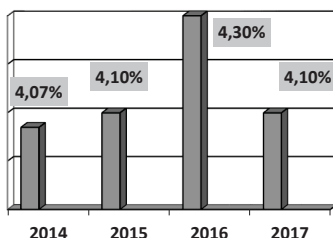


Рисунок 2. Доля расходов сферы культуры ЯО

Доля расходов сферы культуры в 2014-2016 составили: 4,3%, 4,1%, в 4,07%. Затраты на культуру в расчете на душу населения в области составили 2408 рублей (см. рис. 3).

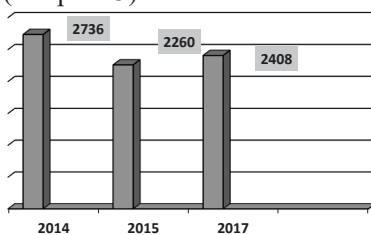


Рисунок 3. Затраты на культуру в расчете на душу населения в ЯО

Для сравнения затраты на культуру в ЯО составляли: в 2015 году – 2260,0 рублей, в 2014 году – 2736,0 рублей. В сравнении с предыдущими годами бюджетные расходы отрасли не увеличились.

Проанализировав финансовое обеспечение сферы культуры Ярославской области можно подвести следующие итоги, что на протяжении последних лет остается проблемным вопросом выделение финансирования на укрепление материально-технической базы государственных учреждений культуры.

Необходимо также обратить внимание на общественную и экономическую эффективность функционирования учреждений культуры, обусловленную, в первую очередь, дефицитом управленческих кадров и «стареющим» кадровым составом.

Также стоит отметить, что, не смотря на высокий профессиональный уровень, преподаватели в возрасте старше 50 лет подвержены «профессиональному выгоранию», что, в конечном итоге, сказывается на качестве предоставления услуг.

В целях решения выявленных проблем приоритетными направлениями деятельности в управлении сферой культуры становятся:

- увеличение финансирования на укрепление материально-технической базы государственных учреждений культуры;
- повышение внимания к интересам населения в процессе формирования и предоставления услуг в сфере культуры;
- повышение престижа культуры и культурной деятельности;
- сохранение и развитие уникальных ресурсов культуры города Ярославль;
- повышение эффективности управления процессами в сфере культуры.

#### **Библиографический список**

1. Федеральный закон от 06.10.2003 № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации».

2. Распоряжение Правительства РФ от 17.11.2008 № 1662-р (ред. от 10.02.2017) «О Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года».

3. Постановление Правительства Ярославской области от 17.06.2015 № 658-п «О департаменте культуры Ярославской области».

4. Постановление Правительства ЯО от 24.06.2014 № 594-п «Об утверждении государственной программы Ярославской области «Развитие культуры и туризма в Ярославской области» на 2014 - 2018 годы».

5. Шекова Е.Л. Управление учреждениями культуры в современных условиях: учебное пособие. - СПб: Издательство «Лань», 2014. - 416 с.

УДК 338.28

### **О ВОВЛЕЧЕНИИ МОЛОДЫХ ИНТЕЛЛЕКТУАЛОВ В ПРОЦЕСС СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНОВ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ**

***И.В. Тихонов***

*Научный руководитель: Райхлина А.В., канд. экон. наук, доцент  
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,*

Актуальность рассматриваемых вопросов обусловлена тем, что в настоящее время в Ярославле существует объективная возможность эффективной реализации существенного интеллектуального потенциала студенчества в интересах развития города путем оптимизации структуры органов представительной и исполнительной власти в соответствии с решаемыми ими задачами, разработки методического аппарата оценки эффективности деятельности структурных подразделений и отдельных должностных лиц, и формирования в ходе этого активной жизненной позиции самой молодежи.

Цель реализации предлагаемого нами проекта – обеспечение депутатов Муниципалитета города Ярославля актуальной аналитической информацией о возможных направлениях оптимизации структуры органов представительной и исполнительной власти города, путем ее приведения в соответствие с решаемыми ими задачами (выявления задач, для решения которых не предусмотрен достаточный ресурсный потенциал, либо выявления фактов дублирования решаемых задач), разработка методического аппарата оценки эффективности деятельности отдельных структурных подразделений и должностных лиц.

По нашему мнению, основными задачами проекта должны стать:

– разработка и согласование с Муниципалитетом города Ярославля методики оценки соответствия структуры и функций органов представительной и исполнительной власти города Ярославля стратегическим целям и задачам его социально-экономического развития, методики оптимизации организационно-штатной структуры органов исполнительной власти города Ярославля;

– инвентаризация стратегических целей и задач социально-экономического развития города Ярославля, оценка степени их приоритетности и взаимоувязки по времени, месту реализации и ресурсному обеспечению (целесообразно оценить наличие программы достижения каждой в отдельности стратегической цели, а также наличие лиц, персонально отвечающих за ее достижение в целом и/или достижения результатов в рамках отдельного этапа). В качестве рекомендации целесообразно исходить из следующей системы приоритетов (важность задачи для населения – время выхода на проектную мощность и получения определенной отдачи пусть даже от частично реализованного проекта – наличие синергетического эффекта и стимулирование развития по другим приоритетным направлениям – способствование «расшивке узких мест» и т.п. по согласованию с Муниципалитетом);



– периодическая (например, ежегодная) оценка соответствия текущих и среднесрочных задач социально-экономического развития города Ярославля целям и задачам стратегического характера, в рамках реализации которых они реализуются;

– разработка и обоснование (в т.ч. экономическое) конкретных предложений по трансформации целей, задач и структуры органов местного самоуправления, включая внесение изменений в положения о деятельности структурных подразделений и должностные инструкции конкретных должностных лиц этих органов;

– разработка (совершенствование уже, возможно, существующего) методического аппарата оценки эффективности деятельности структурных подразделений и отдельных должностных лиц в системе органов исполнительной (при необходимости и представительной) власти города Ярославля;

– формирование у студентов, как представителей будущей интеллектуальной элиты, чувства высокой ответственности за развитие родного города и осознания значимости собственной активной жизненной позиции.

Реализация предлагаемого нами проекта должна базироваться на следующих основных принципах:

– принцип соблюдения законности и конфиденциальности при получении и обработке информации;

– принцип взаимодействия органов местного самоуправления и исполнителей проекта;

– принцип обеспечения надежности и достоверности формируемой аналитической информации;

– принцип эффективности, предполагающий обеспечение своевременного формирования достоверной и достаточной информации при минимальных ресурсных затратах и с использованием наиболее простых и понятных методов.

Гибкость использования методов достигается тем, что реализация проекта предполагает поэтапное расширение сферы его применения. На этапе «пилотной» реализации методический инструментарий апробируется, корректируется с учетом получаемого опыта с целью унификации и доведения до возможности применять в отношении максимально широкого круга объектов исследования – структурных подразделений в системе органов местного самоуправления и функционала отдельных должностных лиц.

Рассмотрим пошаговый алгоритм реализации проекта:

1. Согласование технического задания по проекту, постановка задач, разработка и согласование необходимых методик, обеспечивающих их решение.

2. Текущая работа и проведение согласительных процедур (рабочих встреч) в ходе реализации проекта:

- обобщение и систематизация стратегических целей и задач социально-экономического развития города Ярославля;

- оценка соответствия состава и структуры органов исполнительной (при необходимости и представительной) власти города, а также содержания положений, регламентирующих их деятельность, стратегическим целям и задачам города Ярославля;

- выявление «незакрепленных» задач и задач, где «пересекаются» сферы ответственности нескольких структурных подразделений (должностных лиц), оценка обоснованности существующих фактов «пересечения» сфер ответственности;

- определение 1 – 3 структурных подразделений (например, департаментов) в качестве «пилотных» объектов апробации предложенных методик, оценка соответствия должностных инструкций сотрудников структурных подразделений задачам, решаемым этими подразделениями в целях выявления задач, незакрепленных за конкретными исполнителями (закрепленных за необоснованно широким кругом исполнителей).

3. Представление результатов исследований в рамках проекта по установленной в техническом задании форме (предложения по корректировке целей и задач, структуры органов местного самоуправления и их штатных расписаний, положений об отдельных структурных подразделениях и должностных инструкций конкретных должностных лиц).

4. Публикация (по согласованию) результатов исследований, например, в формате Информационных бюллетеней Муниципалитета города Ярославля и доведение их до заинтересованных пользователей.

5. Распространение опыта, полученного в ходе реализации проекта, в том числе путем представления студентами, депутатами, научно-педагогическими работниками информации о методике исследований и их результатах в ходе конференций, форумов, публикаций и выступлений в СМИ в целях повышения имиджа города Ярославля в России и за рубежом.

Рассмотрим возможные направления развития проекта:

1. Привлечение к работе студентов других, помимо Ярославского филиала Финансового университета при Правительстве РФ, вузов города Ярославля;

2. Вовлечение в проект в качестве экспертов-консультантов депутатов муниципалитета, сотрудников органов исполнительной и представительной власти города Ярославля и Ярославской области;

3. Унификация методик, разработанных в рамках пилотной части реализации проекта, до уровня, позволяющего системно оценивать соответствие структуры, численности и функционала структурных подразделений органов местного самоуправления и отдельных должностных лиц решаемым задачам;

4. Распространение опыта реализации проекта в других муниципальных образованиях и структурах органов государственной власти Ярославской области.

Таким образом, нами рассмотрен механизм использования высокого интеллектуального потенциала студенчества в процессе решения актуальных задач социально-экономического развития территорий в современных условиях.

#### **Библиографический список**

1. Официальный портал города Ярославля [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://city-yaroslavl.ru/gov/>.

2. Портал органов Государственной власти Ярославской области [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.yarregion.ru/default.aspx>.

УДК 323.22

## **ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В СФЕРЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО И МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ**

***А.В. Трушкова***

*Международная академия бизнеса и новых технологий (МУБиНТ)*

*Научный руководитель: Волков А.Ю., д-р экон. наук, доцент*

В современном развивающемся мире информация представляет собой важный и неотъемлемый ресурс, а актуальность информации может влиять на ее стратегическое значение.

Текущий этап развития общества характеризуется массовым внедрением информационных технологий в различные сферы деятельности. Одно из важных значений информационных технологий является использование их в системе государственного и муниципального управления в целях повышения эффективности деятельности органов власти. Правильное применение информационных технологий позволяет хранить, получать, передавать и анализировать большие объемы данных. А также это дает возможность увеличивать эффективность работы органов

управления, благодаря этому повышается качество управления и сокращается срок, для принятия необходимых решений.

На данный момент в России активно развиваются: технологии управления бюджетной и налоговой системами; технологии государственных информационных порталов, которые осуществляют взаимодействия органов управления с гражданами через сети; технологии накопления информации в единых государственных базах данных, технологии муниципальных информационных систем, информационных систем жилищно-коммунальной сферы (создание единых расчетно-кассовых центров) [5; 6]. Все это влияет на самый актуальный запрос граждан – это процесс получения государственных и муниципальных услуг.

Для повышения эффективности государственного и муниципального управления Правительство Российской Федерации утвердило два постановления от 28 января 2002 г. № 65 "О федеральной целевой программе "Электронная Россия (2002 - 2010 годы)" и от 15.04.2014 № 313 (ред. от 21.10.2016) «Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Информационное общество (2011 - 2020 годы)». Приоритетные векторы развития в этих программах направлены на повышение уровня качества жизни, благосостояния и работы граждан, улучшение качества и доступности государственных услуг. А также на развитие экономического потенциала страны с использованием современных информационных технологий, повышение степени цифровой грамотности и информированности, модернизация цифровых и телекоммуникационных технологий. Результатом этих программ стало создание электронного правительства, в которое входят несколько ключевых элементов, это:

- 1) единый портал государственных и муниципальных услуг;
- 2) единая система межведомственного электронного взаимодействия;
- 3) национальная платформа распределенной обработки данных;
- 4) единая система идентификации и аутентификации в инфраструктуре, обеспечивающая информационно-технологическое взаимодействие информационных систем, используемых для предоставления государственных и муниципальных услуг в электронной форме;
- 5) информационная система головного удостоверяющего центра.

8 февраля 2018 года Министерство связи и массовых коммуникаций Российской Федерации подвело итоги работы Единого портала государственных и муниципальных в 2017 году. Министерство подтвердило сохранение тенденции роста числа пользователей и

посетителей портала, а также увеличение объема запрашиваемых услуг и платежей, которые были осуществлены через портал.

Одной из приоритетных задач «электронного правительства» является улучшение совместной работы государственных организаций для повышения согласованности и оперативности в использовании информации на местном, региональном и федеральном уровне между органами власти. Решение этой задачи будет способствовать повышению эффективности деятельности государственных и муниципальных организаций.

Электронное правительство, портал государственных и муниципальных услуг, многофункциональные центры предоставления государственных и муниципальных услуг являются примерами использования и внедрения информационных технологий в сфере управления, которые в настоящий момент времени играют роль инструментов повышения эффективности деятельности государственных и муниципальных органов власти.

Применение информационных технологий позволило гражданам в короткое время оформлять необходимые документы, получать интересующую их услугу, а также влиять на эффективность деятельности органов власти, направляя свои жалобы и предложения. Коммерческие организации получили больше возможностей для обращения по поводу введения необоснованных правил и процедур, а наличие данных об обращениях позволяет выявлять ошибки и нарушения.

Все больше информационных технологий используется в образовании [3; 4]. В дальнейшем планируется все большее внедрение инновационных технологий в информационной сфере, что надо сказать в России дается с трудом [1], позволяющих активизировать прямые и обратные связи между государством и обществом, и ведущую роль в расширении информатизации (цифровизации), ее распространении и внедрении может сыграть бизнес, в том числе малый [2].

За последние 10 лет Россия сделала большой шаг в развитии информационных технологий в различных сферах деятельности, в особенности в государственном и муниципальном управлении. Но, несмотря на это, развитие информатизации общества остается на невысоком уровне. В большей степени это связано с экономическим отставанием от других развитых стран. Слабое развитие информационных технологий в России усложняется низкой степенью подготовки кадров в области использования и создания информационных технологий в управлении и множеством других факторов. В системе управления вопросы информационного обеспечения государственного и

муниципального управления занимают особое и важное место. Для успешного внедрения и применения информационных технологий в систему управления необходимо разрабатывать методики внедрения и совершенствования информационных систем в государстве, повышения эффективности управления, а также переподготовки кадров для результативного государственного регулирования.

#### **Библиографический список**

1. Волков А.Ю. Инновации и Россия // Научные труды Вольного экономического общества России. 2010. Т. 136. С. 102-113.
2. Волков А.Ю., Зборовская Е.Б. Роль малого бизнеса в социальной сфере // В сборнике: Гуманитарные основания социального прогресса: Россия и современность сборник статей Международной научно-практической конференции. 2016. С. 240-246.
3. Зборовская Е.Б., Волков А.Ю. Использование современных технологий преподавания в экономическом вузе // Научно-методический электронный журнал Концепт. 2016. № Т37. С. 62-67.
4. Зборовская Е.Б., Волков А.Ю. Современные технологии преподавания в вузе // В сборнике: Актуальные проблемы психологии и педагогики в современном образовании материалы международной заочной научно-практической конференции. ЯГПУ им. К.Д. Ушинского. 2017. С. 107-109.
5. Мельников В.П. Информационное обеспечение систем управления [Текст]: учебник для студ. высш. учеб. заведений. - М.: Издательский центр «Академия», 2010.
6. Саак А.Э. Информационные технологии управления [Текст]: учебник для вузов: для бакалавров и специалистов. - СПб: Питер, 2013.

УДК 379.85

### **ОРГАНИЗАЦИЯ МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ В СЕЛЬСКОЙ МЕСТНОСТИ (НА ПРИМЕРЕ АДМИНИСТРАЦИИ ЛЕВОБЕРЕЖНОГО СЕЛЬСКОГО ПОСЕЛЕНИЯ ТУТАЕВСКОГО МУНИЦИПАЛЬНОГО РАЙОНА ЯРОСЛАВСКОЙ ОБЛАСТИ)**

*Д.Ю. Грязева*

*Научный руководитель: Акимова Ю.Н., канд. псих. наук, доцент  
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,  
Ярославский филиал*

Сегодня в России как никогда сохраняется актуальность вопроса о построении эффективной системы местного самоуправления.

Местное самоуправление в Левобережном сельском поселении - форма осуществления народом своей власти, обеспечивающая в пределах, установленных Конституцией Российской Федерации, федеральными законами, а в случаях, установленных федеральными законами - законами Ярославской области, самостоятельное и под свою ответственность решение населением, непосредственно и (или) через органы местного самоуправления, вопросов местного значения, исходя из интересов населения, с учётом исторических и иных местных традиций [3].

Администрация Левобережного сельского поселения является исполнительно-распорядительным органом Левобережного сельского поселения, созданным для решения вопросов местного значения и для осуществления отдельных государственных полномочий, переданных органам местного самоуправления федеральными законами и законами Ярославской области [3].

Администрация поселения обладает правами юридического лица и действует на основании общих для организаций данного вида положений Федерального закона «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» от 06.10.2003 № 131-ФЗ в соответствии с Гражданским кодексом Российской Федерации применительно к учреждениям [3].

Администрация поселения осуществляет свои полномочия на бессрочной основе в соответствии с Уставом [3].

Работа администрации поселения планируется на год. Годовой план составляется исходя из основных направлений деятельности Администрации по социально-экономическому развитию района в соответствии с планами и программами развития поселения, утвержденными Собранием Представителей Левобережного сельского поселения Тутаевского муниципального района. При подготовке проекта годового плана учитываются предложения специалистов администрации, руководителей подведомственных предприятий, учреждений, организаций, органов территориального общественного самоуправления, общественных организаций [3].

Поселение имеет самостоятельный бюджет. Бюджет поселения предназначен для исполнения расходных обязательств поселения. Бюджет поселения утверждается в форме решения Собрания представителей поселения [3].

Проведя анализ исполнения бюджета по доходам и расходам за фактический период с 2012 по 2017 год, мы видим, что в 2016 году был дефицит бюджета почти на 6 миллионов рублей, но уже в 2017 году была

замечена тенденция к небольшому профициту бюджета почти на 100 тыс. рублей (см. рис. 1).



Рисунок 1. Соотношение доходов и расходов бюджета поселения в 2012-2017 гг.

Проанализировав работу Администрации ЛСП за последние шесть лет, можно сделать вывод о том, что все задачи, выполняемые ЛСП, связаны непосредственно с бюджетом поселения. Основная часть бюджета направляется на общегосударственные расходы: содержание аппарата управления Администрации Левобережного с/п; на осуществление первичного воинского учёта, а также на осуществление мероприятий по обеспечению безопасности людей на водных объектах, охране их жизни и здоровья, изготовление и установка информационных знаков; обеспечение первичных мер пожарной безопасности в границах населённых пунктов поселения; а также строительство, модернизацию, ремонт и содержание автодорог общего пользования; жилищно-коммунальное хозяйство и уличное освещение.

Важной проблемой в деятельности Администрации является недостаточная бюджетная обеспеченность местного самоуправления, которая связана со снижением налоговых поступлений в доходную часть бюджета. Основная часть налоговых доходов от местных налогов идёт в бюджет муниципального района (например, в бюджет сельского поселения от налога на доходы физических лиц зачисляется лишь 2%). Именно поэтому из года в год, на начало нового отчетного периода расходы превышают плановые доходы, что свидетельствует в конце года, невыполнением просьб, обращений граждан в Администрацию.

Также не менее важное значение занимает проблема нехватки квалифицированных кадров, способных эффективно управлять муниципальной собственностью в рыночной среде, также землей и другими природными ресурсами, муниципальными финансами, заниматься разработкой и реализацией муниципальных программ



развития, а также вовлекать в эту работу все слои населения, общественные объединения граждан. В Администрации ЛСП небольшой штат сотрудников – 13 человек, и в первую очередь, это связано с небольшой доходной частью бюджета.

Очередной проблемой в настоящее время, является исторически сложившийся низкий уровень социальной и коммунальной инфраструктуры села. Коммунальная инфраструктура из-за длительных сроков эксплуатации морально и физически устарела и практически не развивается, что является одной из причин, по которой инвесторам экономически невыгодно вкладывать денежные средства в производство.

Для повышения качества предоставления коммунальных услуг и эффективности использования природных ресурсов необходимо обеспечить масштабную реализацию проектов реконструкции и модернизации объектов коммунальной инфраструктуры.

Реконструкция и модернизация объектов коммунальной инфраструктуры Левобережного сельского поселения Гутаевского района Ярославской области позволит:

1. Обеспечить более комфортные условия проживания населения Левобережного сельского поселения Гутаевского района Ярославской области путем реализации мероприятий по развитию газификации населенных пунктов;

2. Сократить удельные расходы на энергию и другие эксплуатационные расходы;

3. Обеспечивать рациональное использование природных ресурсов;

4. Улучшить экологическое состояние территории сельского поселения;

5. Привлекать инвесторов для реализации проектов по развитию села.

Проблемы социально-экономического развития территории Левобережного сельского поселения могут быть также решены путем активного участия Администрации Левобережного сельского поселения в различных федеральных и муниципальных программах, например, в Федеральной целевой программе «Устойчивое развитие сельских территорий на 2014 - 2017 годы и на период до 2020 года». Основными конечными результатами которой являются: повышение уровня социально-инженерного обустройства в сельской местности; решение жилищной проблемы для семей, проживающих в сельской местности и нуждающихся в улучшении жилищных условий; создание условий для улучшения социально-демографической ситуации в сельской местности; повышение привлекательности сельской местности для комфортного проживания и приложения труда [2].

### **Библиографический список**

1. Федеральный закон от 06.10.2003 № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации».

2. Постановление Правительства РФ от 15 июля 2013 г. № 598 «О федеральной целевой программе «Устойчивое развитие сельских территорий на 2014 - 2017 годы и на период до 2020 года».

3. Устав Левобережного сельского поселения Тутаевского района Ярославской области от 22.01.2010 г.

4. Купряшин Г.Л. Основы государственного и муниципального управления: учебник и практикум для академического бакалавриата. - М.: Издательство Юрайт, 2016. - 500 с.

УДК 336.14

### **СИСТЕМА МЕЖБЮДЖЕТНЫХ ОТНОШЕНИЙ И ПУТИ ЕЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ НА РЕГИОНАЛЬНОМ УРОВНЕ**

***Т.В. Павлуткина***

*Научный руководитель: Туманов Д.В., канд., экон., наук, доцент.  
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,  
Ярославский филиал*

О необходимости совершенствования системы межбюджетных отношений руководство страны говорило на протяжении длительного периода времени. Начиная с 1991 года и по настоящее время развитие системы межбюджетных отношений в Российской Федерации можно разбить на четыре этапа.

Первый этап – 1991 – 1999 гг. можно охарактеризовать как построение системы межбюджетных отношений, так и становление бюджетной системы Российской Федерации в целом. На данном этапе происходит установление принципов построения бюджетной системы, установление источников формирования доходов и основы осуществления расходов, также определены источники бюджетного финансирования и указан порядок оказания финансовой помощи бюджетам регионов.

На втором этапе – 2000 – 2007 годах происходит уточнение в разграничении налоговых доходных и расходных обязательствах между бюджетами разных уровней бюджетной системы РФ, также происходит регулирование межбюджетных трансфертов, водится новая бюджетная классификация.

Третий этап – 2008 – 2012 годов. Расширяется самостоятельность главных распорядителей бюджетных средств при планировании и использовании бюджетных ассигнований для достижения целей

соответствующих государственным программам РФ, вводится новый принцип – «перемещения основной ответственности за соблюдение положений бюджетного законодательства РФ <...> с юридических лиц, не являвшихся участниками бюджетного процесса, на участников бюджетного процесса» [3, с. 88].

Четвертый этап – 2013 год – по настоящее время. На данном этапе происходит единая разработка методологии формирования государственных программ субъектов РФ, устанавливается порядок отражения субсидий из федерального бюджета в государственных программах и бюджетах субъектов РФ, также происходят изменения в бюджетном законодательстве.

Однако несмотря на многолетний опыт реформирования системы межбюджетных отношений, появились новые проблемы, а некоторые так и остались нерешенными:

- увеличение объема собственных полномочий регионов и полномочий, которые передали с федерального уровня;
- высокая централизация налоговых полномочий;
- изъятие из регионов огромных объемов ресурсов;
- уменьшение количества самодостаточных регионов (регионов – доноров) и резкий рост дотационных регионов, которым требуется поддержка из федерального бюджета.

Органы государственной власти субъектов РФ получили новые полномочия в сфере здравоохранения, образования, лесных, водных и земельных отношений, социальной защиты населения и т.д., что в свою привело к «увеличению объема собственных полномочий регионов и полномочий, которые передали с федерального уровня (сейчас за субъектами закреплено 79 собственных полномочий по предметам совместного ведения)» [5], а также к изменению межбюджетных трансфертов из федерального бюджета. Данные изменения является риском для региональных бюджетов так как регионы вынуждены сосредоточиться на выполнении обязательств и распоряжений, которые в свою очередь несут огромные расходы бюджета, что мешает сконцентрировать внимание на социально – экономическом развитии региона.

Высокая централизация налоговых полномочий, механизм распространения которых определяется Налоговым и Бюджетным кодексами РФ, ограничивает возможность проведения налоговой политики, направленной на увеличение доходной базы региональных бюджетов, а изъятие из регионов огромных объемов ресурсов, которые в свою очередь призваны работать для развития региональной экономики и

экономики государства в целом, приводит к замедленному развитию регионов.

За последние несколько лет наблюдается тенденция к увеличению количества дотационных регионов, что приводит к уменьшению самодостаточных регионов и к необходимости в выравнивании уровней бюджетной обеспеченности регионов РФ.

Проанализировав уровень расчетной бюджетной обеспеченности и индекс бюджетных расходов субъектов Российской Федерации на 2016 - 2018 годы можно сделать вывод, что не субъект РФ нуждается в помощи [4].

Устойчивыми регионами преимущественно являются Московская область, Ленинская область, Ямало – Ненецкий автономный округ, Ханты-Мансийский автономный округ, Республика Татарстан, Самарская область, иными словами регионы, которые с наиболее развитым производством, регионы, имеющие большие промышленные центры и регионы, в которых в наибольшей степени концентрируются доля полезных ископаемых.

Ярославская область с 2015 по 2017 года входила в данный список, ее уровень расчетной бюджетной обеспеченности в 2016 году составил – 1,073, в 2017 – 1,067, и индекс бюджетных расходов субъектов РФ – 2016 – 2017 гг. – 0,872. В 2018 году Ярославская область по уровню расчетной бюджетной обеспеченности снизилась до 0,945, а индекс бюджетных расходов субъектов РФ увеличился до 0,883 [4]. Согласно Приказу Минфина России от 15.11.2017 № 1029 «Об утверждении перечней субъектов Российской Федерации в соответствии с положениями пункта 5 статьи 130 Бюджетного кодекса Российской Федерации», Ярославская область вошла в перечень субъектов РФ, являющимися в 2018 году получателями дотаций на выравнивание бюджетной обеспеченности субъектов РФ [2].

Подводя итог вышесказанному можно сделать вывод, что для совершенствования системы межбюджетных отношений на региональном уровне необходимо внести изменения в законодательство РФ, а именно для увеличения налоговой базы регионов.

В большинстве своем для поддержки регионов используются дотации. Дотации - «межбюджетные трансферты, предоставляемые на безвозмездной и безвозвратной основе без установления направлений их использования» [1]. Однако данная инструмент поддержки регионов имеет непонятную эффективность, ведь дотации ничем не подкреплены, так как в России их принято считать «государственной благотворительностью».

При распределении межбюджетных трансфертов нужно учитывать возможность финансового самообеспечения регионов. Для этого предполагается «разделение регионов по группам: регионы – доноры, самодостаточные регионы, регионы – реципиенты и т.д. и выстраивать межбюджетные отношения согласно группе, к которому относится данный регион» [6].

В настоящее время согласно Указу Президента Российской Федерации от 7 мая 2018 года «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» совершенствование системы межбюджетных отношений будет связано с приоритетными задачами, обсуждаемые в рамках подготовки Стратегии пространственного развития Российской Федерации.

Так, в 2017 году было принято решение по централизации в федеральном бюджете доходов от 1% ставки налога на прибыль организаций и 5% норматива зачислений по налогу на прибыль организаций при выполнении соглашений о разделе продукции. Эта новация принята с целью перераспределения доходов между регионами за счет предоставления дотаций бюджетам субъектов РФ. Такая централизация позволила увеличить объем основного вида межбюджетных трансфертов – дотации на выравнивание бюджетной обеспеченности субъектов РФ в 2017 г. сразу на 19%. Опираясь на эти результаты, планируется продлить данное решение до 2024 года [7].

#### **Библиографический список**

1. Бюджетный кодекс Российской Федерации от 31.07.1998 № 145-ФЗ (ред. от 27.12.2018).

2. Приказ Минфина России от 15.11.2017 № 1029 «Об утверждении перечней субъектов Российской Федерации в соответствии с положениями пункта 5 статьи 130 Бюджетного кодекса Российской Федерации».

3. Игонина Л.Л. Региональные и муниципальные финансы: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Л.Л. Игонина [и др.]; под ред. Л.Л. Игоиной. - М.: Издательство Юрайт, 2019. - 480 с.

4. Министерство финансов Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.minfin.ru/ru/>.

5. Смагина М.Н., Муkenge Г.Т. Проблемы и перспективы совершенствования системы межбюджетных отношений в Российской Федерации // Социально – экономические явления и процессы. – 2017. - № 2. – С.115 – 121.

6. Ширококова В.А. Новый подход к совершенствованию системы межбюджетных отношений // Вестник Пермского университета. Серия: Экономика. – 2014. – №1. – С116 – 123.

7. Интервью Директора Департамента межбюджетных отношений Минфина России Ларисы Ерошкиной журналу «Финансы» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.minfin.ru/ru/infomat/press-center/?id\\_4=36196](https://www.minfin.ru/ru/infomat/press-center/?id_4=36196).

УДК 304.2

## **МЕТОДИЧЕСКИЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ ДЛЯ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНОВ ВЛАСТИ**

***В.Ю. Бухвалова***

*Научный руководитель: Туманов Д.В., канд. эк. наук, доцент  
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,  
Ярославский филиал*

Качество жизни – довольно непростой термин, дать однозначную характеристику которому, а также измерить его каким – либо одним отдельным показателем в полной мере практически не представляется возможным. Такое явление, как правило, зависит одновременно от нескольких обстоятельств: «от степени и качества удовлетворения материальных, социальных и духовных потребностей человека, в том числе его физиологических, социальных и духовных условий развития» [2, с. 95].

В наш современный постиндустриальный век данный термин получил особое значение. Именно он является основным и одним из главных показателей, характеризующих всесторонний уровень развитости той или иной населённой территории. В связи с этим перед государством появляется важнейшая цель, которая требует регулярной и незамедлительной поддержки - повышение качества жизни населения, и решается она исключительно совместными усилиями всех уровней власти (федерального, регионального, местного). Приоритет их деятельности заключается в последовательном повышении различных параметров, характеризующих качество жизни, а также сокращении бедности, обеспечении достойных условий для жизни людей, в том числе развития социального государства. Именно такой смысл выразил в своём ежегодном послании Федеральному собранию президент Российской Федерации, Владимир Владимирович Путин: «Особое внимание хотелось бы уделить задачам, которые были поставлены в майском Указе, развёрнуты в национальных проектах. Их содержание и ориентиры отражают запросы и ожидания граждан страны. Национальные проекты построены вокруг человека, ради достижения нового качества жизни всех поколений,

которое может быть обеспечено только при динамичном развитии России».

С практической точки зрения каждый человек положительно оценивает качество своей жизни, если есть интересная работа, достойная заработная плата, комфортное и удобное жильё, а также полноценная социальная инфраструктура окружающей среды проживания.

Если же рассмотреть данный термин в теории, то можно увидеть, что качество жизни в российской науке имеет недостаточно проработанный механизм. Данный вывод был сформирован в результате проведённого исследования в отношении оценки качества жизни населения, и связано это со следующими аспектами:

- отсутствие как таковой сформированной нормативно – правовой базы в отношении качества жизни населения;
- отсутствие универсальной методики оценки качества жизни населения, как на уровне каждого региона, так и на уровне страны в целом;
- сложность осуществления оценки качества жизни населения в каждой территории в целом.

Поэтому для того, чтобы оценка качества жизни населения осуществлялась надлежащим образом, необходимо разработать такой механизм, а именно методику, которая смогла бы наглядно и объективно представить на каком уровне по качеству жизни находится та или иная территория. В результате проведённого исследования, а именно изучения различных методик оценки качества жизни, как на уровне страны, так и на международном уровне, изучения и мониторинга показателей, представленных в официальных информационно – статистических источниках государственных органов статистики, нами была разработана своя методика оценки качества жизни населения.

Разработанная методика основана на построении обобщённого интегрального показателя, формируемого при помощи частных индикаторов, каждый из которых отражает и измеряет отдельные составляющие элементы качества жизни территории. Для того, чтобы данная методика была применена на практике, с учётом рекомендаций сотрудников Ярославльстата, была разработана также система показателей качества жизни населения, которая заключила в себя 20 показателей, разделённых по 4 направлениям на основе ранее изученных методик, а также с учётом их наполняемости (см. рис. 1) [3].

Механизм оценки качества жизни населения построен на аддитивной модели, в которой все факторы представлены в виде алгебраической суммы [1]. Она учитывает вклад частных оценок отдельных составляющих

развития в общий показатель по каждой региону и рассчитывается по формуле:

$$I_n = \sum i_{mn} \quad (1)$$

где  $I_n$  – комплексная интегральная оценка качества жизни населения  $n$ -ой области;

$i_{mn}$  – частная интегральная оценка  $m$ -ой составляющей качества жизни населения  $n$ -ой области.

С учётом упомянутой ранее системы показателей конечный вид формулы для оценки качества жизни территории имеет следующий вид:

$$I_{nk} = i_{\text{НДЗ},nk} + i_{\text{ДЦ},nk} + i_{\text{ОЖ},nk} + i_{\text{УП},nk} \quad (2)$$

где  $I_{nk}$  – комплексная интегральная оценки качества жизни населения  $n$ -ой области в  $k$ -том году;

$i_{\text{НДЗ},nk}$  – частная интегральная оценка населения, демографической ситуации и занятости населения  $n$ -ой области в  $k$ -том году;

$i_{\text{ДЦ},nk}$  – частная интегральная оценка доходов населения и уровня цен  $n$ -ой области в  $k$ -том году;

$i_{\text{ОЖ},nk}$  – частная интегральная оценка состояния окружающей среды и жилищных условий  $n$ -ой области в  $k$ -том году;

$i_{\text{СП},nk}$  – частная интегральная оценка состояния социальной сферы и уровня преступности  $n$ -ой области в  $k$ -том году.



Рисунок 1. Система основных показателей для оценки качества жизни населения

В свою очередь, каждая частная интегральная оценка включает в свой состав перечень индивидуальных оценок. Показатели, по которым они формируются, также представлены на рисунке 1. Расчёт частной



интегральной оценки качества жизни населения по каждой из групп показателей производится по следующей формуле:

$$i_{mn} = \sum k_{mn}, \quad (3)$$

где  $i_{mn}$  – частный интегральный показатель оценки качества жизни населения каждой из групп показателей;

$k_{mn}$  – стандартизированный коэффициент.

Индивидуальные же оценки по частным показателям производятся при помощи метода расстояний, и формируют стандартизированные коэффициенты для каждой из них по следующим формулам:

$$k = x_i / x_{max}, \quad (4)$$

где  $k$  – стандартизированный коэффициент;

$x_i$  – фактическое значение параметра по рассматриваемой территории;

$x_{max}$  – значение параметра по лучшей (эталонной) территории;

$$k = x_{min} / x_i \quad (5)$$

где  $k$  – стандартизированный коэффициент;

$x_i$  – фактическое значение параметра по рассматриваемой территории;

$x_{min}$  – минимальное значение этого же параметра.

На основе разработанной методики оценки качества жизни мы произвели расчёт каждого показателя по регионам Центрального федерального округа (Далее – ЦФО), за исключением Москвы и Московской области, а также при помощи метода сумм сформировали рейтинговую оценку каждого из регионов. Результаты оценки качества жизни населения регионов ЦФО за 2017 год представлены на рисунке 2.

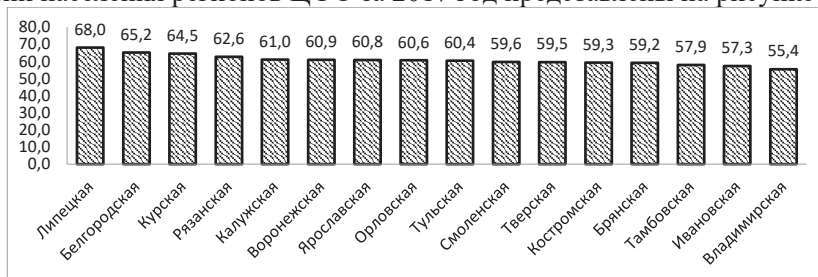


Рисунок 2. Итоги рейтинговой оценки качества жизни населения территорий ЦФО за 2017 год

По результатам рейтинга Ярославская область заняла 7 место среди 16 субъектов ЦФО с оценкой качества жизни в 60,8 балла.

Таким образом, можно заключить, что разработанный нами механизм оценки качества жизни населения и составленный на его основе рейтинг областей ЦФО может быть использован органами государственной статистики как наглядный пример для органов государственной власти той

или иной территории, показывающий в каком состоянии находится та или иная территория по качеству жизни в целом, и в отношении каких показателей необходимо предпринимать меры по их улучшению.

#### **Библиографический список**

1. Васильева Л.В. Анализ методических подходов к построению интегральных экономических показателей // Экономические исследования и разработки. - 2017. - № 12.

2. Кулькова И.А., Плутова М.И. Взаимосвязь статистических показателей качества жизни и показателей естественного воспроизводства населения муниципальных образований // Известия Уральского государственного экономического университета. - 2016. - № 3(65). - С. 92–99.

3. Официальный сайт Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Ярославской области [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://yar.gks.ru/>.

4. Послание Президента Российской Федерации Федеральному собранию от 20 февраля 2019 года // Официальный сайт Президента России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/events/>.

# МОЛОДЕЖЬ, НАУКА, ПРАКТИКА

*Научное издание*

Сборник научных трудов  
участников 59-й Национальной научно-практической  
конференции студентов, магистрантов и аспирантов  
с международным участием  
Ярославского филиала Финансового университета  
при Правительстве Российской Федерации  
Том 1

*20 марта 2019 года*

Статьи опубликованы в авторской редакции

*Компьютерная верстка Смирнов А.В.*

ISBN 978-5-6041805-8-7



9 785604 180587

Подписано в печать 22.05.2019 г.  
Уч. изд. л. 27,13 п.л. Тираж 90 экз. Заказ № 2793.

Отпечатано с представленных оригинал-макетов  
в типографии «Канцлер»  
150008, г. Ярославль, ул. Полушкина роща, д. 16, стр. 66а.  
Тел. 8-4852-58-76-33, 8-4852-58-76-39  
E-mail: kancler2007@yandex.ru